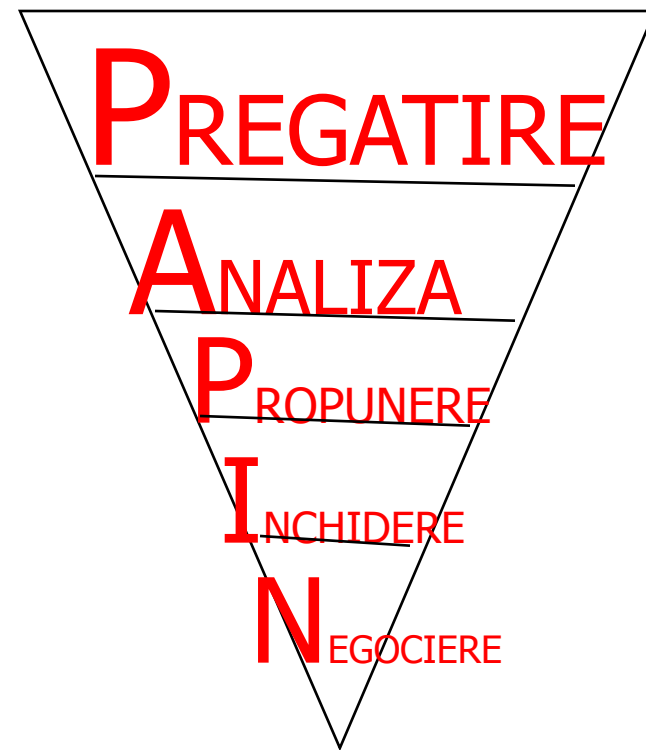


CONCEPT



Marketing & vânzări

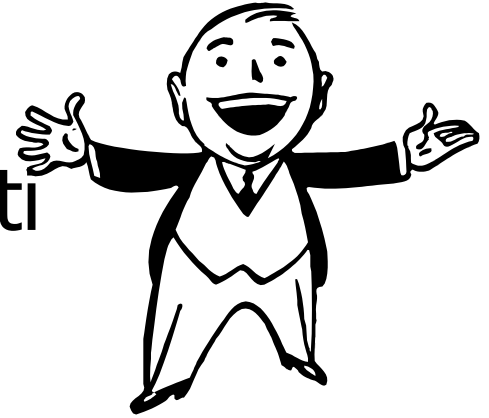
Curs de vânzări pentru începători si mediu-avansati: 'METODA P.A.P.I.N.'



Laurentiu Curca

Primul exercitiu: sa ne cunoastem

- Nume, varsta, experienta, obiective (personale + ce vreti sa faceti la acest curs)

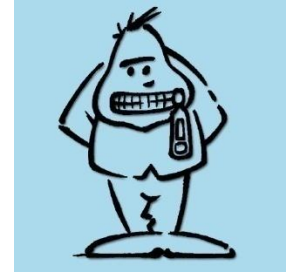


Prima cerinta



- Important: va cer sa promiteti ca o sa colaborati in buna desfasurare a acestui curs, deoarece ati venit sa invatati ceva nou: ajutati-ne.
- Va avertizam ca acest curs este unul de vanzari, nu de bune maniere.
- Unele lucruri se spun pe nume. Daca ceva nu va convine, sau contravine eticii Dvs. personale, va rugam, de pe acum sa nu declansati dezbateri, cel putin nu in cadrul cursului.
- Daca simtiti ca nu puteti respecta aceasta regula in urmatoarele 3 zile, puteti pleca acum, si nu avem nici un comentariu.
- Daca insa ramaneti, va supuneti regulilor cursului.

Reguli de baza



- Veniti la timp si stati 1h 45'... 2h/ modul, pana cand se termina modulul de curs;
- Lasati alte treburi la usa (inchideti mobilele);
- Dati exemple, comentati, povestiti intamplari relevante cu ceea ce se discuta, dar incercati sa nu monopolizati discutia;
- Puneti intrebari, daca nu intelegeti – si de cate ori nu intelegeti;
- O singura sedinta – fara bisericate si comentarii pe langa subiect;
- Toata lumea trebuie iasa la `masa de tortura` sa faca role-play-uri

Reguli de baza



- Cititi manualul acasa, nu la curs;
 - Participati la toate exercitiile si aplicatiile;
 - Daca ceva (din ce va spunem noi) nu va e de folos, spuneti (skip). Daca ceva e foarte interesant, putem aprofunda.
- Ce alte reguli credeti ca ar mai fi utile?

