

# Программа бизнес - тренинга **«Продажи в туризме от А до Я»**

**Бизнес-тренер:** Соколов Александр, автор книги-бестселлера «DAMNEDAM. Или как продавать без скидок в туризме»



**Закажите тренинг по телефонам: Тел. (044) 393 43 29, (066) 243 85 17**  
**[www.damnedam.com.ua](http://www.damnedam.com.ua), [Rezultator.com.ua](http://Rezultator.com.ua)**  
**Skype: as-0662438517**

**Целевая аудитория:** опытные и начинающие менеджеры по продажам туристических услуг, директора туристических агентств.

**Планируемый результат тренинга:**

Получение участниками полного представления о том, как грамотно построить работу с клиентами в туристическом агентстве. Как принимать звонки по телефону и проводить встречи, как отвечать на просьбы о скидках.

**Длительность:** 2 дня (10.00-18.00)

**Телефоны для вопросов и регистрации:** (066) 243 85 17, (044) 393 43 29  
**Сайт проекта, где заказать книгу <http://damnedam.com.ua>**

Эта программа тренинга составлена на основе опыта работы 150 туристических агентств. В ней содержатся все вопросы которые необходимы для повышения результативности Вашей работы с клиентами: прием телефонных звонков, ответы на возражения, презентация и убеждение, прояснение потребностей и закрытие продажи, продажи без скидок.

**Каждый участник получает книгу и сертификат о прохождении тренинга.**

## **В программе тренинга**

### **СКИДКИ И РАЗГОВОР О НИХ С КЛИЕНТАМИ**

- \* Как корректно отказать в скидке
- \* Техники корректных отказов: «Интеллигентный отказ», «Радостный отказ», «Отказ сожаление, отказ вынужденность, отказ опасение, окончательный отказ.
- \* Усовершенствованная модель Томаса - Килмана и оптимальный стиль поведения менеджера по продажам в ответ на просьбу о скидке.
- \* Как отказать в скидке новому клиенту
- \* Особенности отказа в скидке «Маркетологу».
- \* Как отказать в скидке другу, родственнику и постоянному клиенту которые уже приучены получать скидки, продать тур и сохранить отношения
- \* Что делать если клиент Вас шантажирует что уйдет в другое агентство, потому что там дают скидку больше.
- \* Что в голове у клиента, когда он просит скидку
- \* 25 уникальных техник позволяющих корректно не дать скидку и не потерять клиента, из опыта тренингов для тур. агентств
- \* Секретный алгоритм ответа на просьбу в скидке позволяющий отказать любому клиенту легко, играясь и при этом продать и получить удовольствие.
- \* Как дать малюсенькую скидку если Вам уж очень хочется это сделать.
- \* Обмен опытом ответов на вопросы о скидках
- \* Результаты продаж в тех агентствах, которые используют описанные методики

### **Растяжка клиента по цене, переключение на другие отели и курорты, на другого туроператора**

- \* Методики растяжки клиента по цене. Техника «За пальмы надо доплачивать».
- \* Как переключить клиента с одного отеля на другой
- \* Переориентация на проверенного тур. оператора

### **Как продавать курорт, если ты там никогда не была**

- \* Что нужно знать о стране
- \* Что нужно знать о курорте
- \* Как использовать «каталог отелей» и другие методики продажи курортов на которых вы не были сами.
- \* Как вести себя с разговорчивыми клиентами
- \* Основы тайм-менеджмента

- \* Основы стресс - менеджмента, и оперативные методики снятия стрессового напряжения после общения со сложными клиентами.

### **Сценарий приема телефонных звонков и алгоритм назначения встреч.**

- \* Как затянуть «Маркетолога» в офис тур. фирмы.
- \* Алгоритм назначения встречи так что бы клиент пришел в офис

### **Ориентация в клиенте, как корректно выяснить потребности клиента и понять мотивы принятия им решения**

- \* Мотивы покупок
- \* Психологические типы клиентов: маркетолог, шаровик, VIP, и другие, а также тактика работы с ними
- \* Обмен опытом тактик работы с различными типами клиентов
- \* Матрица желаний и возможностей клиента, развитие приверженности клиента
- \* Эмоциональный менеджмент ) освоение технологий управления собственными и чужими эмоциями)

### **Презентация и аргументация**

- \* Презентация отеля, курорта
- \* Принципы убеждения
- \* 7 методик повышающих убедительность

### **Возражения и сложные клиенты**

- \* Тактика ответа на каждое из возражений
- \* Техники ответа на возражения
- \* Целостный алгоритм ответа на возражения
- \* Типичные возражения и ответы на них: "- Дайте более дешевый отель и лучше , - В другой турфирме дешевле, - Мне надо подумать, - Мне надо посоветоваться, - Давайте Египет, хотя лучше Шри Ланка, или может все таки Турция, - Как не входит перелет, на сайте видел что входит, - Хочу только в этот отель, - У вас на сайте Шри ланка за 300 долларов же, - Нет времени приехать, отправьте по электронной почте, Дайте скидку, в другом агентстве дают 7 % и тд.

### **Закрытие продажи и стимулирование туриста к принятию решения приобрести путевку сейчас.**

- \* Пять техник. Как мягкого стимулировать клиента к принятию решения дать деньги сейчас
- \* Семь надёжных приёмов подтолкнуть клиента к решению забронировать тур сейчас
- \* Как сделать так что бы клиент приехал в офис в течении часа.
- \* Нестандартные способы привлечения новых клиентов и возвращения старых