

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Когда:

старт – 13 сентября 2022 г.

окончание – 14 января 2023 г.

Длительность: 5 месяцев

Результат:

Создание коммерческой стратегии своей компании.

Стратегия развития продаж в компании.

Часть 1. ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ.

Семинар – практикум

Современные инструменты управления отделом продаж.

Длительность: 3 дня, 24 уч. часа / 10:00 – 18:00

Формат: **очно**

Даты: 13 сентября – 15 сентября 2022г (вт-ср-чт)

Преподаватель: Алексей Юсов

№	Раздел	Темы	преподаватель
1	Что такое система продаж коммерческой организации?	<ul style="list-style-type: none">• Продажи. Виды продаж.• Персональные продажи• Бизнес-процессы отдела продаж• 26 точек роста эффективности отдела продаж• Аудит существующей системы продаж (практическая работа)	Алексей Юсов
2	Продажи как бизнес-процесс	<ul style="list-style-type: none">• План продаж• Воронка продаж• Customer Journey Map• Карта операционных показателей• Личные продажи• Продажа дополнительных продуктов• Точки контакта с клиентом• Учебник по продукту	Алексей Юсов

ПРОФЕССИЯ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР *в цифровом мире*

3	Работа с персоналом в отделе продаж	<ul style="list-style-type: none"> • Модель компетенций • Поведенческая модель (DISC) • Проведение интервью; • Организационная структура • Конкуренция в отделе продаж • Мотивация сотрудников • Индивидуальный план развития 	Алексей Юсов
4	Работа с клиентской базой в отделе продаж	<ul style="list-style-type: none"> • Сегментация клиентов • Клиентская платформа • Охват клиентской базы • Работа с действующей клиентской базой модель ПРУВ • Рейтинг лояльности клиентов NPS • Расчёт своей доли в закупках клиентов • Возврат потерянных клиентов 	Алексей Юсов
5	Управление процессами в отделе продаж	<ul style="list-style-type: none"> • CRM-система • Декомпозиция бизнес-процессов • Скрипты работы. Карты рабочего времени. • Система контроля звонков, встреч • Система отчётности • Система контроля эффективности работы РОП • Визуализация результатов работы отдела продаж 	Алексей Юсов
6	Лидогенерация в отделе продаж	<ul style="list-style-type: none"> • Маркетинговая воронка • Таргетинг, SMM, автоворонки • Организация процесса привлечения клиентов через холодные звонки • Повторные покупки 	Алексей Юсов
7	Практическая работа. Мастерская: Инструменты управления отделом продаж	<ul style="list-style-type: none"> • Формирование воронки продаж • Факторный анализ при сегментации клиентской базы по потенциалу в разрезе бизнес-задач • Формирование карты операционных показателей отдела продаж (Dashboard) 	Алексей Юсов

Курс «Подготовка руководителей коммерческого подразделения»

ПРОФЕССИЯ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР *в цифровом мире*

Результаты прохождения Части 1:

Участники будут знать:

- принципы системного подхода к формированию отдела продаж в коммерческой компании;
- цифровые инструменты управления отделом продаж;
- принципы и инструменты организации работы с клиентской базой;
- как организовать процесс лидогенерации;

Участники будут уметь:

- формировать актуальную воронку продаж и синхронизации с CRM;
 - декомпозиция результатов работы отдела продаж;
 - составление карты операционных показателей;
 - формировать рабочий календарь;
-

ПРОФЕССИЯ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР *в цифровом мире*

Часть 2. СОЗДАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Модуль 1. Инструменты стратегического маркетинга

Длительность: 3 дня, 24 уч. час. / 10:00 – 18:00

Формат: **очно**

Даты: 28-29-30 (ср-чт-пт) сентября

Преподаватель: Юлия Мокерова, Алексей Юсов

№	Раздел	Тема	
		28 сентября (ср)	Юлия Мокерова
1	Основы стратегического маркетинга?	<ul style="list-style-type: none"> Цель и место маркетинга в коммерческой компании Что такое стратегический маркетинг? Эволюция развития системы продаж в коммерческой компании 	
2	Анализ внешнего окружения	<ul style="list-style-type: none"> Анализ рынка. Объем и динамика рынка, Доля рынка Ключевые факторы успеха. Рыночные макротренды 	
3	Интегрированная маркетинговая коммуникация	<ul style="list-style-type: none"> Брэндинг Позиционирование Уникальное торговое предложение (практическая работа) Точки контакта с клиентами (практическая работа) 	
		29-30 сентября (чт-пт)	Алексей Юсов
4	Анализ конкурентной среды	<ul style="list-style-type: none"> Конкурентная среда, виды конкурентов Входные барьеры Бенчмаркинг Конкурентный анализ. Матрица конкуренции. (практическая работа) 	
5	Анализ целевой аудитории	<ul style="list-style-type: none"> Целевая аудитория Ролевая модель принятия решения (практическая работа) Customer Journey Map Образ клиента (практическая работа) 	