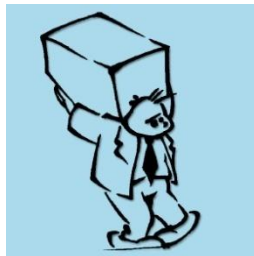
Invatarea - Ciclul EDAC



EXPLICARE



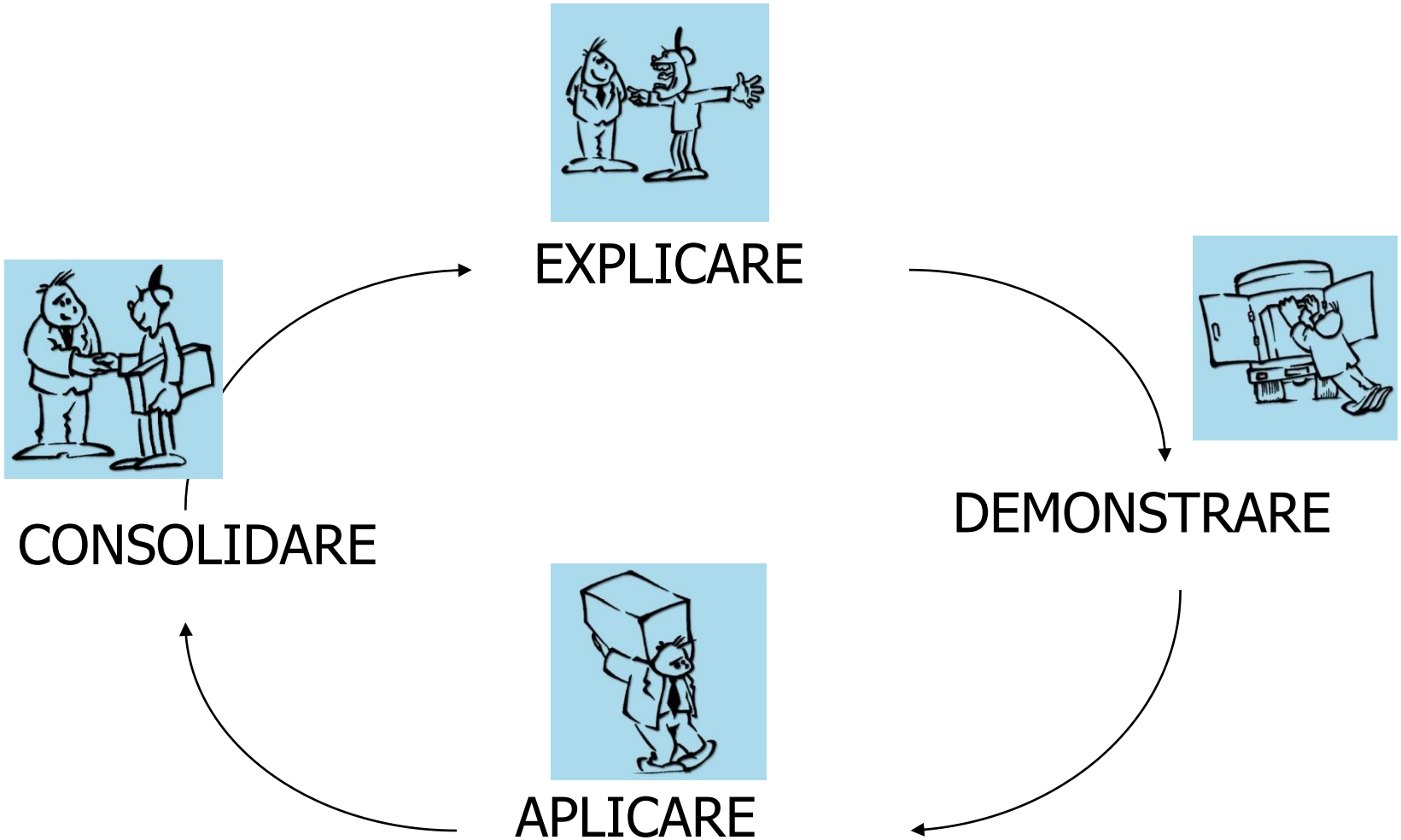
DEMONSTRARE



APLICARE



CONSOLIDARE

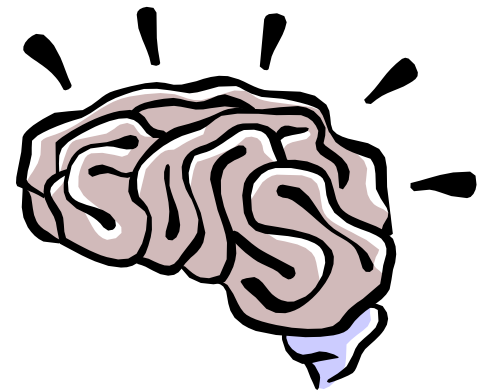
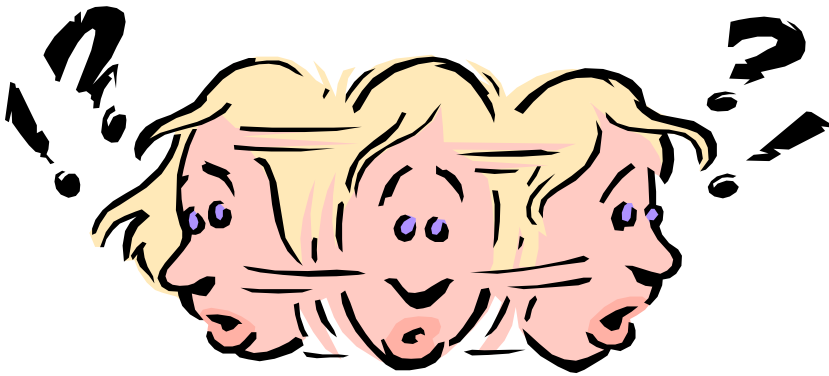


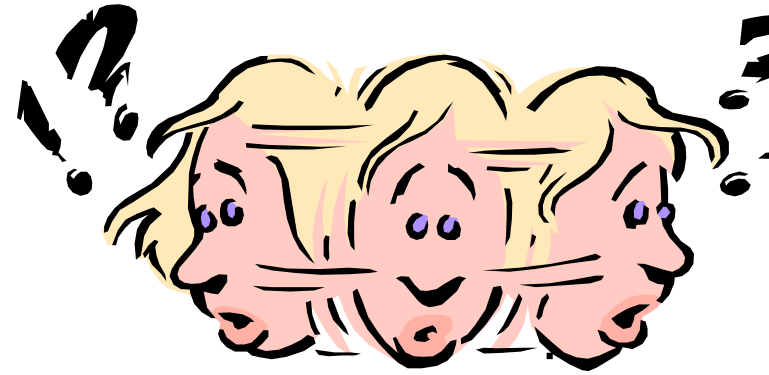
