

Zarządzanie zespołem sprzedażowym

Szkolenie w CDV

Program

1. Dział sprzedaży w przedsiębiorstwie:

- rola i warianty umiejscowienia działu sprzedaży w strukturze organizacyjnej,
- typy organizacji działu sprzedaży (centralny, rozproszony, zewnętrzny),
- kompetencje i zakres odpowiedzialności managera ds. sprzedaży,
- budowa strategii realizacji planu sprzedaży (tworzenie i weryfikacja prognozy sprzedaży, cele sprzedażowe, identyfikacja wąskich gardeł sprzedaży, etc.).

2. Budowanie i re/organizacja działu sprzedaży:

- rola, pozycja i zadania managera ds. sprzedaży,
- rekrutacja i selekcja handlowców,
- określenie profilu idealnego handlowca (w zależności od branży, kanału dotarcia do klienta, sprzedawanego produktu, strategii sprzedażowej etc.)określenie kanałów dotarcia do potencjalnych kandydatów (rekrutacja wewnętrzna/zewnętrzna, rekrutacja aktywna/pasywna etc.),
- analiza CV, przygotowanie rozmowy kwalifikacyjnej (pytania i techniki stosowane w trakcie rozmów) i wybór kandydata, identyfikacja i re/definicja procesów z udziałem działu sprzedaży,
- określenie/weryfikacja metod pracy handlowców (określenie środowiska sprzedażowego, scenariusz spotkania, prezentacja, rola w zespole sprzedażowym, określenie zakresu wsparcia sprzedaży, etc.),
- narzędzia wspomagające pracę handlowców i managera działu sprzedaży (CRM).

3. Rola systemu motywacyjnego w dziale sprzedaży:

- charakterystyka sprzedaży, umiejętności handlowe a system motywacji,
- kryteria wyboru odpowiedniego systemu wynagradzania handlowców,
- systemy motywacji finansowej i poza finansowej stosowane w sprzedaży.

4. Manager ds. sprzedaży:

- budowa strategii realizacji planu sprzedaży,
- tworzenie i weryfikacja prognozy sprzedaży,
- cele sprzedażowe,
- identyfikacja wąskich gardeł sprzedaży, błędy najczęściej popełniane przez managerów sprzedaży.

 **Czas trwania**

2 dni | 16 godzin