

Эффективные продажи образовательных и психологических услуг

Вид образования: дополнительное профессиональное образование (повышение квалификации).

Цель: совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Категория слушателей: специалисты со средним и высшим профессиональным образованием (педагогическое психологическое, социально-педагогическое).

Форма обучения: очная.

В результате обучения участники усовершенствуют или получают следующие профессиональные и личностные компетенции:

- сформируют комплексное представление об отличительных особенностях системы продаж образовательных и психологических услуг;
- освоят практические инструменты продажи услуг (от разработки стратегии продаж до презентации услуги);
- смогут оценить эффективность системы продаж в своей организации, определить ее сильные и слабые стороны, разработать план улучшения системы продаж.

Учебно-тематический план:

Наименование дисциплины	Всего (акад.ч)	В том числе		Форма контроля
		лекции (акад.ч.)	практика (акад.ч.)	
Эффективные продажи образовательных и психологических услуг	24	8	16	Супервизия

Календарный учебный график:

объем ОП (кол-во ак.ч.)	период ОД (кол-во учебных дней)	даты начала и окончания ОД	время начала и окончания ОД (чч.мм)	ЕОН (кол-во ак.ч.)	ЕНОН (кол-во ак.ч.)	кол-во выходных дней	срок и форма ИОМ
24	3	дд.мм.гг начала программы – дд.мм.гг окончания программы	1 день 11:00 – 12:30 12:40 – 14:10 обед 14:10 – 14:50 14:50 – 16:20 16:30 – 18:00 Все остальные дни 10:00 – 11:30 11:40 – 13:10 обед 13:10 – 13:50 13:50 – 15:20 15:30 – 17:00	8	24	0	дд.мм.гг, супервизия

ОД – образовательная деятельность
ЕОН – ежедневная образовательная нагрузка
ЕНОН – еженедельная образовательная нагрузка
ИОМ – итоговое оценочное мероприятие

Учебная программа:

1. Разработка стратегии продажи услуг:

- Особенности продажи услуг, отличия от продажи товаров.
- Требования отрасли и рынка к системе продаж компании.
- Основные категории потребителей, их интересы и предпочтения.
- Рациональные и эмоциональные потребности клиента.
- Маркетинговые факторы (модели 4Р и 7Р).
- Почему клиент должен выбрать предложение Вашей компании?
- Модели сервиса и требования к системе продаж и обслуживания.
- Стратегии продаж и сервиса. Процедура разработки стратегии.
- Практическое задание. Кейс «Стратегия продаж».

2. Планирование продаж в сфере услуг:

- Модель «воронки продаж». Сбор и анализ информации о потенциальном заказчике.
 - Ключевые фигуры, принимающие решения о покупке в компании заказчика.
 - Этапы планирование продаж, расстановка приоритетов.
 - Организация работы отдела продаж или специалиста по продажам.
 - Баланс рабочего места.
 - Регламентация бизнес-процессов.
- Практическое задание Кейс «Планирование продаж».*

3. Эффективная презентация услуги при личной встрече с клиентом:

- Разработка содержания и структуры презентации услуг.
 - Подготовка и проведение презентации коммерческого предложения.
 - Установление и поддержание контакта с клиентом.
 - Работа с возражениями, аргументация.
 - Презентация уникальных преимуществ компании.
 - Предложения с акцентом на выгоды партнеров по переговорам.
 - Вербальное, невербальное поведение презентатора.
 - Оформление презентационных и рекламных материалов об услугах компании.
 - Check-list проведения встречи.
 - Что можно узнать о компании заказчика по дороге на переговоры.
- Деловая игра «Проведение презентации».*

4. Эффективная презентация по телефону:

- Индивидуальный стиль делового общения по телефону.
 - Речевые модули, интонации, тембр и скорость в различных ситуациях общения с клиентом.
 - Прояснение запроса и классификации потребностей клиента.
 - Профилактика возражений, алгоритм работы с возражениями, типичные возражения.
- Деловая игра «Телефонные переговоры с клиентом».*

5. Эффективная презентация в деловой переписке, участие в тендерах:

- Подготовка и составление делового письма.
- Стиль и оформление деловой корреспонденции.
- Структура коммерческого предложения.

- Подходы к описанию предлагаемых услуг: как выгодно представить информацию.
 - Архивирование, хранение и дальнейшее использование информации.
 - Шаблоны и образцы деловых писем.
 - Особенности участия в конкурсных отборах и тендерах.
 - Определение целесообразности участия компании в тендере.
 - Специфика подготовки тендерного предложения.
 - Анализ результатов участия в тендерах: позитивный и негативный опыт.
- Практическое задание «Письменное коммерческое предложение».*

6. Практика ценообразования в процессе продажи услуг:

- Ведение переговоров о цене.
- Как правильно оценить свои трудозатраты.
- Подготовка и согласование технического задания на консультационный проект.
- Типичные ошибки при подготовке проекта и методы их профилактики.
- Имидж и репутация компании как инструменты продаж.
- Эффективная реклама и PR минимальными средствами.
- Каналы коммуникации с клиентами.

Творческое задание «Преимущества моей компании»

Формы работы: информационные блоки, выполнение практических групповых и индивидуальных заданий, знакомство с успешным опытом российских и зарубежных компаний, обмен опытом с другими участниками.