Business Potential Discovery

Warszawa, listopad 2017

Gra szkoleniowa „Poławiacze Pereł”

Jak aktywność i kreatywność handlowców przekuć w sukces?

Symulacja procesu sprzedaży B2B „Poławiacze Pereł” prowadzi do **podniesienia kompetencji i skuteczności zespołów handlowych.** Sprawiamy, że handlowcy pozyskują dla Firmy najpiękniejsze „perły” czyli najbardziej zyskownych i prestiżowych Klientów.

Podczas gry nastąpi pełna symulacja procesu sprzedaży do atrakcyjnego, a jednocześnie wymagającego Klienta. Scenariusz i wyzwania handlowe są dopasowane do specyfiki Zamawiającego. Role decydentów grają odpowiednio przygotowani konsultanci lub menedżerowie Zleceniodawcy. Podczas symulacji każdy uczestnik odbywa co najmniej 5 spotkań handlowych o różnym charakterze. Nie opowiadamy o sprzedaży, tylko ćwiczymy w konkretnych sytuacjach. Handlowcy konkurują o jednego Klienta. Niektórzy wygrywają, inni przegrywają. Rasowi sprzedawcy lubią takie wyzwania. Kryteria wyboru dostawcy są obiektywne. Decydują konkretne zachowania u Klienta, a nie wiedza teoretyczna. A zatem, grywalizacja pozwoli zweryfikować i rozwinąć umiejętności handlowe w warunkach bardzo zbliżonych do rzeczywistych.

Po przeprowadzeniu gry dokonujemy wspólnie profesjonalnego podsumowania i … wszyscy wiedzą, co w ich technikach sprzedaży działa, a co budzi wątpliwości. Rodzą się bardziej trwałe nawyki. Wyławiamy najlepszych analityków potrzeb, najlepszych prezenterów i najlepszych pokonywaczy obiekcji, od których pozostali mogą się uczyć. Następuje wymiana doświadczeń podczas dyskusji kierowanej przez doświadczonego konsultanta.

Warsztat adresowany jest do pracowników działów sprzedaży o różnych kwalifikacjach i liczebności:

- Dla doświadczonych handlowców – jako forma doskonalenia umiejętności, również jako podsumowanie/weryfikacja rezultatów cyklu szkoleniowego;
- Dla dużych zróżnicowanych zespołów – jako jedna z metod badania potrzeb szkoleniowych poprzez reprezentatywną grupę.

W wyniku warsztatu, jego uczestnicy będą mogli:

- Lepiej planować strategie pozyskania Klienta
- Identyfikować procesy decyzyjne u klienta
- Rozpoznawać biznesowe i osobiste potrzeby klientów
- Skutecznie prezentować ofertę
- Negocjować i pozyskiwać kontrakty

Sposób realizacji projektu

Przed planowanymi zajęciami spotkamy się ze Zleceniodawcą, aby zebrać informacje i oczekiwania, które pozwolą nam na dopasowanie scenariusza gry do potrzeb przedsiębiorstwa.

Ogólne zasady gry są następujące:

- Grupa szkoleniowa jest podzielona na rywalizujące zespoły, które reprezentują wirtualne „firmy" o podobnych możliwościach marketingowych. **Celem gry jest zdobycie intratnego zamówienia** ze strony Klienta.
- **W pierwszej części gry** zespoły zapoznają się z informacjami na temat potencjalnego Klienta i opracowują wstępną strategię jego pozyskania. Role decydentów po stronie Klienta grają przygotowani do tego konsultanci lub menedżerowie Zleceniodawcy.
- W **drugiej i trzeciej części gry** przedstawiciele konkurujących „firm" telefonują do decydentów, wysyłają korespondencję oraz umawiają i odbywają spotkania handlowe. Każde z działań wiąże się z koniecznością poniesienia pewnych kosztów marketingowych zgodnie ze scenariuszem gry.
- **W czwartej części gry** zespoły przygotowują ofertę dla Klienta na specjalnym formularzu. Oferta musi zawierać opis proponowanego rozwiązania i warunki handlowe jego realizacji.
- **W piątej części gry** „firmy" przedstawiają prezentację dla przedstawicieli Klienta.
- **W szóstej części gry** odbywają się spotkania poświęcone obiekcjom Klienta i negocjacjom handlowym.
- Po każdej części gry odbywa się **dyskusja** przedstawicieli „firm" z konsultantami-„Klientami" na temat obserwacji umiejętności handlowych.
- W całej grze zwycięży zespół, który podpisze kontrakt i jednocześnie uzyska najlepszą rentowność działań. Zwycięska drużyna jest wybierana na podstawie obiektywnych kryteriów uwzględniających:
  - ✓ jakość kontaktów handlowych z przedstawicielami Klienta;
  - ✓ właściwe dopasowanie proponowanego rozwiązania do potrzeb biznesowych Klienta;
  - ✓ proponowane warunki handlowe transakcji.

Niezależnie od osiągniętych rezultatów sprzedaży, wszyscy uczestnicy otrzymują rzetelną informację zwrotną oraz wskazówki co do dalszego rozwoju umiejętności handlowych.

Gra może zostać przeprowadzona w warunkach 2- lub 3-dniowego zamkniętego warsztatu albo w formie 2-3-tygodniowego procesu, podczas którego szkoleniowe spotkania handlowe odbywają się pomiędzy innymi, codziennymi obowiązkami handlowców.

W każdym przypadku po zakończeniu gry przeprowadzamy dyskusję z uczestnikami dotyczącą mocnych i słabych stron strategii i taktyk poszczególnych zespołów oraz możliwości zastosowania zdobytego w grze doświadczenia w rzeczywistych sytuacjach biznesowych. Organizujemy również spotkanie ze Zleceniodawcą, aby przekazać opinię i rekomendacje konsultanta.

Zajęcia prowadzą konsultanci BPD o dużym doświadczeniu w zarządzaniu sprzedażą. Zapraszamy do kontaktu:

Wojciech Zezula
mobile: +48 601774634, wojciech.zezula@bpd.pl