



БИЗНЕС-ШКОЛА
XXI ВЕК-КОНСАЛТ



16.11-26.01

BLENDED LEARNING

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ: 160 ЧАСОВ

(80 аудиторных часов + 80 часов индивидуальной дистанционной работы)

Если вы хотите вывести ваш отдел продаж на новый уровень, найти новые идеи для роста показателей, понять, в каком направлении двигаться дальше, перезагрузиться и совершить скачок в своем развитии как лидера лучшей команды продаж – эта программа для вас.

АУДИТОРИЯ ПРОГРАММЫ:

Коммерческие директора.
Директора по продажам.
Начальники отделов продаж.

50% обучения составят практические задания, решение индивидуальных и групповых кейсов, работа в группах, детальный разбор «реальной жизни» участников, обмен опытом с коллегами по классу.

СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ

МОДУЛЬ I

Модуль демонстрирует четкую связь между маркетингом и продажами, дает маркетинговые знания, необходимые управляющему продажами, новые идеи, взгляды, лучшие практики и примеры внедрения маркетинговых инициатив в бизнесе.

ТЕМА 1 Маркетинг и управление продажами.

- Вызовы глобальной конкуренции и ограничения, связанные с особенностями местного рынка.
- Успешная маркетинговая стратегия для компаний из разных отраслей, с разными конкурентными позициями и в разных экономических условиях: глубокое понимание рынка и конкурентной среды, бизнес-аналитика для прогнозирования продаж.

- Как клиент принимает решения о покупке в FMCG, B2B и B2C. Модель EBM.
- Сегментирование рынка. Критерии и признаки сегментирования рынка. Выбор целевых сегментов.
- Как понять, что нужно клиенту: исследования, их виды, практическое применение для управляющих продажами.
- В чем наше конкурентное преимущество, как его определить. Как доносить конкурентное преимущество. Позиционирование товара и услуг.
- Инструменты маркетинга и их взаимосвязь с управлением продажами.
- Маркетинговые коммуникации в B2B – как быстро реагировать на изменения рынка.
- Коммуникации в местах продаж: особенности стимулирования продаж в условиях растущего, стабильного и снижающего покупательского спроса.

Практикум

Практические задания помогут вам сформировать необходимые управляющему продажами маркетинговые компетенции.

ТЕМА 2 Digital Marketing.

- Основные цели и задачи Digital-маркетинга и их взаимосвязь с управлением продажами.
- Особенности онлайн коммуникаций. Понятие Digital-среды.
- Корпоративный сайт. SEO – базовые знания и основные лайфхаки. Контекстная реклама в поисковых системах.
- Email-маркетинг – стратегии и инструменты. RFM-анализ баз рассылок.
- Медийная реклама. Ретаргетинг. Гиперлокальный таргетинг.
- SMM-маркетинг. Таргетированная реклама в социальных сетях.
- Мессенджеры как инструмент продаж. SMS-маркетинг.

Практикум

Составим список основных точек касания клиентов с вашей компанией и товаром / услугой в сети Интернет. Отработаем список основных источников трафика. Разберем тренды в онлайн продвижении.

ТЕМА 3 CRM.

- Интеграция каналов маркетинга с CRM.
- Воронка продаж в разрезе CRM системы.
- CRM-формы, аналитика, отчетность.
- Интеграция мессенжеров и CRM систем.

Практикум

Определим список интеграций, модулей и виджетов для CRM.

МОДУЛЬ II

Модуль позволит в короткие сроки восполнить «пробелы» в теории финансов, научит управляющих продажами понимать финансовые отчеты и переводить принимаемые решения на язык доходов и расходов.

ТЕМА 1 Финансы для управляющих продажами.

