

## "LIDER ZESPOŁU SPRZEDAŻOWEGO "

### **Cele szkolenia:**

#### **Zdobycie i utrwalenie wiedzy z zakresu:**

- Tworzenia taktyki i strategii dla sił sprzedaży lub dla własnego portfela klientów.
- Korzystania z narzędzi analitycznych wspomagających podejmowanie decyzji dotyczących procesu sprzedaży oraz umożliwiających nadzór nad działaniami sprzedażowymi zespołu.
- Planowania pracy zespołu, ustalania priorytetów
- Podnoszenia kompetencji własnych i zespołu oraz wspomagania zespołu w uzyskiwaniu lepszych wyników sprzedażowych
- Ustalania celów dla firmy oraz zespołu.
- Segmentacji klientów, skutecznego zarządzania portfelem klientów
- Skutecznych narzędzi komunikacji z zespołem
- Delegowania zadań
- Podstaw motywowania zespołu i elementów asertywności menedżera.

#### **Nabycie i doskonalenie umiejętności z zakresu:**

- Efektywnie komunikować się z podwładnymi budując swój autorytet.
- Delegować zadania i kompetencje, ustalać priorytety.
- Skutecznie formułować cele biznesowe (KPI) oraz skutecznie je egzekwować.
- Prowadzić rozmowy motywujące i dyscyplinujące z podwładnymi.
- Skutecznie reagować w czasie trudnych i emocjonalnych sytuacji interpersonalnych w zespole oraz w kontakcie szef-podwładny.
- Udzielać podwładnemu konstruktywnej informacji zwrotnej.
- Stosować narzędzia motywacji pozafinansowej oparte na indywidualnym podejściu do pracownika i otwartej komunikacji
- Skuteczne wspierania zespołu poprzez wizyty wspólne.

### **Wyszktałcenie požądanych postaw:**

- Wiary we własne możliwości, co do stosowania poznanych technik
- Osobistej odpowiedzialności i zaangażowania za własne wyniki pracy własne czy zespołu.
- Chęci rozwoju własnego w zakresie doskonalenia umiejętności liderkich, w tym zarządzania i planowania oraz motywowania zespołu.

### **Metody pracy:**

- Mini wykład trenera
- Ćwiczenia zespołowe
- Ćwiczenia indywidualne
- Scenki symulowane
- Prezentacja PP
- Dyskusja facylitowana
- Feedback trenera i grupy

### **Harmonogram szkolenia**

#### **I. Wstęp**

- Przedstawienie trenera i uczestników
- Przedstawienie tematu i celów szkolenia
- Krótka dyskusja o oczekiwaniach uczestników w kontekście celów szkolenia

#### **II. Jak skutecznie stawiać cele, ustalać priorytety, egzekwować wykonanie.**

- Kaskadowanie celów: cele organizacyjne – cele zespołowe – cele pracownika w delegowaniu.

- Metodologia efektywnego stawiania celów - SMARTer
- Cele zespołu – zadania do realizacji przez podwładnych
- Delegowanie zadań w oparciu o wskazanie celu.

### **III. Planowanie i ustalenie priorytetów w praktyce menedżera**

- Zasada Eisenhowera: ważność i pilność zadania – określanie zadań do delegowania.
- Analiza ABC. Wyznaczanie priorytetów a realizacja zadań ze względu na cel.
- Efektywne opracowanie priorytetów dla sił sprzedaży, skąd się biorą priorytety, wdrożenie elementów pracy na priorytetach w zakres pracy handlowców.

### **IV. Ważne elementy pracy z zespołem sprzedaży i klientami**

- Segmentacja klientów - cel, korzyści, wykorzystanie praktyczne, powiązanie z priorytetami pracy zespołu sprzedażowego tego elementu.
- Tworzenie portfela klientów, Efektywny podział portfeli między zespół sprzedażowy.
- Efektywne zarządzanie portfelem klientów. Wskaźnikowanie portfela i narzędzia analizy. Elementy ekonomiki zarządzania /marża, numeryka, sprzedaż etc./
- Przydzielanie i planowanie zadań różnym grupom w zespole sprzedażowym, zasady podziału i wskazówki praktyczne.
- Zarządzanie rozproszonymi siłami sprzedaży.

### **V. Motywowanie i wspieranie zespołu sprzedażowego.**

- Narzędzia motywowania - finansowe i pozafinansowe.
- Premia - jak i kiedy premiować handlowców
- Zarządzanie przez coaching.
- Wizyty wspólne - jak skutecznie wspierać, uczyć handlowców poprzez wspólne spotkania z klientami. Model wizyty wspólnej.

## VI. Umiejętność delegowania zadań, jako ważna kompetencja skutecznego lidera zespołu.

- Zagrożenia i bariery ograniczające menedżera w delegowaniu
- Korzyści efektywnego delegowania dla pracownika, menedżera i zespołu
- Narzędzia komunikacyjne niezbędne przy skutecznym delegowaniu
- Delegowanie zadań, a delegowanie kompetencji i odpowiedzialności
- Zasady delegowanie w kontekście możliwości i kompetencji pracownika
- Fazy rozwoju pracownika i ich wpływ na sposoby i metody delegowania
- 3 elementy delegowania: przekazania obowiązków – dzielenie się odpowiedzialnością – kontrola i informacja zwrotna. Zasady delegowania zadań:
  - Wskazanie celu i standardu działania.
  - Diagnoza fazy rozwojowej pracownika.
  - Dobór stylu delegowania.
  - Przekazanie informacji zwrotnej.

