**Wykorzystanie gier symulacyjnych w szkoleniach**

**Wiele firm w pewnym momencie zaczyna zadawać sobie pytanie, “dlaczego ich handlowcy nie sprzedają?”.**

Przyczyny mogą być bardzo różne m.in.: brak właściwej motywacji handlowców, problem w zbudzeniu zainteresowania klienta, oferowany produkt nie wyróżnia się na rynku, nieznajomość potrzeb klienta, niedopasowanie oferty, nadmierna biurokracja, problem z budowaniem pozytywnych relacji czy z finalizacją sprzedaży i umawianiem spotkań sprzedażowych.

Oczywiście na rynku dostępnych jest wiele szkoleń z aktywnej sprzedaży i obsługi klienta, ale często są one bardzo drogie i jest to zwyczajnie za duży wydatek dla firmy. Rozwiązaniem mogą być dostępne na rynku gry symulacyjne. Dają one porównywalne efekty, a ich koszt jest znacznie niższy.

**Cele**:

l rozwój kompetencji sprzedażowych handlowców

l poprawa jakości obsługi klienta

l realizacja planu sprzedażowego

l optymalizacja wydatków na szkolenie pracowników

**Zastosowane rozwiązanie:**

Rozwiązaniem jest elektroniczna gra symulacyjna, która stwarza okazję do konfrontacji handlowiec-klient. Jest to pewna nowość na rynku, będąca alternatywą dla często kosztownych szkoleń sprzedażowych, która łączy w sobie najlepsze cechy gier i produktów rozrywkowych oraz produktów edukacyjnych.

Uczestnicząc w symulacji handlowiec zyskuje możliwość sprawdzenia się w roli profesjonalnego sprzedawcy i przećwiczenia stworzonego przez ekspertów optymalnego schematu komunikacji. Poprawne przejście procesu pozwala na wyrobienie pewnych nawyków działania i uczy, jak skutecznie budować porozumienie z klientem oraz jak doprowadzić z sukcesem do umówienia spotkania sprzedażowego.

Taka symulacja może być przeprowadzona w miejscu i czasie, który jest najbardziej dogodny dla uczestnika - wystarczy dostęp do komputera. Czas trwania gry to max. 30-40 min. Po zakończeniu symulacji uczestnik dostaje raport na temat liczby podejść oraz tego, w jakim stopniu zrealizował założony scenariusz w każdym z nich. Ponadto zostaje poinformowany o ilości i rodzaju popełnionych błędów oraz otrzymuje sugestie ekspertów dotyczące tego, co należałoby w danej sytuacji zrobić.

**Efekt:**

l rozwój kompetencji handlowców

l wzrost poziomu motywacji i satysfakcji handlowców

l budowanie pozytywnych i długofalowych relacji z klientem

l wzrost efektywności działań i wyników sprzedażowych

l oszczędność czasu i pieniędzy