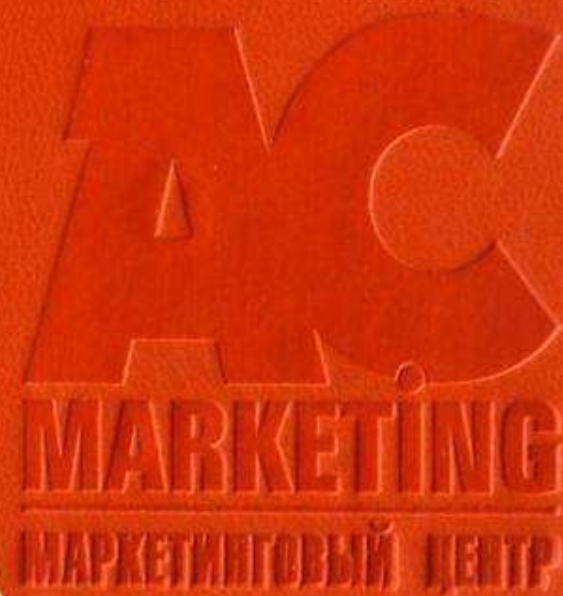


Образовательно-тренинговая программа «МАСТЕР ПРОДАЖ»

Необходима для:

- менеджеров торгового зала
- линейного персонала
- менеджеров активных продаж
- торговых представителей



КАДРЫ РЕШАЮТ ВСЁ!

- Эффективное применение человеческих ресурсов – необходимое условие движения компании вперед.
- Изменения рынка, нестабильная внешняя среда обуславливают важность проведения обучения персонала.
- Квалифицированный персонал, качественная работа на всех этапах – это сокращение издержек, оптимизация затрат.



В результате участия в программе:

- Совершенствуются навыки прямых продаж,
- Осознаются личные и профессиональные задачи, сильные и слабые стороны в работе,
- Развивается мотивация,
- Создаются условия для повышения результативности деятельности торгового персонала.



Трехблочная программа

- 1. Исследование «Mystery Shopper» и презентация результатов.**
- 2. Теория о технике продаж.**
- 3. Практическая часть – тренинговые упражнения.**



Этап 1. Проведение исследования «Таинственный покупатель»



ЭТАП 1.

Таинственный покупатель – один из методов маркетинговых исследований, позволяющий улучшить качество обслуживания клиентов.

Это мониторинг, позволяющий принимать управленческие решения.

Это инструмент для построения лояльности своих покупателей, позволяющий мотивировать персонал для отличного обслуживания клиентов.

(Книжно-статейные определения)



«Таинственный покупатель – холодный душ для владельцев бизнеса, управленцев и продавцов. Механика, которая позволяет посмотреть на себя со стороны».

*Маркетинговый центр
«АС-маркетинг».*



Метод ТП

- Оценка качества работы точки продаж с **помощью специалистов**, выступающих в роли покупателя/клиента.
- Оценка производится **на основании предварительно разработанных критериев**, путем личного посещения или по телефону, в соответствии с подробным сценарием поведения «Покупателя».



Зачем нужен ТП в рамках образовательно-тренинговой программы?

- Аудит соблюдения этапов продаж
- Выявление «проблемных мест» в технологии продаж
- Наглядный обучающий материал
- Инструмент для мотивации персонала



Этапы исследования методом «Таинственный покупатель»

1 этап: подготовительный.

- Конкретизация проблемы и разработка инструментария
- Согласование анкеты наблюдателя и сценарий проведения акции, время посещения и частота проведения.
- Подбор метода для обработки результатов исследования, разрабатывается и утверждается форма итогового отчета.
- Рекрутинг и тренги «шпионов».



Этапы исследования методом «Таинственный покупатель»

2 этап: непосредственно исследование.

- Наблюдатели выезжают непосредственно на место проведения исследования.
- Выполняется оговоренный с заказчиком сценарий, ведется диктофонная запись, а после посещения заполняется анкета наблюдения (количественные и качественные оценки).



Этапы исследования методом «Таинственный покупатель»

3 этап: анализ результатов, отчет.

- Обработка анкет в соответствии с заранее согласованной процедурой.
- Итоги и подготовка отчета. При необходимости представляется отчет относительно каждого сотрудника, каждой точки посещения.



Этап 2. Разработка плана и проведение образовательно-тренинговой программы с учетом результатов ТП.



Пример типовой программы «Мастер продаж»



Содержание программы

Часть 1. Зачем мы здесь собрались? /30 минут/

Разбор кейса по посещаемости на основе MS

Выявление проблем

Часть 2. Теория «Технология продаж» /2 часа 30 минут/

контакт

выявление
потребности

презент
ация

возражения

завершение
продажи

Часть 3. Практика «Формирование навыков соблюдения этапов продаж» /4 часа/

Проработка действий продавца на каждом этапе взаимодействия с клиентом

Обсуждение «сегодняшних» проблем и специфики продаж компании

Тренинг приемов преодоления внутренних страхов и барьеров в работе

Часть 4. Подведение итогов и выводы /30 минут/

В зависимости от потребностей и специфики компании в курс возможно включить следующие блоки:

1. Маркетинг услуг
2. Развитие клиентской базы
3. Формирование лояльности клиентов
4. Основы брендинга и корпоративной идентичности

*Данная программа базовая и может быть изменена в зависимости от особенностей компании, после уточнения актуальных целей и задач.



Условия

- 1. Группа участников не должна быть более 25 человек.**
- 2. Для проведения тренинга необходимы: фон, проектор, флип-чарт с бумагой.**



Информация о тренерах



РЫЖКОВА ЗЛАТА

- Руководитель подразделений маркетинга на предприятиях города
- Бизнес-тренер,
- Консультант по маркетингу.(стаж 12 лет)
- Имеет публикации и выступления в СМИ, научные работы.



ТОРИК НАТАЛЬЯ

- Консультант по маркетингу
- Директор МЦ «АС-маркетинг»
- Член Гильдии маркетологов РФ
- Автор более 100 успешных маркетинговых разработок



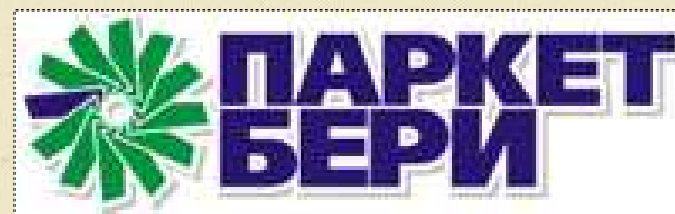
Статьи расходов и стоимость обучения типовой программы

| Статьи расходов | Стоимость |
|---|---------------------|
| Таинственный покупатель | 1200 руб./посещение |
| Анализ результатов ТП | 2000 руб. |
| Гонорар тренеру (подготовка+ проведения) | 20000 руб. |
| Раздаточный материал | 300 руб./чел |
| Аренда фона и проектора | 2000 руб./день |
| Поощрение победителей (диплом + подарок) | 1000 руб. |

*** Организация кофе-брейка рассчитывается
отдельно, либо осуществляется силами заказчика**



С нашей помощью квалификацию продаж повышают...





г. Кемерово, пр. Ленина, 33, оф. 205
т/ф.: +7 (3842) 441-541
тел.: +7 (3842) 441-555
e-mail: info@ac-marketing.ru

www.ac-marketing.ru