Întrebare: (răspundeți voi, iar noi scriem pe flip-chart-uri)

Ce ați vrea să învățați la acest curs?

Ce a functionat și ce nu a funcționat
atunci când ați vândut?

(15 minute)

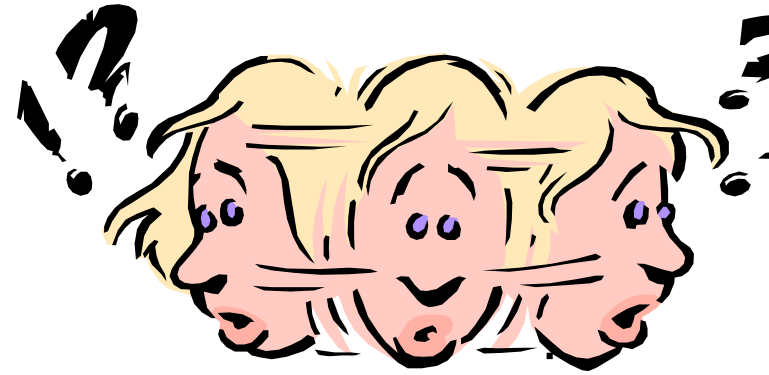




Ce e vanzarea?
Cu ce e diferita fata de
manipulare...? negociere...?



