

PROJEKTOWANIE I PROWADZENIE TRENINGU ROZWOJU KOMPETENCJI SPRZEDAŻOWYCH

ZESTAW I: POSŁUGIWANIE SIĘ WIEDZĄ NA TEMAT SPRZEDAŻY

1. Charakteryzuje proces sprzedaży:

- opisuje metody pozyskiwania klientów: rekomendacje, social media, obecność na targach, konferencjach, cold calling, cold mailing, budowanie relacji biznesowych, reklama;
- charakteryzuje etapy procesu sprzedaży spośród: etapu przygotowania, nawiązania kontaktu z klientem, badania potrzeb, prezentacji produktu, pokonywania obiekcji, finalizowania sprzedaży, obsługi posprzedażowej;
- opisuje różnice w procesie sprzedaży w zależności od kanału sprzedaży.

2. Identyfikuje rolę sprzedawcy w procesie sprzedaży:

- opisuje pożądane cechy i umiejętności sprzedawców;
- opisuje błędy popełniane przez sprzedawców w procesie sprzedaży;
- charakteryzuje elementy przygotowania pracy własnej sprzedawcy (operacjonalizacja celu, ustalenie efektów częściowych, kalkulacje pracy własnej i ustalenie własnego planu sprzedaży).

3. Identyfikuje typy i rodzaje klienta:

- charakteryzuje typy klienta wg typologii DISC;
- opisuje rodzaje klienta: instytucjonalny, biznesowy, indywidualny;
- przedstawia potrzeby klienta w procesie sprzedaży (potrzeby formalne, proceduralne i psychologiczno-emocjonalne).

4. Omawia metody i techniki oddziaływania na klienta:

- charakteryzuje typy trudnego klienta (typy: krzyżący, wzbudzający litość, wzbudzający wyższość, atakujący, szantażujący);
- opisuje sposoby radzenia sobie z trudnym klientem;
- omawia reguły wywierania wpływu społecznego (wg. R. Cialdiniego);
- wskazuje różnice między technikami wywierania wpływu a manipulacją;
- opisuje sposoby radzenia sobie z manipulacją ze strony klientów;
- omawia zasady asertywnych postaw wobec klientów;
- dobiera metody zarządzania emocjami własnymi do przykładowej sytuacji z trudnym klientem.

5. Omawia rodzaje i kanały sprzedaży:

- charakteryzuje rodzaje sprzedaży: pośrednia, bezpośrednia, tradycyjna, nowoczesna, osobista, e-commerce, sprzedaż detaliczna, sprzedaż hurtowa, sprzedaż internetowa, sprzedaż kontraktowa;

- przedstawia i omawia kanały sprzedaży: przedstawiciele handlowi, pośrednicy handlowi, punkty sprzedaży bezpośredniej, kanał telefoniczny (CC), kanał internetowy, aplikacje mobilne, pokazy, targi, eventy, akwizycja;

6. Przedstawia techniki sprzedaży:

- charakteryzuje klasyczne techniki sprzedaży (perswazja, argumentacja handlowa, licytacja, wykorzystanie czasu, manipulacja) i przykładowe techniki nowoczesne;
- dobiera techniki sprzedaży do etapu sprzedaży;
- dobiera techniki sprzedaży do kanału sprzedaży;
- opisuje techniki badania potrzeb w rozmowie z klientem;
- omawia techniki prezentacji produktu w rozmowie z klientem;
- opisuje techniki radzenia sobie z obiekcjami i zastrzeżeniami klientów;
- omawia techniki zamykania i finalizowania sprzedaży.

7. Przedstawia znaczenie komunikacji w sprzedaży:

- wyjaśnia znaczenie komunikacji werbalnej i niewerbalnej w procesie sprzedaży;
- wskazuje metody treningowe zwiększające umiejętności uczestników w zakresie komunikacji w procesie sprzedaży i charakteryzuje je;
- charakteryzuje rodzaje barier występujących podczas procesu komunikacji w sytuacji sprzedażowej;
- opisuje uwarunkowania procesu komunikacji w zależności od kanału komunikacji;
- omawia sposoby zadawania pytań klientowi w celu poznania jego potrzeb;
- omawia znaczenie stosowania języka korzyści w sprzedaży.