- Основные финансовые термины и понятия.
- Сущность, виды прибыли и зачем уметь считать прибыль руководителю сбытовой структуры?
- Расходы, затраты и издержки – есть ли разница?
- Налоги, их виды, и так ли все сложно в налоговой системе?
- Анализ финансовых коэффициентов (ROE, ROA, ROI). Анализ безубыточности, точка безубыточности, маржинальный анализ.
- Анализ эффективности работы отдела продаж и отдельных специалистов по продажам: объем продаж, рентабельность продаж, выручка на одного специалиста по продажам и др.
- Анализ окупаемости торговых сделок. Доходность разовых, повторяющихся и непрерывных торговых сделок с учетом рисков.
- Основные составляющие кредитной политики. Этапы разработки кредитной политики. Методы оценки кредитной надежности клиентов. Определение сроков товарного кредита. Определение лимитов товарного кредита. Определение стоимости товарного кредита. Стимулирование досрочного погашения долга.

Практикум

Решая бизнес-кейсы, сформируем навыки принятия управленческих решений на основе расчета и анализа основных финансовых коэффициентов. Проработаем варианты устранения кассовых разрывов и влияние сбытового подразделения на потребности компании в денежных средствах. Научимся управлять дебиторской задолженностью и принимать решения о дальнейших действиях.

МОДУЛЬ III

Как выстроить и оптимизировать работу отдела продаж в динамично меняющейся бизнес-среде? Как повысить уровень продаж в сложных экономических условиях? Какую стратегию выбрать, чтобы увеличить количество клиентов? Модуль поможет трансформировать существующий подход к продажам в компании, регламентировать работу сбытового подразделения и добиться большей эффективности от работы сотрудников.

ТЕМА 1 Планирование продаж.

- Аналитика и управление данными, как основа для прогнозирования продаж.
- Создание и управление сетью продаж в соответствии с корпоративной стратегией.
- Принципы построения плана продаж на год. Оценка потенциала роста продаж в разрезе диверсифицированных рынков, сегментов рынка, каналов продаж, ассортиментных групп и категорий.
- Детализация плана продаж на полугодие / квартал / сезон / месяц.
- Разработка оперативного плана продаж: постановка целей, определение KPI, разработка плана действий, определение исполнителей и сроков исполнения, создание системы контроля показателей и мероприятий.
- Каскадирование плана продаж на специалистов по продажам.
- Недельный план руководителя сбытовой структуры.
- Гибкое планирование. Как перевести отдел продаж на Agile.

Практикум

Разрабатываем «Оперативный план продаж» на основе целей, с учетом приоритетов, сроков, имеющихся ресурсов и потенциала подчиненных. Решим кейсы «Как отработать сезон на 100%» и «Не гибкий план, а гибкое планирование».

ТЕМА 2 Контроль продаж.

- Подходы, алгоритмы и методы, позволяющие превратить контроль в инструмент роста результативности подчиненных.
- Контроль ключевых показателей эффективности (KPI) продаж. Действия руководителя по результатам контроля KPI.
- Методы контроля работы специалистов по продажам: как контролировать новичков; как контролировать немотивированных подчиненных; нужно ли контролировать эффективных, лояльных и вовлеченных сотрудников.

Практикум

Определим пул контрольных мероприятий в рамках плана работы сбытового подразделения. Разработаем бланки Store check и Аудита.

ТЕМА 3 Организация продаж.

- Стратегическая трансформация и цифровизация бизнес-процессов продаж.
- Организация собственной структуры продаж для решения новых стратегических задач бизнеса.
- Оценка вариантов аутсорсинга, специализации и определение количества сбытового персонала. Как распределить сбытовую нагрузку на персонал.
- Нужны ли стандарты продаж? Как их разработать и внедрить.

Практикум

Выполним мини-проект, направленный на совершенствование сбытовых процессов.

МОДУЛЬ IV

ТЕМА 1 Подбор результативных сотрудников.

Нет ничего более важного для вашего личного успеха, успеха вашего сбытового подразделения и компании в целом, чем наем сильных сотрудников. Ничего. С помощью системы, изученной на модуле, вы сможете принимать правильные, обоснованные решения по поводу каждого кандидата, опираясь на проверенные работающие методы, а не импульсы и эмоции.

