

Директор по продажам

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 5 дней

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 01.06.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Маркетинг для руководителей продаж. От стратегии компании к стратегии продаж

- Что делает отдел маркетинга для компании и для отдела продаж
- Маркетинговая поддержка продаж: распределение усилий между маркетингом и продажами
- Управление по целям. Настройка плановых показателей для отдела маркетинга и отдела продаж
- Прогнозирование продаж методами «Воронка продаж» и «Ступени перехода»
- Анализ ключевых проблем в продажах компании с использованием возможностей отдела маркетинга
- Управление ассортиментом товаров и выявление разрывов. На что сделать ставку в следующем периоде. Анализ и «чистка» продуктового портфеля
- Ассортиментная политика в отношении каналов продаж. Продуктово-рыночная матрица
- Анализ внешней среды и мониторинг конкурентов. Методика проведения и применение результатов на практике
- Оптимальные способы ценообразования, устранение ошибок в ценообразовании

- Методы ухода от ценовой конкуренции
- Сокращение затрат на продвижение и инструменты малобюджетного маркетинга
- Расходы на продвижение, контроль и оценка их эффективности

Практикум:

- Кейс «Причины и пути устранения плохих продаж отдельных товаров и категорий»
- Упражнение «Анализ продуктового портфеля и каналов продаж: продуктово-рыночная матрица»
- Упражнение «Оценка эффективности сбытовой акции»

День 2

Результативное управление клиентской базой

Клиентская база как актив для роста прибыльности

- Клиентская база как стратегический актив бизнеса.
- Структура клиентской базы: потенциальные / активные / спящие / ушедшие.
- Метрики качества базы: полнота данных, актуальность, конверсионность, доля целевых клиентов.
- Разработка стратегий управления клиентской базой: развитие, удержание, реактивация, замещение с помощью ИИ.
- Ошибки, которые превращают базу в «мёртвый список»
- Как рассчитать оптимальный размер базы для выполнения плана продаж

Практикумы:

- Кейс «Распределение клиентов по зонам жизненного цикла КБ»
- Кейс «Определение минимального размера базы для достижения целей продаж»

Умная сегментация клиентов: находим, где скрыт потенциал роста

- Влияние сегментов на прибыль и LTV
- Критерии сегментации в B2B и B2C. Методы сегментации: (ABCXYZ анализ, RFM анализ, роль в цепочке принятия решений, матрица «Лояльность-прибыльность»)
- Как выбрать фокусные клиентские сегменты с помощью ИИ
- Мотивация разных групп клиентов: драйверы покупки
- Стандарты и различия в обслуживании клиентских сегментов

Практикумы:

- Кейс «Описание 3-х ключевых сегментов клиентов методом «Персонажей»
- Кейс «Стимулы покупки для каждой группы»

Управление и развитие клиентской базы

- Клиентские политики управления продажами
- Клиентский сервис как источник продаж и сарафанного маркетинга
- Автоматизация процессов: CRM, интеграции, стандарты данных
- Эффективность взаимодействия с клиентами: разделение функционала менеджеров по бизнес-процессам без увеличения штата

Практикумы:

- Кейс «Аудит клиентской базы: риски, потенциал»
- Кейс «Определение возможностей базы для достижения целей компании»

Анализ работы с клиентской базой. Data-Driven решения: какие метрики двигают развитие клиентской базы

- Метрики клиентской базы: CAC, LTV, Retention, Churn rate, ARPU, средний чек, доля в клиенте
- Оценка потенциала новых и текущих клиентов с помощью ИИ

- ABC/XYZ-анализ: как приоритизировать усилия и бюджеты
- NPS и анализ оттока: как выявить причины и предотвратить уход
- Как перестать «гоняться за новыми клиентами» и зарабатывать на текущих

Практикум «Анализ причин оттока и точки роста конверсий на каждом этапе воронки продаж»

Управление клиентской базой с помощью AI-инструментов

- Роль и преимущества использования ИИ в управлении клиентами.
 - Конкретные сценарии применения ИИ:
 - Аналитика: причины оттока, вероятность заключения сделки, анализ обратной связи клиентов, прогноз спроса и продаж
 - Персонализация: генерация цепочки писем для реактивации, создание персонализированных УТП, офферов для клиентских сегментов, сценарии общения
- Автоматизация рутины: составление коммерческих предложений, подготовка продающих презентаций, отчетов, проверка договоров на стандартные риски.
- AI-нейроконтроль качества продаж: замена «Тайного покупателя», отдела контроля качества
- Ошибки при использовании AI, как их не допустить

Практикум «Мой план трансформации клиентской базы. 5 конкретных шагов на ближайший месяц»

День 3

Стили менеджмента и прогнозирование в продажах

Стили менеджмента и прогнозирование в продажах

Стили менеджмента в продажах

- Авторитарный vs. демократический vs. коучинговый подход
- Правда и вымыслы о стилях управления
- Когда применять каждый стиль?
- Влияние на мотивацию и результаты команды
- Адаптивное лидерство:
- Как подстраивать стиль под этап развития команды (модель Херси-Бланшар)
- Нейросети в помощь:
- Анализ стиля общения с командой
- Автоматизация коучинговых сессий (промpts для подготовки индивидуальных планов развития).