8. Przedstawia znaczenie produktu dla procesu sprzedaży:

- omawia rolę produktu w procesie definiowania strategii sprzedaży;
- wskazuje zakres informacji, które sprzedawca powinien przedstawiać klientowi o produkcie (cechy produktu/usługi, cena, gwarancja, korzyści dla klienta, warunki zakupu, specyficzne informacje zależnie od tego, co jest przedmiotem sprzedaży);
- opisuje znaczenie oferowanego produktu dla doboru odpowiednich kanałów jego dystrybucji oraz form prezentacji.

ZESTAW 2: POSŁUGIWANIE SIĘ WIEDZĄ NA TEMAT ROZWOJU KOMPETENCJI SPRZEDAŻOWYCH

1. Charakteryzuje formy rozwoju kompetencji sprzedażowych:

- w podanych przykładach identyfikuje formy rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job oraz on the job;
- wskazuje atuty i ograniczenia form rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job i on the job;

- wskazuje zasady doboru form pracy związanych z rozwojem kompetencji sprzedażowych do planowanych do osiągnięcia celów rozwojowych;

- opisuje sposoby rozwoju warsztatu trenera w zakresie treningów off the job i on the job.

2. Posługuje się wiedzą na temat treningu off the job:

- wskazuje istotę treningu kompetencji sprzedażowych typu off the job;

- opisuje zasady prowadzenia treningu off the job;

- charakteryzuje min. 3 formy rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job (np. szkolenie, warsztat, trening, coaching grupowy);

- omawia zadania i pożądane umiejętności trenera programu rozwoju kompetencji sprzedażowych w treningu off the job;

- charakteryzuje rolę uczestnika w treningu off the job;

- definiuje zasady udzielania informacji zwrotnej w treningu off the job.

3. Posługuje się wiedzą na temat treningu on the job:

- wskazuje istotę treningu kompetencji sprzedażowych typu on the job;

- opisuje zasady prowadzenia treningu on the job;

- omawia zadania i pożądane umiejętności trenera programu rozwoju kompetencji sprzedażowych w treningu on the job;

- charakteryzuje rolę uczestnika w treningu on the job;

- definiuje zasady udzielania informacji zwrotnej w treningu on the job;

- charakteryzuje narzędzia niezbędne do przeprowadzenia treningu on the job.

ZESTAW 3: DIAGNOZOWANIE I OCENA POTRZEB W OBSZARZE ROZWOJU KOMPETENCJI SPRZEDAŻOWYCH ORAZ FORMUŁOWANIE CELU ZWIĄZANEGO Z ROZWOJEM KOMPETENCJI SPRZEDAŻOWYCH

1. Diagnozuje potrzeby organizacji związane z rozwojem kompetencji sprzedażowych:

- charakteryzuje źródła informacji możliwe do wykorzystania w ustalaniu potrzeb organizacji w obszarze rozwoju kompetencji sprzedażowych spośród: opis stanowisk pracy, struktura organizacyjna, system motywacyjny, wyniki ankiet, wyniki pre-testów, wyniki wywiadów z kadrą menedżerską, wyniki konsultacji, wyniki badań w grupie focusowej, wyniki oceny kompetencji sprzedażowych pracowników;

- formułuje pytania do organizacji na temat jej potrzeb związanych z rozwojem kompetencji w obszarze sprzedaży;

- w przykładowej wypowiedzi identyfikuje kluczowe sformułowania dotyczące potrzeb organizacji, związanych z rozwojem kompetencji w obszarze sprzedaży;

- na podstawie przykładowych danych o organizacji formułuje wnioski z diagnozy potrzeb związanych z rozwojem kompetencji sprzedażowych.

2. Diagnozuje potrzeby uczestnika treningu związane z rozwojem kompetencji sprzedażowych:

- wskazuje zakres danych o uczestnikach, istotnych dla ustalenia celu programu rozwoju kompetencji sprzedażowych (liczba odbytych szkoleń w obszarze sprzedaży, doświadczenie w sprzedaży, wyniki sprzedażowe, największe sukcesy i porażki sprzedażowe, postawy i kompetencje personalne w zakresie sprzedaży);
- wskazuje metody pozyskiwania informacji o potencjalnych uczestnikach programu rozwoju kompetencji sprzedażowych, niezbędnych do ustalenia celu programu rozwojowego;
- na podstawie danych o uczestnikach programu rozwoju kompetencji sprzedażowych określa zakres diagnozy ich osobistych kompetencji sprzedażowych;
- dobiera metodę oceny kompetencji sprzedażowych do celu programu rozwoju kompetencji sprzedażowych;
- identyfikuje słabe i mocne strony zachowań sprzedażowych sprzedawcy w oparciu o obserwację nagranej sytuacji sprzedażowej;
- na podstawie przykładowych wyników testów behawioralnych np. Testu Inteligencji Sprzedażowej wyciąga wnioski na temat poziomu kompetencji sprzedażowych sprzedawcy;
- formułuje indywidualne obszary kompetencji uczestnika wymagające doskonalenia w ramach programu rozwoju kompetencji sprzedażowych.

