

## ПРАКТИКУМ

### «БЕРЕЖЛИВЫЕ ПРОДАЖИ: КАК ПОВЫСИТЬ ОТДАЧУ ОТ КОММЕРЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ»

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ: 2 дня, 16 часов.

ДАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ: 29-30 апреля 2019 года

Только один из четырех клиентов с одинаковым оборотом приносит планируемую прибыль. Рентабельность продаж можно увеличить более чем в 4 раза, исправив всего лишь один процесс. 8 из 10 компаний не используют даже 10% современных способов роста продаж. Даже при существующем объеме продаж компания способна извлекать большую прибыль, если устранить потери и применять принципы бережливого управления к процессам маркетинга и продаж.

Программа практикума объединяет технологии повышения производительности, современные методы развития продаж и управленческие технологии. Практикум направлен на обучение управленцев стратегическому и тактическому управлению коммерческой службой, а также способам автоматизации процессов, и взаимодействию с персоналом подразделения. **Программа практикума рекомендована предприятиям, участвующим в Федеральной программе повышения производительности труда и поддержки занятости.**

#### ПОЧЕМУ ВАМ СТОИТ ПОЙТИ:

- **Чтобы разрабатывать прибыльные бизнес-модели и формировать бюджет продающего подразделения.** Вы получите готовый набор инструментов и уже во время практикума оцените возможности развития коммерческой службы;
- **Чтобы научиться собирать и анализировать более 30 показателей продаж и принимать качественные решения.** Вы построите экран собственного бизнеса или предприятия через призму коммерческих показателей и выделите всего 4-6 показателей, от которых зависит рост продаж;
- **Чтобы правильно сегментировать клиентскую базу и повышать отдачу от взаимодействия с клиентами.** Вы освоите технологию сегментации клиентов по рентабельности и изучите стратегии повышения отдачи от клиентской базы;
- **Чтобы узнать, как находить, тестировать и применять эффективные каналы сбыта.** После практикума вы увеличите количество входящих заявок даже если примените только 15% инструментов лидогенерации;
- **Чтобы автоматизировать продажи, внедрить CRM и построить результативную коммерческую службу.** Воспользуйтесь пошаговым алгоритмом внедрения CRM и используйте возможности автоматизации процессов маркетинга и продаж;
- **Чтобы выстроить продажи в интернете (в B2B это отлично работает, доказано!).** Перестаньте надоедать клиентам холодными звонками. Позвольте клиентам принять решение о сотрудничестве в вашу пользу. Узнайте, как обойти конкурентов.

**ДЛЯ КОГО:** Данный практикум будет интересен коммерческим директорам, руководителям службы сбыта, директорам филиалов, ведущим специалистам службы продаж, консультантам в сфере маркетинга и продаж.

#### ТЕХНИКИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ОБУЧЕНИЯ:

Информационные блоки, дискуссии, упражнения в группах, разбор кейсов, разбор практических ситуаций участников практикума.

## ПРОГРАММА ПРАКТИКУМА

### ДЕНЬ 1. СТРОИМ ПРИБОРНУЮ ПАНЕЛЬ ПРОДАЖ. СОЗДАЕМ ТОЧКИ УПРАВЛЯЕМОСТИ И РОСТА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОДАЖ.

<b>10:00-11:30.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Как построить бизнес-модель приносящую прибыль. Как создать несколько потоков дохода.</li> <li>• Оптимальная сбытовая цепочка. Где коммерческая служба теряет прибыль.</li> <li>• Что лучше: широкая дифференциация или сфокусированный продуктовый портфель.</li> <li>• Три ценовые категории продукта. Почему продажи триал-версий приводят платежеспособных клиентов.</li> </ul>
<b>11:30-11:45.</b>	<b>Кофе-брейк.</b>
<b>11:45-13:15.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Прогнозирование продаж на основе «Воронки продаж». Зоны ответственности маркетинга и продаж. Как поделить показатели и задачи. Оптимальная структура коммерческой службы.</li> <li>• 30+ ключевых показателей для управления продажами.</li> <li>• Строим приборную панель бизнеса. Где и как собирать данные для аналитики.</li> <li>• Моментальная диагностика. Как найти самую болевую точку в процессе продаж.</li> <li>• Способы повышения отдачи от отдела маркетинга и отдела продаж.</li> </ul>
<b>13:15-14:15.</b>	<b>Обед.</b>
<b>14:15-15:45.</b>	<p><b>Технологии и инструменты управления клиентской базой.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Матрица приоритетности клиентов - основа принятия решений. Сегментирование клиентской базы: дойные коровы, трудные дети, звезды и дохлые собаки. Как сбалансировать клиентскую базу.</li> <li>• Методика оценки рентабельности клиентов. Факторы влияющие на рост рентабельности продаж.</li> </ul>
<b>15:45-16:00.</b>	<b>Кофе-брейк.</b>
<b>16:00-17:00.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 стратегии управления клиентской базой: растущий и падающий рынок. Технология переключения с одной стратегии на другую без потери доходности.</li> <li>• 3 ключевые цели по развитию клиентской базы: привлекать, удерживать, увеличивать продажи. Как реализовать каждую цель. Ключевые клиенты и фишки по их удержанию.</li> <li>• Вытягивающий принцип продаж. Как перестать «впаривать» товар.</li> </ul>
<b>17:00-17:30.</b>	<b>Сессия вопросов-ответов.</b>

