



امروزه افزایش آگاهی و انتظارات مشتریان از یک سو و رقابتی شدن فضای کسب و کار از سوی دیگر، ضرورت توجه و تمرکز بیش از پیش روی درک نیازهای مشتریان و برآورده سازی مناسب آنها را در هر شرکتی نمایان ساخته است.

شرکتها و کسب و کارهای کوچک و چابک، با ابزارها و روشهای نوین در عرصه‌های مختلف، به سرعت جای شرکت‌های بزرگ و با

سابقه را گرفته و سهم خود را از بازارهای خدمات و کالاها گسترش می‌دهند. امکان رشد و توسعه فعالیتها با روشهای پیشین تقریباً وجود ندارد و فعالیت‌های اقتصادی می‌بایست با حجم گسترده تغییرات محیطی هماهنگ شده و به طور مداوم بروز رسانی شوند.

در میان حجم تحولات گسترده‌ای که فعالیت‌های اقتصادی به خود گرفته‌اند، مفاهیم و ادبیات جدیدی در عرصه مشتری و مشتری مداری شکل گرفته و بر این نکته اساسی تاکید دارد که عملیات فروش موفق بدون ایجاد یک فرهنگ سازمانی که توجه به خواسته‌های مشتری را در عمل (و نه در شعار!) اصلی‌ترین وظیفه و مأموریت کلیه کارکنان سازمان بداند، امکان پذیر نیست.

هدف از طراحی مجموعه کارگاه‌های آموزشی تکنیک‌های فروش، ارائه مجموعه‌ای از روش‌های کاربردی جهت آشنایی فراگیران با اصول مشتری مداری (شناسایی نیازهای مشتریان و برآورده سازی آنها) از مرحله مذاکرات اولیه تا تامین رضایت‌مندی مشتریان از کالا و یا خدمات دریافتی می‌باشد.

## اهداف رفتاری دوره:

- آشنایی با اصول مشتری مداری و رفتار حرفه‌ای با آنها
- ارائه روش‌های کاربردی جهت بهبود فرایند ارتباط و مذاکره با مشتریان

## رئوس مطالب دوره:



۱. ویژگی‌های فروشنده حرفه‌ای
۲. اصول اصلی توسعه قابلیت‌های فردی شامل:
  - a. کنترل افکار و اندیشه‌ها
  - b. هدفگذاری
  - c. برنامه‌ریزی
۳. مشتری مداری؛ رکن اصلی توسعه فروش
  - a. مشتری کیست؟
  - b. مشتری مداری، مفاهیم و ضرورت‌ها
  - c. مفهوم رضایت‌مندی مشتری
  - d. طبقه بندی نیازهای مشتریان
  - e. طبقه بندی مشتریان
  - f. نارضایتی مشتریان و تبعات آن روی کسب و کار
  - g. عوامل موثر بر انتخاب مشتریان
۴. روان شناسی فروش (تیپ‌شناسی مشتریان بر اساس مدل اینیگرام)
  - a. ضرورت شناخت تیپ شخصیتی مشتریان
  - b. معرفی مدل‌ها و روش‌های شناخت تیپ شخصیتی

- c. قواعد کلی مدل اینیگرام
- d. معرفی تیپ‌های ۹ گانه مدل اینیگرام
۵. اصول و فنون مذاکره حرفه‌ای
- a. تعاریف و مفاهیم پایه مذاکره
- b. سناریو و طرح مذاکره
- c. انواع اهداف در مذاکره
- d. انواع استراتژی‌ها در مذاکره
- e. کنترل تاکتیکی فرایند تبادل اطلاعات در مذاکره
- f. تاکتیک‌های موقعیتی در مذاکره
۶. مهارت‌های ارتباط با مشتری بر اساس مدل LOCATE
- a. هنر شنیدن
- b. هنر مشاهده
- c. هنر تجزیه و تحلیل و ترکیب
- d. هنر سؤال پرسیدن
- e. فن بیان
- f. زبان بدن
- g. همذات پنداری

