

УТВЕРЖДАЮ
Директор НОЧУ ОДПО
«Акцион-МЦФЭР»


Д.А. Зайцев

«09» января 2023 г.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
дополнительного профессионального образования (повышение квалификации)

«ОТКРЫВАЮ ОТДЕЛ ПРОДАЖ»
(объем 60 академических часа(ов))

1. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения программы слушатель будет:

знать:

- принципы расчета численность сотрудников отдела продаж;
- механизмы построения структуры отдела продаж;
- методологию обучения сотрудников отдела продаж.

уметь:

- проводить собеседования с кандидатами в отдел продаж;
- рассчитывать соотношение окладной и премиальной части зарплаты;
- выстраивать для своего продукта воронку продаж.

2. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ - проект профессионального стандарта «Руководитель коммерческой (некоммерческой) организации».

3. ТРУДОЕМКОСТЬ И СРОК ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ - 60 академических часа(ов), 2 месяца.

4. ФОРМА ОБУЧЕНИЯ - заочная с использованием дистанционных образовательных технологий.

5. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование дисциплин / модулей (в том числе практик)	Часы			Формы контроля
		Всего часов	Аудиторные	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6
1.	Структура отдела продаж и подбор сотрудников	18	8	10	-
2.	Управление продавцами и их обучение	24	10	14	-
3.	Воронка продаж	12	5	7	-
4.	Отчетность и анализ	5	2	3	-
<i>A</i>	<i>Итоговая аттестация</i>	<i>1</i>	<i>-</i>	<i>1</i>	<i>зачет</i>
	ИТОГО:	60	25	35	-

6. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ

6.1. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО РАЗДЕЛАМ ПРОГРАММЫ

№ п/п	Наименование разделов	Часы			
		Всего часов	Аудиторные		Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	
1	2	3	4	5	6
1.	Структура отдела продаж и подбор сотрудников	18	8	-	10
1.1.	Как распределить обязанности между продавцами	6	3	-	3
1.2.	Какую структуру отдела продаж выбрать	6	3	-	3
1.3.	Как найти продавцов, которые мне нужны	6	2	-	4
2.	Управление продавцами и их обучение	24	10	-	14
2.1.	Какие КРІ, кроме плана продаж, ставить продавцам	6	3	-	3
2.2.	Как составить расписание рабочего дня продавца и готовые шаблоны расписания	6	3	-	3
2.3.	Как обучить продукту и стандартам работы	6	2	-	4
2.4.	Как научить продавца готовиться ко встречам и производить хорошее впечатление	6	2	-	4

3.	Воронка продаж	12	5	-	7
3.1.	Какая воронка нужна для моего продукта	6	3	-	3
3.2.	Как следить за воронкой и корректировать работу отдела	6	2	-	4
4.	Отчетность и анализ	5	2	-	3
4.1.	Какие понадобятся отчеты и какие данные надо собирать	5	2	-	3
	ИТОГО:	59	25	-	34

6.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРОГРАММЫ

Тема 1.1. Как распределить обязанности между продавцами

Стратегия 1: продавец с узкой специализацией. Стратегия 2: продавец-миниотдел. Как рассчитать численность отдела продаж.

Тема 1.2. Какую структуру отдела продаж выбрать

Каким должен быть ваш отдел продаж. Как создать структуру отдела продаж.

Тема 1.3. Как найти продавцов, которые мне нужны

Портрет идеального кандидата: ключевые требования. Тестовые задания при найме продавцов. Как нанимать продавцов. Лучшие практики компании, где продавцы работают годами. Тренажер: разберитесь, стоит ли нанять кандидата. Какие вопросы помогают оценить кандидата директору с 18-летним руководящим опытом. Групповое собеседование. Экспресс-собеседование с кандидатами в продавцы: интерактивный тренажер.

Тема 2.1. Какие KPI, кроме плана продаж, ставить продавцам

Как выстраивают KPI в одном из крупнейших агропромышленных холдингов страны. Норма по усилиям, всеобщая планка и расчет прибыли по сделкам с учетом налогов. Премии по результатам ежегодного тестирования, за заполнение CRM и повышенный бонус при важном условии. KPI для оператора колл-центра. Как формируют заработную плату продавца в торговой компании. Кейс: оцените, насколько эффективна система мотивации компании «Ромашка».

Тема 2.2. Как составить расписание рабочего дня продавца и готовые шаблоны расписания

На что опираться, когда формируете расписание продавца на день. Расписание рабочего дня продавца: шаблон и примеры. Лимит времени на разговор с клиентом, расписание по часам и еще 7 приемов от владельца двух бизнесов. Доп. задачи в моменты простоя, чек-листы, авто-напоминания и еще 3 приема от владельца торговой компании. План тренинга по тайм-менеджменту. Тренажер для отработки навыков.

Тема 2.3. Как обучить продукту и стандартам работы

Как обучить новых продавцов: максимальная нагрузка в испытательный срок и игровые практики. Как держать в тонусе действующих сотрудников: три вида тестирования и возможность повышения оклада. Как обучать сотрудников с помощью наставников. Мастер-класс, который готовят сами сотрудники: формат обучения в b2b. Форматы микрообучения новичков. Как проверяем знания сотрудников после учебы. Квест: как обучить менеджеров по продажам.

