

**Частное образовательное учреждение дополнительного образования
«Центр профессиональной подготовки и повышения квалификации
«Триэс-Персонал»**

Адрес: 644024, г. Омск, ул. Декабристов, 45/1
ИНН 5504137797/ КПП 550401001 ОГРН 1095500000430
Омское отделение № 8634/0524 ОАО «Сбербанк России»
Р/с 40703810645000090225 БИК 045209673 К/счет 30101810900000000673

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор ЧОУДО «ЦППК «Триэс-персонал»



Пономарева Е.С.
Приказ № 3-12 от «27» декабря 2021

**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации**

Наименование программы: **«Техники позитивного влияния в продажах и переговорах»**

Разработчик: Пономарева Е.С.
Директор

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ.

1.1. Нормативно-правовые основания разработки программы.

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

1.2. Цель программы:

Качественное изменение профессиональных компетенций в области продаж и ведения переговоров.

РАЗДЕЛ 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ.

2.1. Планируемые результаты освоения программы:

- Слушателям будут переданы практические приемы и техники, необходимые для ведения эффективных переговоров.
- У слушателей программы произойдет повышение профессиональной и личной успешности.
- У слушателей программы произойдет освоение техник позитивного влияния.

2.2. Требуемые результаты обучения.

В рамках данной программы участники должны приобрести следующие компетенции:

- Компетенция в области применения и развития коммуникативных навыков и коммуникабельности.
- Компетенция в области применения и развития лидерских навыков и навыка работы в команде.
- Компетенция в области выработки и развития стрессоустойчивости.
- Компетенция в области применения и развития навыка проведения презентаций.
- Компетенция в области развития инициативности.
- Компетенция в области исправления допущенных ошибок.
- Компетенция в области развития личной конкурентоспособности.
- Компетенция в области поддержания и развития коммуникаций с целевой аудиторией.
- Компетенция в области клиентского продажного и послепродажного сервиса.
- Компетенция в области развития отношений с бизнес-партнерами и предотвращения внутрикорпоративных конфликтов.

РАЗДЕЛ 3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ.

3.1. Категория слушателей: Средне специальное и/или высшее образование. Медицинские ограничения регламентированы Перечнем медицинских противопоказаний Минздрава России.

3.2. Срок обучения: 28 часов.

3.3. Форма обучения: очная.

3.4. Учебно-тематический план:

№	Наименование разделов	Всего часов	В том числе		
			Лекции	Практика	Самостоятельная работа
1	Как клиент принимает решение о покупке?	1	1	0	0
2	Какова роль продавца в принятии решения клиентом о покупке?	1	1	0	0

3	Типичные ошибки продавцов, которые приводят к потере прибыли организациями.	5	3	2	0
4	Поведенческие индикаторы, по которым продавец может определить, в какой из точек принятия решений находится клиент в каждый момент времени.	7	5	2	0
5	Три эффективных технологии работы продавца для трех точек принятия решений клиента о покупке.	5	3	2	0
6	Раппорт с клиентом как важное условие продажи.	3	2	1	0
7	Специфика телефонных продаж по технологии «Волна Больших продаж».	3	2	1	0
8	Специфика жестких переговоров по технологии «Волна Больших Продаж».	3	2	1	0
9	Итого:	28	19	9	0

3.5. Учебная программа:

№	Наименование темы	Краткое содержание темы
1	Как клиент принимает решение о покупке?	<ol style="list-style-type: none"> 1. График принятия решения о покупке. 2. Как меняется решение клиента с течением времени? 3. Что влияет на решение клиента с течением времени? 4. Три важные точки в графике принятия решения: точка сомнений, точка согласия и точка отказа.
2	Какова роль продавца в принятии решения клиентом о покупке?	<ol style="list-style-type: none"> 1. О максимальном влиянии и власти продавца в точке сомнений клиента. 2. О значимом влиянии продавца в точке согласия клиента 3. О существенном влиянии продавца в точке отказа клиента от покупки.
3	Типичные ошибки продавцов, которые приводят к потере прибыли организациями.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Почему продавцы делают ошибки? 2. Типичные ошибки продавцов в каждой из трех точек принятия решения клиентом о покупке. 3. Почему технология «Шесть этапов продаж» не может помочь продавцам быть эффективными, каковы ее недостатки? 4. Как посчитать недополученную прибыль, если ваши продавцы работают по «Шести этапам продаж»?
4	Поведенческие индикаторы,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особые слова клиента в каждой из трех точек принятия

	по которым продавец может определить, в какой из точек принятия решений находится клиент в каждый момент времени.	<p>решение о покупке.</p> <p>2. Специфика интонации клиента в каждой из трех точек принятия решения о покупке.</p> <p>3. Невербальное поведение клиента в каждой из трех точек принятия решений о покупке.</p>
5	Три эффективных технологии работы продавца для трех точек принятия решений клиента о покупке.	<p>1. Технология работы с сомнениями клиента:</p> <p>2. скрой весь список сомнений клиента.</p> <p>3. Выясни значимые для покупки ценности клиента.</p> <p>4. Аргументируй свое предложение с использованием ценностных слов клиент.</p> <p>5. Задай альтернативный вопрос и поддержи диалог с клиентом.</p> <p>6. Технология фиксации согласия клиента и переход к процедурам сделки.</p> <p>7. Технология яркого образа в точке отказа клиента.</p>
6	Раппорт с клиентом как важное условие продажи.	<p>1. Три приема быстрого раппорта с каждым клиентом.</p> <p>2. Ставим правильный голос: тон друга и тон волшебника как основные интонации установления раппорта с клиентом.</p> <p>3. Ставим правильную невербалику: мимика, поза и жесты продавца, помогающие раппорту с клиентом.</p>
7	Специфика телефонных продаж по технологии «Волна Больших продаж».	<p>1. Слушаем тон голоса клиента, его ценностные слова и вопросы</p> <p>2. Управляем диалогом через тон собственного голоса и визуализацию.</p> <p>3. Используем график принятия решения и три технологии работы продавца по телефону.</p>
8	Специфика жестких переговоров по технологии «Волна Больших Продаж».	<p>1. Прогнозируем истинные намерения партнеров, используя знание о графике принятия решений.</p> <p>2. Противостоим манипулированию и силовому давлению, зная в какой из трех точек принятия решений находимся мы сами.</p> <p>3. Осознаем собственные возможности и ресурсы, которые нам дают три эффективных технологии работы продавца по трем точкам принятия решений.</p>

