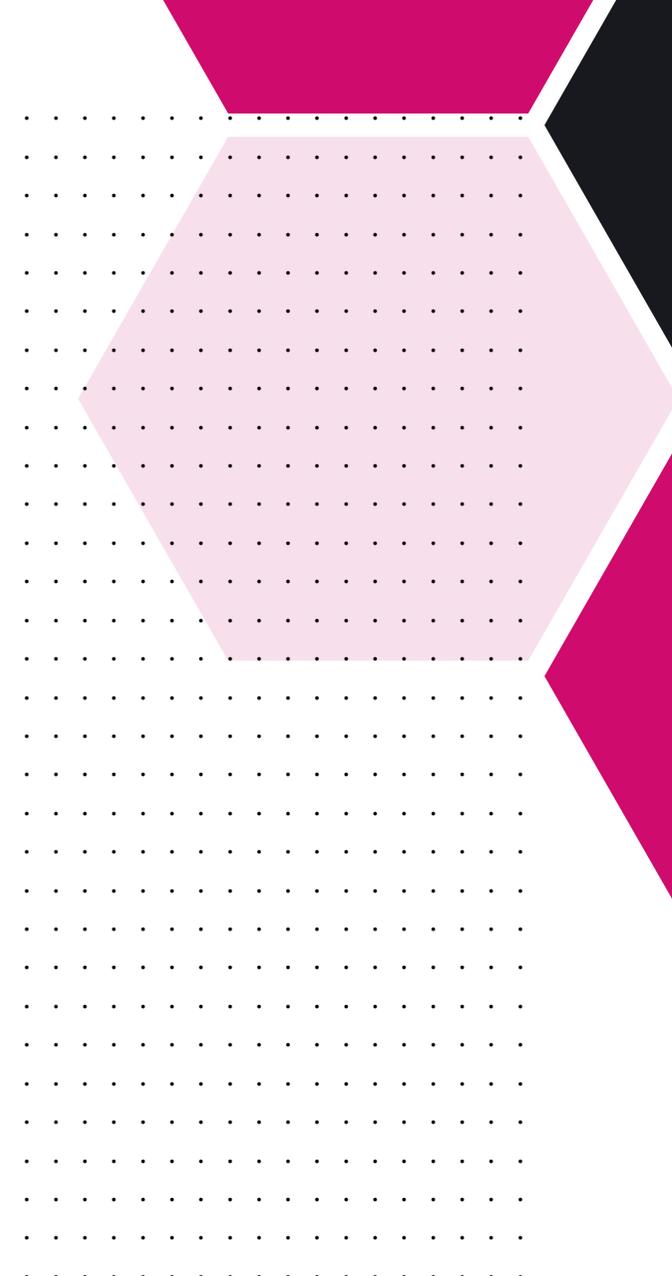


# Управление продажами

---

Курс рассматривает современные методы эффективных продаж, статистику и прогнозирование плана продаж. Этапы продаж для товаров и услуг, а также основы успешных телефонных продаж. Функции и роль руководителя отдела продаж, современные способы развития отдела и внедрение изменений без ущерба для сотрудников.

Курс предназначен для практикующих специалистов – сотрудников отделов продаж, специалистам отдела маркетинга, руководителей компаний и владельцев бизнеса.



24

часов видео

49

блоков обучения

189

страниц умм

## ПРОГРАММА

---

Руководитель отдела продаж.

Эффективная команда продаж.

Управление продажами.

Продажи.

Мотивация отдела продаж.

Развитие отдела продаж.

Основа успешных продаж.

Первый звонок.

Диалог с ЛПР.

Повторный звонок и продажа.

Постпродажное обслуживание.



**Бизнес-тренер, коуч,  
сооснователь Центра  
развития личности  
“Точка роста”.**

## **Профессиональный опыт:**

- Опыт в продажах — с 1999 г.
- Опыт руководителя — с 2003 г.
- 2000–2012 гг. — ГК АртБизнесЛайн, Новосибирск (с 2003 г. — руководитель отдела продаж, с 2007 г. — руководитель коммерческой службы, с 2009 г. — коммерческий директор).
- 2012–2018 гг. — Дизайнмастер (главной офис в Новосибирске, 13 филиалов в городах России) — директор по продажам/заместитель коммерческого директора по развитию персонала КС.
- 2020 г. — сооснователь Центра развития личности «Точка роста».

## **Повышение квалификации:**

- 2018–2019 гг. — Академия стратегического коучинга (SCAI), Санкт-Петербург, Школа тренеров XXI, International Trainers Academy Of NLP/New Code NLP Canada (Practitioner/Coach);
- 2017 г. — Институт непрерывного развития (Новосибирск), Визуальные коды человека;
- 2009–2010 гг. — Бизнес-школа «Самолов и Самолова» (Новосибирск), Эффективное управление персоналом;
- 2008 г. — Учебный центр «Прагматик» (Москва), Управление коммерческой службой;
- 2000–2018 гг. — Серия семинаров, мастер-классов и тренингов по продажам и управлению (Ново-сибирск, Москва, Санкт-Петербург);
- 1998 г. — Центр обучения «Сфера» (Новосибирск), специалист службы маркетинга.

## **Реализованные проекты:**

- Разработка, организация и проведение комплексных мероприятий для коммерческой службы в компании — аттестационные и мотивационные программы, геймификация процессов (Дизайнма-стер, 2015–2018 гг.);
- Разработка и внедрение системы клиентского сервиса в продажи и системы внутреннего обучения в компании (АртБизнесЛайн, 2007–2012 гг., Дизайнмастер 2013–2018 гг.).

## **Образование:**

- 1995 г. — Московская государственная академия лёгкой промышленности, Проектирование пред-приятия (диплом с отличием).

# МОИСЕЕВ ПАВЕЛ СЕРГЕЕВИЧ



Бизнес-тренер практик.

## Образование:

- Сибирская государственная геодезическая академия, Новосибирск.
- Менеджмент в машино- и приборостроении.

## Практический опыт:

- Работа бизнес-тренером в компаниях «Асмкона», «Шатура», 2ГИС;
- Работал РОПом в сфере обучения для руководителей, в оптовой компании, во франчайзинговых компаниях.
- Руководитель отдела продаж в оптовой компании;
- Тренер по продажам и руководитель отдела продаж «Дом печей и каминов».
- Бизнес-тренер «Альтернатива-дом».
- Разработка и внедрение антикризисных способов продаж.
- Разработка успешных скриптов для различных сфер деятельности.

## МОДУЛЬ 1. РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА ПРОДАЖ.

### Блок 1 Роль и основные функции РОП.

- 1.1.1. Значение руководителя в команде;
- 1.1.2. Зависимость результатов от фактического присутствия;

### Блок 2. Управленческий цикл.

- 1.2.1. Стратегическое и тактическое планирование;
- 1.2.2. Составление прогнозов, источники информации;
- 1.2.3. Организация процесса в отделе продаж;
- 1.2.4. Дисциплина в подразделении, контроль и самоконтроль; 1.2.5. Корректировки по ходу процесса;
- 1.2.6. Извлекаем опыт – анализируем значимые показатели;

### Блок 3. Лидерство и мотивация на результат.

- 1.3.1. Оценка результатов команды;
- 1.3.2. Основные принципы эффективной мотивации.
- 1.3.3. Влияние личности руководителя на результат команды. 1.3.4. Способность привести команду к цели – стили управления;
- 1.3.5. Soft skills современного руководителя.

### Блок 4. Ответственность лидера.

- 1.4.1. Персонализация ответственности.
- 1.4.2. Принятие решений и их исполнение.

### Блок 5. Личная эффективность руководителя.

- 1.5.1. Тайм-менеджмент лидера.
- 1.5.2. Организация рабочего времени сотрудников.

## МОДУЛЬ 2. ЭФФЕКТИВНАЯ КОМАНДА ПРОДАЖ.

### Блок 1. Команда «с нуля» или действующий отдел продаж.

- 1.1.1. Планирование отдела продаж;
- 1.1.2. Составление офферов;
- 1.1.3. Функционал.
- 1.1.4. Основные задачи сотрудников в действующем отделе;
- 1.1.5. Что значит эффективная команда и как помочь ей быть таковой;
- 1.1.6. Особенности процесса продаж;
- 1.1.7. Программное обеспечение, бизнес-процессы, грамотная организация рабочего времени. 1.1.8. Технологическая карта процессов и результатов.

### Блок 2. Критерии подбора сотрудников.

- 2.2.1. Обязательные и желаемые качества для специалиста продаж;
- 2.2.2. Способы определения наличия нужных качеств.

### Блок 3. Привлечение и этапы подбора.

- 2.3.1. Нестандартные способы организации притока кандидатов с рынка.
- 2.3.2. Взаимодействие со службой персонала.

### Блок 4. Определение потенциала сотрудников и распределение функций в отделе.

- 2.4.1. Категорийность и специализация в отделе продаж – различные подходы в применении.
- 2.4.2. Поэтапное прохождение стажировки - принцип «не навреди».
- 2.4.3. Этапы внедрения в рабочий процесс.

### Блок 5. Обучение новичков – ставим «на поток».

- 2.5.1. Система наставничества.
- 2.5.2. Система обучения и развития персонала.

## **Блок 6. Личный и командный результат.**

2.6.1. Личный и командный интерес в продажах – как совместить.

2.6.2. «Один за всех, все за одного» вместо «Каждый сам за себя» -реальные меры по сплочению команды.

## **МОДУЛЬ 3. УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ.**

### **Блок 1. Функционал ОП.**

3.1.1. Продажи – как один из этапов процесса.

3.1.2. Работа с базами клиентов; верхняя часть воронки продаж.

3.1.3. Мероприятия по повышению конверсии.

### **Блок 2. Организация бизнес-процесса.**

3.2.1. Эффективное распределение задач в отделе.

3.2.2. Переключение, как способ снизить нагрузку.

3.2.3. Что снижает эффективность процесса в отделе.

### **Блок 3. Делегирование в продажах.**

3.3.1. Не SMARTом единым... Как ставить задачи, чтобы они выполнялись?3.3.2. Проверяем, как понята задача.

3.3.3. Согласование процедуры контроля.

3.3.4. Ближайшие шаги.

3.3.5. Контроль и обратная связь.

### **Блок 4. Ответственность и самостоятельность сотрудников.**

3.4.1. Взятие ответственности сотрудником.

3.4.2. Передача полномочий.

### **Блок 5. Развивающая поддержка руководителя.**

3.5.1. Исполнитель, или коллега?

3.5.2. Как развивать самостоятельность сотрудников.

3.5.3. Критика и похвала от руководителя.

## **Блок 6. Коучинговый подход в управлении.**

3.6.1. Суть и область применения.

3.6.2. Плюсы и минусы метода.

## **Блок 7. Работа с ограничивающими убеждениями сотрудников.**

3.7.1. Откуда берутся, почему вредят работе.

3.7.2. Как искоренять и настраивать на успех.

## **Блок 8. Эффективные коммуникации в коллективе.**

3.8.1. Типы коммуникаций, особенности и влияние на продажи.

3.8.2. Как привить культуру правильного общения и взаимодействия. 3.8.3. Корпоративная культура в компании и в отделе.

## **Блок 9. Управление конфликтами.**

3.9.1. Причины возникновения

3.9.2. Выгорание и стрессы сотрудников.

3.9.3. Методы снятия напряженности в коллективе.

## **МОДУЛЬ 4. ПРОДАЖИ.**

### **Блок 1. Постановка целей. Горизонты планирования.**

4.1.1. Основные принципы постановки целей перед отделом.

4.1.2. Долгосрочное и среднесрочное планирование в новой реальности. 4.1.3. Привязка задач к цели.

### **Блок 2. Статистика и прогнозы при планировании.**

4.2.1. На чем основан план продаж?

4.2.2. Верно ли опираться на прошлые результаты?

4.2.3. Как прогнозировать реалистично?

## **Блок 3. План продаж «сверху» и «снизу».**

- 4.3.1. Преимущества и недостатки каждого из подходов.
- 4.3.2. Компромиссный план
- 4.3.3. «Вилка» планирования

## **Блок 4. Воронка продаж.**

- 4.4.1. Наполнение воронки и конверсия.
- 4.4.2. Клиентские базы.
- 4.4.3. АКБ и средний чек.