3. Formułuje i uzasadnia cel organizacji oraz indywidualne cele uczestników treningu związane z rozwojem kompetencji sprzedażowych:

- na podstawie zidentyfikowanych potrzeb organizacji formułuje propozycję celu organizacji związanego z programem rozwoju kompetencji sprzedażowych;
- uzasadnia propozycję celu programu rozwoju kompetencji sprzedażowych na podstawie zidentyfikowanych potrzeb organizacji;
- formułuje i uzasadnia propozycję indywidualnego celu rozwoju kompetencji sprzedażowych uczestnika na podstawie przeprowadzonej indywidualnej diagnozy;
- formułuje planowane do osiągnięcia w programie rozwoju kompetencji sprzedażowych efekty uczenia się związane z indywidualnym celem uczestnika;
- formułuje przykładowe kryteria weryfikacji osiągnięcia celu programu rozwoju kompetencji sprzedażowych;
- do celu programu dobiera formy rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job (np. szkolenie, warsztat, trening) lub on the job oraz uzasadnia ich użycie w odniesieniu do założonych celów rozwoju kompetencji sprzedażowych).

ZESTAW 4: PROJEKTOWANIE I PROWADZENIE PROGRAMÓW ROZWOJU KOMPETENCJI SPRZEDAŻOWYCH TYPU OFF THE JOB

1. Planuje metody treningowe dla wybranej formy szkoleniowej typu off the job:

- dobiera przykładowe metody treningowe do modułu tematycznego i planowanej do osiągnięcia umiejętności uczestnika oraz opisuje sposób ich wykorzystania w treningu;

- dobiera metodę treningową do zadania – pozyskiwanie danych o kliencie i poszukiwanie nowych klientów;
- dobiera metodę treningową do zadania – autoprezentacja i komunikacja w procesie sprzedaży;
- dobiera metodę treningową do etapów procesu sprzedaży;
- dobiera metody i sposoby wyprowadzania uczestników treningu z fazy konfliktu;
- dobiera metody treningowe do zadania – autoanaliza umiejętności i zachowań uczestników związanych z kompetencjami sprzedażowymi;
- dobiera metody treningu kompetencji sprzedażowych do faz rozwoju grupy treningowej;
- szacuje czas niezbędny do realizacji przykładowej metody treningowej dla określonej liczby uczestników;
- dobiera środki i narzędzia dydaktyczne do wskazanej metody treningu kompetencji sprzedażowych.

2. Posługuje się wiedzą na temat metod treningowych stosowanych w ramach programów rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job:

- charakteryzuje metody treningowe związane z prowadzeniem treningu kompetencji sprzedażowych typu off the job (gra sprzedażowa, inscenizacja, symulacja, case study, odgrywanie ról, dyskusja w grupie);
- opisuje zasady doboru metod treningowych do celów treningowych;
- wskazuje metody treningowe zwiększające energię grupy w trakcie treningu kompetencji sprzedażowych;
- wskazuje metody treningowe zwiększające motywację do uczestnictwa w treningu kompetencji sprzedażowych;
- wskazuje metody treningowe sprzyjające autoanalizie umiejętności i zachowań uczestników związanych ze sprzedażą na etapie wprowadzenia do treningu kompetencji sprzedażowych.

3. Projektuje treningowe zadanie sprzedażowe:

- tworzy scenariusz-opis zadania sprzedażowego;
- do scenariusza zadania sprzedażowego tworzy instrukcje dla uczestników;
- określa techniki rozwoju kompetencji sprzedażowych zastosowane w ramach zadania sprzedażowego;
- opisuje zakładane rezultaty zadania sprzedażowego;
- sporządza arkusz obserwacji procesu sprzedaży i zachowań uczestników w planowanym zadaniu sprzedażowym;
- sporządza arkusz autoanalizy dla uczestnika planowanego zadania sprzedażowego.