3.6. Методики, которые применяются в ходе обучения:

- Ситуационный практикум (кейс-стади).
- Практико-ориентированные задания.
- Интерактивные форматы.
- Фасилитация.

РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.

4.1. Материально-технические условия реализации:

1. Лекционные занятия в очном формате: компьютер, мультимедийный проектор, экран, маркерная доска, специально-оборудованные стулья для слушателей с пюпитрами, канцелярские товары.

4.2. Учебно-методическое обеспечение программы:

- Методический план обучения.
- Печатный раздаточный (методический) материал для участника в Power point.
- Шаблоны и инструкции.
- Чек-листы.

4.3. Кадровые условия реализации данной программы:

Количество педагогических работников (физических лиц), привлеченных для реализации программы - 1 человек. Преподаватель данной программы принимает участие в реализации всех модулей и занятий программы, а также является главным экспертом на итоговой аттестации.

Данные педагогических работников, привлеченных для реализации программы:

№ п/п	ФИО	Должность, наименование организации
<i>Преподаватель программы</i>		
1.	Пономарева Е.С.	Директор ЧОУ ДО «ЦПППК «Триэс-персонал»

РАЗДЕЛ 5. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ.

5.1. Формы контроля и аттестации.

Текущий контроль хода освоения учебного материала производится в форме устной проверки – собеседованием.

Промежуточный контроль проводится в форме практических работ.

Итоговая аттестация обучающихся по результатам освоения дополнительной профессиональной программе повышения квалификации производится в форме экзамена (устная форма проверки в виде «вопрос-ответ» на билет). Оценки итоговой аттестации проводятся преподавателями учебной группы в объеме учебной программы по двухбалльной системе («зачтено», «не зачтено»).

Обучающиеся, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают документ установленного образца о дополнительном профессиональном образовании – удостоверение о повышении квалификации.

5.2. Оценочные средства аттестации.

5.2.1. Промежуточный контроль. Практические задания, которые выполняют участники в каждом разделе программы:

Раздел 3. Упражнение: определяем 3 точки принятия решения клиента о покупке.

Раздел 4. Упражнение: определяем по словам и интонациям клиента, в какой точке состояния он находится.

Раздел 5. Упражнение: тренируем навык работы с сомнением клиента.

Раздел 6. Упражнение: 3 приема раппорта с клиентом.

Раздел 7. Упражнение: управляем диалогом через тон собственного голоса и визуализацию.

Раздел 8. Упражнение: противостояем манипулированию и силовому давлению, зная, в какой из трех точек принятия решений находимся мы сами.

5.2.2. Итоговая аттестация:

Билет 1. Как клиент принимает решение о покупке?
Билет 2. Какова роль продавца в принятии решения клиентом о покупке?
Билет 3. Типичные ошибки продавцов, которые приводят к потере прибыли организациями.
Билет 4. Поведенческие индикаторы, по которым продавец может определить, в какой из точек принятия решений находится клиент в каждый момент времени.
Билет 5. Три эффективных технологии работы продавца для трех точек принятия решений клиента о покупке.
Билет 6. Раппорт с клиентом как важное условие продажи.
Билет 7. Специфика телефонных продаж по технологии «Волна Больших продаж».
Билет 8. Специфика жестких переговоров по технологии «Волна Больших Продаж».

5.2.3. Вопросы аттестационных билетов.

Вопросы Билета 1.

Что такое график принятия решения о покупке?

Как меняется решение клиента с течением времени?

Что влияет на решение клиента с течением времени?

Три важные точки в графике принятия решения: точка сомнений, точка согласия и точка отказа.

Вопросы Билета 2.

Расскажите о точке сомнения?

Расскажите о точке согласия?

Расскажите о точке отказа?

Вопросы Билета 3.

Перечислите типичные ошибки продавцов в каждой из трех точек принятия решения клиентом о покупке.

Почему технология «6 этапов продаж» не так эффективна сегодня и в чем ее недостатки?

Вопросы Билета 4.

Расскажите об индикаторах: особые слова клиента в каждой из трех точек принятия решения о покупке?

Расскажите о специфике интонации клиента в каждой из трех точек принятия решения о покупке?

Вопросы Билета 5.

Расскажите про алгоритм работы с сомнением клиента по технологии «Волна продаж»?

Вопросы Билета 6.

Расскажите про 3 приема быстрого раппорта с каждым клиентом.

Вопросы Билета 7.

Как управлять диалогом через тон собственного голоса и визуализацию. Приведите примеры из опыта.

Как использовать график принятия решения и три технологии работы продавца по телефону.

Вопросы Билета 8.

Расскажите, как противостоять манипулированию и силовому давлению, зная, в какой из трех точек принятия решений находимся мы сами?

Оценка результатов аттестации: «зачтено» получает слушатель, который правильно (80-100% эффективности по содержанию и глубине) ответил на вопросы билета и преподаватель сделал только незначительные корректировки. «Не зачтено» получает участник, который ответил на билет неполно (на 0-79,99% эффективности) и допустил существенные содержательные ошибки/неточности.