Курс «Подготовка руководителей коммерческого подразделения»

ПРОФЕССИЯ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР *в цифровом мире*

6	Ценностное ожидание целевой аудитории.	<ul style="list-style-type: none"> Синхронизация 4P и 4C маркетинга Цена / Стоимость. Стратегии ценообразования (затратная, конкурентная, ценностная) Продукт / Потребитель Жизненный цикл продукта. Поддерживающие и подрывные инновации. Анализ продуктового ассортимента (ABC, BCG). Место / Удобство. Каналы продаж. Анализ каналов продаж Продвижение / Коммуникация. Анализ маркетинговой воронки. Анализ точек контакта. Интегрирование маркетинговых коммуникаций 	
7	Уникальное ценностное предложение	<ul style="list-style-type: none"> Что такое ценность и как она формируется Три уровня формирования ценности Уникальное ценностное предложение. Формирование портфеля ценности. Синхронизация с образом потребителя. Разработка УЦП. (практическая работа) 	
8	Как мы можем создать ожидаемый рынком продукт	<ul style="list-style-type: none"> Цепочка создания ценности (М. Портер) Анализ входной логистики Анализ производственных процессов Анализ выходной логистики Анализ маркетинга и продаж Сервисное обслуживание Синхронизация цепочки создания ценности и жизненного цикла продукта (практическая работа) 	

Модуль 2. Создание и вывод на рынок нового продукта

Длительность: 2 дня, итого 8 уч. час.

Формат: **онлайн** 13:00 – 16:00 мск / 15:00 – 18:00 екб

Даты: 11-12 октября 2022

Преподаватель: Алексей Юсов

Создание и вывод на рынок нового продукта	<ul style="list-style-type: none"> Жизненный цикл продукта Разработка новых продуктов Основы дизайн мышления Customer Development (Тестирование идеи или прототипа будущего продукта на востребованность) 	
---	---	--

ПРОФЕССИЯ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР *в цифровом мире*

Модуль 3. Формирование коммерческой стратегии компании

Преподаватель: Андрей Кулинич (25 октября) , Алексей Юсов(26-27 октября)

Длительность: 3 дня, 24 уч. час. / 10:00 – 18:00

Формат: очно Даты: 25-26-27 октября

№	Раздел	Тема
1	Стратегическое видение	<ul style="list-style-type: none"> • Что такое стратегическое видение • Процесс стратегирования, практические шаги • Тренды. Анализ макрофакторов (PESTEL) • Стратегический крест
2	Анализ внешнего окружения	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ рынка. Объем и динамика рынка, • Ключевые факторы успеха. • Конкурентный анализ • Анализ целевой аудитории • 5 сил Портера • Карта стейкхолдеров
3	Анализ внутренней среды	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ сильных сторон и зон роста компании • Цепочка создания ценности • Матрица компетенций • Бизнес-модель
4	GAP анализ	<ul style="list-style-type: none"> • SWOT анализ, сценарий действий • Стратегическая лестница • Анализ необходимого уровня изменения компетенций
5	Формирование стратегии.	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегическая канва • Анализ рисков • Обратная декомпозиция • Оцифровка процесса • Дорожная карта
6	Стратегический процесс	<ul style="list-style-type: none"> • Что такое стратегический процесс • Цикл стратегирования • Практические инструменты корректировки стратегии
7	Прикладные инструменты формирования стратегии	<ul style="list-style-type: none"> • Что такое стратегическая сессия • Совместное стратегическое планирование • Сценарии проведения стратегических сессий в компаниях • Прикладные командные инструменты проведения стратегических сессий

Курс «Подготовка руководителей коммерческого подразделения»

ПРОФЕССИЯ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР *в цифровом мире*

Модуль 4. Финансы для ТОП - менеджеров

Преподаватель: Наталия Сафонова

Длительность: 3 дня, 24 уч. час. / 10:00 – 18:00

Формат: очно

Даты: 15-16-17 нояб (ср-чт-пт)

