



БИЗНЕС-ШКОЛА
XXI ВЕК-КОНСАЛТ



12.09-11.10

BLENDED LEARNING

МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДАЖАМ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ: 80 ЧАСОВ

(48 аудиторных часов + 32 часа индивидуальной дистанционной работы на учебном портале).

АУДИТОРИЯ ПРОГРАММЫ:

Менеджеры по продажам и руководители отделов продаж компаний, работающих в сфере:

- высокотехнологичного производства,
- разработки технических решений и программного обеспечения для бизнеса,
- продаж услуг и продуктов с длительным циклом сделки.

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

Между модулями в ходе индивидуальной дистанционной работы каждый участник обучения будет:

- изучать дополнительный видеоматериал и полезный контент,
- выполнять домашние задания и получать оценку и рекомендации по результатам их выполнения от преподавателя.

СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ

МОДУЛЬ I ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ПЛАНИРОВАНИЕ ЛИЧНЫХ ПРОДАЖ.

ТЕМА 1 Личная эффективность менеджера по продажам.

- Оценка своих сильных и слабых сторон и их взаимосвязи с успехами на работе. Определение точек профессионального роста.
- Эффективно организованное время = высокие результаты работы компании = мой успех и личная эффективность. Последствия неэффективной организации времени.
- Как мотивировать и организовать себя? Основные виды пожирателей времени: как уменьшить их влияние. Расстановка приоритетов в делах.

Практикум

После каждого блока выполним задания для закрепления навыков управления временем.

ТЕМА 2 Планирование продаж.

- Цели и задачи менеджера по продажам. Ключевые показатели эффективности (KPI) продаж.
- Разработка личного плана продаж на месяц (в соответствии с воронкой продаж).
- Составление плана работы на день.

Практикум

Разработаем личный план продаж на месяц (в соответствии с воронкой продаж). Составим план работы на день.

ТЕМА 3 Поиск новых клиентов.

- Составление списка источников информации о новых клиентах. Методы «выхода» на новых клиентов. Сбор детальной информации и оценка «потенциала» клиента.

Практикум

Составим «Карту потенциального клиента».

ТЕМА 4 Первичный телефонный контакт.

- Лист подготовки к первому звонку.

- Список вопросов для начала работы с новым клиентом.
- Преодоление секретарского барьера. Техники звонков: техника поэтапных звонков / техника «наличие рекомендации».
- Работа с отговорками и возражениями нового клиента. Мягкий уход или «Пришлите по факсу, электронной почте». Жесткий уход или ссылка на обстоятельства – «Нам ничего не нужно». Нет времени: «У меня нет времени разговаривать с вами!».
- Продажа преимуществ личной встречи. Создание договоренностей о встрече.

Деловая игра

Преодоление секретарского барьера, создание договоренностей о встрече (контакте).

ТЕМА 5 Подготовка встречи.

- Критерии принятия решения на разных уровнях организации клиента. Основные мотивы ЛПР (лиц принимающих решения) и спонсоров сделки в работе с поставщиками.
- Разработка структуры и направленности диалога с клиентом.
- Деловая этика. Правила ведения переговоров в команде. Приемы налаживания отношений.

Практикум

Подготовимся к контакту / визиту с реальным новым клиентом.

МОДУЛЬ II ПЕРЕГОВОРЫ ПРИ ЛИЧНОЙ ВСТРЕЧЕ С КЛИЕНТОМ.

ТЕМА 1 Приветствие и представление.

- Как установить контакт и наладить отношения с клиентом в начале переговоров.

Деловая игра

Отработаем этап «Приветствие и представление».

ТЕМА 2 Выявление и оценка потребностей клиента.

- Искусство задавания вопросов. Какие вопросы задавать спонсорам сделки и ЛПР.
- Приемы активного слушания – как держать беседу под контролем.
- Как понять, что действительно ценно для клиента и является критерием выбора поставщика.

Практикум + Деловая игра

Отработаем этап «Выявление и оценка потребностей клиента».

ТЕМА 3 Продажа преимуществ.

- Как показать клиенту преимущества наших товаров, услуг и условий сотрудничества.
- Как побудить его к рассмотрению коммерческого предложения нашей компании.

Практикум + Деловая игра

Отработаем этап «Продажа преимуществ».

ТЕМА 4 Подготовка и презентация коммерческого предложения.

- Вид презентации для наиболее эффективного представления своего предложения.
- Текст продающей презентации. Построение аргументации.
- Правила использования статистических данных, экономических расчетов, примеров.
- Правила подготовки слайдов, видеороликов, графиков, рисунков, схем, диаграмм, таблиц, расчетов.
- Формирование навыков работы с презентационным оборудованием.
- Правила работы с рекламными материалами.
- Психологические закономерности эффективной коммуникации.
- Причины искажения или невосприятия информации.

Практикум + Деловая игра

Отработаем этап «Подготовка и презентация коммерческого предложения».

ТЕМА 5 Преодоление возражений клиента.

- Что такое возражение. Основные виды возражений. Как различить истинное возражение и отговорку.
- Преодоление конкретных возражений клиента: «Мы работаем с другим поставщиком», «Дорого» и т.п.
- Преодоление общих возражений клиента: «Я подумаю», «Мы выбираем» и т.п.

Практикум + Деловая игра

Отработаем этап «Обработка возражений».

МОДУЛЬ III СОГЛАСОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ УСЛОВИЙ СДЕЛКИ И ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОДАЖИ.

ТЕМА 1 Определение предмета согласований и своей позиции в деталях.

- «Отстройка» от конкурентов. Инструмент для конкурентного анализа – «Анализ уязвимости».
- Позиционирование своего предложения исходя из критериев принятия решения о покупке и выявленных потребностей.

Практикум

После каждого блока выполним задания для закрепления навыков отстройки от конкурентов и позиционирования.

ТЕМА 2 Выбор стратегии и тактик ведения переговоров по согласованию ключевых условий сделки.

- Жесткая или мягкая стратегия? Позиционный торг или Гарвардский метод (win-win)?
- Техники ведения торга, правила «продажи» и «покупки» уступок.
- Техники и приемы повышения ценности своего предложения. Аргументация цены.
- Что делать, если торг неуместен? Реализация принципа win-win.
- Методы давления, используемые сторонами, и способы работы с ними.

Практикум

Отработаем ведение переговоров в рамках разных переговорных стратегий.

ТЕМА 3 Заключение сделки и контроль выполнения обязательств.

- Подведение промежуточных и окончательных итогов переговоров.
- Как создавать партнерские отношения с клиентами?
- Рекомендации по отметкам статусов сделки и частоте повторных контактов с клиентом.

Деловая игра

Переговоры с клиентом.

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ:



Ирина Токач, 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 номинации в индустрии контакт-центров «Хрустальная гарнитура».

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

ДАТЫ ОБУЧЕНИЯ:

- | | | |
|--|---|--|
| • МОДУЛЬ I
12.09 – 13.09
с 10.00 до 17.00 | • МОДУЛЬ II
26.09 – 27.09
с 10.00 до 17.00 | • МОДУЛЬ III
10.10 – 11.10
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 **1200 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

