

**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 от «25» мая 2020

**Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации**

Наименование программы: **«Технология клиентоориентированных продаж
товаров и услуг»**

**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 товаров и услуг.

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 с клиентом с целью продажи товара или услуги.
- У слушателей программы произойдет повышение профессиональной и личной успешности.

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 применения и развития аналитических способностей.
- Компетенция в области выработки и развития стрессоустойчивости.
- Компетенция в области применения и развития навыка проведения презентаций.
- Компетенция в области развития инициативности.
- 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 внутрикorporативных 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: 108 часов.

3.3. Форма обучения: очный формат.

3.4. Учебно-тематический план:

Наименование темы	Всего часов	Из них аудиторных		СРС
		всего	в т.ч. практических	
1. Введение в продажи. Психология продаж.	4	4	-	-
2. Профессиональные требования и нормативно-правовые основы для торгового персонала. Показатели эффективности в продажах.	6	4	2	2

3. Основы и правила клиентоориентированных продаж и сервиса.	8	4	6	4
4. Психология покупательских решений. Теория поколений и ее влияние на покупательский выбор.	10	6	4	4
5. Технология и этапы клиентоориентированных продаж.	8	4	2	4
6. Типология клиентов. Техники установления контакта с разными типами клиентов.	8	6	2	2
7. Выявления потребностей. Виды вопросов. Техники задавания вопросов.	10	8	4	2
8. Приемы презентации по техникам: свойство-выгода, свойство-конкурентное преимущество, сторителлинг, аргументация при продажах, специальные аргументы для покупателей различных поколений, адресная аргументация для мужчин и женщин.	10	8	4	2
9. Эффективные приемы профилактики и отработки возражения клиента.	10	8	2	2
10. Приемы закрытия сделки. Способы расширения покупки. Допродажи.	10	6	4	4
11. Психогеография и психомаркетинг.	8	4	2	4
12. Конфликтология: психология работы с конфликтными клиентами, с жалобами, рекламациями. Управление конфликтными ситуациями с клиентами.	8	4	2	4
13. Управление стрессом в работе торгового персонала.	6	4	-	2
Итоговое занятие:	2	2	2	-
Всего:	108	72	36	36

3.5. Учебная программа:

№	Наименование темы	Краткое содержание темы
1	Введение в продажи.	Психология продаж.
2	Профессиональные требования и нормативно-правовые основы для торгового персонала.	Показатели эффективности в продажах.
3	Основы и правила клиентоориентированных продаж и сервиса.	
4	Психология покупательских решений.	Теория поколений и ее влияние на покупательский выбор.
5	Технология и этапы клиентоориентированных продаж.	5 основных этапов продаж: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Установление контакта. ▪ Выявление потребностей клиента. ▪ Презентация товаров или услуг. ▪ Работа с возражениями. ▪ Мотивация клиента и завершение сделки.
6	Типология клиентов.	Техники установления контакта с разными типами клиентов.
7	Выявления потребностей. Виды вопросов.	Техники задавания вопросов.

8	Приемы презентации по техникам.	Методы: свойство-выгода, свойство-конкурентное преимущество, сторителлинг, аргументация при продажах, специальные аргументы для покупателей различных поколений, адресная аргументация для мужчин и женщин.
9	Эффективные приемы профилактики и отработки возражения клиента.	
10	Приемы закрытия сделки.	Способы расширения покупки. Допродажи.
11	Психогеография и психомаркетинг.	
12	Конфликтология: психология работы с конфликтными клиентами, с жалобами, рекламациями.	Управление конфликтными ситуациями с клиентами.
13	Управление стрессом в работе торгового персонала.	

3.6. Методики, которые применяются в ходе обучения:

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

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.
- 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.	Мороз В.И.	Старший преподаватель Кафедры «Психология труда и организационная психология» ОмГТУ.

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.

Раздел 2. Практическое упражнение по аналитике и разбору показателей продаж. Участники фиксирует результаты по своей работе/компании, анализируют результаты в группах.

Раздел 3. Практическое упражнение индивидуальное по анализу личных показателей участников на соответствие их правилам клиентоориентированного сервиса.

Раздел 4. Практическое упражнение групповое с анализом результатов: как разные поколения покупателей принимают решения.

Раздел 5. Демонстрационная игра «5 этапов продаж» с целью сформировать общее представление у участников о ключевых этапах технологии.

Раздел 6. Упражнение в парах: тренировка техник установления контакта с разными типами клиентов.

Раздел 7. Упражнение в парах: тренировка выявления потребности клиента.

Раздел 8. Упражнение в парах: тренировка техники «Свойство-выгода».

Раздел 9. Упражнение в парах: тренировка одной любой техники отработки возражения клиента.

Раздел 10. Упражнение в парах: тренировка одной любой техники закрытия сделки.

Раздел 11. Демонстрационное упражнение «Психомаркетинг».

Раздел 12. Упражнение в группах: управление конфликтной ситуацией с клиентом.

5.2.2. Итоговая аттестация:

Наименование билета:
Билет 1. Введение в продажи. Психология продаж.
Билет 2. Профессиональные требования и нормативно-правовые основы для торгового персонала.
Билет 3. Основы и правила клиентоориентированных продаж и сервиса.
Билет 4. Психология покупательских решений.
Билет 5. Технология и этапы клиентоориентированных продаж.
Билет 6. Типология клиентов.
Билет 7. Выявления потребностей. Виды вопросов.
Билет 8. Приемы презентации по техникам.
Билет 9. Эффективные приемы профилактики и отработки возражения клиента.
Билет 10. Приемы закрытия сделки.
Билет 11. Психогеография и психомаркетинг.

Билет 12. Конфликтология: психология работы с конфликтными клиентами, с жалобами, рекламациями.

Билет 13. Управление стрессом в работе торгового персонала.

5.2.3. Вопросы аттестационных билетов.

Вопрос Билета 1. Что такое психология продаж?

Вопрос Билета 2. Перечислите профессиональные требования к торговому персоналу?

Вопрос Билета 3. Расскажите про основные правила клиенториентированных продаж и сервиса.

Вопрос Билета 4. Какие поколения согласно теории существуют и в чем их отличительная особенность?

Вопрос Билета 5. Перечислите основные этапы продаж и кратко охарактеризуйте их, используя примеры из личного опыта.

Вопрос Билета 6. Расскажите о типологиях клиентов и приведите пример, как в рабочем процессе можно использовать знания о типологии, работая с разными клиентами.

Вопрос Билета 7. Какие типы вопросов на выявление потребности существуют. Приведите примеры по типам вопросов.

Вопрос Билета 8. Опишите несколько приемов презентации и приведите пример из личной практики.

Вопрос Билета 9. Приведите несколько приемов отработки возражений клиента.

Вопрос Билета 10. Приведите несколько примеров приемов закрытия сделки.

Вопрос Билета 11. Что такое психомаркетинг? Что такое психогеография? Приведите примеры.

Вопрос Билета 12. Опишите кратко основные принципы работы с конфликтными клиентами.

Вопрос Билета 13. Расскажите об основных способах управления стрессом в работе торгового персонала.

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