



# УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

**Цель:** сформировать знания/развить навыки руководства процессом продаж и сотрудниками отдела.

**Целевая аудитория:**

Действующие руководители продаж разных уровней управления.

**Формат:**

Длительность программы 24 часа (3 дня по 8 часов). Размер группы от 8 до 15 человек.

В процессе обучения используются групповые и индивидуальные форматы работы. Задача тренера – вовлечь каждого участника в дискуссии, рефлексии, анализ выполненных упражнений и кейсов (в т. ч. видеоанализ). Все участники получают обратную связь от тренера, имеют возможность в процессе тренинга или по его завершению получить ответы на свои вопросы.

Развиваемые навыки и используемые методы	Результаты
<p><b>Основные функции руководителя продаж:</b> планирование, организация, мотивация, контроль</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Целеполагание в продажах. Критерии, предъявляемые к формулированию целей</li><li>• Критерии успешных действий на пути к выполнению плана продаж как конечной цели. Постановка промежуточных целей (цель звонка, цель переговоров)</li><li>• Мотивация персонала. Удовлетворенность трудом. Мотивационный цикл продавца</li><li>• Критерии и стандарты как основание для контроля</li></ul>	<p><b>Участники:</b></p> <p>Знают как ставить цель и задачи сотрудникам в соответствии с критериями эффективности Могут разбивать сложные задачи в продажах на локальные подзадачи, устанавливать промежуточные точки контроля Владеют способами мотивирования сотрудников с учетом специфики продаж Умеют управлять качеством продаж на основе стандартов</p>
<p><b>Управление продажами</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Управление «бизнес-процессами» в продажах</li><li>• Управление продажами с помощью воронки продаж. Цели, критерии эффективности и формула продаж</li><li>• Профессиональное поведение на каждом этапе продажи</li><li>• Значимые компетенции сотрудника отдела продаж в компании</li><li>• Критерии успешной работы на каждом этапе продажи</li><li>• CRM (Customer Relationship Management) система планирования продаж и управления взаимоотношениями с клиентами</li></ul>	<p><b>Участники:</b></p> <p>Понимают как использовать воронку продаж для управления продажами Определяют критерии успешности для каждого этапа продаж Умеют планировать продажи с помощью баз данных</p>
<p><b>Способы развития и обучения персонала отдела продаж:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Наблюдение и обратная связь продавцу как инструмент его развития</li><li>• Совместные визиты к клиенту</li><li>• Прослушивание звонков</li><li>• Проведение мини-тренингов</li><li>• Составление «шпаргалок»</li><li>• Разбор ситуаций</li></ul>	<p><b>Участники:</b></p> <p>Владеют навыками наблюдения и предоставления обратной связи для управления эффективностью сотрудников Знают как развивать сотрудников и повышать эффективность продаж за счет использования методов обучения на рабочем месте</p>

Программа проведена для Компаний:

