



## NIEZAWODNE I KREATYWNE METODY POZYSKIWANIA KLIENTÓW I ZWIĘKSZANIA WYDAJNOŚCI HANDLOWEJ

16-17 wrzesień 2010 r. w Warszawie, Hotel Prezesa Rady Ministrów Parkowa, ul. Belwederska 46/50

Warsztaty poprowadzi praktyk:

Trener Krzysztof Podstawka



Doświadczony konsultant i trener marketingowy, współpracownik agencji badawczych i promocyjnych, wykładowca Katedry Marketingu Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

Specjalizuje się w następujących sferach marketingu: badania i analizy marketingowe, strategie marketingowe, plany marketingowe, zarządzanie komórkami handlowomarketingowymi, techniki osobistej sprzedaży i obsługi klientów, telemarketing, metody promocyjno-reklamowe, klienting, merchandising. Szkoli największe firmy w Polsce, Ponad kilka tysięcy szkoleń przeprowadzonych !

**Arbiter Polish National Sales Award 2009/2010**

**Pakiet GRATIS !!!** – Podręcznik autorstwa Krzysztofa Podstawki pt: „Aktywna sprzedaż osobista i bezpośrednia oraz Marketing nie stoi w miejscu” – P.Kotlera

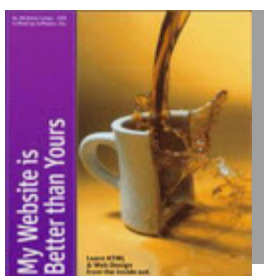


### Potencjalni uczestnicy

- Zajęcia te będą użyteczne dla wszystkich specjalistów próbujących wyszukiwać i pozyskiwać nowych klientów, czyli dla: handlowców, „inżynierów sprzedaży”, doradców klienta, prezenterów i „preseller’ów”, merchandiser’ów, specjalistów obsługi, serwisantów oraz dyrektorów i kierowników sprzedaży i obsługi klientów, Pionów marketingowych
- Skorzystają również ci, którzy na innych płaszczyznach niż kontakt z klientem chcą wzmocnić sugestywność i skuteczność swojego wpływu na innych ludzi

### Cel szkolenia oraz korzyści wynikające z udziału w szkoleniu:

- W trakcie warsztatu zostaną zaprezentowane i przećwiczone metody i techniki pozyskania klientów, które ze względu na ich bardzo „techniczny” i konkretny charakter pozwolą każdemu być lepszym handlowcem i specjalistą obsługi klienta.
- Wykorzystanie mediów elektronicznych (Internet, telefon) do typowania i nawiązywania kontaktu z potencjalnymi klientami
- Opanowanie technologii prowadzenia dopasowanej do klienta prezentacji i demonstracji oferty/propozycji
- Ugruntowanie technik rozmowy i negocjacji o cenach i warunkach płatności



**Tylko dla uczestników warsztatu CD min.**

My Website is better than Yours (pdf) wart 19 USD



**Opracowanie przez trenera indywidualnego planu doskonalenia prowadzenia rozmów handlowych oraz zwiększenie efektywności wykorzystania nowoczesnych środków sprzedaży. Jeden nowo zdobyty klient/kontrahent może oznaczać stały dochód przez długie lata .**

Dodatkowym bonusem są elementy audytu towaru/produktu/usługi mającego na celu zwiększenie wydajności i rentowności. Inwestycja długoterminowa zwraca się już po 3 miesiącach !

Uczestnictwo w warsztatach:

**[945] zł + VAT od osoby**

**[875] zł + VAT od osoby, dla 2 osób z tej samej firmy.**

**[790] zł + VAT od osoby, dla 3 lub więcej osób z tej samej firmy.**

**(cena obejmuje koszty materiałów dydaktycznych, lunch, przerwy kawowe)**

Informacji udzielamy pod numerami telefonów ,



022 644 18 35; tel. kom. 0 662 07 16 46



fax. 022 855 07 41



[FORMULARZ ONLINE](#)

9.30 pocz6tek (16.09.2010)

## SK6D NAJLEPIEJ DOWIADYWAĆ SIĘ O ISTNIENIU POTENCJALNYCH KLIENT6W ?

### MARKETING INTERNETOWY W POZYSKIWIANIU KLIENT6W



Wykorzystanie Internetu i baz danych (popularne serwisy B2B; B2C)

Efektywny EMAIL marketing skuteczna kampania mailowa



Skuteczny Newsletter – Konstrukcja przyk6adowych newsletter6w



Jak osi6gn6c najlepsz6 pozycj6 w wyszukiwarce GOOGLE ( SEO)

**Ca6a prawda o SEO i SEM.** ( pozycjonowanie naturalne vs pozycjonowanie p6atne )

Techniki i kampanie GOOGLE AdWords



**Struktura skutecznej strony docelowej – landing page i signup page**

Rodzaje internetowych stron docelowych ( *landing page types* )

Sitemap.xml – Dlaczego i jak trzeba zak6adać mapy witryn stron firmowych



Budowa i zak6adanie formularza zam6wieniaowego i zg6szeniowego (*web forms*)



Ecommerce w Internecie  
Charakterystyka programu afiliowanego (*partnerskiego*) i tworzenie strategii linkowej



