

## ПРОГРАММА УЧЕБНОГО МЕРОПРИЯТИЯ

### «5 шагов к успешным продажам»

#### Кому будет полезен семинар?

Менеджерам по продажам, руководителям групп продаж, начальникам отделов продаж.

**Ведущий:** Павел Милосердов - эксперт PM TEAM

№ п/п	Тема. Вид активности.	Время
1	Введение. Соглашения и ожидания	10.00 - 10.15
2	Продукты и услуги. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Что мы продаем на самом деле? Продукты и услуги. B2B и B2C</li> <li>• Цена и ценность, потребительские свойства продукта или услуги для разных типов клиентов</li> <li>• Матрица позиционирования</li> <li>• Моделирование свойств продукта/услуги в ходе переговоров с клиентом</li> <li>• Дополнительные выгоды потребителей</li> <li>• Кросс-продажи и партнерские программы</li> </ul>	10.15 – 12.45
3	<b>Кофе-брейк</b>	<b>11.30-11.45</b>
4	Информационные материалы для успешных продаж <ul style="list-style-type: none"> <li>• Презентация</li> <li>• Коммерческое предложение</li> <li>• Кейсы</li> <li>• Расчеты</li> <li>• Шаблоны писем</li> <li>• Взаимодействие с отделом маркетинга для получения и адаптации информационных материалов</li> </ul>	11.45-13.15
5	<b>Обед</b>	<b>13.15-14.00</b>
6	<b>5 шагов к сделке</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Теория и практические занятия</li> <li>• Общая информация</li> <li>• Организация работы менеджера по продажам</li> <li>• Организация работы отдела продаж</li> </ul> <b>Сбор информации</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Цель этапа</li> </ul>	14.00-18.00

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Какая информация необходима?</li> <li>• Где ее искать?</li> <li>• Как ее искать?</li> <li>• Использование сарафанного радио</li> <li>• Использование социальных сетей</li> <li>• ЛПР и ЛВПР клиента</li> </ul> <p><b>Первый контакт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Цель этапа</li> <li>• Подготовка первого контакта</li> <li>• Что нам необходимо узнать? Правильный сбор потребностей клиента.</li> <li>• Как систематизировать и хранить информацию?</li> </ul> <p><b>Коммерческое предложение</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Цель этапа</li> <li>• Подготовка КП. Расчеты</li> <li>• Презентация КП</li> <li>• Что на самом деле означают «возражения» и как с ними работать?</li> <li>• Как зафиксировать договоренности и зачем это необходимо?</li> <li>• Как плавно перейти к этапу контрактования?</li> <li>• Как не надо «закрывать» сделку.</li> </ul> <p><b>Контрактование</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Цель этапа</li> <li>• Что нужно знать для быстрого прохождения этапа контрактования?</li> <li>• Как контролировать процесс контрактования на стороне клиента?</li> <li>• Какие «грабли» обычно встречаются и можно ли их обойти?</li> </ul> <p><b>Сделка</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Цель этапа</li> <li>• Особенности этапа</li> <li>• Ответственные исполнители и управление ими со стороны менеджера по продажам</li> <li>• Роль менеджера по продажам в генерировании сделок</li> <li>• Отслеживание сделок и анализ статистики продаж</li> <li>• Работа с дебиторской задолженностью и закрывающие документы</li> </ul>	
	<p><b>Подведение итогов. Вручение сертификатов. Неформальное общение</b></p>	<p><b>18.00-18.30</b></p>