

„Zarządzanie zespołem handlowców”

Opis szkolenia:

Szkolenie Zarządzanie zespołem handlowców jest skierowane do liderów grup handlowych, menagerów sprzedaży i innych osób, które koordynują pracę handlowców. Kurs składa się z dwóch części, pierwsza dotyczy pracy z grupą handlowców, rozumienia specyfiki ich pracy, rozwiązywania problemów, które są przed nimi stoją jako typowe w sprzedaży (komunikacja z ludźmi, motywacja, wpływanie) druga zaś jest związana z pracą lidera nad sobą (nad swoją motywacją, umiejętnościami przywódczymi, komunikowaniem feedbacku). Kurs łączy wiedzę na temat zarządzania oraz sprzedaży, zawiera elementy pracy nad strategią oraz komunikowaniem.

Uzyskane umiejętności:

Dzięki udziałowi w szkoleniu uczestnik:

- będzie potrafił stworzyć strategię zarządzania zespołem handlowym,
- będzie umiał świadomie zarządzać zespołem handlowym,
- zrozumie zasadność wyznaczania celów krótko i długoterminowych,
- będzie umiał wspierać handlowca w rozwoju,
- pozna sposoby wyzwalania w handlowcach energii i siły do dalszej pracy,
- będzie umiał efektywnie organizować swój czas,
- będzie miał świadomość mechanizmów motywacyjnych, którymi może oddziaływać na podwładnych,
- zrozumie od czego zależy siła motywacji,
- pozna macierz Kena Blancharda i zrozumie kiedy wspierać, a kiedy ukierunkowywać handlowców w ich działaniach,
- zrozumie i pozna poziomy neurologicznego funkcjonowania człowieka Roberta Diltsa i ich znaczenie w procesie komunikowania się z ludźmi,
- zrozumie wagę i przydatność informacji zwrotnej w procesie motywowania ludzi,
- będzie potrafił udzielać wspierającej i rzeczowej informacji zwrotnej handlowcowi.

Program szkolenia:

I. PLANOWANIE STRATEGICZNE

1. Qvo vadis handlowcu?! - czyli korzyści z dobrze skonstruowanej strategii handlowej.
2. Cele krótko i długoterminowe - świadomość priorytetów i kryteriów ich realizacji.
3. Kto ponosi odpowiedzialność za ustalane cele handlowe?
4. Zasoby zewnętrzne i wewnętrzne w kontekście ustalonych celów, czyli analiza SWOT zespołu handlowego.
5. 3 filary sprzedaży:
 - Efektywne generowanie bieżącej sprzedaży,
 - Jak poszerzać krąg nowych klientów?
 - Impregnowanie obecnych klientów przed wpływem konkurencji, czyli jak budować lojalność klientów?
6. Tego się nie da, bo... - hamulce wewnętrzne handlowców.

II. WDRAŻANIE W CZYN

1. Najpierw rzecz najważniejsza!!! - Określenie docelowych grup klientów.
2. W tym jesteśmy mistrzami świata, czyli zdefiniowanie obszarów przewagi konkurencyjnej.
3. Marketing edukacyjny, czyli jak nauczać klienta i poszerzać perspektywy dostrzeganych przez niego możliwości.
4. Jak nadać tempo strategii? - Twoja wizja, nasza strategia, ich oddziaływanie na klientów.
5. 20% twoich decyzji wpływa na 80% twoich przychodów. Tylko które 20%?, czyli efektywne organizowanie czasu i zasobów.
6. Analiza aktywności sprzedaży handlowców - co i kiedy analizować?

III. BUDOWANIE ZAANGAŻOWANEGO ZESPOŁU HANDLOWCÓW

1. Masz dwoje uszu i tylko jedno usta, więc tak z nich korzystaj - jak poznać indywidualny system wartości handlowca?
2. Jak generować zmianę w postawach handlowców?
3. Możesz wydawać polecenia, możesz też stawiać wyzwania i inspirować handlowców, czyli na jakim poziomie neurologicznego funkcjonowania ludzi można na nich oddziaływać?
4. Konsekwencja - najmocniejsze narzędzie wywierania wpływu na handlowców.
5. Komunikacja z zespołem i jej wpływ na efektywność w handlu.

IV. JA LIDER

1. Kim jesteś i po co to robisz? Tożsamość i misja lidera - jej wpływ na zaangażowanie pozostałych członków zespołu.
2. Handlowcy są różni, czyli jak dostosować styl przywództwa do etapu rozwoju podwładnego?
3. Bądź tym kogo potrzebuje twój handlowiec - model przywództwa sytuacyjnego Kena Blancharda.
4. Jak nagradzać handlowców?
5. Znasz 12 najważniejszych czynników decydujących o zaangażowaniu pracowników? - Wyniki badań Instytutu Gallupa.
6. Relacje ze swoim bezpośrednim przełożonym, czyli metaczynnik oddziałujący na wszystkie inne motywy świadczące o zaangażowaniu personelu.
7. Co decyduje o sile motywacji handlowca? - odkrycie Victora Vrooma.
8. Jesteś tak dobry, jak dobry jest twój zespół, czyli samoświadomość lidera.

V. COACHING HANDLOWCÓW

1. Wspólnie osiągnięcie więcej, czyli coaching wspierający w pracy handlowców.
2. Lider obserwuje, wyciąga wnioski i komunikuje czego oczekuje w przyszłości, czyli rola i znaczenie informacji zwrotnej.
3. To koniec? - wypalenie zawodowe, jak wesprzeć człowieka i zaangażować w to zespół?
4. Postaw na orły! - czyli jak dopingować najlepszych i stawiać im wyzwania?
5. Stwórz z nich wojowników sprzedaży, czyli szkolenie umysłów.
6. Jestem fighterem? Model sukcesu - budowanie pewności siebie handlowca.
7. Nie muszę niczego udowadniać - skąd czerpać siłę i energię?

Metodologia:

Podczas szkolenia wykorzystujemy następujące metody szkoleniowe:

- wykład
- case study
- odgrywanie ról
- praca z kamerą
- feedback
- dyskusja

Informacje organizacyjne:

Ilość godzin szkolenia: 12 godzin / 2dni

Godziny szkolenia: 9:15-15:15

Miejsce szkolenia: Łódź, ul Piotrkowska 125 – KM Studio - szkolenia