



Программа авторского курса Радмило Лукича
“Построение и настройка отдела продаж”
в онлайн-формате

Онлайн-школа
Premium Management

Лекция 1. Аудит продаж, часть 1

Вы узнаете:

- что такое «транзакционные», «консультационные» и «стратегические» продажи;
- об идеальных кандидатах для транзакционных, консультационных и стратегических продаж;
- правильные вопросы от Радмило Лукича при SWOT-анализе;
- об анализе по «5 силам Портера»;
- о 4 типах конкурентов любого бизнеса;
- почему СППО является «хребтом продаж»;
- главные вопросы, которые нужно задать клиенту после продажи.

Вы сможете:

- отличать разные типы продаж и подходы к их организации;
- быстро провести SWOT-анализ;
- провести анализ по «5 Силам Портера»;
- провести анализ существующих конкурентов еще 3 типов конкурентов;
- научиться задавать главные вопросы клиенту после продажи для улучшения продаж.

Лекция 2. Аудит продаж, часть 2

Вы узнаете:

- что такое «официальный Я» и «неофициальный Ты» в продажах;
- какая главная причина отсутствия успеха в продажах;
- что такое эмоциональный выбор;
- что такое «Воронка продаж» и как она работает;
- какие типы потенциальных клиентов существуют;
- чем отличаются «разведчики», «охотники» и «фермеры» в продажах;
- почему нельзя уделять много времени слабым продавцам;
- типичные отговорки продавцов, которые не выполняют план.

Вы сможете:

- взглянуть по-новому на модель общения с Вашими клиентами;
- начать использовать не только логику в презентациях;
- использовать более эффективно свою «воронку продаж»;
- использовать термин «рабочее давление» на практике;
- перестать верить отговоркам Ваших продавцов и расставаться с худшими.

Лекция 3. Прогноз продаж, часть 1

Вы узнаете:

- о «Матрице Ансофа» и как ее использовать;
- о «Законе Паскаля» и необходимости его применения в бизнесе;
- почему для менеджеров важна определенность от руководства;
- об оптимальном прогнозе продаж;
- об эффективной еженедельной технологии планировании и отчетности.

Вы сможете:

- начать использовать «Матрицу Ансофа» в продажах и планировании;
- использовать определенность и рабочее давление для улучшения результатов менеджеров;
- улучшить качество подготовки прогноза продаж в компании;
- улучшить качество еженедельного планирования и отчетности.

Лекция 4. Прогноз продаж, часть 2

Вы узнаете:

- как правильно внедрить прогноз продаж;
- как преодолеть сопротивление менеджеров при внедрении прогноза продаж;
- как реагировать на отговорки менеджеров при невыполнении плана;
- алгоритм эффективного обсуждения предложений менеджеров.

Вы сможете:

- быстро внедрить прогноз продаж в компании или уточнить его;
- преодолеть сопротивление сотрудников при внедрении прогноза продаж;
- использовать эффективный алгоритм обсуждения предложений с менеджерами.

Лекция 5. Модели продаж и План продаж

Вы узнаете:

- о моделях продаж и разных ролях менеджеров;
- о секретах подготовки правильного плана продаж;
- с помощью какого настроя Джордж Клуни начал себя продавать за миллионы;
- правильно ставить план продаж для менеджера, чтобы он не опустил руки и был мотивирован;
- из чего состоит КПД менеджера;
- что такое «сечение» годового плана и «фоновые продажи»;
- о двух существующих базовых способах годового планирования.

Вы сможете:

- построить правильный и выполнимый годовой план продаж;
- создать правильное «рабочее давление» на менеджеров через годовой план продаж;
- использовать богатый инструментарий для защиты годового плана перед акционерами или владельцами.

Лекция 6. Материальная мотивация в отделе продаж

Вы узнаете:

- тонкости материальной мотивации продавцов;
- разновидностях бонусов и как они работают;
- эффективный метод работы с дебиторской задолженности;
- о возможной схеме мотивации директора по продажам;
- почему директор по продажам должен быть играющим тренером.

Вы сможете:

- избежать ошибок при подготовке мотивации для продавцов;
- повысить продажи с помощью стимулирующих бонусов;
- уменьшить текущую дебиторскую задолженность.

Лекция 7. Работа с ключевыми клиентами, часть 1

Вы узнаете:

- основные типы ключевых клиентов;
- в чем ценность каждого типа для компании;
- как может выглядеть досье на ключевого клиента;
- что такое виртуальная команда КАМа и как с ней работать;
- какие 4 этапа прошли продавцы за последние 100 лет.

Вы сможете:

- определить своих ключевых клиентов и максимально практично использовать эти знания;
- подготовить досье на своих ключевых клиентов и повысить эффект от взаимодействия с ним;
- по-новому взглянуть на проблемы КАМа в компании и помочь их решить.

Лекция 8. Работа с ключевыми клиентами, часть 2

Вы узнаете:

- о возможных точках входа к клиенту;
- как сравнить вашу компанию и конкурентов в рамках досье ключевого клиента;

- как общаться с клиентом в рамках тендера, чтобы выиграть;
- как можно использовать прошлый успех;
- что такое quota club и как это работает.

Вы сможете:

- улучшить работу с ключевыми клиентами;
- повысить вероятность выбора вашей компании, товаров или услуг крупным клиентом.