## **Блок 5. Продуктовая линейка.**

- 4.5.1. Для чего нужен ассортимент товаров/услуг.
- 4.5.2. Специализированные продажи.
- 4.5.3. Пакетные предложения.

## **Блок 6. Этапы продаж для товаров и услуг.**

- 4.6.1. 5 шагов продаж простым языком.
- 4.6.2. Основные сложности у продавцов на этапах продаж.
- 4.6.3. Способы преодоления «узких» моментов в продажах.

## **Блок 7. Скрипты – польза или вред?**

- 4.7.1. Для чего нужны скрипты, как применять.
- 4.7.2. Где брать скрипты.
- 4.7.3. Основные претензии к скриптам продаж.
- 4.7.4. Извлекаем максимум пользы из скриптов.

## **МОДУЛЬ 5. МОТИВАЦИЯ ОТДЕЛА ПРОДАЖ.**

### **Блок 1. Стимулирование и мотивирование на результат.**

- 5.1.1. Виды мотиваций.
- 5.1.2. Чем мотивация отличается от стимулирования.
- 5.1.3. Признаки неудовлетворительной мотивации в отделе.
- 5.1.4. Факторы повышения мотивации.

## **Блок 2. Материальная мотивация (ММ).**

- 5.2.1. Сколько платить за продажи?
- 5.2.2. Ситуация на рынке труда.
- 5.2.3. Нужна ли конфиденциальность з/п сотрудников.
- 5.2.4. Система поощрений и наказаний в ММ.

## **Блок 3. Нематериальная мотивация (НММ) – «где у них кнопка»?**

- 5.3.1. Базовые мотивирующие потребности человека.
- 5.3.2. Способы определения мотивации у различных сотрудников.
- 5.3.3. Когда и как эффективно применять НММ.

## **Блок 4. Геймификация процессов в ОП.**

- 5.4.1. Для чего и где использовать.
- 5.4.2. Выгода применения и подводные камни.

## **Блок 5. Категорийность и аттестация сотрудников ОП.**

- 5.5.1. Мотивирующий фактор.
- 5.5.2. Развивающий фактор.
- 5.5.3. Способ управления сотрудниками.
- 5.5.4. Аспект клиентского сервиса.
- 5.5.5. Применение в отделах продаж.

## **Блок 6. Демотивация от избытка мотивации.**

- 5.6.1. Как найти баланс.

## **МОДУЛЬ 6. РАЗВИТИЕ ОТДЕЛА ПРОДАЖ.**

### **Блок 1. Циклы существования подразделения.**

- 6.1.1. Закономерности развития.
- 6.1.2. Как не пропустить сигналы и что делать на каждом этапе.

## **Блок 2. Условия поддержания и развития структуры подразделения.**

- 6.2.1. При каких условиях подразделение наиболее жизнеспособно.
- 6.2.2. Как определить вектор необходимых изменений.
- 6.2.3. Подготовка и вовлечение сотрудников в процесс изменений.

## **Блок 3. Обновление и перезагрузка без остановки процесса продаж.**

- 6.3.1. Подготовка к рестарту.
- 6.3.2. Выбор правильного момента.
- 6.3.3. Распределение нагрузки.
- 6.3.4. Дополнительная мотивация сотрудников для наилучшего эффекта.

## **Блок 4. Технология внедрения изменений.**

- 6.4.1. Этапы процесса.
- 6.4.2. Технологическая карта процесса.
- 6.4.3. Реперные точки процесса изменений.

## **Блок 5. Масштабирование.**

- 6.5.1. Когда требуется масштабирование.
- 6.5.2. Необходимые знания, умения, ресурсы.
- 6.5.3. От замысла до реализации.

## **МОДУЛЬ 7 . ОСНОВА УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ.**

### **Блок 1. Методики продаж.**

### **Блок 2. Подготовка к звонку.**

# УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

## МОДУЛЬ 8. ПЕРВЫЙ ЗВОНОК.

Блок 1. Установление контакта.

Блок 2. Выход на ЛПР.

## МОДУЛЬ 9. ДИАЛОГ С ЛПР.

Блок 1. Выяснение потребности.

Блок 2. Презентация.

Блок 3. Завершение 1-го разговора.