- Как понять какие сотрудники будут эффективны? Как прописать портрет кандидата на основе модели компетенций?
- Как сориентироваться сколько и как платят сбытовому персоналу в вашей отрасли?
- Цифровизация процессов рекрутинга сбытового персонала. Как создать поток заинтересованных кандидатов?
- Как проводить собеседования от А до Я?
- Для чего нужны офферы и как их готовить?

Практикум

Составим шаблон «Заявки на подбор», объявление по вакансии, «Чек-лист собеседования», шаблон бланка для сбора рекомендаций по кандидату и шаблон «Джоб Оффера».

ТЕМА 2 Адаптация сбытового персонала.

- Зачем заниматься адаптацией?
- Как сделать, чтобы сотрудники скорее вышли на нужную эффективность?

Практикум

Составим «Индивидуальный план адаптации».

ТЕМА 3 Развитие сбытового персонала.

- Теория компетентности и ее применение в управлении сбытовым персоналом.
- Формирование навыков у подчиненных. Обучение действием. Элементное действие – Комплексное действие – Устойчивый навык.
- Особенности проведения «полевого обучения». 6 шагов «полевого обучения». Чек-лист как форма оценки уровня развития навыков. Примеры чек-листов для проведения «полевого обучения» сбытового персонала. Подводные камни и трудности «полевого обучения».

Практикум

Разработаем Чек-лист обучения на рабочем месте.

ТЕМА 4 Мотивация сбытового персонала.

- Новые условия мотивации и удержания торгового персонала.
- Основные способы нематериальной мотивации. «Меню» нематериальных стимулов.
- Сколько и как платить – варианты формирования компенсационного пакета.
- Пошаговый алгоритм разработки системы материального стимулирования руководителей и специалистов сбытового подразделения на основе ключевых показателей эффективности (KPI).
- Мотивация, контроль и оценка эффективности работы распределенных и гибридных команд.

Практикум

Кейсы помогут вам построить такую систему мотивации, которая способствует достижению поистине выдающихся результатов подчиненными.

МОДУЛЬ V

ТЕМА 1 Руководство сбытовым персоналом.

- Приказывать? Обучать? Продавать идеи? Принять участие в выполнении работы? Передать инициативу?
- Как ставить сбытовые задачи и контролировать новичков?
- Как развивать «продажников» с низкой квалификацией = обучение + мотивация + контроль.
- Как «зажигать» подчиненных с низкой мотивацией и высокой квалификацией = 30+ способов мотивации на выполнение задачи.
- Как делегировать задачи опытным подчиненным. Сочетание свободы действий и контроля.
- Как давать обратную связь по результатам контроля выполнения задач.

Практикум

Решая бизнес-кейсы, сформируем навыки руководства.

ТЕМА 2 Лидерство.

- Почему руководитель сбытовой структуры должен быть не только профессиональным управленцем, но и успешным лидером.
- Как добиться необходимого баланса менеджмента и лидерства в управлении подразделением.
- Как использовать лидерские компетенции для проведения изменений и внедрения инноваций, необходимых для успешной борьбы с конкурентами.

Практикум

Разберем примеры из практики слушателей. Каждый участник поставит цели по дальнейшему развитию своих лидерских компетенций.

ПРЕПОДАВАТЕЛИ:



Ирина Толкач, академический директор программ «Управление производственным персоналом», «Basic management skills», «Менеджер по продажам», «Клиентоцентричность: как создать отношения с клиентом», преподаватель кафедры маркетинга и продаж БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, руководитель школы продаж и клиентских отношений, член AMS ASSOCIATION.

Участник лидерских программ по методике BARRON ADVENTURES. Судья международной программы номинирования в индустрии контакт-центров «Хрустальная гарнитура».

Сфера научных интересов: лидерство, управленческие коммуникации, продажи и клиентинг.