Vanzarea a actiunea de
influentare a celui din fata mea
pentru ca acesta
sa-mi preia ideea mea initiala,
asa incat
ambele parti sa aiba de castigat (win- win).



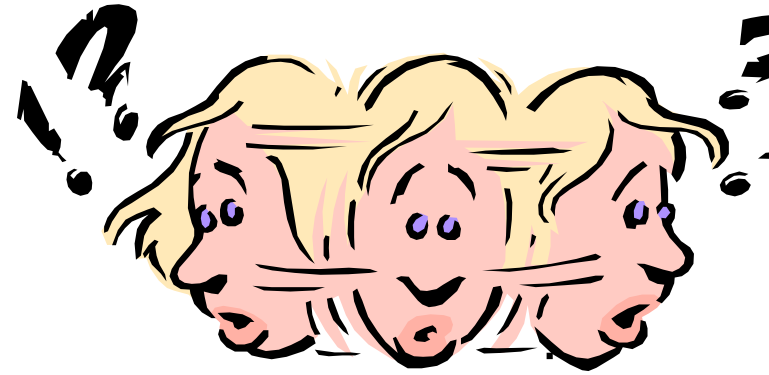
Cum influentam oamenii?

Care sunt legile influentarii?



Cele 7 legile fundamentale ale influentarii

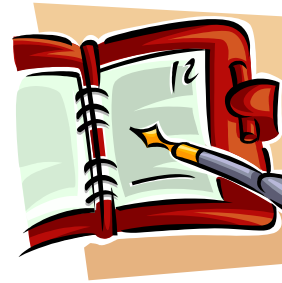
1. **Dam inapoi ceea ce primim** (legea reciprocitatii)
 2. **Oamenii cumpara cu placere, dupa ce deja poseda ceea ce vor sa cumpere** (legea cresterii valorii prin posesie)
 3. **Fiecare vrea sa aibe dreptate** ('ceea ce scoatem pe gura, e fara doar si poate adevarat, ceea ce spun altii, e de verificat') – legea consecventei
 4. **Ne plac cei similari noua** (legea similaritatii, a simpatiei)
 5. **Daca o spune un expert, are dreptate** (legea autoritatii)
 6. **Dorim sa detinem ceva ce e greu de gasit** (legea putinatatii)
 7. **Daca mai multi fac un 'ceva', trebuie sa fie corect** (legea consensului)
- (Cea mai importanta persoana sunt eu (legea ego-ului))
- (Daca auzim ceva din mai multe surse, tindem sa credem) (legea repetarii)

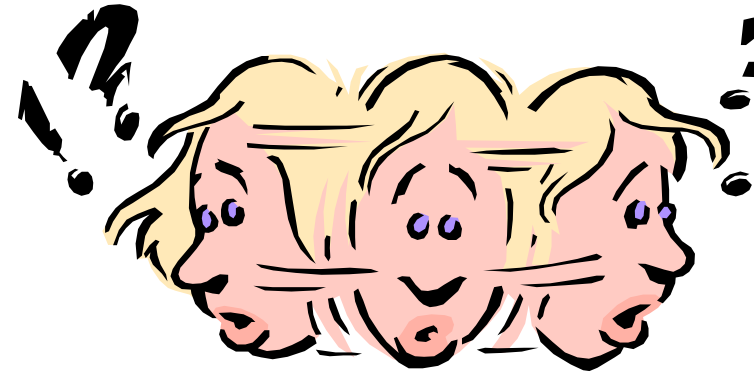


Cu ce instrumente
lucram in vanzare?