### ДЕНЬ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЮЩИМ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕМ

- 10:00-11:30.**
- Точки контакта и как максимизировать отдачу от каналов продвижения.
  - Матрица каналов сбыта. 20+ источников лидогенерации.
  - Система оценки эффективности точек контакта и источников лидогенерации.

- Продающее коммерческое предложение. Готовые шаблоны и работающие скрипты.
  - Алгоритм утепления клиентов. Ассоциированные конверсии и цепочка касаний.
  - Как автоматизировать процесс привлечения клиентов.
  - Как из SWOT-анализа извлечь прибыльные идеи.
- 11:30-11:45. Кофе-брейк.**
- 11:45-13:15.**
- Внедрение CRM: как избежать 10 ключевых ошибок внедрения. Пошаговый алгоритм внедрения CRM системы.
  - Бизнес-процессы службы маркетинга и продаж. Как настроить и интегрировать с CRM.
  - Автоматизация процессов: что и как автоматизировать. Как правильно привлечь сторонних специалистов и поставить задачу.
- 13:15-14:15. Обед.**
- 14:15-15:45. Организация и управление продающим подразделением.**
- Разработка бюджета продаж на год. Как структурировать затраты службы продаж, чтобы повысить рентабельность.
  - Структура продаж в зависимости от типа организации. Деление по клиентам, территориям, продуктам: преимущества и недостатки.
  - Как рассчитать оптимальную оргструктуру. Каких специалистов вывести на аутсорсинг и как ими управлять.
  - Оперативки и освещения коммерческой службы: зачем проводить, что спрашивать, как ставить задачи и развивать компетенции.
- 15:45-16:00. Кофе-брейк.**
- 16:00-17:00.**
- Продавцы!!! На какую кнопку нажать, чтобы сдвинуть с места. 3 типа систем премирования: какую выбрать? Как вовлечь продвигающий и продающий персонал в развитие компании.
  - 4 типа лидерства в зависимости от способностей и мотивации подчиненных. Контролировать или мотивировать?
  - Управление в облаке: как настроить систему управления продажи в облачных технологиях и руководить удаленно.
- 17:00-17:30. Сессия вопросов-ответов.**

## ВЕДУЩАЯ ПРАКТИКУМА

**МАРИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** Траблшутер, бизнес-консультант в области повышения эффективности бизнеса. Автор технологии рентабельных продаж и методики осознанного развития.

За последние 10 лет Мария Леонтьева реализовала более 40 проектов внедрения подсистем управления и провела более 250 тренингов для руководителей высшего звена. Консультировала компании мирового значения: Лукойл, Транснефть, Уралхим, Сбербанк, Пермские моторы, Уралкалий, Альфабанк. Сотрудничала с Министерством образования, Администрациями Муниципалитетов, готовила депутатов к выборам.

Модерировала форумы для Общественной палаты РФ, Министерства территориального развития, делового издания «National Business».

Мария ведет блог о развитии бизнеса и карьеры, выступает в качестве эксперта на профильных онлайн-площадках, а также является бизнес-ментором в телепроекте.

Профессионализм Марии Леонтьевой подтвержден достигнутыми результатами клиентов. Это компании из разных сфер деятельности, нацеленные на получение максимума при существующих ограничениях. Мария использует подход, интегрирующий западные технологии менеджмента, ориентированные на результат с восточной глубиной и осознанностью действия. Мария обладает богатым практическим опытом сопровождения компаний от разработки бизнес-модели до внедрения всех ее элементов, с учетом ресурсов и способностей компании.

Программы Марии выстроены вокруг индивидуальности и потенциала как человека, так и компании. А ее помощь заключается в раскрытии сильных сторон и распаковке скрытых способностей. Уже во время работы с Марией, собственники бизнеса, топ-менеджеры и ключевые специалисты сразу конвертируют полученный опыт в достижения.

**СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:** 130000 тг.

**тел: +7 777 676 77 72**

**e-mail: info@kaizencenter.kz**

**www.kaizencenter.kz**