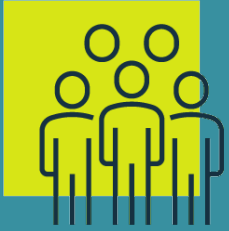


Mercuri International

UPRAVLJANJE PRODAJOM

Put učenja osposobljava učesnike za:

- Prevođenje strateških ciljeva u prodajnu strategiju;
- Komunikaciju prodajne strategije sa prodajnim timom;
- Određivanje ambicioznih i realnih ciljeva prodaje i njihovu distribuciju među članovima tima;
- Prevođenje prodajnih ciljeva u ciljeve za portfolio klijenata;
- Planiranje aktivnosti prodavaca u skladu sa prodajnim ciljevima;
- Definisane potrebnih i nedostajućih kompetenci članova prodajnog tima za ostvarenje rezultata.



UČESNICI

Svi rukovodioci (ili oni koji se spremaju za tu ulogu) koji rukovode radom prodajnih timova.



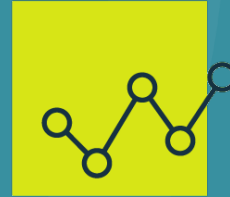
TRAJANJE LICENCE: 6 meseci



OSTALE INFORMACIJE

Put učenja podrazumeva jednu od tri varijante:

1. Online sadržaje
2. Online sadržaje i 2 implementacijske radionice
3. Online sadržaje, 2 implementacijske radionice i 2 individualna koučinga



PREGLED PUTA UČENJA

Korak 1: Uvodni modul

Korak 2: Misije menadžera prodaje

Korak 3: Faktori koji utiču na učinak zaposlenih u prodaji

Korak 4: Analiza prodajnog učinka

Korak 5: Virtuelna implementacijska radionica*

Korak 6: Upravljanje prodajom

Korak 7: Upravljanje portfolijom kupaca

Korak 8: Izrada Akcionog plana prodaje

Korak 9: Mobilizacija prodavaca i obezbeđenje implementacije

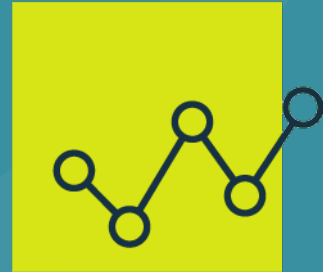
Korak 10: Virtuelna implementacijska radionica*

Korak 11: Materijali za preuzimanje

Korak 12: Sertifikacija

Korak 13: 2 individualna koučinga*

***Opciono**



OPIS PUTA UČENJA

KORAK 1: UVODNI MODUL

1. Dobrodošlica
2. Kako da dobijete sertifikat
3. Ciljevi treninga
4. Kviz sa ponuđenim odgovorima “Procenite svoje menadžerske veštine”

Cilj: Preliminarnom procenom učesnici dobijaju informaciju o svojim jakim stranama i oblastima za razvoj, osvešćuju koje sve funkcije i uloge ima menadžer prodaje i na koji način treba da ih obavlja.



KORAK 2: MISIJE MENADŽERA PRODAJE

1. Video – Ne merite performans svojih zaposlenih. Neka ga izmere sami!
2. Otvoreno pitanje – Misije menadžera prodaje
3. Ciljevi treninga
4. Otvoreno pitanje – Koji su vaši “rituali” upravljanja?

Cilj: Učesnici se kroz temu misije menadžera prodaje i otvorena pitanja navode na razmišljanje o trenutnim menadžerskim praksama, njihovim prednostima i nedostacima



KORAK 3: FAKTORI KOJI UTIČU NA UČINAK ZAPOSLENIH U PRODAJI

1. Video – Ne igrajte igru osuđivanja zaposlenih!
2. Interaktivni modul – RAC Concept® (Results – Activities – Competences)
3. Materijal za preuzimanje - RAC Concept®
4. Otvoreno pitanje o primeni koncepta u praksi

Cilj: Upoznavanje učesnika sa osnovnim konceptom upravljanja prodajom – konceptom analize rezultata, aktivnosti i kompetenci zaposlenih u prodaji.



