

Akademia menedżera sprzedaży

SZKOLENIE



3

128

9

Liczba modułów Liczba godzin zajęć Liczba miesięcy nauki

JA, LIDER

- Przywództwo
- Przywództwo a zarządzanie
- Modele kompetencji
- Mocne strony i talenty
- Zawodowy SWOT
- Autentyczność jako wartość w budowaniu
- Budowanie marki osobistej
- Marka osobista i jej znaczenie w sprzedaży
- Budowanie marki osobistej jako eksperta w danej dziedzinie
- Wizerunek vs marka osobista
- Autoprezentacja sprzedażowa
- Elementy autoprezentacji
- Budowanie relacji sprzedażowych
- Odporność psychiczna lidera
- Techniki budowania osobistej i organizacyjnej rezyliencji
- Zarządzanie stresem i unikanie wypalenia zawodowego
- Dbanie o dobrostan psychofizyczny swój i innych
- Techniki samoregulacji emocji
- Budowanie kultury organizacyjnej wspierającej

ZESPÓŁ

- Skuteczne komunikowanie się w roli lidera
- Motywowanie zespołu sprzedażowego
- Zarządzanie konfliktami i problemami w zespole
- Delegowanie zadań i odpowiedzialności
- Coaching i Rozwój Zespołu Sprzedaży
- Zasady efektywnego coachingu w sprzedaży



- Indywidualne plany rozwoju dla członków zespołu
- Ocena i feedback w procesie rozwoju pracowników
- Budowanie zaangażowania i lojalności zespołu
- Zarządzanie zmianą i adaptacja
- Budowanie kultury organizacyjnej sprzyjającej adaptacji
- Rozwijanie umiejętności adaptacji w zespole
- Przewidywanie i reagowanie na zmiany na rynku
- Trening negocjacyjny
- Osobiste kompetencje negocjatora
- Procesy negocjacji
- Techniki negocjacji
- Obiekcje klienta i jak sobie z nimi radzić
- Aspekty podejmowania decyzji w negocjacjach
- Komunikacja wewnętrzna jako element procesu negocjacji

ORGANIZACJA

- Organizacja sprzedaży
- Zarządzanie działem sprzedaży
- Rola menedżera sprzedaży w organizacji
- Struktury sprzedaży - tworzenie, rozwój, zarządzanie
- Wprowadzanie produktów na rynek oraz budowa i zarządzanie portfelem produktów i usług w sprzedaży
- Procesy i zarządzanie procesowe w sprzedaży
- Zarządzanie efektywnością sprzedaży
- Analiza wyników sprzedaży i wskaźników kluczowych
- Planowanie i monitorowanie budżetu sprzedażowego
- Wykorzystanie technologii w zarządzaniu sprzedażą
- Skuteczne narzędzia wspierające proces sprzedażowy
- Strategie sprzedażowe
- Planowanie strategiczne i taktyczne w sprzedaży
- Analiza konkurencji i rynku
- Budowanie strategii sprzedażowych



- Wykorzystanie innowacji w sprzedaży
- Etyka w sprzedaży i zarządzaniu zespołem:
- Budowanie zaufania i reputacji w branży
- Zrównoważony rozwój jako element strategii sprzedażowej
- Zarządzanie kanałami dystrybucji, logistyka i sprzedaż
- Zarządzanie kanałami dystrybucji
- Omnichannel