

Продажи на промышленном рынке (сложных технических продуктов / решений)

Особенность управления продажами на промышленном рынке заключается в самой специфике данного типа продаж. Например, весь набор управленческих инструментов в области продаж, которые были эффективны в продажах с коротким циклом, для данного типа продаж совершенно не подходит.

Таким образом, принципиальная возможность увеличения продаж на промышленном рынке основывается на эффективности процесса продаж, который имеет принципиальные особенности с точки зрения методологии управления.

На семинаре вы изучите особенности управление процессом продаж на промышленном рынке, рассмотрите сложности управления и контроля работы менеджеров по продажам, а также отработаете полученные знания в ходе выполнения практических заданий.

Расписание

Город: Санкт-Петербург

Дата:

- 26 – 27 сентября `19
- 12 – 13 декабря `19
- 2 – 3 марта `20
- 1 – 2 июня `20

В результате обучения вы:

- изучите базовую методологию продаж
 - рассмотрите особенности работы с продажами на промышленном рынке
 - проанализируете текущее состояние отдела продаж компании с учетом специфики промышленных продаж
 - узнаете об особенностях мотивации менеджеров по продажам на промышленном рынке
 - сможете разработать стратегию развития продаж компании на промышленном рынке
-

Программа семинара

День 1

Базовые основы системных продаж

- Система продаж, ее элементы
- Классификация типов продаж
- Классификация инструментов продаж
- Виды и типы технологий продаж

Практикум — кейс «Определение проблемных зон в своей системе продаж»

Особенности продажи B2B продаж с длинным циклом (продажа сложных технических решений)

- Особенности продаж на промышленном рынке, или Почему методы «традиционных продаж» не работают
- Принципиальное различие между «циклом продаж» и «циклом принятия решения» на промышленном рынке
- Что такое «активные продажи» на промышленном рынке оборудования
- Процессная модель управления продажами

Практикум — кейс «Разработка карты клиента с учетом цикла принятия решения»

Особенности текущего управления коммерческим подразделением на промышленном рынке

- Стратегия начала работы с клиентом: определение точек входа
- Два основных бизнес-процесса с точки зрения управления продажами на промышленном рынке
 - формирование клиентской базы
 - эксплуатация клиентской базы
- Структура рабочего времени менеджера по промышленным продажам
- Инструменты повышения эффективности рабочего времени
 - уровень менеджера
 - уровень руководителя
- Технологии закупок, которые может использовать клиент на промышленном рынке

Практикум — кейс «Разработка сценариев контакта для начала работы с клиентом на промышленном рынке»

«Маркетинговые задачи» для повышения эффективности продаж на промышленном рынке

- Отличие техномаркетинга от традиционного маркетинга
- Разработка карты продукта с разделением клиентов и пользователей
- Методика разработки конкурентных преимуществ на промышленном рынке

Практикум — кейс «Методика разработки конкурентных преимуществ для промышленной компании»

День 2

Эффективная организация работы коммерческого подразделения на промышленном рынке

- Техническая поддержка продаж — элемент активных продаж
- Почему «традиционные этапы» продаж не работают. Как и что надо в них изменить
- Методика и правила разработки внутренних этапов продаж
- Стандартная структура действий клиента на промышленном рынке
- Влияние стадий принятия решений клиента на логику действий менеджера по продажам
- Продуктивность работы менеджера на промышленном рынке: результативность и производительность
- Неэффективность административных инструментов контроля

Практикум — кейс «Разработка этапов для промышленных продаж с длинным циклом на примере компаний участников»

Разработка и внедрение технологий активных продаж для промышленного рынка

- Стадии продаж с выделением целевых задач, которые должны быть достигнуты на каждой стадии
- Возможности использования принципа конвейера для организации коммерческой деятельности для промышленных продаж

Практикум — кейс «Детализация и создание чек-листа для внутренних этапов продаж на примере компаний участников»

Особенности системы мотивации для менеджеров по продажам на промышленном рынке

- Почему традиционный подход к мотивации менеджера не работает для промышленных продаж
- Базовые принципы разработки мотивационной схемы и разные варианты мотивационных схем

Разработка стратегии развития продаж компании на промышленном рынке

- Различия между стратегией развития компании и стратегией развития продаж
- Использование проектного подхода с точки зрения развития продаж
- Возможность использования методологии Scrum для реализации стратегии развития продаж

Практикум — кейс «Разработка проекта по планированию внедрения изменений в текущую работу коммерческой службы»

Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **24400 руб.** с учетом всех налогов.

В стоимость обучения входит:

- Комплект авторских материалов
 - Кофе-паузы, обеды
 - [Сертификат Moscow Business School](#)
 - [Удостоверение о повышении квалификации*](#)
 - [Диплом о профессиональной переподготовке**](#)
-

Преподаватели семинара

- **Сибирев Николай Анатольевич**

Эксперт-практик в области построения систем продаж, развития систем дистрибуции и продаж сложных технических решений с длинным циклом. Бизнес-тренер, внедренческий консультант