

# Бизнес тренер, Тренер по продажам (разработка и проведение тренингов по продажам), руководитель отде, 800 грн.

Одесса, 22 января 2017

Отрасль – [Торговля, продажи, закупки](#)

## ИНФОРМАЦИЯ О СОИСКАТЕЛЕ

Имя                      Апчел Максим Сергеевич

Возраст                37 лет

## КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

[Войдите](#) или [зарегистрируйтесь](#) на сайте как работодатель, чтобы видеть контактную информацию.

## УСЛОВИЯ РАБОТЫ

Руководитель направления февраль 2011 - июль 2014 Тренинги по продажам M24 (m24.zz.mu/) Тренинги по продажам «Проект увеличение объема продаж», 0639468885, корпоративные тренинги торгового персонала в Одессе, Тренинг по продажам, продавцов-консультантов, торговых представителей, менеджеров по продажам на телефоне, Руководителей отдела продаж, HR-менеджеров. Обязанности и достижения: Тренинги по продажам 'Проект увеличение объема продаж', 0639468885, m24.zz.mu, корпоративные тренинги торгового персонала в Одессе, Тренинг по продажам, продавцов-консультантов, торговых представителей, менеджеров по продажам на телефоне, Руководителей отдела продаж, HR-менеджеров. Наши работы: «Проект развития торговой компании в Южном регионе». \* \* Проверить результат, возможно взяв анализ продаж за прошлый год. 1-й этап развития (3 мес.): А) Оценка знаний техник продаж торгового персонала. Б) Подготовка торгового персонала (техники продаж). В) Подготовка регионального представителя Южного региона. Г) Организация call-центра в г. Николаев. 1.1 Цели и задачи на I мес. (оценка + Подготовка + оценка усвоения материала): • 2 дня – тестирование персонала (Тест 1, Тест 2). Оценка знаний по техникам продаж торговых представителей (ТП) на данный момент. • 5 дней – Подготовка по 4 часа в день: «Презентация и возражения». «Телемаркетинг. Секреты телефонных продаж для менеджеров», «Практический опыт + Психология продаж» (Приложения 1, 2, 3). • 3 дня - тестирование персонала на усвоение и использования материала. • Подготовка Регионального представителя (РП) – (закрепление материала для преподавания и контроля использования) проведение собеседований, подбор и обучение кандидатов. • 2 недели – Выезд РП вместе с ТП к клиентам (1-2 дня с ТП). Запись, анализ и исправление ошибок. Ставим цель ТП сбор списка фермеров района в УАПР для создания более подробной базы фермеров – для прозвона (операторов, помощников ТП) call-центра. • В дальнейшем - каждый день с 8.00 до 8.30 и 18.00 – 18.30 в онлайн (интернет, громкая моб. связь) контроль техник продаж, текущие планы, выполнение поставленных задач, анализ, перспектива, подведение итогов. 1.2 Цели и задачи на следующий II мес. (контроль ТП + Подготовка РП в Южном регионе\* – (теория – практика) + организация call – центра + отобрать 5 чел. на испытательный срок «диспетчеров, операторов, помощников ТП»): • 1 неделя - Подготовка-теория Регионального Представителя (РП) в Южном регионе - «Лидерство и эффективное управление персоналом». (Приложение 4). \*Цель подготовить руководителя для того чтобы он самостоятельно мог подбирать, обучать и доводить команду до поставленного результата. • 1-2 недели – Организация call-центра в г. Николаеве на Южный регион. \*Недорогая аренда, ЗП операторам. Тренинг-практикум с контролем - проведение собеседований, подбор и подготовка кандидатов 20 чел. (2 группы по 10 чел.: 1я – с 9.00 до 13.00, 2я – с 14.00 до 18.00). Готовит команду РП для новой команды: «Презентация и во«Презентация и возражения». «Телемаркетинг. Секреты телефонных продаж для менеджеров». (Приложения 1, 2). • Распределение, подготовка и развитие районов, областей. • 5 чел. на испытательном сроке «диспетчеров, операторов, помощников ТП» – закрепление изученного материала + договариваться с фермерами о встречи с ТП + собственные продажи. Доведение команды до результативности. 