

КУРС ТРЕНИНГОВ ПРОДУКТЫ BPMSoft

Цель:

Научиться презентовать и продавать каждый продукт через выгоды для клиента, использовать технику СПВ, формировать ценностное предложение для ЛПР, работать с отраслевой спецификой и уверенно отрабатывать возражения.



Для кого

- Менеджеры по продажам
- Технические специалисты
- Руководители проектов
- Сотрудники отдела маркетинга

Как проходит обучение

- С фокусом на практическое применение полученных знаний
- Включает групповые дискуссии, командные и индивидуальные задания
- Дает возможность задать вопросы бизнес – тренеру и пресейлам
- 16 часов (по 4 часа ежедневно)
- Онлайн и офлайн

На курсе вы узнаете:

- Основные возможности и главные преимущества каждого продукта BPMSoft
- Как выстраивать презентацию каждого продукта через выгоду для клиента, используя технику СПВ
- Как формировать ценностное предложение для ЛПР под каждый продукт
- Как аргументированно закрывать возражения, опираясь на ценности клиента и отраслевую специфику
- Как уверенно презентовать продукты для различных отраслей, подкрепляя слова успешными кейсами

Программа курса

Тренинг 1. Конструктор BPMSoft (4 часа)

- Введение в «BPMSoft Конструктор» — киллер-фичи от пресейла

Что такое «BPMSoft Конструктор»?

Возможность задать вопросы пресейлу

- Главные преимущества и ключевые возможности платформы

- Разбор кейсов

Разбор реальных кейсов внедрения

- Работа с возражениями и деловая игра

Модель «5 этапов отработки возражения»

Практикум: деловая игра «Продавец vs Клиент» с проработкой сценариев и применением техники СПВ

Тренинг 3. Управление продажами (4 часа)

- Введение в «Управление продажами» — киллер-фичи от пресейла

Что такое «Управление продажами»?

Возможность задать вопросы пресейлу

- Главные преимущества и ключевые возможности «Управления продажами»

- Практика: продажа через выгоду для клиента

Техника СПВ: как превратить техническую характеристику в понятную клиенту выгоду

- Разбор кейсов

Разбор реальных кейсов внедрения

Практика: упражнение «3 директора»

Определение целевого клиента и его болевых точек

Тренинг 2. Управление маркетингом (4 часа)

-Введение в «Управление маркетингом» — киллер-фичи от пресейла

Что такое «Управление маркетингом»?

Возможность задать вопросы пресейлу

- Главные преимущества и ключевые возможности «Управления маркетингом»

- Практика: упражнение «Перевод функции в ценность: метод 3-х слоёв»

Как выстроить цепочку ценности от конкретной функции продукта к стратегической бизнес-цели клиента

- Разбор кейсов

Разбор реальных кейсов внедрения

Тренинг 4. Управление сервисом (4 часа)

- Введение в «Управление сервисом» — киллер-фичи от пресейла

Что такое «Управление сервисом»?

Возможность задать вопросы пресейлу

- Главные преимущества и ключевые возможности «Управления сервисом»

- Практика: продажа через выгоду для клиента

Техника SABONE: скрытые мотивы и ценности клиента о покупке решения

Какие вопросы нужно задать клиенту, чтобы выявить мотивы

Какие сильные стороны продукта «Управление сервисом» закрывают эти мотивы

-Разбор кейсов