### Przyk6adowa kampania emarketingowej sprzedaży 30 slajd6w



**ZASADY OFERTOWANIA HANDLOWEGO i COPYWRITINGU**

**MIEJSCA SPOTKAŃ POTENCJALNYCH KLIENT6W** targi i wystawy – czy to jest skuteczne i czy to si6 op6aca ?

**JAK ZROBIĆ WSTĘPNE „PODEJŚCIE” POD POTENCJALNEGO KLIENTA?**

**NARZĘDZIA SKUTECZNEGO KOMUNIKOWANIA (R6WNIEŻ – POZASŁOWNEGO)**

13.00-13.40 lunch ( kaźdego dnia)



**TECHNIKI TELEMARKETINGU – ABC UŻYWANIA TELEFONU ORAZ SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA PRZEZ TELEFON**

Rozmowa przychodz6ca

Rozmowa wychodz6ca

W66ciwe pytanie o termin spotkania:

Skuteczne zamykanie rozmowy z uzyskaniem terminu spotkania



**FAZY I METODY SPOTKANIA „TWARZ6 W TWARZ” UMIEJĘTNO6CI WYZNACZANIA CEL6W WIZYTY HANDLOWEJ**

Standardy wizyty handlowej

Skuteczna inauguracja spotkania

Jakie jest praktyczne znaczenie pierwszych „3x20”?

**JAK PROWADZIĆ ROZPOZNANIE NABYWC6W I ICH PREFERENCJI?**

**CZEGO WYMAGA DOBRY DOB6R OFERTY DLA KLIENTA?** Jak przebiega prezentacja z użyciem technologii „pasm argumentacyjnych



**Ćwiczenie: Przygotowanie dopasowanych pasm argumentacyjnych**

**Regu6y omawiania cen** co jest najwaźniejsze w negocjacjach biznesowych i negocjacjach cenowych? *magnetyczne zwroty oraz skuteczna taktyka i techniki argumentacji cenowej*

**Ofensywa obrazowej demonstracji zalet naszej oferty.**

Zasady komunikacji i prezentacji grupowych

Jak m66w żebym nas s6uchali ?

Dlaczego trzeba aktywnie draźnić obiekcje klienta?



**Ćwiczenie praktyczne: Prezentacja grupowa**

Jak przewycięzać op6r klienta przed zakupem? **postępowanie z klientem, którego jedynym argumentem jest cena**

W66ciwe formu6owanie korzy6ci dla potrzeb waźnych w sprzedaży

**Jak zachęcić do kupna ?** *Techniki pomagania klientowi w decyzji zakupu:*

*produkt/wydajno6c/amortyzacja/warunki*

*cenowe/opnie klient6w/ inne motywy i korzy6ci*



**Ćwiczenie: Postępowanie z klientem , którego jedynym argumentem jest cena**



**SPIK:** Specjalna technika na trudnych klient6w

Jeśli zawarcie umowy si6 nie uda – czy i jak wznowiać ponowny kontakt ?



(17.09.2010 )

17.15 rozdanie dyplom6w



## Sylwetka trenera – Krzysztof Podstawka

Konsultant i trener marketingowy od 1981r. oraz wykładowca w Katedrze Marketingu Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Współpracuje ze znaczącymi szkołami zarządzania i marketingu, agencjami reklamowymi i badan<sup>o</sup>w rynku, organizacjami biznesowymi (np. Business Centre Club).

### Arbiter Polish National Sales Award 2009/2010



#### PRZYKŁADOWE SZKOLENIA ZAMKNIĘTE

Najwi<sup>e</sup>ksze szkolenia wewn<sup>e</sup>trzne: ABB, AmplicoLife, Bayer Polska, BGŻ S.A., CocaCola, Dar Natury, Edusoft, Hobas Systems Hortex, IBM Polska, Kruger Polska, Libella, NFI 3, NFI Hetman, Okocim S.A., PKO BP, Pekao S.A., PGNiG S.A., Philips Morris Polska, PKN Orlen, PTE Orzeł, PKP, PZU S.A., Renault Polska, Ruch S.A, Servisco, Solco Basel, Stomil Belchat<sup>o</sup>w S.A., Stalexport Opole, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne S.A., TUIR WARTA S.A., Vattenfall, Zwoltex S.A.

Cykl szkoleń w Business Centre Club

Stała współpraca z EDUCATION – FIRST od 2005 roku



#### GL<sup>O</sup>WNE PUBLIKACJE

- Marketing, Polska Fundacja Promocji Kadr, Warszawa 1991
  - Marketing w przedsiębiorstwie, TNOiK, Toruń 1991;
  - Marketing, Międzynarodowa Szkoła Menedżerów, Warszawa 1991 i 1994 (2 wydania);
  - Akwizycja i sprzedaż bezpośrednia, Międzynarodowa Szkoła Menedżerów , Warszawa 1993 i 1995 /wydanie II rozszerzone/;
  - Zarządzanie marketingowe, rozdział w pracy zbiorowej: Zarządzanie, Centrum Prywatyzacji, Warszawa 1995 (współautorzy: Karasiewicz G., Trojanowski M.);
  - Marketing. Zasady, strategie, instrumenty i techniki, Międzynarodowa Szkoła Menedżerów, Warszawa 1996 ;
  - Praktyczny marketing. Kluczowe elementy, Promar International, Rzeszów 1997;
  - Techniki sprzedaży osobistej w ubezpieczeniach, Międzynarodowa Szkoła Menedżerów, Warszawa 1997;
  - Metody promocji, sprzedaży i merchandisingu, Philip Morris Poland, Warszawa 2000;
  - Techniki sprzedaży osobistej , Philip Morris Poland, Warszawa 2001
- Marketing Managerski – Warszawa 2008