KORAK 4: ANALIZA PRODAJNOG UČINKA

1. Kviz – Analiza prodajnih performansi
2. Interaktivni modul – Analiza prodajnih performansi
3. Materijal za preuzimanje – Analiza prodajnih performansi
4. Kviz – Upravljanje prodajom
5. Glasanje – Koliko vremena menadžer provodi sa svojim zaposlenima?

Cilj: Učesnici stiču znanje načinima analize statičkih i dinamičkih KPI u prodaji, donošenju zaključaka i preduzimanju potrebnih aktivnosti za eventualnu korekciju aktivnosti članova svog tima



KORAK 5: (VIRTUELNA) IMPLEMENTACIJSKA RADIONICA*

Trajanje: 1,5h

Broj učesnika: max. 12

Tema: Provežbavanje koncepta Sales Activity Management-a na odabranim primerima iz prakse (Case Study).

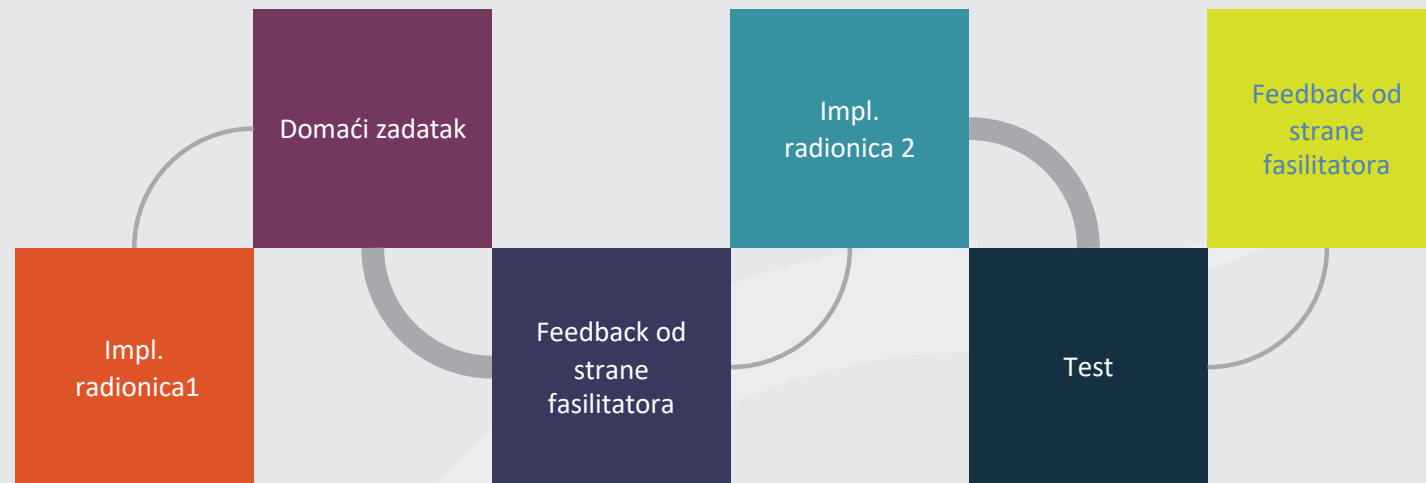
Cilj: Primena stečenih znanja i veština u praksi, sticanje samopouzdanje u dijagnostikovanju i analizi perfomansa svojih zaposlenih

*Napomena: Radionice su namenjene provežbavanju stečenih znanja na primerima učesnika i deo su naprednijih paketa puteva učenja.

*Opciono



ORGANIZACIJA IMPLEMENTACIJSKIH RADIONICA



Impl. radionica 1:

Teorija, Diskusija,
Vežba i domaći zadatka

Trajanje :2 h.

Domaći zadatak i

feedback:

Rad na domaćem zadatku
i individualni feedback

Impl. radionica 2:

Ponavljjanje, Q&A, Vežbe,
Deljenje najboljih praksi

Trajanje: 2 h.

Test i feedback

KORAK 6: UPRAVLJANJE PRODAJOM

1. Video – Shvatite istinu o prodajnom performansu
2. Preduzmite akcije u vezi sa upravljanjem prodajom
3. Otvoreno pitanje – Šta je dobar menadžer prodaje?
4. Radni list - Vođenje sastanka o timskom učinku

Cilj: U ovom modulu se učesnici bave načinima komunikacije menadžera sa prodavcima, a vezano za njihove prodajne rezultate. Dijagnostikovanje (loših) prodajnih rezultata je samo prvi korak u procesu – ono što sledi, a to je intervencija menadžera, je mnogo važnije!



