



Продажи - это наука со своими правилами и закономерностями

Управление отношениями с ключевыми клиентами и основы финансов

Целевая группа

Тренинг предназначен для руководителей и менеджеров, которые отвечают за взаимодействие с ключевыми клиентами.

Цели

- Систематизировать подход сотрудников к управлению отношений с ключевыми клиентами.
- Развить навыки планирования, построения отношений, сбора и анализа информации о ключевом клиенте.
- Ознакомить с широко распространенными методами работы с ключевыми клиентами компании.
- Создать индивидуальный план работы с ключевыми клиентами для каждого участника тренинга.

Длительность

2 дня.

Процесс

Интерактивный игровой тренинг с большим количеством разбираемых кейсов и анализируемой информации.

Методика

Теоретическая часть включает авторские модели работы с ключевыми клиентами (КК).

Практическая часть дает участникам навыки планирования отношений с КК на основе предложенной модели.

Участники тренинга принимают активное участие в групповых работах/обсуждениях, выполняют индивидуальные задания, анализируют свои действия с целью повышения эффективности взаимоотношений с ключевыми клиентами.

Проводится детальный анализ текущих отношений с КК и вырабатываются способы их развития.



Продажи - это наука со своими правилами и закономерностями

Содержание

Роль ключевых клиентов в деятельности предприятия:

- Текущая рыночная ситуация и задачи, которые решает компания, работая с ключевыми клиентами
- Цели и задачи построения системы КАМ
- Особенности работы с ключевыми клиентами
- Требования, предъявляемые к менеджерам по работе с КК
- Основные этапы планирования работы с ключевыми клиентами
- Модель работы с ключевыми клиентами

Стратегия

- Конкурентные преимущества вашей компании
- Стратегия вашей компании по работе с КК
- Отличие предложения компании от предложения конкурентов
- Признаки компании - потенциального ключевого клиента
- Определение критериев привлекательности потенциальных КК
- Сегментация КК – правила и методики
- SWOT-анализ стратегии по работе с КК компании
- Необходимая информация о клиенте и ее использование в процессе планирования.
- Анализ и оценка имеющихся в компании ресурсов, SWOT-анализ

Цель всех упражнений, проводимых в данном блоке – анализ стратегии собственной компании по работе с КК

Решения, предлагаемые компанией Ключевым Клиентам

- Анализ и оценка покупаемых клиентом товаров и услуг
- В чем заинтересованы клиенты
- Что покупают клиенты
- Что мы продаем КК
- Как можно дифференцировать наше предложение для КК
- Ценность, создаваемая нами для клиентов
- SWOT-анализ нашего предложения

Назаров Алексей
Консультант в области управления продажами
+7 916 522 16 45 nazarov.nvision@gmail.com
www.anazarov.org



Продажи - это наука со своими правилами и закономерностями

- SWOT-анализ предложений конкурентов
- Постановка целей на взаимодействие с КК
- Анализ собственных КРІ

Цель всех упражнений, проводимых в данном блоке – анализ стратегии собственной компании по работе с КК.

Люди, участвующие в процессе взаимодействия

- Определение Группы, влияющей на принятие решения (ГВПР)
- Характеристика ГПР ключевого клиента
- Анализ группы принятия решения у КК
- Функциональный анализ ГВПР:
 - структура
 - роли
 - уровень власти
 - лояльность к компании-поставщику
 - КРІ
 - мотивы корпоративные и личные
 - политические особенности
- Системный, межфункциональный подход к построению отношений с КК на основании анализа ГВПР
- Основные методы взаимодействия с различными представителями ГВПР
- Основные факторы, влияющие на расширение сотрудничества с ключевым клиентом
- Формирование предложения для КК, исходя из интересов/выгод сотрудников ГВПР

Цель всех упражнений, проводимых в данном блоке – отработка навыков проведения анализа ГВПР КК

Оценка эффективности работы и планирование развития

- Часто применяемые показатели эффективности работы КК
- Анализ эффективности функционирования КК:
 - методики
 - плюсы и минусы
- Основные меры по улучшению работы с ключевыми клиентами
- Составление основных и альтернативных планов работы с ключевым клиентом



Продажи - это наука со своими правилами и закономерностями

Цель всех упражнений, проводимых в данном блоке – отработка навыка анализа показателей эффективности работы клиента и составление его плана развития.

Отчет о прибылях и убытках компании

- Понятие отчета о прибылях и убытках
- Структура отчета, основные блоки и их взаимосвязь
- Затраты компании и промежуточные итоги работы подразделения
- Анализ затрат:
 - постоянные
 - переменные
 - операционные
 - расходы, связанные с продажами
 - финансовые
 - логистические
 - понятие бюджета

Упражнение:

Ознакомление с симулятором. Основные зависимости и правила расчетов.

Упражнение:

Анализ предложенных отчетов о прибылях и убытках компании.

Использование симулятора для демонстрации влияния управленческих решений на рентабельность предприятия.

Анализ реального отчета о прибылях и убытках компании заказчика тренинга.

Стоимость денежных средств и окупаемость инвестиций

- При внешнем заимствовании и при внутреннем заимствовании
- Что такое учетная ставка и стоимость заимствования
- Зависимость окупаемости инвестиций от стоимости денежных средств
- Расчет окупаемости инвестиций (симулятор)
- Точка безубыточности инвестиций
- Сопутствующие расходы и их учет

Упражнение:

Моделирование на симуляторе периода окупаемости инвестиций при различной стоимости денежных средств.



Продажи - это наука со своими правилами и закономерностями

Анализ прибыльности отчета о прибылях и убытках при различных размерах задолженности и различных уровнях стоимости заемных средств.

Моделирование финансовых результатов деятельности на симуляторе

- Практические упражнения на финансовую оценку решений по управлению доходностью. Всё моделирование проводится в симуляторе.
- Показываются связи документов и влияние управленческих решение на все три документа одновременно.
- Решение заранее подготовленных кейсов, их анализ и анализ качества управленческих решений.

Упражнение:

Отработка различных сценариев.

Подготовка к переговорам в различных ситуациях. Например, вы - основной поставщик компании, вы дополнительный поставщик, вы необязательный поставщик (разовые, нерегулярные закупки).

Персональная программа развития отношений с wybranными ключевыми клиентами участников тренинга

Результат

- Участники тренинга получат системные навыки управления отношениями с ключевыми клиентами.
- Проанализируют имеющуюся о КК информацию и наметят шаги по ее дальнейшему сбору и анализу.
- Участники смогут уверенно чувствовать себя в переговорной ситуации, оперируя значимыми для ГВПР аргументами.
- Получат модели анализа предпочтений и мотиваций клиентов.
- Разовьют свои навыки анализа и построения команд для работы с КК.
- Получат опыт составления плана развития отношений с ключевым клиентом.