

Efektywne planowanie sprzedaży

Cel szkolenia

Dostarczymy uczestnikom wiedzy na temat skutecznego planowania sprzedaży. Uczestnicy szkolenia poznają swoje słabe i mocne strony w tym obszarze. Przeprowadzimy również uczestników przez proces samoanalizy ich własnych umiejętności w procesie planowania sprzedaży, by mogli zdefiniować swój „start up” i świadomie rozwijać obszary do rozwoju. Przećwiczymy niezbędne umiejętności potrzebne do profesjonalnego planowania sprzedaży. Pokażemy praktyczne rozwiązania stosowane w biznesie oraz najlepsze praktyki dla efektywnego planowania sprzedaży.

Po tym szkoleniu każdy uczestnik będzie potrafił samodzielnie dokonać profesjonalnego zaplanowania celów sprzedażowych w dany przedziale czasowym. W swojej zawodowej praktyce będą popełniać mniej błędów oraz sami zauważą efekty profesjonalnego planowania sprzedaży. Te praktyki będą miały wpływ na skuteczniejsze zarządzanie biznesem, wzrost motywacji zespołu sprzedażowego i wzrost biznesu!

Korzyści ze szkolenia

Program szkolenia

1. Wizja i strategia w planowaniu sprzedaży

- Wizja i strategia firmy a planowanie sprzedaży.
- Cele firmy i cele zespołu a planowanie sprzedaży.
- Format celów SMART a osiągalność celów.
- Plan marketingowy a plan sprzedaży.
- Plan sprzedażowy a budżet działu sprzedaż.

2. Analiza dla przygotowania efektywnego planu

- Trendy w sprzedaży.
- Rynek sprzedaży, konkurencja.
- Struktura sprzedaży.
- Relacje z klientami.
- Rentowność biznesu.
- Struktura rynku.
- Reguła Pareto: 80 -20.
- Stosowanie danych ogólnie dostępnych.
- Stosowanie danych z „desk research”.
- Zachowania konsumentów - grupy docelowe, segmenty rynku.



3. Przygotowanie planu sprzedaży - etapy, elementy przygotowania budżetu

- Od szczegółu do ogółu.
- Od ogółu do szczegółu.
- Wybór metody.
- Nadawanie ram.

4. Uszczegóławianie - biznesowe konkrety:

- Na klientów.
- Na grupy.
- Na linie produktów.
- Na produkty.
- Zakresy czasowe.
- Zakresy marżowe.
- Zakresy obrotu.

5. Zagrożenia uproszczeń i statystyk w procesie estymacji i planowania

6. Komunikacja w górę i w dół – wybór metody – znaczenie wyboru dla procesu przygotowywania planu sprzedaży / budżetu

7. Odpowiedzialność za podane liczby

- Przed firmą.
- Przed klientem.
- Przed zespołem.

8. Interpretacja danych zawartych w raportach sprzedażowych

- Przygotowanie do analizy raportu.
- Próby „na sucho”.
- Nie kłam - nie mów wszystkiego.
- Excell - pomocne narzędzie.

9. Incremental. analiza wydatków poniesionych w związku z realizacją planu / budżetu

- Kontrola siebie i pracowników
- Regularność.
- Konsekwencja.
- Wsparcie techniczne.
- Kalendarze.
- Przypomnienia.
- Listy - wydruki okresowe.
- Co robić? komu? kiedy? gdy budżet jest przekroczony?

10. Zarządzanie – wyznaczanie zadań i delegowanie w ramach budżetu i planu sprzedaży oraz monitoring rozliczeń

- Zadania i cele wyznaczane metodą SMART.
- Delegowanie zadań.
- Kontrola metod pracy i rezultatów - monitoring rozliczeń.
- Coaching zespołu.
- Ujednolicony system podsumowań okresowych - narzędzie.
- Jasne cele, znane konsekwencje, czytelna ocena.

11. Wpływanie na klienta w celu osiągnięcia zamierzonych korzyści finansowych

- Argumentacja korzyścią - motywowanie klienta.
- SWOT - analiza.
- Poziom świadomości załogi klienta - znaczenie dla osiągnięcia przewagi u klienta wśród innych dostawców
- Sprzedaż z „pozycji klienta”
- Nie da się rozszyfrować potrzeb klienta w twoim gabinecie!

12. Realizacja planu sprzedaży

- Rola wiarygodności, kompetencji, szybkości podejmowania decyzji.
- Utożsamienie planów sprzedaży z celami i wartościami firmy
- Plany klienta a nasze plany - rola elastyczności, wsłuchania w głos klienta - jego decyzje, potrzeby, wizje, obawy.
- Ty w roli biznesowego doradcy klienta.
- Kontrola wykonania, zmiany w budżecie.

Metodologia szkolenia

Szkolenie to ma charakter interaktywny, gdyż w procesie uczenia się oraz zdobywania konkretnych umiejętności, w równym stopniu angażują wszystkich uczestników.

W czasie szkolenia tworzymy narzędzia dla uczestników, poruszając się w obszarach:

- ✓ pozyskiwania i utrwalania **wiedzy**
- ✓ zdobywania nowych **umiejętności**
- ✓ rzeczywistej refleksji nad naszymi **postawami**, które są „matrycami” naszego sukcesu.

- Ćwiczenia, rozwiązywanie realnych sytuacji, konkretnych problemów uczestników szkolenia przez nich samych z pomocą trenera (*ćwiczenia te są realizowane indywidualnie, w parach, w grupach*)
- Dyskusje moderowane
- Feedback trenera (*komentarze, oceny, naprowadzanie na optymalne rozwiązania = facylitacja, sugestie rozwiązań*)
- Analiza studiów przypadków (*case study's*)
- Odgrywanie ról - scenki + video feedback (*na życzenie klienta*)
- Interaktywne mini wykłady (*do 20% czasu szkolenia*)
- Indywidualne prace nad rozwojem kompetencji w określonych obszarach
- Testy i kwestionariusze (*uczestnicy dowiedzą się więcej na swój temat*)
- Gry i zabawy szkoleniowe (*„energizer's”*)

Metody, techniki ,narzędzia szkoleniowe



Powyższy program szkolenia jest autorskim programem trenera/partnera Centrum Edukacji i Biznesu. Wszystkie materiały chronione są prawami autorskimi ich autorów i właścicieli. Kopiowanie, modyfikowanie oraz transmitowanie elektronicznie lub w inny sposób, powielanie, wykorzystywanie i dystrybucja zawartych tu materiałów dozwolona jest wyłącznie za zgodą właściciela.