KORAK 7: UPRAVLJANJE PORTFOLIJOM KUPACA

1. Interaktivni modul – Upravljanje portfolijom kupaca
2. Materijal za preuzimanje – Upravljanje portfoliom kupaca
3. Glasanje - Tri osnovna pokazatelja portfolija kupaca
4. Zadatak – Izrada individualne segmentacije kupaca

Cilj: Dobra analiza portfolija kupaca je osnov za planiranje aktivnosti prodajne sile. U ovom modulu se učesnici bave ovom temom – uče teorijske osnove, a kasnije i praktično, na svojim primerima, prorađuju ovu veoma važnu temu.



KORAK 8: IZRADA AKCIONOG PLANA PRODAJE

1. Interaktivni modul – Akcioni plan prodaje
2. Materijal za preuzimanje – Akcioni plan prodaje
3. Zadatak – Izrada akcionog plana prodaje

Cilj: Ovaj korak je logičan nastavak prethodnih. Učesnik je, nakon što izvrši analizu prodajnog performansa I portfolija kupaca, u stanju da počne sa planiranjem prodajnih aktivnosti svog tima.



KORAK 9: MOBILIZACIJA PRODAVACA I OBEZBEĐENJE IMPLEMENTACIJE

1. Mesečni individualni sastanci sa prodavcima
2. Kviz – Oslobodite se loših performansi u prodaji
3. Analiza i odgovor na loše performanse
4. Zadatak - Odgovor na loše performanse u praksi

Cilj: Svaki menadžer se susretne sa situacijom kada u timu ima osobu, čiji rezultat je ispod očekivanja. Ovaj modul učesnike usmerava na konstruktivne načine razrešenja ove situacije i realne primene u praksi.



KORAK 10: (VIRTUELNA) IMPLEMENTACIJSKA RADIONICA*

Trajanje: 1,5h

Broj učesnika: max 12

Tema: Provežbavanje koncepta PASS (Plan of Activity and Sales Steering) na odabranim primerima iz prakse (Case Study).

Cilj: Primena stečenih znanja i veština u praksi, sticanje samopouzdanje u planiranju aktivnosti i izvođenju individualnih sastanaka sa zaposlenima.

*Napomena: Radionice su namenjene provežbavanju stečenih znanja na primerima učesnika i deo su naprednijih paketa puteva učenja.

*Opciono



KORAK 11: MATERIJALI ZA PREUZIMANJE

1. Vođenje sastanka o performansu sa vašim timom
2. Suočite se sa problemom lošeg prodajnog učinka
3. Prilagodite svoj stil upravljanja trima nivoima performansi vašeg prodajnog tima
4. Efikasnot prodaje - osnove Mercuri International

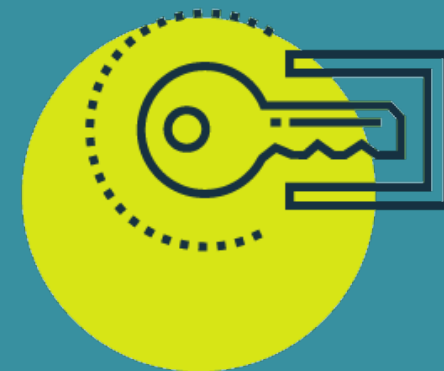
Cilj: Ovaj korak je logičan nastavak prethodnih. Učesnik je, nakon što izvrši analizu prodajnog performansa I portfolija kupaca, u stanju da počne sa planiranjem prodajnih aktivnosti svog tima.



KORAK 12: SERTIFIKACIJA

Završni testovi i provera stečenog znanja

Osvojen sertifikat učesnici automatski upload-uju na svoje LinkedIn profile.



KORAK 13: KOUČING*

Individualni koučing je namenjen učvrščivanju znanja i primeni u praksi odnosno na poslovnim situacijama sa kojima će se učesnik susresti u bližoj budućnosti.

Razrađuju se, dakle, konkretni primeri, specifični za industriju i način rada kompanije iz koje učesnik dolazi.





MERCURI
international