

Akademia Lidera Sprzedaży

program dla pracowników banków

Pytania na egzamin końcowy

1. Uzasadnij dlaczego warto stosować narzędzie „C-Z-K” – Cecha-zaleta-korzyść.
2. Narzędzie „C-Z-K” cecha-zaleta-korzyść służy handlowcom do opisu wartości produktów/usług. Powiedz do czego odnoszą się poszczególne elementy (C, Z i K) i jak jego stosowanie wpływa na decyzyjność klienta.
3. Obiekcje klienta to stały element rozmowy handlowej. Opisz jakie są przyczyny obiekcji i wymień jedną technikę radzenia sobie z zastrzeżeniami klientów.
4. Finalizacja rozmowy handlowej to moment na domknięcie sprzedaży. Na jakim etapie rozmowy może dojść do zamknięcia sprzedaży. Opisz po czym rozpoznasz, że klient jest gotowy do kupna.
5. Energie kolorystyczne to schemat, który pomaga nam rozpoznać osobowość drugiego człowieka. Która spośród czterech Energii Kolorystycznych stara się nieustannie trzymać rękę na pulsie? Jakimi innymi cechami się wyróżnia?
6. Energie kolorystyczne to schemat, który pomaga nam rozpoznać osobowość drugiego człowieka. Która spośród czterech Energii Kolorystycznych prezentują metodyczne i konsekwentne podejście do powierzonych zadań? Jakimi innymi cechami się wyróżnia?
7. Energie kolorystyczne to schemat, który pomaga nam rozpoznać osobowość drugiego człowieka. Która spośród czterech Energii Kolorystycznych chętnie angażują się w wiele różnorodnych przedsięwzięć? Jakimi innymi cechami się wyróżnia?
8. Motywy zakupowe klienta to sprawa indywidualna. Ale wyróżniono kilka stałych motywów. Podaj ile ich jest i wymień ich nazwy.
9. Wymień metody domykania sprzedaży. Podaj z jaką metodą mamy do czynienia, jeśli przez tryb przypuszczający wypowiedzi, prowadzimy klienta krok po kroku do podjęcia decyzji.

10. Proces sprzedażowy dzielimy na 7 części. Nazwij je w kolejności.
11. Przedstaw "zasady myślenia" w trakcie oferowania up/cross sellingu.
12. Omów 7 technik walki z obiekcjami.
13. Na czym polega "technika poleceń" w trakcie sprzedaży up/cross sellingu?
14. Podaj fazy stresu.
15. Na który z 3 zasobów mówcy słuchacz zwraca największą uwagę?
16. Z jakich elementów powinna składać się struktura prezentacji?
17. Zdefiniuj pojęcie „Informacji wrażliwych”
18. Co należy sprawdzić, aby upewnić się, że jesteśmy na bezpiecznej stronie bankowości internetowej mojego banku.
19. Omów model trzech kroków wprowadzania zmiany według Kurta Lewina.
20. Omów indywidualną krzywą zmiany (E.Kubler-Ross) w kontekście amplitudy emocji i czasu trwania poszczególnych faz. Odnies się do możliwych zachowań w kontekście poddawania się zmianom i inicjowania zmiany.