4. Prowadzi treningowe zadanie sprzedażowe w ramach treningu off the job:

- opisuje przykładowe zadanie sprzedażowe i wyjaśnia uczestnikom instrukcje do niego na podstawie przygotowanego przez siebie zadania sprzedażowego;
- zadaje uczestnikom pytania dotyczące zadania sprzedażowego, aby sprawdzić, czy zostało ono przez nich dobrze zrozumiane;

- udziela odpowiedzi na ewentualne pytania uczestników dotyczące zadania sprzedażowego;
- informuje uczestników o czasie pozostającym do ukończenia zadania;
- weryfikuje kompletność przygotowanych przez uczestników założeń w zakresie zaplanowanych strategii i technik sprzedażowych;
- dokonuje obserwacji zachowań sprzedażowych uczestników w trakcie wykonywania zadania sprzedażowego i opisuje je w arkuszu obserwacji;
- udziela informacji uczestnikom zadania na temat technik sprzedaży zaobserwowanych w zachowaniu uczestników podczas wykonywania zadania sprzedażowego i wskazuje im inne, które mogłyby być zastosowane;
- opisuje relacje i procesy grupowe zachodzące między uczestnikami w trakcie wykonywania zadania sprzedażowego;
- w przypadku wystąpienia konfliktu lub impasu przy realizacji przez uczestników zadania sprzedażowego, formułuje komunikat zawierający wskazówki dotyczące wychodzenia z tej sytuacji;
- stosuje zwroty zachęcające do autoanalizy umiejętności i zachowań uczestników związanych z procesem sprzedaży.

5. Przygotowuje konspekt dla wybranej formy szkoleniowej typu off the job:

- wymienia elementy konspektu dla wybranej formy rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job;
- w konspekcie opisuje etapy, zadania sprzedażowe oraz metody i techniki treningowe;
- w konspekcie określa czas realizacji poszczególnych zadań i metod treningowych;
- w konspekcie określa narzędzia i środki dydaktyczne niezbędne do realizacji zaplanowanych zadań oraz metod i technik treningowych;
- w konspekcie opisuje przykładowe wypowiedzi trenera.

6. Przygotowuje program grupowej formy szkoleniowej typu off the job związanej z rozwojem kompetencji sprzedażowych:

- formułuje cel główny i zakres merytoryczny wskazanej formy szkoleniowej typu off the job (szkolenia/warsztatu/treningu/coachingu grupowego) związanej z rozwojem kompetencji sprzedażowych;
- formułuje bloki/moduły tematyczne wskazanej formy szkoleniowej typu off the job (szkolenia/warsztatu/treningu/coachingu grupowego) związanej z rozwojem kompetencji sprzedażowych;
- formułuje cele szczegółowe wskazanej formy szkoleniowej typu off the job (szkolenia/warsztatu/treningu/coachingu grupowego) związanej z rozwojem kompetencji sprzedażowych;
- podaje zagadnienia wchodzące w skład poszczególnych bloków/modułów tematycznych wskazanej formy szkoleniowej typu off the job (szkolenia/warsztatu/treningu/coachingu grupowego) związanej z rozwojem kompetencji sprzedażowych;

- wskazuje efekty uczenia się planowane do osiągnięcia w ramach zaplanowanych bloków/modułów tematycznych.

7. Rozpoczyna trening kompetencji sprzedażowych i identyfikuje nastawienie uczestnika do treningu off the job:

- określa zakres informacji niezbędnych przy powitaniu uczestników treningu kompetencji sprzedażowych;
- opisuje minimum 2 sposoby angażowania uczestników treningu kompetencji sprzedażowych do dzielenia się doświadczeniem w zakresie sprzedaży;
- wskazuje, jakie informacje o indywidualnych celach uczestników związanych z treningiem kompetencji sprzedażowych może uzyskać dzięki zastosowanej metodzie pozyskiwania informacji;
- formułuje pytania do uczestnika związane z jego osobistymi potrzebami związanymi z treningiem kompetencji sprzedażowych;
- w przykładowej wypowiedzi uczestnika wskazuje informacje o jego osobistych potrzebach i motywacji do udziału w treningu kompetencji sprzedażowych;
- formułuje propozycję kontraktu z uczestnikiem na temat udziału w treningu kompetencji sprzedażowych;
- wskazuje w przykładowej liście celów osobistych uczestników te, które nie mogą być osiągnięte w treningu kompetencji sprzedażowych;
- przeformułowuje nierealne cele uczestników na cele możliwe do osiągnięcia w trakcie treningu kompetencji sprzedażowych.

