**Технологии эффективной продажи банковских продуктов (корпоративный канал)**

**Программа**

**Продажа на личной встрече**

1.     Подготовка к встрече

Особенности продажи банковских услуг

Факторы успешной продажи

Что нужно подготовить к встрече?

Этапы продаж

Формирование положительного настроя на процесс продажи

2.     Контакт с Клиентом на личной встрече

Вербальная, невербальная и паравербальная составляющие общения

Создание доброжелательной и доверительной атмосферы переговоров

Как установить хороший контакт? Техника «Малого разговора»

3.     Выявление потребностей клиента

Запрос клиента и его потребности или «что на самом деле покупает клиент?»

Работа с истинными потребностями как существенная составляющая конкурентной борьбы

Формирование запроса клиента на основании его истинных потребностей

Как выяснить истинные потребности клиента?

Вопросы «как?» и вопросы «почему?»

Вопросы о прошлом, настоящем и будущем

Матрица выявления потребностей

Тренинг активного слушания, барьеры восприятия

Парафраз как многофункциональный метод повышения качества взаимодействия с клиентом

4.     Структура корпоративного клиента

5 ролей в структуре корпоративного клиента

Специфика влияния каждой роли на принятие решения о сотрудничестве с Банком

Кому и как предлагать наши услуги?

Интересы различных сотрудников клиента

5.     Представление продукта (услуги)  клиенту

Конкурентные преимущества Банка

Общие закономерности эффективной презентации

Презентация «без фигни»

«Вода» и «Мясо» в презентации

Рейтинг аргументов

Работа с имиджем фактов

Язык пользы для клиента

6.  Работа с возражениями

Природа возражений

Истинные и ложные возражения

Техники выхода на истинное возражение

Алгоритм ответа на возражение клиента

Различные способы ответов на возражения

Фиксация стандартных ответов на возражения

7.  Завершение продажи

Общие закономерности завершения продажи

Сигналы готовности клиента заключить сделку

Способы завершения продажи