

СЕМИНАР-ПРАКТИКУМ

«Апгрейд отдела продаж. Система = результат»



Если Вы продолжите делать то, что делаете, Вы получите то, что получаете сейчас. Ваши нынешние системы и процессы великолепно спланированы, чтобы принести текущие результаты.

Дж.Баккен

Дата:

24-25 апреля 2014 г.

Продолжительность:

16 часов

Место:

Тренинг-зал НОУ «Центр Поддержки Предприятий»
г. Ставрополь

Время проведения:

10:00 – 18:00

Стоимость тренинга:

Индивидуальное участие:
16000 руб.

Пакет участника:

Раздаточные материалы
Сертификат
Обед

Тренинг проводит:

Дипломированный тренер

Дронов Олег,
Директор
НОУ «Центр Поддержки
Предприятий»

Для Вас:

- Руководители компании/Директора по продажам
- Руководители отделов продаж/Супервайзеры

Вы получите:

- Системный подход к управлению продажами в компании
- Десятки практических инструментов для повышения результативности отдела продаж
- Примеры работающих процедур
- Четкое понимание чего Вы хотите от Вашей CRM системы

В программе:

- Миссия/видение компании – образ вдохновляющего будущего для сотрудников и клиентов
- Система сбалансированных показателей- как мы достигаем привлекательного будущего
- Планирование продаж- учитываем неравномерность роста рынка
- Организация руководителя по продажам- куда уходит время
- Стили управления и типы сотрудников
- Подбор профессиональных кадров/Методы оценки
- Управление по целям/Регламентация процедур
- Мотивация и оценка персонала
- Инструменты контроля и управления активностью продавцов
- Инструменты автоматизации работы отдела продаж

Почему некоторые компании живут больше ста лет?

Кривая жизненного цикла компаний и сотрудников. Как продлить рост. Что приводит успешные компании к более выдающимся результатам. Что приводит успешные компании к краху. Видение и миссия компании. Примеры Видения и миссии. Корпоративные ценности. Система сбалансированных показателей как инструмент оцифровывания Видения. Как перевести миссию и Видение в индивидуальные цели сотрудников. Карты сбалансированных показателей. Правильная постановка цели.

Как растут рыночные сегменты и на что ставить?

Планирование продаж. Матрица Ансоффа. Матрица БКГ. Неравномерный рост сегментов рынка. Пассивные-активные продажи. Алые-голубые океаны. Создание свободной рыночной ниши. Уникальное торговое предложение. Примеры планов продаж. Сечения планов продаж. Взаимосвязь планов продаж с KPI менеджеров по продажам. Бюджетирование продаж. Маржинальность продукта/направления. Стоимость контакта с клиентом.

Куда уходит время руководителя?

Основные функции руководителя. Какая деятельность занимает больше всего времени. Принцип Парето в деятельности руководителя. Сколько продавцов нам нужно. Какую выбрать структуру отдела продаж. Система грейдов. Определение уровня необходимых компетенций для каждого грейда Система отчетов отдела продаж. Какие показатели оценивать. Как принимать решения. Проведение рабочих встреч (планерок) с сотрудниками отдела. Типы сотрудников. Стили управления.

Как подобрать продавцов?

Корпоративные ценности при подборе персонала. Эмоциональный интеллект в продажах. Способы определения развития эмоционального интеллекта. Какие компетенции нам нужны. Фермеры или охотники. Структура интервью. Методы оценки. Кейсы и проективные методики для оценки компетенций. Методы массового подбора. Как "продать" соискателю свою компанию во время собеседования.

Как внедрить управление по целям?

Декомпозиция целей. Связь с системой сбалансированных показателей. Понятие бизнес процесса. Процессное управление. Цели-процессы-оргструктура. Точка принятия решения. Зеленая-желтая-красная зоны в бизнес процессе. Корректирующие и предупреждающие действия. Процедура как способ описания процесса. Принципы систем менеджмента. Должностная и рабочая инструкция. Рабочий лист целей.

Как мотивировать персонал?

Грейды как система карьерного роста в отделе продаж. Период нахождения сотрудника на каждом уровне грейда. Аттестация на следующий грейд как инструмент мотивации. KPI сотрудников отдела продаж. Ежемесячная оценка результативности сотрудников. Рейтинг результативности. Методы связи результативности и переменной части вознаграждения. Бонусы за выполнение задач месяца. Нематериальная мотивация продавцов. Сотрудник месяца. Сотрудник года.

Как автоматизировать работу отдела?

Ведение клиентской базы. Управление контактами с клиентами. Шаблоны договоров, приложений, коммерческих предложений. Управление проектами. База знаний. Скрипты для работы с клиентами. Оценка результативности сотрудников. Рейтинги. Шаблоны бизнес процессов. Контроль выполнения поставленных задач. Корпоративный тайм менеджмент. Контроль использования рабочего времени сотрудниками. Call Center. Возможность записи и анализа звонков. Аналитика.