	Наименование блока	Основные тезисы
1	Финансы для ТОП-менеджеров	<ul style="list-style-type: none"> • Что такое финансы? • Роль финансов в коммерческой деятельности компании
2	Баланс - виды учета.	<ul style="list-style-type: none"> • Виды учетов в бизнесе (управленческий, МСФО, налоговый учет) • Баланс – активы и обязательства • Коэффициенты ликвидности • Что такое рентабельность и ее виды • Инвестиции на вложенный капитал, как показатель эффективности бизнеса • Коэффициенты финансовой устойчивости • Финансовый леверидж
3	Прибыль и Деньги	<ul style="list-style-type: none"> • Точка безубыточности • Прибыль, маржинальность • CVP поведенческий анализ затрат (direct costing и absorption costing) • Показатель EBITDA
4	Основные финансовые показатели	<ul style="list-style-type: none"> • Разница в подходах оценки МСФО и РСБУ • Рабочий капитал и его элементы • Связь EBITDA & Working Capital • Оборачиваемость капитала
5	Управленческий учет	<ul style="list-style-type: none"> • Финансовый план продаж • Бюджетирование ЦФО, ЦФЗ и ответственность за показатели • P&L

ПРОФЕССИЯ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР *в цифровом мире*

Модуль 5.

Проектная работа «Построение коммерческой стратегии компании»

Модуль 5.1. Анализ внешнего окружения и внутренних ресурсов

Длительность: 4 уч. час.

Формат: онлайн

Даты: 29 ноября/ 13:00-16:00 МСК / 15:00-18:00 ЕКБ

Преподаватель: Алексей Юсов

1	Анализ внешнего окружения и внутренних ресурсов компании	<ul style="list-style-type: none">• Анализ рынка (конкуренты, целевая аудитория);• Ценностное ожидание целевой аудитории;• Продуктовая стратегия.	Проектирование на основе своей компании /консультация экспертов
---	--	---	---

Модуль 5.2. Стратегия развития функции продаж в компании

Длительность: 4 уч. час.

Формат: **онлайн**

Даты: 06 декабря 13:00-16:00 МСК / 15:00-18:00 ЕКБ

Преподаватель: Алексей Юсов

2	Формирование стратегии развития коммерческой функции компании	<ul style="list-style-type: none">• Формирование стратегического видения• GAP анализ (+ анализ необходимого уровня развития компетенций)• Дорожная карта	Проектирование на основе своей компании /консультация экспертов
---	---	--	---

Курс «Подготовка руководителей коммерческого подразделения»

ПРОФЕССИЯ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР *в цифровом мире*

Модуль 5.3.

Финансовая модель развития коммерческой функции компании.

Длительность: 4 уч. час.

Формат: **онлайн**

Даты: 13 декабря. 13:00-16:00 МСК / 15:00-18:00 ЕКБ

Преподаватель: Алексей Юсов

3	Финансовая модель развития коммерческой функции компании	<ul style="list-style-type: none">• Бюджет доходов и расходов• Финансовая модель• Экономическое обоснование целесообразности предложенной стратегии	Проектирование на основе своей компании /консультация экспертов
---	--	---	--

Модуль 6.

Защита проектов

«Коммерческая стратегия: развития продаж в компании»

Комиссия экспертов:

Алексей Юсов, Андрей Кулинич, Мария Березина, Ольга Жигальцова + приглашенные CEO и HR-ры компаний – слушателей Курса и другие приглашенные эксперты-консультанты

Длительность: 8 уч. час.

Формат: очно с онлайн трансляцией

Даты: 14 января (пт) 10:00 – 18:00

Курс «Подготовка руководителей коммерческого подразделения»

ПРОФЕССИЯ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР *в цифровом мире*

Результаты прохождения курса:

Участники будут знать:

- этапы развития системы продаж в коммерческой компании;
- инструменты применимые для анализа внешней и внутренней среды компании;
- принципы создания и вывода на рынок нового продукта;
- применение интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- инструменты стратегического процесса в компании;
- методы поиска стратегических GAP разрывов;
- концепцию командной работы при разработке стратегии;
- основные финансовые показатели компании;
- основы бюджетирования;
- работа с управленческой отчетностью.

Участники будут уметь:

- производить анализ внешнего окружения (расчет доли рынка, конкурентный анализ, анализ целевой аудитории);
- формировать ролевую модель принятия решения в компании;
- составлять карту стейкхолдеров;
- формировать уникальное ценностное предложение товара или услуги;
- формировать стратегическое видение;
- производить анализ трендов и макрофакторов внешней среды;
- формировать дорожную карту;
- разрабатывать сценарий проведения стратегической сессии;
- формировать финансовый план-продаж.