

# **INNOWACYJNE ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ**

-szkolenie trzydniowe

## **CELE SZKOLENIA**

- praktyczne przygotowanie uczestników do pełnienia roli menedżera sprzedaży,
- ukształtowanie/wykreowanie postaw profesjonalnego menedżera,
- przekazanie i ćwiczenie w używaniu praktycznych narzędzi, metod i sposobów pracy menedżera sprzedaży w ramach zarządzania zespołem handlowców (przedstawiciele handlowych) i realizacji celów sprzedaży
- poznanie strategii i gier taktycznych stosowanych przez Klienta

## **UCZESTNICY SZKOLENIA**

Menedżerowie Sprzedaży, Menedżerowie Regionalni Sprzedaży, Key Account Menedżerowie, Kierownicy Działów Sprzedaży, Obsługi Klienta, Realizacji Zamówień, Telemarketingu

## **KORZYŚCI DLA UCZESTNIKÓW SZKOLENIA**

- umiejętność wyznaczania celów, rozwijania potencjału, budowania motywacji i znajdowania pożądanых rozwiązań w relacjach z zarządzanymi handlowcami,
- umiejętność inspirowania innych w codziennej pracy w obszarze sprzedaży,
- większa skuteczność realizacji zadań sprzedażowych w wyniku konsekwentnie wykonywanej pracy doskonalącej i wspierającej podległych handlowców
- umocnienie swojej pozycji jako menedżera sprzedaży i zagwarantowanie sobie długotrwałych relacji z Klientem,
- wzbogacenie swojego warsztatu o nowe, zaawansowane techniki sprzedaży i negocjacji oraz zmniejszenie podatności psychomanipulacji ze strony Klienta.

## **GŁÓWNE ZAGADNIENIA SZKOLENIA**

### **I. ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ:**

- Cele działalności handlowców w terenie
- Ustalanie celów działalności sprzedażowej
- System monitoringu realizowanych zadań sprzedażowych
- Narzędzia ułatwiające zarządzanie sprzedażą i kontaktami handlowymi

- Zarządzanie własnym terytorium handlowym (TH)
  - a. Czy jest TH i czy system zarządzania TH jest potrzebny?
  - b. Rola sprzedawcy w zarządzaniu TH
  - c. Proces zarządzania TH (fazy); gromadzenie informacji o TH
  - d. Przygotowywanie scenariuszy i procedur sprzedaży z poszczególnymi pod-strefami TH
  - e. Planowanie celów w odniesieniu do poszczególnych TH; plany długo- i krótkoterminowe w sprzedaży
- Handlowiec w terenie, hurtowni i sklepie – elementy wspólne i odmienne w sprzedaży

## **II. SILNY ZESPÓŁ HANDLOWY, A EFEKTYWNOŚĆ SPRZEDAŻY I BUDOWANIE PRZEWAGI RYNKOWEJ**

- Co to jest zespół handlowy – różnice między zespołem, a grupą
- Budowanie tożsamości, siły i efektywności zespołu handlowego
- Szanse i zagrożenia wynikające z pracy zespołowej w sprzedaży
- Rozproszenie odpowiedzialności
- Realizacja własnych celów poprzez realizację celów zespołowych
- Skuteczna komunikacja w zespole sprzedaży (kanały, środki)

## **III. ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z KLIENTEM**

- Etapy zarządzania relacjami z Klientem
- Planowanie i przebieg rozmów handlowych  
Co robić, aby rozwijać współpracę handlową i nie tracić Klientów?
- Metody pozyskiwania nowych Klientów (punktów sprzedaży)
- Siła i efektywność promocji w sprzedaży

## **IV. MINI ASSESSMENT oceniający predyspozycje w obszarze zarządzania zespołem handlowców poprzez COACHING ze szczególnym naciskiem na właściwą komunikację**

- identyfikacja poziomu skuteczności i profesjonalizmu (mocnych i słabych stron) handlowców,
- planowanie rozwoju wybranych umiejętności / kompetencji pracowników
- wdrażanie metod doskonalących umiejętności / kompetencje pracowników
- ocena postępów

- język rozwiązań
- rozumienie procesów kodowania i wydobywania informacji
- sztuka zadawania pytań
- umiejętność elastycznego dostosowywania sposobów pracy do coachowanego

## **V. TRUDNE SYTUACJE W SPRZEDAŻY**

- Radzenie sobie z typowymi zastrzeżeniami Klientów (metody, techniki, narzędzia, trening)
  - a. Gry handlowe
  - b. Zastrzeżenia typu: „inni”, „nie mam czasu”, „interesuje mnie wyłącznie”, „nie jestem zainteresowany”, „ważna jest tylko cena/warunki handlowe” i inne typowe w sprzedaży i branży
  - c. Technika „kanapki”
  - d. Techniki przekonywania Klientów „rekomendacje” i „czarne obrazy”
  - e. Zarządzanie reklamacjami i skargami Klientów w sposób pro-sprzedażowy w oparciu o najskuteczniejsze praktyki w tym zakresie

## **VI. Propozycje konkretnych rozwiązań dla problemów zgłoszonych przez uczestników podczas szkolenia (wytyczenie indywidualnych ścieżek postępowania)**

### **SPOSÓB PROWADZENIA SZKOLENIA**

Szkolenie charakteryzuje się doбором zróżnicowanych metod dydaktyczno — treningowych w celu jak najlepszego przyswojenia wiedzy przez uczestników z przewagą ćwiczeń, pracy zespołowej, eksperymentów i case study. Zarówno treści merytoryczne, jak i metodyka szkolenia są każdorazowo dostosowywane do omawianych zagadnień i problemów.