

Владимир Якуба

Продажи. Команда. Лидерство



КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР 2.0

как выжать максимум из отдела продаж

РУКОВОДСТВО ОТДЕЛОМ: УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ЦИКЛ

Кто такой идеальный РОП? «КомДир» или «Командир»? 6 ключевых компетенций и 3 уровня управления. ПКК-подход для КД. 2 ключевые компетенции 1-го лица в продажах: системность и коммуникации.

Реалити-звонок менеджеру в компанию.

КОНВЕРСИЯ И АНАЛИЗ СОВЕРШЕННЫХ ОШИБОК

Коэффициент «безделья»: время и цена неэффективности отдела продаж. Чем на самом деле заняты сотрудники 50+% времени? «Сели» рабочего дня подчиненного. Excel или CRM. Показатели продаж и средний чек. История взаимоотношений с клиентом и конверсия. 7 составляющих воронки продаж. Сколько стоит перезагрузка?

БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ

Бизнес-процессы: от ресторана до производственной компании. RAR - подход. 4 пункта бизнес-процесса: ИКТ – CRM – напоминание – действие. БП для трех направлений: входящие, исходящие запросы, работа в торговом зале. Записи звонков. Скрипты продаж. Отработка первых 10 секунд диалога с клиентом: как увеличить качество переговоров менеджеров. Типология и ошибки в скриптах, что можно узнать из записи телефонных звонков через CRM или онлайн сервисы? Маркетинг-кит в pdf или другой формат коммерческого предложения. Сегментирование клиентов. 10 оплат на 4000 контактов или 10 к 400? Матрица Ансоффа: 4 стратегии, от проникновения до диверсификации. SNW-анализ вместо SWOT в стратегии и структуре.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ОТДЕЛА ПРОДАЖ СВОИМИ РУКАМИ.

14 этапов самостоятельного внедрения оптимальных автоматизированных бизнес-процессов ОП. Зоны влияния менеджеров, территориальное деление: как исключить конфликт интересов менеджеров. Подходы в распределении приоритетов работы с клиентами из активной базы 1000-5000. ОБ/АБ – деление. ABCD-анализ. Как научить менеджера расставлять приоритеты и не тратить силы на «прохожих» клиентов. Маршруты. План-емкостный подход. 2 главных показателя для коммерческого директора. Эффективные совещания за 28 минут. 3 основные функции в отделе продаж: «Лидовик», «хантер», «формер». Как удерживать «уходящих клиентов». Способы «возвращения» клиента. 7 этапов внедрения CRM. Сравнение ТОП-5 CRM-систем.

МОТИВАЦИЯ НА ПОДВИГИ

Банда или команда? Финансовая мотивация менеджеров по продажам. Как платить правильно. Фикс и три эффективных вида бонусов. Модель оплаты: «Б-А-Д». Как платить маркетологу: Фикс + ЧЗ+С. Подходы к мотивации сотрудников отделов продаж: материальное стимулирование, геймификация от МВИДЕО и т.д. Как просто и быстро повысить продуктивность продавцов, не меняя при этом систему вознаграждения. Как перевести команду в «поток». Мотивационные выступления. Готовые схемы расчета заработной платы менеджеров в зависимости от целей компании. Алгоритм беседы с сотрудником.

КОНТРОЛЬ И ПЛАНИРОВАНИЕ

3 кита контроля - вся теория в одной схеме: ТОПД и КПД. 9 приемов прозрачного контроля. Контроль по «Галифаксу». 9 приемов прозрачного контроля. 7 подходов в «невидимом контроле». ОСВК (обратная связь высокого качества). Правила конструктивной обратной связи: мастерство давать обратную связь, стимулирующую на достижения и развитие. Внедрение изменений: УППС- подход.

ПОДБОР, ОЦЕНКА, УВОЛЬНЕНИЕ

4 источника увеличения потока кандидатов. Методы оценки «обученных собеседованиям» кандидатов. Реалити-кейсы: оценка за 30 секунд. Система отбора высоко потенциальных кандидатов при слабо конкурентных условиях по зарплате. Деликатные увольнения. Как увольнять, чтобы расстаться по-хорошему? Принцип Харви Маккея.