

СИСТЕМА БЕРЕЖЛИВЫХ ПРОДАЖ

Целевая аудитория

- Собственники компаний
- Руководители предприятий
- Руководители департаментов/отделов продаж
- Руководители департаментов/отделов по развитию
- Специалисты по повышению эффективности

Целостная система знаний и навыков, получаемых во время практикума, позволит:

1. Выявить резервы существующей модели продаж
2. Увидеть, какие возможности для роста продаж еще не используются
3. Получить набор инструментов и моделей Бережливого производства для повышения эффективности системы продаж

Описание

Отдел продаж — сердце Вашего бизнеса - сложный механизм: если неэффективно работает одна составляющая, компания теряет прибыль и упускает ключевых клиентов.

«Управление продажами» — это комплексное, многоплановое понятие.

Его можно рассматривать, прежде всего, как вопрос управления людьми, которые занимаются продажами (включая подбор персонала, его мотивацию, обучение, развитие и т.д.).

Несколько другой угол рассмотрения сути управления продажами - это в первую очередь управление каналами сбыта.

Важно уделять внимание необходимости автоматизировать процесс взаимодействия с клиентами, который тоже также можно назвать управлением продажами.

Рассматривая понятие "управление продажами" мы будем исходить из того, что оно включает как управление людьми, так и управление процессами в области продаж.

С нашей точки зрения, управление продажами - это область практики, формирующаяся на стыке менеджмента, маркетинга и собственно искусства продаж.

Важнейшим аспектом управления продажами также является эффективность как показатель сопоставления результатов управления и ресурсов, затраченных на их достижение.

Оценка эффективности управления осуществляется по множеству параметров, которые имеют огромное значение для выполнения задач, поставленных перед отделом продаж.

Вебинар позволяет получить целостное представление о системе управления продажами с двух сторон:

1. роста результатов продаж (выручка, объемы)
2. повышения эффективности продаж (снижение затрат как временных, так и ресурсных).

Первые 2 блока вебинара направлены на выявление потенциала роста продаж по 5 ключевым направлениям: торговый персонал, процессы продаж, бюджет, взаимодействие отделов, инновации.

Практикумы №1 и №2 приводят к созданию сигнальной карты проблемных зон и точек роста, а также к ключевым параметрам фокусной «прокачки» с целью повышения результативности системы продаж.

Целевая задача 3 и 4 блоков вебинара - поиск возможностей повышения эффективности системы продаж за счет снижения потерь.

Инструментами анализа и оцифровки станут Карта Потока Создания Ценности, приборная панель продаж и CRM.

Практикум № 3 - аудит продажи клиенту в формате Карты ПСЦ. Этот визуальный метод поиска «узких мест» помогает определить ключевые приоритеты для повышения эффективности.

Результаты вебинара

- Комплекс идей, предложений по развитию системы продаж
- Ясные приоритеты развития по ключевым направлениям
- Новое видение по распределению ролей и функций в продажах
- Мастер-план повышения результативности и эффективности коммерческой службы

Вам полезно участие в вебинаре, если

- Доходы компании не растут или даже снижаются
- Компания не выдерживает конкуренцию по отдельным направлениям
- Темпы роста клиентской базы и объема продаж не соответствует темпам роста рынка
- Эффективность отдела продаж компании может быть существенно выше
- Необходимо получить внешнюю экспертную оценку деятельности компании для выявления и устранения слабых сторон и проблем продаж, а также обнаружения потенциальных возможностей для роста бизнеса.

Ключевые отличия формата вебинара

- Не проводится по единому шаблону, разрабатывается для каждой команды индивидуально
- Направлен на решение конкретных бизнес-задач
- Позволяет рассмотреть ситуацию комплексно и с разных сторон
- Вырабатывает единое видение ситуации и планов
- Полученные результаты являются итогом согласованной работы группы
- Обеспечивает вовлеченность и поддержку дальнейшего внедрения решений.

Программа вебинара

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">1 блок</p>	<p>Формула роста продаж: Рост продаж = (Увеличение потенциальных клиентов + Повышение конверсии + Увеличение объема сделок) – Потери. Процессы управления продажами: Планирование; Организация; Мотивация; Контроль; Анализ. Практикум №1 Аудит сбытовой системы по 5 направлениям (Торговый персонал, Процессы, Бюджет, Взаимодействие отделов, Инновации). <i>Результаты:</i> Сигнальная карта проблемных зон и точек роста ТОП-5 параметров для фокусной «прокачки» на 1-м этапе внедрения изменений в системе продаж</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">3 блок</p>	<p>Концепция Бережливого производства. Ценность и потери Виды потерь и их классификация: избыточные запасы, ожидания, дефекты и переделки, перепроизводство, передвижение, избыточная транспортировка, излишняя обработка. 7 этапов устранения потерь Распознавание потерь, распределение по влиянию на создание ценности, оцифровка и приоритизация, составление плана действий, стандартизация, запуск, проверка с последующей корректировкой. Этапы работы с клиентами: потери и возможности их устранения. Практикум №3 Аудит процесса продажи в формате потока создания ценности. <i>Результаты:</i> Карта Потока Создания Ценности, анализ результатов, групповой самоанализ ТОП-3 параметра повышения эффективности процесса продаж (скорость, количество задействованных сотрудников, ресурсы)</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">2 блок</p>	<p>Возможности роста продаж Клиенты Потенциальные и существующие, сегментация клиентов, клиентские стратегии, программы лояльности. Товарный портфель Ассортиментная политика, ценовая политика, cross-sell и up-sell. Торговая команда: профессиональные навыки, стандарты работы, структура рабочего времени. Практикум №2 Анализ эффективности взаимодействия Компании с рынком по 5 направлениям (Ассортиментное предложение, Ценовая политика, Каналы сбыта, Система продвижения, Сервис). <i>Результаты:</i> Мастер-план повышения результативности продаж Предварительный укрупненный перечень работ по повышению результативности продаж</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">4 блок</p>	<p>Приборная панель продаж (DashBoard) Ключевые показатели управления продажами: клиентская база, конверсия продаж, средний чек, выручка, прибыльность продаж по сегментам клиентов, воронка продаж, стоимость привлечения и обслуживания клиента, доля повторных покупок, удовлетворенность клиентов. Дашборд показателей продаж Стратегические, аналитические и операционные дашборды. Возможности CRM Автоматизация бизнес-процессов, управление информацией о клиентах, управление продажами, управление маркетингом, управление продуктовым портфелем, управление рабочим временем, автоматизация документооборота, оптимизация коммуникаций внутри компании, статистика и аналитика Стандартные блоки CRM систем Customer Service&Support (CSS), или автоматизация службы поддержки и обслуживания клиентов Sales Force Automation (SFA), или автоматизация деятельности продавцов; Marketing Automation (MA), или автоматизация маркетинга</p>