

# ПРОГРАММА КУРСА

## “Искусство эффективных продаж”

Продолжительность обучения 15 месяцев (240 часов).

Рекомендуемое время изучения материала одного учебного журнала (2 урока) — 16 часов.

- Урок 1.** Что такое искусство эффективно продавать? На чем основана эффективная продажа. Как развить личные качества, необходимые продавцу для достижения позитивных результатов в работе. Среда работы продавца и менеджера по продажам.
- Урок 2.** Продавец и его роль в политике продаж предприятия. Цели продаж. Средства политики сбыта: маркетинг, реклама, цена, товар, стимулирование продаж, торговый персонал, дистрибуция.
- Урок 3.** Усиление мотивации и работа над позитивным настроем. Необходимость и методы мотивации в сфере продаж. Модели мотивации. Мотивация на собраниях отдела продаж. Важность позитивного мышления в работе продавца.
- Урок 4.** Факторы в процессе продажи. Продажа и маркетинг. Клиент — центр внимания продавца. Воздействие на потенциального покупателя в процессе продажи.
- Урок 5.** Ключевые шаги продажи. Этапы продажи. Техники на каждом этапе продажи. Компоненты общения в продаже. Отчеты о продажах.
- Урок 6.** Причины действий клиента в процессе продажи. Процесс решения о покупке: опыт клиента как покупателя. Подготовка продажи: отношения между продавцом и клиентом, поставка строго по графику. Умение слушать клиента.
- Урок 7.** Удачная презентация. Подготовка к презентации. Структура и временные рамки презентации. Аудитория на презентации. Использование технических средств.
- Урок 8.** Управление отделом продаж. Методы управления силами продаж. Многоаспектная роль менеджеров по продажам. Стандарты заботы о клиенте. Компенсации и затраты.
- Урок 9.** Как убедить клиента — аргументация и ее внутренняя структура. Адекватное отношение к контраргументам.
- Урок 10.** Планирование продаж. Стратегическое и тактическое планирование продаж. Установление и достижение целей по продажам.
- Урок 11.** Опровержение возражений клиента. Предупреждение возражений. Причины возражений. Три типа возражений и их преодоление.
- Урок 12.** Выбираем тактику продажи. Внедрение тактического плана продаж для каждой территории и продавца. Прямые и не прямые тактики продаж.
- Урок 13.** Общение с людьми: техника или отношение. Особенности личной продажи. Влияние информационных технологий.
- Урок 14.** Прогнозирование продаж. Типы и цели прогнозирования. Источники данных для прогнозирования продаж. Качественные и количественные техники прогнозирования продаж.

- Урок 15.** Эффективный телефонный контакт. Как найти нужного человека, когда Вы звоните в незнакомую организацию. Планирование и цели телефонного разговора. Как подготовить эффективный сценарий разговора. Техники телефонного контакта.
- Урок 16.** Бюджет отдела продаж. Компоненты бюджета отдела продаж по отношению к выполняемым объемам продаж. Затраты отдела сбыта и отдельного продавца. Контроль за выполнением бюджета.
- Урок 17.** Планирование и структура переговоров. Подготовка к переговорам. Условия сделки и оплаты. Тактики переговоров. Как завершить переговоры.
- Урок 18.** Стратегическая цель продавца. Исследования, анализ направлений рынка, конкурентное преимущество. Организация продаж: внедрение плана продаж, управление и контроль над ценами, влияние деятельности конкурентов, территориальное деление.
- Урок 19.** Путь к установлению контакта. Продажа через средства коммуникации. Роль выставок, ярмарок, торговых шоу. Роль работы по установлению связей с общественностью (PR).
- Урок 20.** Обучение продавцов. Основные методы и компоненты обучения. Программы обучения продажам. Критерии оценки обучения. Привлечение специалистов для обучения. Обучение продавцов в зарубежных филиалах компании.
- Урок 21.** Завершение продажи. Продажа родственных товаров. Послепродажное обслуживание. Подготовка длительного сотрудничества после завершения продажи.
- Урок 22.** Набор персонала в отдел продаж. Описание должностных обязанностей. Источники и методы привлечения персонала. Техники отбора продавцов.
- Урок 23.** Как реклама помогает продавцу. Рекламная деятельность компании. Типы рекламы: печатная, ТВ, радио, мультиуровневая реклама. Создание спроса. Использование созданного спроса для повышения объемов продаж. Оценка реакции в рекламе и прямых почтовых рассылках.
- Урок 24.** Контроль отдела сбыта. Вопросы здоровья и безопасности. Оценка деятельности отдела продаж и продавцов. Системы контроля продаж и обратной реакции.
- Урок 25.** Специфические продажи. Помощь прямого маркетинга. Телемаркетинг как помощь в продажах.
- Урок 26.** Учет продаж. Типы и причины учета продаж, методы клиентских баз данных, значение учета для управления продажами. Анализ учета продаж и жалоб клиентов. Администрация продаж: информация, записи, письменные отчеты, наблюдения, деятельность конкурентов и реакция клиентов.
- Урок 27.** Каналы дистрибуции. Исследование вопросов распределения. Решение о структуре каналов, основанное на разделении рынка и плане продаж.
- Урок 28.** Продажа при помощи информационных технологий. Роль информационных технологий и статистики в ежедневной деятельности, а также в управлении отделом продаж. База данных клиентов.
- Урок 29.** Законодательные и этические вопросы в процессе продаж. Условия контракта о купле-продаже. Условия гарантийных обязательств. Вопросы этики: законодательная и этическая база защиты потребителя.
- Урок 30.** Методы продаж на мировом рынке. Направления в международных продажах. Продажи на экспорт.