Тема 2.4. Как научить продавца готовиться ко встречам и производить хорошее впечатление

Как подготовиться, чтобы произвести правильное первое впечатление. Тренажер для отработки навыков. Как руководителю научить менеджеров по продажам эмоционально готовиться ко встрече с клиентом. Первое впечатление: пунктуальность и внешний вид. Личное знакомство: рукопожатия и взаимное представление. Перед тем, как приступить к теме встречи: чай-кофе и small talk. Финал встречи: чьей должна быть инициатива и что стоит при этом говорить. Оцените действия менеджера в пяти ситуациях. Как оформляют результаты встречи с клиентом в компании СДЕК: чек-лист, 112 вопросов в нем и график напоминаний клиенту.

Тема 3.1. Какая воронка нужна для моего продукта

Как сформировать воронку продаж. Как подготовиться к созданию воронки при открытии нового бизнеса или направления. Воронка курьерской компании: 8 этапов. Воронка строительной компании: 10 этапов. Воронка онлайн-сервиса аренды: отдельно для крупных и небольших клиентов. Воронка продаж производителя мебели: 5 этапов.

Тема 3.2. Как следить за воронкой и корректировать работу отдела

Как курьерская компания корректировала воронку продаж. Как строительная компания корректировала воронку. Как с помощью визуализации найти узкое место воронки.

Тема 4.1. Какие понадобятся отчеты и какие данные надо собирать

Отчет по доходам компании: какие данные собирает владелец сети магазинов. Как в сети магазинов оценивают качество общения продавцов с покупателями. С помощью каких отчетов контролирует работу продавцов СДЭК. Как контролирует работу продавцов владелец строительной компании. Формат контроля за работой продавцов: мотивационные встречи.

7. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

В процессе обучения с целью проверки качества освоения материала и закрепления пройденных тем слушателю предлагается задание для самоконтроля - тестирование из общего числа вопросов, относящихся к материалам пройденного раздела. Доступ к материалам следующего раздела слушатель получает после того, как ответит не менее, чем на 10 вопросов задания для самоконтроля.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ - РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Светлана Иванова. Поиск и оценка линейного персонала. Повышение эффективности и снижение затрат
2. Тим Сакетт. Инструменты сильного рекрутинга. Как найти и привлечь талантливых сотрудников
3. Фрэнк Сесно. Как узнать всё что нужно, задавая правильные вопросы
4. Стефан Шиффман. Золотые правила продаж. 75 техник успешных холодных звонков, убедительных презентаций и коммерческих предложений, от которых невозможно отказаться
5. Евгений Колотилов. Отдел продаж с нуля. Пошаговое руководство построения
6. Александр Ерохин. РОП. Все, что нужно знать для построения эффективного отдела продаж
7. Сергей Капустин, Дмитрий Крутов. Отдел продаж под ключ
8. Сергей Филиппов. Команда чемпионов продаж. Как создать идеальный отдел продаж и эффективно им управлять
9. Джей Джей Питерсон, Дональд Питерсон. Воронки продаж по методу StoryBrand: Пошаговое руководство
10. Радмило Лукич. Прогноз продаж. Практикум для владельцев бизнеса, генеральных директоров и руководителей отдела продаж
11. Светлана Иванова. Не продают? Будут! Всё об управлении отделом продаж
12. Елена Ветлужских. Система вознаграждения. Как разработать цели и KPI
13. Евгений Щепин. ВкусВилл: Как совершить революцию в ритейле, делая все не так
14. «Генеральный Директор. Персональный журнал руководителя» // Электронный журнал «Генеральный Директор». <http://e.gd.ru/>
15. «Коммерческий директор. Профессиональный журнал коммерсанта». // Электронный журнал «Коммерческий директор». <http://e.kom-dir.ru/>

9. ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Оценка качества освоения программы осуществляется по результатам прохождения итоговой аттестации. Аттестованным считается слушатель, ответивший правильно не менее, чем на 17 вопросов.

Итоговая аттестация проводится в форме тестирования. Тестирование проводится на платформе дистанционного обучения, результат подсчитывается автоматически. Тест состоит из вопросов, случайным образом выбираемых системой дистанционного обучения из общего числа утвержденных вопросов, так чтобы в тесте были представлены вопросы по всем темам. Ответ не зачитывается при выборе неверного варианта ответа, а также при одновременном указании правильного и неправильного вариантов.

Слушателям, освоившим образовательную программу и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации (установленного образца).

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ ПРОГРАММЫ – программа реализуется с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

11. СОСТАВИТЕЛИ:

1. Альбина Исакова, коммерческий директор ГК «Белая долина»
2. Артем Сорокин, генеральный директор «Лебер Групп»
3. Оксана Смущенко, совладелица и финансовый директор компании «Гельстер»
4. Михаил Смущенко, совладелец и генеральный директор компании «Гельстер»
5. Алексей Макаров, генеральный директор сети магазинов «Гриль-Мастер»
6. Виктория Тимофеева, собственник и директор Clean Clinic
7. Никита Клеопа, основатель и генеральный директор компании «День пиццы»
8. Максим Горбачев, эксперт по продажам
9. Максим Веревкин, основатель «Царь Миндаль» и «Веревкин Хутор»
10. Андрей Галась, основатель и генеральный директор BarFits
11. Сергей Кисляков, генеральный директор STRIWER
12. Ирина Сидорова, руководитель отдела обучения сети «Бетховен»
13. Андрей Мякин, директор по продажам СДЭК
14. Татьяна Баранова, эксперт по практическому этикету и деловым коммуникациям
15. Екатерина Крайванова, сооснователь сервиса Next2U
16. Ольга Сгибнева, директор по маркетингу курьерской компании СДЭК
17. Вера Ракшаева, собственник компании «Градиент»
18. Александр Синеркин, учредитель фабрики «Форт»
19. Алексей Колоколов, бизнес-аналитик, эксперт по визуализации данных
20. Максим Воробьев, директор сети «Точка цвета»