Методы прогнозирования продаж

- Классические методы
- Исторические данные (время рядов)
- Анализ воронки продаж (CRM-данные)
- Экспертные оценки (метод экспертных оценок)
- Продвинутое подходы
- Предикативная аналитика (машинное обучение)
- Сценарное планирование (best/worst/most likely case)
- Нейросети в прогнозировании
- Автоматизация сбора и обработки данных из CRM
- Генерация прогнозов на основе исторических данных
- Визуализация трендов

Прогнозирование в продажах

Источники данных для прогнозирования

- Внутренние данные
- CRM (Мегаплан, Bitrix24 и др.)
- Данные о конверсиях, среднем чеке, цикле продаж
- Внешние данные
- Рыночные тренды

- Данные конкурентов
- SEO-аналитика
- Отзывы
- Автоматизация сбора данных:
- Парсинг отзывов и новостей с помощью ИИ
- Интеграция данных в единую дашборд

Построение модели прогноза

- Шаги создания прогноза
- Очистка и подготовка данных
- Выбор модели
- Валидация и тестирование модели
- Применение ИИ
- Автоматическое прогнозирование
- Генерация отчётов по прогнозам

Построение системы планирования продаж

Стратегическое и оперативное планирование

- Уровни планирования
- Стратегическое (годовой план, цели по рынкам)
- Тактическое (квартальные задачи, распределение ресурсов)
- Оперативное (еженедельные планы, контроль исполнения)
- Методологии
- Встречное планирование
- OKR (Objectives and Key Results) для продаж
- Agile-подход в управлении командой

Инструменты планирования

- CRM-системы

- Настройка воронок, автоматизация зада
- Канбан/Скрам-доски:
- Trello, Notion, Jira для управления проектами
- Нейросети для автоматизации планирования
- Генерация еженедельных планов на основе данных
- Анализ рисков и предложения по корректировке планов

День 4

Рыночный успех: в чём причина?

Виды маркетинговых стратегий

- По охвату рынка (стратегии роста)
- По конкурентоспособности (стратегии позиционирования)
- По целевой аудитории (сегментация)
- По инновационности (стратегии продукта)
- По ценовой политике
- По каналам распространения
- По цифровым технологиям (Digital Marketing)
- По взаимодействию с клиентами (CRM-стратегии)
- По глобализации
- По социальной ответственности

Анализ успешных кейсов

- Факторы успеха лидирующих компаний:
- Клиентоориентированность
- Инновационность продукта/услуги
- Эффективность продаж и маркетинга
- ИИ для анализа конкурентов
- Автоматический сбор данных о конкурентах (ИИ-парсеры)
- Анализ отзывов и репутации (GPT для тональности)

Benchmarking и лучшие практики

- Что такое benchmarking
- Сравнительный анализ
- Метрики
- Процессы
- ИИ для бенчмаркинга
- Сбор и визуализация данных о конкурентах
- Генерация рекомендаций по улучшению процессов (ChatGPT)

Организационные и процессные инновации

Как определить оптимальное количество персонала в отделе продаж

- Итерационный подход
- Прогнозный подход

Оптимизация процессов продаж

- Lean-подход
- Устранение "узких мест" в воронке
- Автоматизация рутинных задач
- Email-рассылки, обработка лидов, отчётность
- Нейросети для автоматизации
- Чат-боты для первичной обработки лидов
- Генерация коммерческих предложений (ChatGPT + шаблоны)
- Анализ звонков (распознавание речи + ИИ-аналитика)

Внедрение новых технологий

- CRM с ИИ
- Прогнозирование сделок
- Персонализация общения

Управление организационной культурой

Формирование корпоративной культуры

- Ценности и принципы
- Внутренний контур: уважение и поддержка
- Внешний контур: клиентоориентированность
- Командная работа
- Построение кроссфункциональных коммуникаций
- ИИ для управления культурой
- Анализ вовлечённости команды (генерация ИИ-опросов)
- Генерация мотивационных материалов (ChatGPT для писем, презентаций)

Изменение системы вознаграждения

Четыре основные части вознаграждения

- Постоянная
- Переменная
- Материальная
- Нематериальная

Современные подходы к мотивации

- Традиционные KPI:
- Выручка, количество сделок, средний чек
- Новые метрики:

- Качество общения (NPS, CSAT)
- Вклад в командный результат
- ИИ для анализа мотивации:
- Оценка эффективности текущей системы (аналитика данных + ИИ).
- Генерация предложений по улучшению (ChatGPT)

Геймификация и нематериальная мотивация

- Игровые механики
- Рейтинги
- Бейджи
- Соревнования
- ИИ для геймификации
- Автоматическое присвоение бейджей (ИИ + CRM)
- Генерация персонализированных поощрений (ChatGPT)

День 5

Управленческая компетентность руководителя отдела продаж

- Функции и роли руководителя отдела продаж
- Типичные управленческие ошибки в отделе продаж: как распознать, предотвратить и исправить

Практикум: деловая игра. Решение кейса

Управление мотивацией сотрудников отдела продаж

- Составление и расчет системы материального стимулирования менеджера по продажам и руководителя отдела продаж. Типичные ошибки расчета оплаты труда менеджера по продажам
- Показатели работы с клиентом как переменная часть системы мотивации
- Нематериальная мотивация сотрудников отдела продаж:

командные и индивидуальные стимулы

Практикумы:

- Моделирование системы материального стимулирования на основе кейса
- Групповое задание «Моделирование комплекса нематериальной мотивации»

Развитие и сохранение эффективности ключевых сотрудников отдела продаж

- Профиль компетенций успешного продавца. Косвенные признаки успешного продавца
- Диагностика потребностей в обучении и организация самообучающегося отдела продаж
- Выгорание менеджера по продажам: как поднять боевой дух, как вовремя отпустить сотрудника. Как пользоваться моделью выгорания

Практикум: видеоразбор. Работа с ситуациями участников.

Практические рекомендации. Групповое задание (опционально)