Instrumente de vanzare

1. Catalogul de prezentare
2. Lista de preturi
3. Pix / calculator
4. Formularul de stocuri si comanda
5. Mostrele
6. Vorbitul despre produs





Ce s-a schimbat in vanzari?

... Spuneti voi

Ce s-a schimbat in vanzari, in general

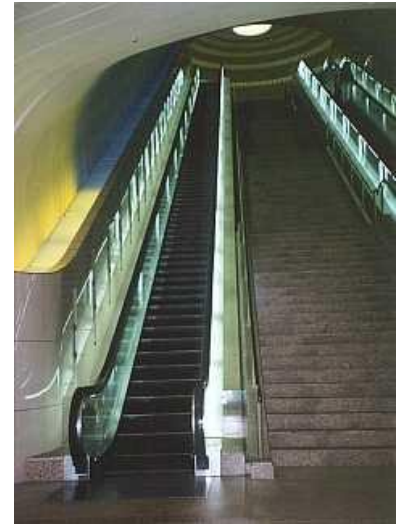
- Tehnicile de presiune functioneaza tot mai putin
 - Oamenii nu mai au rabdare;
 - Cumparatorii sunt din ce in ce mai iscusiti
 - Nu accepta sa piarda ('win – lose')
- Vanzarea se castiga inainte de vizita, prin pregatire si pozitivare mentala;
- Generarea de incredere determina vanzarea;
- Parteneriatul determina succesul.





**Vanzatorul agresiv, vorbaret si inchizator –
manipulator e istorie!**

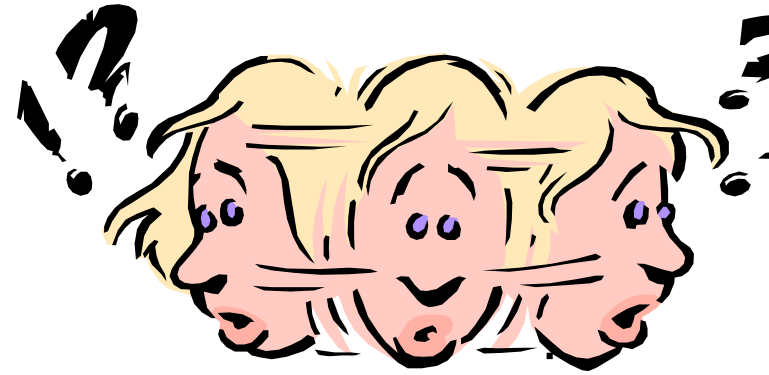
Ce e diferit in vanzari actuale

- Piata se consolideaza rapid
- Au intrat jucatori mari, multinationale, cu capacitati de cumparare de cota de piata
- Pretul conteaza, insa din ce in ce mai putin: clientii doresc produse de calitate, la un pret convenabil, nu produse la un pret scazut
- Gama de produse cerute e tot mai complexa
- Clientii apeleaza la o multitudine de furnizori
- Relatia personala e cruciala in deschiderea si pastrarea unui client



Ce s-a schimbat in vanzari

Traditional		Modern
10 vizite pe zi		Disponibilitate totala la cerere
Timp scurt pentru planificare		Timp indelungat pentru planificare
Prezentare general valabila		Prezentare personalizata
10 minute cu cumparatorul – daca ai noroc		Probabil 1 ora (timp de buna calitate)
Agenda limitata		Agenda complexa
Problema zilei		Problemele de azi, dar si de maine
Parteneriat limitat – relatie “rece”		Relatie bazata pe obiective comune
Succesul (sau esecul) au impact minim		Succesul este vital (‘altfel nu mai lucram’)
Este important sa cunosti nevoile clientului		Este crucial sa intelegi nevoile clientului
Prezentare de beneficii generale, pe termen scurt		Prezentare de beneficii majore, pe termen lung



Care sunt 'pasii vizitei' -
procedura unei vanzari?