1.3 Цели и задачи на III мес. Контроль (оценка + подготовка + оценка использования материала ТП + контроль РП в Южном регионе – (практика) + контроль результата call – центра + 5 чел. «диспетчеров, операторов, помощников ТП»): • 2 дня – Контроль оценки знаний по техникам продаж торговых представителей (ТП) на данный момент после тренингов. • 5 дней – Практика по 4 часа в день. • 3 дня - тестирование персонала на закрепление используемого материала. • Контроль Регионального представителя (РП) – (использование материала для преподавания и контроля) анализ проведенных собеседований, подбора и обучения персонала. • 2 недели – Анализ работы РП, ТП с клиентами. Запись, анализ и исправление ошибок. На сколько расширили базу фермеров – результативность call-центра. • Контроль – работы каждого дня с 8.00 до 8.30 и 18.00 – 18.30 в онлайн (интернет, громкая моб. связь) контроль техник продаж, текущие планы, выполнение поставленных задач, анализ, перспектива, подведение итогов.) 1 Темы тренингов. 1.Практический опыт ведения успешных переговоров с крупными компаниями. Практический опыт: 1. Поиск клиентов. А) Рейтинги ТОП; Б) Новости; В) Контакты; Г) Секретариат (компетентность, способы прохода). 2. Зоны компетентности: А) ЛПР (лицо принимающее решение: ген. директор, зам. ген. директора, коммерческий директор, руководитель отдела.); Б) Центр использования продукта (внедрение на производстве, возможные проблемы); В) Способы выхода на ЛПР-а в закрыты компаниях. 3. Процесс подготовки (80% успеха в переговорах): А) ФИО; Б) Дата рождения; В) Образование; Г) Карьера; Д) Семейное положение; Е) Хобби. 4. Компании бизнес партнеры поставщики нашего клиента: А) Тендеры; Б) Участие в тендерах; В) Выбор поставщиков; 5. Информация. Кто владеет информацией, тот владеет миром. 6. Подведение итогов. 7. Вопросы от группы. 2.Теория психологии продаж. Теоретическая психология продаж. Коммуникабельности при ведении переговоров, людей: 1. Рольевой уровень человека - 7%; 2. Личностный уровень человека - 93%. Личностный уровень 93%: А) Визуальный контакт - 55%; Б) Речь, слух - 38%. Визуальный контакт: А) 1е впечатление – 0.3 сек. (правое полушарие отвечает за инстинкты, левое – за логическую цепочку мыслей); Б) Внешний вид (Не вызывающий, раздражающий); В) Улыбка (80% людей нравятся комедии, уместный юмор, виды людей); Г) Контакт глаз ( ? 45?, боязнь прямого контакта глаз, гипноз); Д) Позы (открытые, закрытые). Методы открытия; Е) Жестикуляция (эмоциональный уровень, открытые ладони); Ж) Микро, макро мимика и жесты ( инстинкты, радость, раздражительность); З) Дистанция (комфорт)Готовил персонал по темам: Телемаркетинг (продажи по телефону). • Подготовка • Цели звонка • Алгоритм звонка • Воронка продаж • План звонка • Мотив, потребность • Характеристика, преимущества, выгода • Техники продаж • Ошибки продавцов Воронка продаж Речевые инструменты Активное слушание (АС) • Этапы (АС) • Основные приемы (АС) Виды вопросов • Открытые • Закрытые • Альтернативные • Хвостатые Подготовка к звонку Первый контакт Алгоритм 'холодного' звонка Сложности работы с клиентом Телефонные техники • AIMDA • СПИН • 7П Потребности клиента Типология клиентов 8 способов прохода через секретаря СПИН темы и приемы Аргументация предложения входящий звонок 4 этапа поведения клиента • Настойчивые/требовательные • Агрессивные • Пассивные • Разговорчивые Приложение 2 Темы тренинга: «Что нужно клиенту? Учитесь задавать вопросы». Темы: 1. Что такое продажи? 2. Этапы продажи 3. Золотой треугольник • Быстро • качественно • дешево 4. Выражение потребностей 5. Мотив 6. Потребность 7. Этап выявления потребностей 8. СПИН • Ситуационные • Проблемные • Извлекающие • Представление товара 9. Основные ошибки менеджера 10. Работа с возражениями: • Истинные • Ложные 11. Техники различия истинного и ложного возражения • Возражения о конкурентах • Возражения о цене • Ложные и истинные

## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Увлечения,  
интересы,  
умения

В Одессе-8000, в любом другом-16000 грн. Доверяйте специалистам - практикам. Нужен отдел продаж с «0» в любом городе Украины. Максимально быстро и профессионально обучить ВАШ персонал не ЗЕВАК (icq, skype, Вконтакте) а **КОНКУРЕНТНЫХ РВУЩИХСЯ БОЙЦОВ 100 зв./день!** Ключевая информация: m24.zz.mu - **МОИ РАБОТЫ** Практик в области организации отдела продаж: проведение собеседований, подбор, обучение персонала, передача персонала Практический опыт показывает, в среднем от 3-х нед. до 2-х месяцев (чел. фактор, менталитет областей Украины), отдел с '0' до окупаемости офиса. В обучении и налаживание командной работы, а так же построение дилерской сети. Ведения успешных переговоров с ключевыми игроками на рынок

---