

Ключевые драйверы роста продаж

Сколько существует отделов продаж, столько существует и подходов к управлению продажами. И все-таки самые эффективные отделы продаж знают и применяют полностью или частично проверенные временем и опытом инструменты. Какие же инструменты помогают донести информацию до конечного потребителя, убедить его принять решение в пользу вашей компании? Как добиться увеличения продаж в условиях падающего спроса и где найти заветные драйверы роста? Ответы на эти вопросы вы получите, посетив наш семинар.

Внимание! Вы можете посетить полный курс [Практикум «Система продаж. Практические инструменты увеличения продаж и прибыли»](#).

Расписание

Город: Москва

Дата:

- 7 ноября `19
- 6 февраля `20
- 6 мая `20
- 5 августа `20
- 2 ноября `20
- 15 февраля `21
- 13 мая `21

В результате обучения вы:

- выберете эффективную стратегию продаж
 - научитесь правильно составлять и декомпозировать план продаж
 - составите портреты целевых клиентских групп
 - разработаете ассортиментную и ценовую политику
 - научитесь грамотно работать с новыми и текущими клиентами
 - разработаете программу по стимулированию продаж
-

Программа

Развитие продаж в условиях жесткой конкуренции

- Выбор стратегии продаж на основе стратегии компании
- Определение, какой качественный или количественный рост больше подходит компании на текущем этапе развития
- Выбор модели продаж под задачи компании
- SMART-технология для постановки целей. Определение целевых KPI для менеджеров отдела продаж
- Алгоритм декомпозиции планов продаж по регионам, продуктам, менеджерам, отделам, клиентам
- Постановка показателей активности (звонкам, встречам) по менеджерам

Практикум «Выбор модели отдела продаж»

Управление каналами сбыта

- Факторы выбора целевых каналов сбыта
- Виды каналов сбыта, их преимущества и недостатки
- Методы оценки эффективности каналов сбыта
- Технологии работы с каналами сбыта

Целевые клиентские группы

- Анализ рынка: на какие индикаторы обращаем внимание
- Анализ ключевых игроков. Выбор стратегии конкуренции на рынке
- Уникальное торговое предложение компании: в чем ценность, выгода ваших продуктов/услуг для клиентов
- Целевые покупательские группы: кто наши, кто не наши клиенты

Практикум «Описание портретов целевых групп компании»

Ассортимент и ценовая политика

- Ассортиментная политика компании
- Продуктовая матрица
- Определение приоритетов в развитии товарных групп компании: матрица BCG
- Методы ценообразования. Типовые ошибки при ценообразовании
- Ценовая политика по разным каналам продаж: как заработать больше

Развитие клиентской базы

- Ключевые этапы работы с базой клиентов
- Для чего нужно проводить ABC-XYZ анализ текущих клиентов на регулярной основе

- Замер доли в ассортиментном портфеле клиента, методы ее увеличения
- Какие ключевые показатели необходимо измерять при работе с КБ
- Как разделение работы по новым и текущим клиентам влияет на увеличение продаж
- Методы роста продаж у текущих клиентов
- Алгоритм возврата потерянных клиентов
- Внедряем замер индекса покупательской лояльности NPS на регулярной основе
- Связь показателя лояльности персонала eNPS с ростом выручки
- Для чего нужно чистить клиентскую базу: «увольнять» плохих клиентов

Стимулирование продаж: как повысить выручку, количество повторных продаж и лояльность клиентов

- Цели стимулирования продаж
- Ценовые методы стимулирования продаж
- Неценовые методы для роста продаж
- Как повысить средний чек: технологии Cross-Sell, Up-Sell, Down-Sell
- Методы увеличения лояльности клиентов
- Программа лояльности клиентов

Практикум «Создание шаблона продающих отзывов и кейсов компании»

Стоимость участия

Стоимость участия составляет 13400 руб. с учетом всех налогов.

В стоимость обучения входит:

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

Преподаватели

- **Кречетова Ирина Борисовна**

МВА, эксперт-практик в области комплексного развития бизнеса, увеличения продаж и прибыли. Бизнес-тренер, консультант