

## ΣΥΝΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

- Δυο βασικοί λόγοι σωστής ανάπτυξης
- Αποδοτική ανθρώπινη επικοινωνία
- Τι σημαίνει σχεδιασμός και εφαρμογή
- Ο πωλητής γεννιέται ή γίνεται;
- Η έννοια της ολοκληρωμένης πώλησης
- Τα τμήματα πωλήσεων ως ρυθμιστές της εξέλιξης της εταιρείας
- Ο επαγγελματίας πωλητής
- Επιστήμες που ερευνούν την ανθρώπινη συμπεριφορά Ψυχολογία – Κοινωνιολογία
- Ο ρόλος της επιστημονικής πώλησης για τον πωλητή και τον πελάτη
- Κριτήρια επιλογής πωλητών
- Πρόγραμμα οργάνωσης εταιρείας
- Marketing – Πωλήσεις
- Γιατί πρέπει να δίνουμε βαρύτητα στην εξυπηρέτηση
- Οφέλη εξυπηρέτησης
- Η εφαρμογή 10 βασικών αρχών και κανόνων
- Δημιουργία πιστών πελατών, καλή-κακή εξυπηρέτηση
- Ικανοποιημένος - αφοσιωμένος πελάτης
- Παράγοντες που επηρεάζουν την συμπεριφορά του πελάτη
- Πως αποφασίζει κάποιος να αγοράσει
- Τι είναι πώληση
- Τι είναι κρίση
- Πώς να αυξήσετε τις πωλήσεις στην κρίση**
- Διαχείριση ανθρώπινων πόρων στην κρίση

- Γλώσσα του σώματος
- Θετική σκέψη
- Συναισθηματική νοημοσύνη
- Τι είναι εταιρική ταυτότητα
- Τι είναι επικοινωνία και πως ερμηνεύεται

## ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ

- Τεχνική των ερωτήσεων** – το κλειδί της επικοινωνίας
- Τύποι ερωτήσεων
- Δέκα χρυσές ερωτήσεις σε περίοδο κρίσης
- Γιατί δεν θέτουν ερωτήσεις οι πωλητές
- Ανάλυση αναγκών
- Πυραμίδα αναγκών Maslow
- Κίνητρα αγοράς
- Τα μεγαλύτερα σφάλματα των πωλητών
- Πουλώντας τα οφέλη
- Αντιρρήσεις πελάτη
- Κατηγορίες αντιρρήσεων
- Τρόπος χειρισμού των αντιρρήσεων
- Τέσσερες σοβαροί λόγοι που αποτυγχάνουν οι πωλητές να ζητήσουν μια παραγγελία
- Κλείσιμο – Οι σπουδαιότεροι τρόποι κλεισίματος
- Αξιολογήσεις στα τμήματα πωλήσεων
- Τεστ ερωτήσεων για την εφαρμογή ενεργειών κατά την διάρκεια της επικοινωνίας στην πώληση**

**ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ**

50 ώρες

## ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ

## Κωνσταντίνος Διακομανώλης

*Πτυχιούχος Οικονομικού Πανεπιστημίου Πειραιά*

*Μεταπτυχιακό Οργάνωσης Επιχειρήσεων*

Διαθέτει 37 χρόνια εργασιακής και εκπαιδευτικής εμπειρίας στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων και ειδικότερα στα εμπορικά τμήματα. Διετέλεσε διευθυντής πωλήσεων και Marketing σε πολυεθνικές και εισηγμένες επιχειρήσεις. Είναι συγγραφέας των βιβλίων:

- «Πωλήσεις. Μια δύσκολη επιστήμη (1996),
- «Η Επιστήμη των Πωλήσεων» (2008) καθώς επίσης και του τελευταίου υπό έκδοση βιβλίου
- «Ανάπτυξη των επιχειρήσεων στη κρίση» Μάιος 2012

Είναι εξειδικευμένος στην αξιολόγηση των οικονομικών στοιχείων για την βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και ειδικότερα στο σχεδιασμό για την σωστή και υγιή ανάπτυξη.

## ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ

Το πρόγραμμα αυτό απευθύνεται:

- σε επιχειρηματίες, σε μέλη Διοικητικών Συμβουλίων, σε στελέχη επιχειρήσεων που χαράζουν στρατηγικές και πολιτικές για την πορεία της εταιρείας τους.
- σε πεπειραμένους και λιγότερο πεπειραμένους πωλητές.
- σε όλους όσους εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με την διαδικασία των πωλήσεων και έρχονται σε απευθείας επικοινωνία με τους πελάτες προσωπικά ή στο τηλέφωνο.
- σε όλους που θέλουν να βελτιώσουν τις σχέσεις τους με τους συναδέλφους τους.
- σε όλους όσους δραστηριοποιούνται στο χώρο των καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων καθώς και σε υπηρεσίες που εμπλέκονται στο σχεδιασμό και υλοποίηση επιχειρηματικών προγραμμάτων.

## ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

- να ανακαλύψουμε γνώμες, ιδέες, απόψεις και συναισθήματα που εμποδίζουν ή προσθέτουν στην αποτελεσματικότητα.
- να αποκτήσουμε εμπειρία σε θέματα συνεργασίας και επίτευξης συμφωνίας με άλλα άτομα.
- να προχωρήσουμε στον σχεδιασμό και ανάπτυξη ενός Marketing Plan (πλάνο πολιτικής κατάκτησης της αγοράς).
- να κατανοήσουμε τις τεχνικές Marketing (τον σχεδιασμό και την υλοποίηση των στόχων του Marketing plan).
- να αναλύσουμε επίσης στρατηγικές και πιθανότητες επίτευξης στόχων του επιχειρηματικού σχεδιασμού.
- **να μεθοδεύσουμε την προσέγγιση της ομάδας των πωλήσεων και την κατάρτισή της σε αποδεδειγμένα αποτελεσματικές τεχνικές πωλήσεων.**