Discutie libera/ exercitiu: 5 minute

Procedura de vizitare (Pasii vizitei)

1. Pregatirea vizitei / setarea obiectivelor
2. Verificarea situatiei
3. Refacerea obiectivelor (pregatirea prezentarii)
4. Prezentarea
5. Inchiderea
6. Operatii (bani)
7. Discutii tehnice / ajutatoare
8. Rapoarte
9. Analiza vizitei



Cei cinci pași ai unei secvențe de vânzări

1. **P**regătirea

“Sa nu planifici, este echivalent cu planificarea eșecului”

2. **A**naliza - **Deschiderea discuției**

- Creează o atmosferă care să se potrivească cel mai bine ocaziei
- Pornește cu un nivel emoțional pozitiv și echilibrat
 - **Investigarea cererii**
- Investighează sistematic nevoile clientului tău
- Recunoaște semnalele de cumpărare prin ascultarea activă
- Ia în considerare faptul că pot apărea probleme
- Creează o nevoie / Modifică o nevoie
- Lasă-ți clientul să-și formuleze nevoile
- Ocupă-te de obiecții

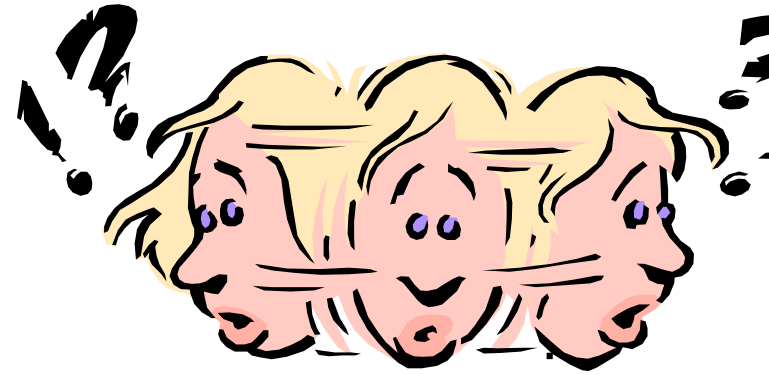
3. **P**ropunerea - **Prezentarea ofertei**

- Prezintă oferta în concordanță cu beneficiile
- Ilustrează-i clientului tău valoarea adăugată (Analiza FAB)

4. **I**nchiderea - **Terminarea discuției**

- Obține angajamentul clientului
- Reasigură clientul
- Găsește o soluție “win-win”

5. **N**egocierea + Alte activități după vânzare (after sales)



Care e sarcina echipei de vanzari?



Sarcina echipei de vanzari:

Firma ta sa fie #1 intre toti jucatorii din piata!

De ce sa avem un curs?

Order takers < Order getters

**Primitori de comenzi <
Generatori de comenzi**





Ce inseamna
'METODA P.A.P.I.N.'

Metoda veche



NEGOCIERE

INCHIDERE

PROPUNERE

ANALIZA

PREGATIRE

Abordare noua

P.A.P.I.N.

NEGOCIERE

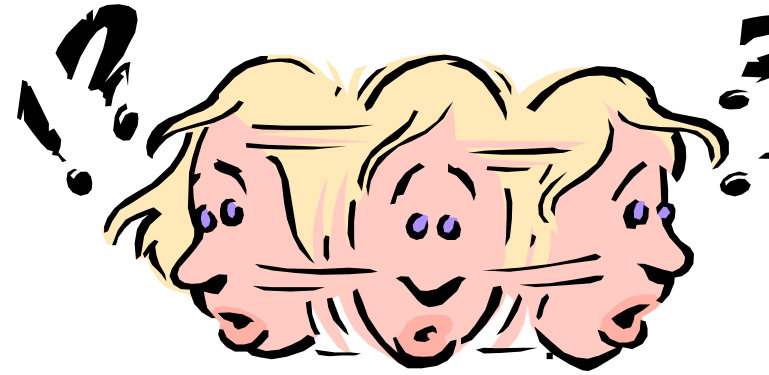
INCHIDERE

PROPUNERE

ANALIZA

PREGATIRE





Care sunt responsabilitatile
lucratorului in vanzari?

... Spuneti voi

Responsabilitățile vânzătorului

- Vânzarea
- Relațiile cu clienții
- Raportarea
- Informațiile concurențiale
- Învățarea continuă
- ...