ZESTAW 5: PROJEKTOWANIE I PROWADZENIE PROGRAMÓW ROZWOJU KOMPETENCJI SPRZEDAŻOWYCH TYPU ON THE JOB

1. Prowadzi trening on the job:

- opisuje zachowanie uczestnika podczas poszczególnych faz sprzedaży w arkuszu obserwacji;
- opisuje zastosowane przez sprzedawcę techniki sprzedaży w arkuszu obserwacji;
- opisuje sposób autoprezentacji i komunikacji stosowany przez sprzedawcę w arkuszu obserwacji;
- identyfikuje zachowania sprzedawcy wzmacniające i ograniczające sprzedaż i odnotowuje je w arkuszu obserwacji pracy;
- udziela informacji zwrotnych na temat zachowań sprzedawcy w procesie sprzedaży;
- udziela instrukcji sprzedawcy w sytuacji sprzedażowej;
- podaje przykłady zachowań wzmacniających proces sprzedaży w odniesieniu do poszczególnych etapów procesu sprzedaży;
- na podstawie arkusza autoanalizy zachowań uczestnika wskazuje obszary rozwoju kompetencji sprzedażowych;
- wskazuje sposoby korygowania zachowań sprzedawcy podczas procesu sprzedaży;

- ustala ze sprzedawcą jego plan pracy własnej w zakresie kompetencji sprzedażowych uzgadniając z nim obszary pracy, ramy czasowe i metody pracy;

- wskazuje elementy raportu z treningu typu on the job;

- formułuje przykład rekomendacji z treningu typu on the job.

2. Przygotowuje program indywidualnego rozwoju kompetencji sprzedażowych uczestnika:

- formułuje cel i zakres indywidualnego programu rozwoju kompetencji sprzedażowych uczestnika w ramach treningu on the job na podstawie przeprowadzonej diagnozy jego kompetencji sprzedażowych;

- przygotowuje przykładowy arkusz obserwacji pracy uczestnika w ramach treningu on the job;

- przygotowuje przykładowy arkusz autoanalizy zachowań dla uczestnika w ramach treningu on the job;

- przygotowuje przykładowy arkusz raportu wskazującego mocne i słabe strony uczestnika w ramach treningu on the job;

- wskazuje efekty uczenia planowane do osiągnięcia w ramach treningu on the job;

- definiuje ramy czasowe treningu on the job niezbędne do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się.

ZESTAW 6: PRZYGOTOWYWANIE I PROWADZENIE EWALUACJI PROGRAMÓW ROZWOJU KOMPETENCJI SPRZEDAŻOWYCH

1. Planuje proces ewaluacji programów rozwoju kompetencji sprzedażowych i przygotowuje narzędzia ewaluacyjne:

- omawia metody i narzędzia oceny efektywności treningu kompetencji sprzedażowych typu off the job i on the job;

- formułuje wskaźniki oceny planowanych celów treningu kompetencji sprzedażowych;

- opracowuje ankietę oceny treningu kompetencji sprzedażowych typu off the job , w tym formułuje minimum 3 pytania oceny satysfakcji uczestnika i minimum 3 pytania oceny kompetencji treningowych trenera;

- przygotowuje kryteria oceny treningu kompetencji sprzedażowych typu on the job.

2. Przeprowadza ewaluację treningu off the job:

- omawia popełnione przez trenera błędy w trakcie treningu off the job;

- opisuje sposoby eliminacji błędów w warsztacie związanym z treningiem off the job;

- dokonuje oceny treningu off the job w oparciu o przykładowy raport z wynikami ewaluacji pod względem jego kompletności;

- formułuje wnioski z przykładowego zestawu danych zebranych w procesie ewaluacji treningu off the job;

- opisuje czynniki, które mogły mieć wpływ na realizację celów treningu off the job;

- omawia działania, które mogą wzmacniać efekty treningu off the job po zakończeniu.

3. Przeprowadza ewaluację treningu on the job:

- dokonuje oceny treningu on the job w oparciu o przykładowy raport treningu on the job, dane zawarte w arkuszu obserwacji pracy uczestnika treningu on the job i arkuszu autoanalizy zachowań dla uczestnika treningu on the job w zakresie realizacji założonych celów związanych z treningiem kompetencji sprzedażowych;
- formułuje wnioski z przykładowego zestawu danych zebranych w raporcie treningu on the job, arkuszu obserwacji pracy uczestnika treningu on the job i arkuszu autoanalizy zachowań dla uczestnika treningu on the job pod kątem przyjętych kryteriów oceny treningu on the job;
- opisuje czynniki, które mogły mieć wpływ na realizację celów treningu on the job;
- omawia działania, które mogą wzmacniać efekty treningu on the job po jego zakończeniu.