

ПРОАКТИВНЫЙ ПОДХОД В ПЛАНИРОВАНИИ И УПРАВЛЕНИИ ПРОДАЖАМИ

ЦЕЛЬ ТРЕНИГА

Тренинг направлен на формирование и развитие следующих навыков:

- Анализа существующей системы продаж
- Планирование областей развития продаж
- Выработка способов увеличения эффективности продаж
- Понимание сегментов потребительского рынка и стратегий работы с разными категориями клиентов
- Понимание процесса принятия решений на крупных промышленных предприятиях, анализ состава и планирование работы с закупочным комитетом
- Разработка календарного плана работы с ключевыми клиентами

СОДЕРЖАНИЕ

Ключевые факторы эффективности продаж

- Факторы, влияющие на результат продаж
- Влияние внешних факторов на результативность достижения целей в продажах
- Влияние внутренних факторов на процесс достижения целей
- Понимание сути и значение контроля результативности продаж

Сегментация клиентов

- Критерии сегментации клиентов
- Принципы сегментации
- Правило Парето в сегментации клиентов
- Определение потенциала клиентов
- Проектирование направлений работы с клиентской базой

Работа с Закупочным комитетом клиента

- Определение круга лиц, влияющих участвующих в принятии решения
- Выявление лиц, принимающих решение
- Определение направлений работы с Закупочным комитетом

Стратегии разработки клиентов

- Принципы постановки целей в работе с клиентами
- Методология долгосрочного планирования работы с клиентами
- Преобразование стратегии в комплекс тактических мероприятий

Планирование работы с клиентами

- Методология краткосрочного планирования в работе с клиентами
- SWOT - анализ
- Оценка ресурсов, возможностей и ограничений
- Анализ конкурентов
- Разработка территориального плана работы

Итоги курса