

„Zarządzanie zespołem sprzedażowym”

Opis szkolenia:

Szkolenie zorientowane jest na liderów grup sprzedażowych, managerów sprzedaży i wszystkich tych, którzy koordynują zespołami sprzedażowymi. Na kurs składają się dwa główne moduły. Pierwszy dotyczy pracy z zespołem, rozumienia specyfiki jego zadania, radzenia sobie z problemami, które przed nim stoją jako typowymi w handlu - komunikacja interpersonalna, motywacja, perswazja i wpływanie na ludzi. Drugi zaś związany jest z rozwojem lidera/managera (kreowanie motywacji własnej, umiejętności przywódczych, działanie na rzecz poszerzenia umiejętności w stosownym przekazywaniu feedbacku).

Szkolenie komasuje wiedzę z zakresu zarządzania ludźmi oraz sprzedaży, zawiera elementy pracy nad strategią i komunikowaniem. Uczestnicy kursu zapoznają się z następującymi tematami: strategia zarządzania zespołem sprzedażowym, odpowiedzialne zarządzanie zespołem sprzedażowym, określanie celów krótko i długoterminowych, wspieranie pojedynczych członków zespołu w rozwoju, formy wyzwalania w handlowcach energii i siły do dalszej pracy, efektywne zarządzanie czasem, mechanizmy pobudzające motywację i jej poziom, macierz Kena Blancharda, poziomy neurologicznego funkcjonowania człowieka Roberta Diltsa i ich znaczenie w procesie komunikowania się z ludźmi, kluczowość informacji zwrotnej w przebiegu motywowania zespołu.

Umiejętności uzyskane w trakcie szkolenia Zarządzanie zespołem sprzedażowym:

- tworzenie strategii zarządzania zespołem sprzedażowym,
- umiejętność świadomego zarządzania zespołem sprzedażowym,
- rozumienie kluczowości wyznaczania celów krótko i długoterminowych,
- umiejętność wspierania pojedynczych członków zespołu w rozwoju,
- poznanie skutecznych sposobów wyzwalania w handlowcach energii i siły do dalszej pracy,
- efektywne zarządzanie czasem,

- pojęcie świadomości mechanizmów motywacyjnych, którymi zarządzający może oddziaływać na podwładnych,
- zrozumienie od czego zależy siła motywacji,
- poznanie macierzy Kena Blancharda i uświadomienie sobie kiedy wspierać, a kiedy ukierunkowywać handlowców w ich działaniach,
- poznanie oraz zrozumienie poziomów neurologicznego funkcjonowania człowieka Roberta Diltsa i ich ważkości w procesach komunikacji interpersonalnej,
- zrozumienie wagi i przydatności informacji zwrotnej w procesie motywowania zespołu,
- udzielanie wspierającego i rzeczowego feedbacku w stosunku do zespołu sprzedażowego.

Program szkolenia:

I. PLANOWANIE STRATEGICZNE

1. Quo vadis?! - czyli jakie można osiągnąć korzyści z dobrze skonstruowanej strategii sprzedażowej.
2. Cele krótko i długoterminowe - poruszenie kwestii świadomości priorytetów i warunków ich realizacji.
3. Kto ponosi odpowiedzialność za ustalone cele sprzedażowe?
4. Zasoby zewnętrzne i wewnętrzne w kontekście określonych celów, czyli analiza SWOT zespołu sprzedażowego.
5. 3 filary sprzedaży:
 - Efektywne generowanie bieżącej sprzedaży,
 - Jak poszerzać bazę nowych klientów?
 - Impregnowanie obecnych klientów przed wpływem konkurencji, czyli jak budować lojalność klientów?
6. Tego się nie da, bo... - hamulce wewnętrzne zespołów sprzedażowych.

II. WDRAŻANIE W CZYN

1. Ustalenie określonych grup klientów - Rzecz najważniejsza!
2. W tym jesteśmy mistrzami świata, czyli zdefiniowanie obszarów przewagi konkurencyjnej.

3. Marketing edukacyjny, jako narzędzie do nauki klienta i poszerzanie jego perspektyw na dostrzeganie przez niego możliwości.
4. Jak nadać tempo strategii? - Twoja wizja, nasza strategia i ich rzutowanie na klientów.
5. 20% twoich decyzji wpływa na 80% twoich przychodów. Tylko które 20%?, czyli efektywne aranżowanie czasem i zasobami.
6. Nauka analizy aktywności sprzedażowej zespołu.

III. POWOŁYWANIE ZAANGAŻOWANEGO ZESPOŁU SPRZEDAŻOWEGO

1. Masz dwoje uszu i tylko jedno usta, więc właściwie z nich korzystaj - jak poznać indywidualny system wartości członka zespołu?
2. Jak wywoływać zmianę w postawach członków zespołu?
3. Różnica między wydawaniem poleceń, a stawianiem wyzwań i inspirowaniem zespołu - na jakim poziomie neurologicznego funkcjonowania ludzi można na nich oddziaływać?
4. Konsekwencja - najmocniejsze narzędzie wywierania wpływu na zespół.
5. Przepływ informacji w zespole i wpływ komunikacji na efektywność w sprzedaży.

IV. JA JAKO LIDER

1. Zastanów się kim jesteś i po co robisz to co robisz? Tożsamość i misja lidera - jej wpływ na zaangażowanie pozostałych członków zespołu.
2. Każdy handlowiec jest inny, czyli jak dostosować styl przywództwa do etapu rozwoju podwładnego?
3. Bądź liderem, którego potrzebuje twój handlowiec - model przywództwa sytuacyjnego Kena Blancharda.
4. Jak nagradzać swój zespół?
5. Czy znasz 12 najważniejszych czynników decydujących o zaangażowaniu pracowników? - analiza wyników badań Instytutu Gallupa.
6. Relacje z bezpośrednim przełożonym, czyli metaczynniki oddziałujące na wszystkie inne motywatory sygnalizujące zaangażowanie zespołu.
7. Co wpływa na siłę motywacji handlowca? - odkrycie Victora Vrooma.
8. Jesteś tak dobry, jak dobry jest twój zespół, czyli samoświadomość lidera.

V. COACHING ZESPOŁU SPRZEDAŻOWEGO

1. Wspólnie osiągniecie więcej, czyli coaching wspierający zespół.

2. Rola i kluczowość informacji zwrotnej, czyli Lider obserwuje, wyciąga wnioski i klarownie oświadcza czego oczekuje w przyszłości
3. Czy to koniec? - jak wesprzeć pracownika wobec wypalenia zawodowego angażując w to zespół.
4. Postaw na orły! - dopingowanie najlepszych i stawianie im wyzwań.
5. Stwórz z nich wojowników sprzedaży, czyli szkolenie umysłów.
6. Jestem fighterem? - model sukcesu w budowaniu pewności siebie sprzedawcy.
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: ul. H. Sienkiewicza 22, 90-114 Łódź - KM Studio - szkolenia