



Adapt To Sell

"Chameleon - Adapt to Sell"



Primul workshop game-based care antrenează abilități avansate de influențare și persuasiune, prin strategii puternic cercetate de neuroștiință și psihologie socială.

Obiectivele workshopului board-game based



“Chameleon – adapt to sell” permite profesioniștilor din vânzări să înțeleagă **punctele sensibile ale clienților lor și să-și adapteze discursul pentru impact maxim.**

Este pentru echipele care doresc să facă o diferență pe piață:

- ✓ pentru a avea un impact încă de la prima conversație cu orice tip de client
- ✓ pentru a răspunde eficient la obiecții
- ✓ pentru a influența și accelera decizia de cumpărare



AGENDA

Cele 5 nevoi fundamentale in infuentarea pozitiva – Cum creezi chimie cu clientii (Power Words)

Boardgame 1: The Colors – Cum potrivesti “culoarea” clientului cu culoarea abordarii tale

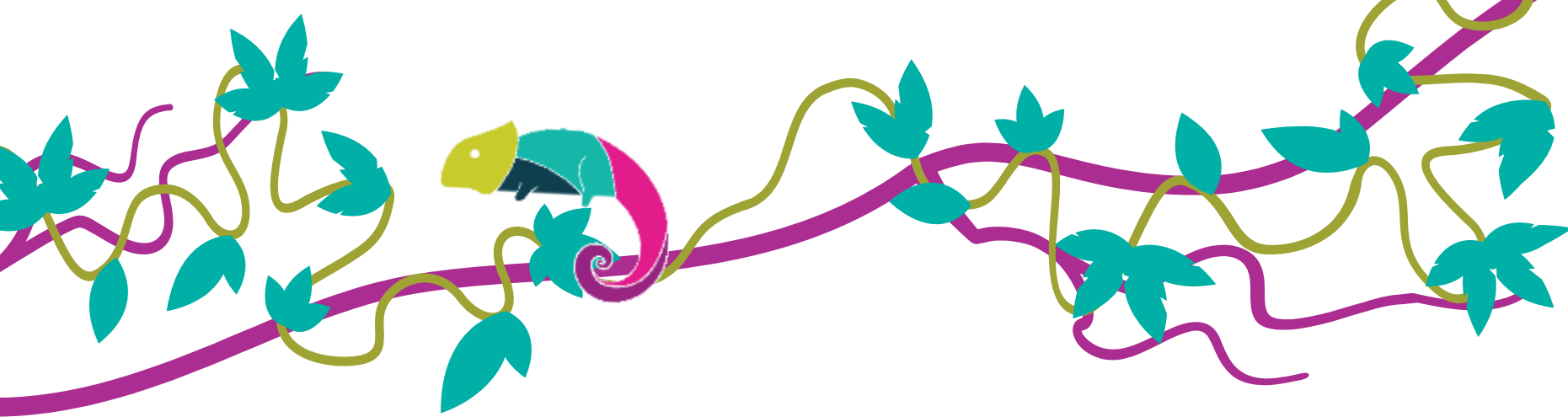
13 strategii de persuasiune pentru a raspunde situatiilor provocatoare (obiectii)

Boardgame 2: The Time Trials – gaseste strategia potrivita

Boardgame 3: The Maze – cum navigam labirintul reactiilor si raspundem obiectiilor si provocarilor

Pierderea Empatia tactica Consecventa cu sine Termen scurt vs termen lung	Pasul mic Elicoperul Complimentul strategic Alternativele Presiunea sociala	Asul din maneca Reprioritizarea valorilor 3 avantaje, 1 dezavantaj Onestitatea
--	---	---





Cele 3 boardgame-uri



JOCUL 1 - THE COLORS



Primul joc antrenează abilitatea cursanților de a **crea chimie și încredere**, folosind "cuvinte puternice".

Participanții experimentează, prin intermediul jocului, **cele 5 nevoi psihologice fundamentale** care influențează decizia de partenerului.

Ei înțeleg rapid nevoile partenerului din fața lor și învață ce să spună și **ce să nu spună** pentru a apăsa pozitiv pe "butonul de activare".

Este un joc **extrem de practic** în care cursanții formează perechi și **concurează** cu alte echipe mici, pentru a deveni **cei mai pricepuți în recunoașterea "culorii" nevoii partenerului lor**.

JOCUL 2- THE TIME TRIALS



În al doilea joc, împărțit în echipe, cursanții **explorează 13 dintre cele mai puternice strategii de persuasiune** care ajută la direcționarea discuției în direcția dorită.

Ei experimentează **cum să pună în practică strategiile**, folosind cuvinte și expresii cheie, într-o **perioadă limitată de timp**, fiind nevoiți să gândească și să articuleze cele mai bune răspunsuri la provocările de vânzări întâlnite în activitatea lor zilnică.

GAME 3 - THE MAZE



În al treilea joc, participanții navighează printr-un **labirint de reacții**, folosind strategia corectă de persuasiune. Ei învață cum să:

- recunoască butoanele de activare și să avanseze la următorul nivel: **strategia corectă de utilizat atunci când clienții reacționează emoțional, citind dincolo de reacțiile și obiecțiile partenerului**
 - aplică "cuvinte puternice" și strategii de persuasiune **pentru a răspunde eficient la obiecții și pentru a influența deciziile**
 - transformă respingerea în conexiune
 - Jocul este **colaborativ**, echipele de vânzări lucrează împreună pentru a veni cu **cea mai bună strategie pentru reacțiile provocatoare ale partenerilor de negociere**



Exemple de instrumente din program

CELE 5 NEVOI FUNDAMENTALE



SIGURANTA



PRESTIGIU



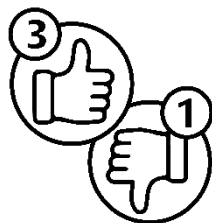
AUTONOMIE



RELATIONARE

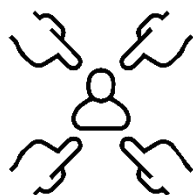


CORECTITUDINE



R **3 avantaje, 1 dezavantaj**

Propunerea noastra de...va ofera **trei mari avantaje**:...Intr-adevar, exista si o **conditie/limitare legata de...**



P **Presiunea sociala**

R **Competitorii dumneavoastra au profitat deja de...**

R **In sectorul dumneavoastra, deja au inceput ...alte organizatii similare fac pasi in directia...**



A **Alternativele**

Vestea buna este ca avem cel putin 2 alternative din care puteti alege. Daca...atunci...



R **Onestitatea**

C **Aveti dreptate ca nu e o situatie ideala. As vrea sa discutam onest, despre care sunt limitele fiecaruia si cum putem ajunge la un acord.**