## МОДУЛЬ 10. ПОВТОРНЫЙ ЗВОНОК И ПРОДАЖА.

Блок 1. Второй звонок.

Блок 2. Формирование потребности у клиента.

Блок 3. Заключение сделки.

## МОДУЛЬ 11. ПОСТПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ.

Блок 1. Работа с конфликтными ситуациями и клиентами, постпродажное общение с клиентом.

# СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ

**35 000 р.**

% При оплате до 25 октября  
стоимость составит 32 200 рублей.

Зарегистрироваться или  
получить консультацию:

[cabinet.one](http://cabinet.one)

8-800-700-86-69

[mail@cabinet.one](mailto:mail@cabinet.one)



## Удостоверение о повышении квалификации

По окончании выдается удостоверение о повышении квалификации на 72 ак.ч, установленного государством образца.

# О СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

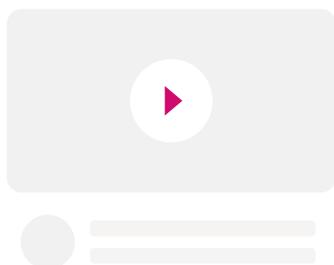
## Удобство

Отличительной чертой обучающей платформы является дружелюбный интерфейс: визуально приятный, интуитивно понятный дизайн позволит пройти обучение с максимальным комфортом.

Обучающий материал систематизирован и классифицирован для наиболее удобного восприятия информации: слушатель самостоятельно определяет количество времени, проведенного за ежедневным обучением и быстро переходит к интересующим его разделам.



## Видео



Обучающий материал представлен в системе в виде видеокурсов, которые по объему и содержанию полностью совпадают с очными занятиями по заданной теме, что позволяет сохранить преимущества очного обучения в дистанционном формате. Экспертами даны разъяснения по спорным вопросам, требующим особого внимания и практического рассмотрения, на наглядных примерах без отрыва от производства.

Видеокурсы разработаны с применением современных интерактивных инструментов передачи информации - анимированной графики, позволяющей наглядно иллюстрировать сложный и объемный материал, способствуя более легкому восприятию информации.



# О СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

## Учебно-методические материалы

Помимо видеокурсов участникам обучения предложен дополнительный методический материал для самостоятельного изучения, подготовленный экспертами-практиками для опытных специалистов в соответствии с последними изменениями законодательства, актуальными методиками работы. Изучение такого материала закрепит и расширит знания, полученные в ходе курсов.

Методический материал включает в себя выдержки из нормативной документации, официальных писем, приказов с комментариями и рекомендациями экспертов, большой объем инфографики, представленной в виде схем, диаграмм, таблиц.



## Тестирование для самопроверки

По результатам обучения участники получают удостоверение о повышении квалификации установленного государством образца с внесением в единый реестр рособнадзора. Для самопроверки участникам обучения необходимо выполнить тестовые задания, в виде вопросов с выбором вариантов ответа.

При необходимости, в процессе изучения материалов, Вы можете отложить тестирование на более удобное время.

# О СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

## Консультации

Принимая во внимание необходимость прямого контакта между преподавателем и слушателем, Cabinet разработал систему, позволяющую участникам в течении всего периода обучения задавать интересующие вопросы и получать консультации экспертов не только по содержанию курса, но и по спорным вопросам из личной трудовой практики, изменениями в законодательстве и нормативно-технической документации.

Вопросы направляются экспертам напрямую, в режиме реального времени в системе дистанционного обучения.

## PROFPOST

- специальный раздел в профессиональной социальной сети Cabinet, в котором преподаватели размещают актуальную информацию в сфере ценообразования и сметного нормирования.

Опубликованы последние изменения в законодательстве, актуальные комментарии к нормативным документам, разъяснения по сложным и спорным вопросам, важные новости сферы, обновления в осуществлении деятельности некоторых категорий специалистов.

## Техническая поддержка

При необходимости участники обучения могут направлять вопросы, касающиеся корректности работы СДО, продолжительности обучения, работы в социальной сети, запросы на проверку результатов обучения, в службу технической поддержки. Запросы обрабатываются не более 2 часов, что позволяет оперативно оказывать квалифицированную помощь пользователям по работе с системой обучения и профессиональной социальной сети.

