

Мифы и факты о СИЗ



Семинар-интенсив №2

Как быть убедительным в письмах, предложениях, презентациях и переговорах о поставке СИЗ.

В семинаре №1 «Популярно об обеспечении СИЗ» мы узнали, как говорить с заказчиками на одном языке. Но как убедить их в преимуществах вашего предложения? Нужно предлагать им не «мифы», а убедительные аргументы, основанные на фактах.

1

МИФЫ

Популярные у поставщиков заблуждения о СИЗ и их потребителях

2

ФАКТЫ

А что на самом деле важно для потребителей СИЗ? Попробуем встать на их место

3

АРГУМЕНТЫ

Достаточно ли мы убедительны, предлагая свою продукцию? Проверим качество наших аргументов



По существу.
Самое важное.
Без «воды».
Необходимые знания и навыки всего за 3,5 часа!



Интерактивно
Теория и практическая работа слушателей в группах



Деловая игра
Игра великолепно содействует командообразованию и желанию учиться.

Поставщикам спецодежды и СИЗ нередко приходится излагать свои предложения письменно: презентации, коммерческие предложения, описания в каталогах, ответы на запросы заказчиков, сообщения по электронной почте.

Отправленный текст нельзя переписать или исправить. После нажатия клавиши «Send», он начнет работать и жить своей жизнью. В «плюс» или «в минус» - зависит от качества аргументов и фактов, которые положены в его основание.

Отвечая на вопрос заказчика, отвечайте на его вопрос

Получив обратную связь от заказчика, некоторые поставщики обрушивают на него поток информации о своем продукте. Важно «слышать» заказчика и понимать, что стоит за его запросом, чтобы лаконичным ответом повысить вероятность сделки.

Мифы и факты о СИЗ

«Применение на производстве одежды из современных материалов ведет к повышению уровня производительности

труда», - популярный «миф», который невозможно проверить. Ценность его, как аргумента, равна нулю. Мало того, такие «аргументы» могут вызывать раздражение у заказчиков. В топку!

Убедительные аргументы появляются там, где есть проверенные факты. Например, жалобы рабочих, дискомфорт, недостатки применяемых СИЗ, мотивация лиц принимающих решение и возможности реального решения проблемы с помощью вашей продукции или услуги. Даже простой анализ этих фактов даст аргументы, которые будут работать на 100%.

«Говорите о том, в чем вы уверены; сомнений у меня самого хватает»

Иоганн Вольфганг фон Гёте

Цель семинара - научиться писать деловые письма и продающие презентации, выявлять факты, и подбирать убедительные аргументы для заказчика в конкретной ситуации, чтобы повысить вероятность продажи.

ВЕДУЩИЙ СЕМИНАРА

Олег Сердюк, 46 лет

Консультант в области применения СИЗ с 20-летним опытом. Участник разработки корпоративных требований к спецодежде и СИЗ, а также обучающих программ для Роснефть, Лукойл, Газпром нефть, ММК, Норильский Никель, Русал, Евраз Холдинг, Mondi и др. Член ТК320 и рабочих групп по разработке нормативной базы по СИЗ. Участвовал в разработке популярных брендов спецодежды. Основатель и главный редактор Гетсиз.ру.

