

Прорыв в продажах: организационные решения для увеличения продаж

Формат обучения: Очно

Срок обучения: 1 день

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

Дата начала: 04.09.2026

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

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

Программа обучения

День 1

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)

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения

- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи

- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда



- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение