

РЕАЛЬНЫЕ БИЗНЕС-СИТУАЦИИ: ВАШИ ПРОДУКТЫ И ВАШИ КЛИЕНТЫ...

бизнес-симуляция **SalesPro**

Бизнес-симуляция “SalesPro” является моделированием методов и техник, которые применяют продавцы в процессе взаимодействия с клиентами и заключения сделки. Две команды продавцов, конкурируя друг с другом, стремятся к заключению контракта с клиентом. Продавцы проводят встречи, презентации и переговоры с представителями команды клиента. По окончании игры «клиенты» определяют команду, чья деятельность была наиболее эффективной.

Участие в игре позволит менеджерам экспериментировать с различными подходами, определять свои сильные и слабые стороны в продажах и переговорах. Менеджеры имеют возможность побывать как в роли клиентов, так и в роли продавцов. В течение игры проводится оценка деятельности продавцов. Это дает участникам возможность определить цели развития и запланировать дальнейшие действия. Кейс для игры разрабатывается под конкретную компанию и группу продавцов - на реальных продуктах и рабочих ситуациях.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- Осознание целостного процесса продажи;
- Понимание критериев успеха и факторов, влияющих на результат продажи;
- Индивидуальная оценка действий продавцов;
- Получение каждым участником обратной связи;
- Определение областей развития.





ЭТАПЫ ИГРЫ

1. Введение и объяснение правил.

2. Проведение встреч с "клиентами" и сбор информации. Подготовка предложения и презентации.

На этом этапе происходят встречи между продавцами и клиентами. Встречи преследуют три цели: сбор информации, сообщение информации и оценка действий продавцов.

3. Проведение презентации. Подготовка к переговорам.

Команды продавцов представляют свои решения в форме презентации. Команда клиентов оценивает структуру, четкость, логичность информации, а также способ и манеру представления информации презентатором.

4. Проведение переговоров.

Команда клиентов встречается с обеими командами продавцов для обсуждения первоначальных предложений и возникших разногласий. Переговоры могут проводиться в несколько этапов.

5. Анализ и обсуждение результатов.

Команды продавцов проводят оценку собственной деятельности. Команда клиентов обсуждают, с какой из команд они готовы подписать контракт или продолжить взаимодействие. После объявления решения клиентов проводится обсуждение в общей группе результатов игры, процесса взаимодействия команд, командная работа внутри каждой группы.

Формат: Моделирование. Аудитория: специалисты по продажам.

Размер группы: От 9 до 12 человек. Продолжительность: 2 дня, на второй день происходит смена состава команд.

”

Для меня же, как для организатора обучения важно, какие изменения произошли в участниках, и тут я могу наблюдать, что игра направлена на навыки анализа информации, планирования, взаимодействия в команде, ведения переговоров, коммуникации. Игровая ситуация позволяет выявить привычные и зачастую недостаточно эффективные способы действия участников, а затем сделать их мишенью обсуждения.

Иветта Колымба,
руководитель управления по развитию и
обучению, ООО "ГК "Росгосстрах"