Татьяна Черданцева, первый заместитель директора БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, академический директор программы MBA General, руководитель и преподаватель кафедры менеджмента (преподаваемые дисциплины: стратегический менеджмент, операционный менеджмент, hr-менеджмент).

Опыт управления консультационными проектами: по разработке и реализации стратегии бизнеса; по описанию и оптимизации бизнес-процессов; по реорганизации предприятия; по проектированию и внедрению системной оценки, развития и обучения персонала, построению ассесмент-центра; по оптимизации систем стимулирования (грейдирование, внедрение оплаты труда по KPI). Член рабочей группы по реализации «Концепции формирования и развития системы бизнес-образования в Республике Беларусь» при Министерстве экономики Республики Беларусь.

Научные интересы: стратегическое планирование, компенсационный менеджмент, процессное управление.



Татьяна Шеронкина, исследователь в области экономических наук (аспирантура, Минский институт управления, «Экономика и управление народным хозяйством», 2006-2014). Магистр экономических наук (Минский институт управления, специальность: «Финансы, денежное обращение и кредит», 2008).

Руководитель и преподаватель кафедры экономики и финансов БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, старший преподаватель кафедры менеджмента, учета и финансов Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, член Ассоциации независимых финансовых консультантов AIFA UK.

Научные интересы: корпоративные финансы, финансовый анализ, внешнеторговое финансирование, стоимостной менеджмент.



Антон Кучур, руководитель и преподаватель кафедры маркетинга и продаж БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, академический директор программ «Профессиональный маркетинг», «Интернет-маркетинг».

Более пяти лет руководил отделом интернет-маркетинга SKYENG, участвовал в разработке и реализации маркетинговых стратегий на рынках Беларуси, России, Европы.

Эксперт с 10-летним опытом в разработке маркетинговых стратегий, формировании и реализации коммуникационных политик, проведении маркетинговых исследований, брендинге, а также планировании контент-стратегий для сайтов, повышении конверсии и построении воронок продаж, email-маркетинге.

Область научных интересов: стратегический маркетинг, брендинг, цифровой маркетинг.



Ирина Самборская, руководитель и преподаватель кафедры организационного поведения и управления персоналом БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, академический директор программ «HR BUSINESS PARTNER», «HUMAN CAPITAL MANAGEMENT», «HR GENERALIST», «Профессиональный рекрутинг».

Профессиональный опыт в управлении персоналом более 13 лет: HR-generalist в «PricewaterhouseCoopers», начальник отдела персонала в ООО «ШАТЕ-М ПЛЮС», в ГК «ВИТРУМ», в ООО «СУШИ ВЕСЛА». Руководитель проекта «HR Community».

Научные интересы: обучение и развитие персонала, оценка персонала, управление талантами, рекрутмент и Executive Search.

РАСПИСАНИЕ:

- **МОДУЛЬ I**
16.11 – 17.11
с 10.00 до 17.00
- **МОДУЛЬ II**
30.11 – 01.12
с 10.00 до 17.00
- **МОДУЛЬ III**
14.12 – 15.12
с 10.00 до 17.00
- **МОДУЛЬ IV**
11.01 – 12.01
с 10.00 до 17.00
- **МОДУЛЬ V**
25.01 – 26.01
с 10.00 до 17.00

МЕСТО ОБУЧЕНИЯ:

Кампус БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, БЦ «XXI век»,
г. Минск, пр-т. Независимости, 169, северное здание, 8 этаж.

СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ:

Для одного участника **3050 BYN (НДС не взимается)**.

ДОКУМЕНТ ОБ ОБРАЗОВАНИИ:

- Сертификат БИЗНЕС-ШКОЛЫ XXI ВЕК-КОНСАЛТ.
- Свидетельство о повышении квалификации государственного образца.

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ НА ОБУЧЕНИЕ:

+375 (29) 694-37-87 (Viber, Telegram, WhatsApp)

+375 (29) 397-67-79

+375 (29) 700-67-79

+375 (17) 388-14-08

E-mail: training@21vk.biz