## VII. Pewnie i precyzyjnie - standardy delegowania zadań

- Warunki delegowania zadania:
  - "aby zadanie miało sens" – czyli wskazanie celu,
  - "co mam zrobić" – czyli precyzja w określeniu wyniku i czasu realizacji zadania.
  - "dlaczego ja/co z tego będzie" – czyli wskazanie korzyści i konsekwencji.
- Konieczność sprawdzenia poprawności odbioru delegowanego zadania – jak to zrobić?
- Style delegowania – dostosowanie przekazywanych informacji nt. zadania do kompetencji i motywacji pracownika
- Kontrola a monitorowanie realizacji delegowanego zadania – różnice w podejściu.

### **VIII. Jak skutecznie wpływać na pracownika/zespół, aby zmienić swoje zachowanie, działanie, postępowanie?. Informacja zwrotna „zfuko”**

- Dlaczego warto mówić o faktach, danych, konkretach, obserwowalnych zachowaniach?
- Jak w praktyce menedżera stosować model ZFUKO?

### **IX. Przeprowadzenie rozmowy dyscyplinującej z wykorzystaniem modelu zrównoważonej informacji zwrotnej – analiza i trening praktycznych umiejętności.**

- Omówienie i analiza modelu ZRÓWNOWAŻONEJ INFORMACJI ZWROTNEJ. Praktyczne przykłady z życia kierownika, zwrócenie uwagi na pułapki komunikacyjne i momenty krytyczne dialogu z pracownikiem.
- Analiza algorytmu rozmowy:

### **X. Zarządzanie procesem sprzedaży w przedsiębiorstwie lub własnym portfelu klientów - czy warto zwiększać sprzedaż lub jak zatrzymać spadki?**

- Ustalenie i definiowanie celów strategicznych i operacyjnych działu sprzedaży lub własnych
- Priorytety w kontekście celów i zadań
- Organizacja procesu sprzedaży w firmie lub sprzedaży samodzielnej
- Przygotowanie do analizy sprzedaży i planowania sprzedaży
  - o Ustalanie wskaźników do analiz
  - o Raportowanie, rodzaje raportów np. dashboard
  - o Metoda 5W2H w planowaniu sprzedaży
  - o SWOT firmy lub handlowca
  - o Przygotowanie strategii i planowanie wg analizy 5 sił - analiza rynku

### **XI. Organizacja pracy własnej i elementy zarządzania sobą w czasie**

- Zarządzanie sobą w czasie - podstawowe narzędzia i techniki
- Skuteczna organizacja pracy handlowca
- Rób tylko to, co warto robić - priorytety w pracy handlowca
- Zarządzanie portfelem klientów - umawianie spotkań, sprzedaż , obsługa posprzedażowa

## XII. Obszar zarządzania klientami i portfelami klientów - komu warto sprzedawać i jak to robić

- Nie wszyscy będą Twoimi klientami - kto jest Twoim klientem?
- Ustalenie priorytetów w selekcji klientów
- **Segmentacja klientów, kategoryzacja klientów, grupowanie**
- Prospecting i ustalenie szans biznesowych /leadów/
- Strategie marketingowe dla różnych segmentów klienta
- Przygotowanie metod pozyskania klientów, przygotowanie kanałów komunikacji z klientem
- Planowanie budowania lojalności klienta

## XIII. Co potrzebne jest do rozwoju sprzedaży - przygotowanie i wdrażanie modeli, technik, właściwe kompetencje, odpowiednie narzędzia - czyli , zaplanuj jak

- Przygotowanie handlowca lub zespołu do ponoszenia jakości i wartości wolumenu sprzedaży
  - o Kogo potrzebujemy na rynku
  - o Szkolenia i samodoskonalenie handlowca
  - o Analiza pracy własnej i swoich atutów na rynku
  - o Przygotowanie i wdrożenie najskuteczniejszych dla handlowca i jego rynku technik sprzedaży
  - o Opracowanie własnego modelu sprzedaży

## XIV. Motywowanie i automotywacja w zespole sprzedażowym

- Zarządzanie sytuacjami stresogennymi w procesie sprzedażowym
- Planowanie modelu sprzedaży w kontekście zachowań nieświadomych i pracy z nawykami
- Elementy psychologii w procesie sprzedaży - co powoduje, że postępujemy tak a nie inaczej, co nas ogranicza a co nam pomaga.

**Prowadzący:**

**Andrzej Zabawa – menedżer, trener biznesu, coach, szkoleniowiec i konsultant biznesowy** z dużą praktyką w zarządzaniu sprzedażą oraz zespołem sprzedaży, budowaniu pozycji spółki na rynku, tworzeniu i realizacji strategii biznesowych – mocno nastawiony na efekty biznesowe szkoleń i konsultacji. Reprezentuje innowacyjne podejście do zadań, kreatywność w rozwiązywaniu problemów, tworzeniu programów szkoleniowych i prowadzeniu zajęć. Certyfikowany Coach i trener grupowy.

**Koszt:** 1390 netto/osoba

**Czas trwania:** 2 dni

**Miejsce:** Warszawa, Wrocław