

«Утверждаю»:
Генеральный директор
НОЧУ ДПО «УМЦ ПКК»


Т.Г.Журавлева

«11» января 2020г



**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ
«Искусство эффективных продаж»**

**Форма обучения: очная
Объем: 16 учебных часов**

г. Екатеринбург

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цели образовательного процесса

Программа курса «Искусство эффективных продаж» является дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программой, реализуемой с целью удовлетворения индивидуальных образовательных потребностей и интересов граждан в получении не-обходимых теоретических знаний и навыков в сфере реализации товаров и услуг для:

- развития интеллектуального потенциала личности;
- профессионального самоопределения и формирования мотивации к трудовой деятельности по профессиям, востребованным на рынке труда;
- планирования карьеры и профессионального роста;
- повышения уровня самореализации и конкурентоспособности в бизнес-среде.

Рекомендуемый возрастной и образовательный уровень

Курс ориентирован на взрослых, имеющих образование не ниже среднего общего.

Форма обучения на курсе: очная.

Нормативный срок освоения программы курса с учетом прохождения итоговой аттестации: 16 учебных часов

Общий объем учебной работы: 16 часа. Включает изучение учебных материалов курса, выполнение практических заданий, в том числе выполнение заданий итоговой аттестации (нормативное время – 1 час).

Формирование учебных групп производится на добровольной основе. Определение этапа обучения, соответствующего обучающимся, проводится по результатам собеседования, определяющим степень владения навыками и умениями, необходимыми для перехода на следующий этап.

При комплектовании групп допускается совместная работа в одной группе обучающихся без ограничений по возрастному признаку, учитываются знания, умения, навыки, которыми владеет обучающийся.

Для контроля и результативности данной программы используются формы обучения мини-лекции, тренинги, групповые дискуссии, ролевые игры, работа в мини-группах, разбор конкретных ситуаций, практические упражнения на отработку навыков продаж и телефонного общения.

Формы и режим занятий:

Форма обучения:

групповая (занятия проводятся в разновозрастных группах, численный состав группы – до 20 человек).

Прогнозируемые (ожидаемые) результаты программы:

Программные требования к знаниям (результаты теоретической подготовки):

Знать:

- ✓ что такое продажи.
- ✓ факторы успеха менеджера по продажам;
- ✓ основные этапы продажи;
- ✓ особенности телефонной коммуникации;

Уметь:

- ✓ общаться с покупателями в ходе выбора покупки;
- ✓ работать с вопросами, сомнениями и возражениями покупателями;
- ✓ правильно завершить покупку и попрощаться с покупателями;
- ✓ научиться занимать активную позицию по отношению к телефонным звонкам и уметь увидеть в них продажу

По окончании программы:

Программные требования к уровню развития:

На личностном уровне:

- ✓ проявлять активность, готовность к выдвижению идей и предложений;
- ✓ проявлять деловые качества, стремиться к достижению поставленной цели;
- ✓ владеть навыками работы в группе;
- ✓ уметь принимать себя как ответственного и уверенного в себе человека.

На метапредметном уровне:

- ✓ выделять главное;
- ✓ понимать задачу;
- ✓ работать с дополнительной литературой, разными источниками информации;
- ✓ соблюдать последовательность;
- ✓ работать индивидуально, в группе;
- ✓ оформлять результаты деятельности;
- ✓ представлять выполненную работу

Освоив образовательную программу, обучающийся приобретает широкий круг знаний, умений и владений, позволяющий ему ориентироваться в условиях современного мира, реализовать себя и свои возможности в жизни.

Студенты овладевают следующими видами деятельности:

- ✓ Вести процесс продажи,
- ✓ создать сценарий собственных действий от первоначального контакта с клиентом до завершения сделки,
- ✓ улучшить навыки продаж и повысить свою эффективность в продажах,
- ✓ правильно вести себя в конфликтных ситуациях,

Механизм выявления образовательных результатов программы:

Формы и режим контроля:

- входной контроль (собеседование);
- текущий контроль (проверяющий)
- итоговый контроль (констатирующий)

Итоговая аттестация проводится в виде зачета в форме тестирования

Критерии оценки учебных результатов программы:

По итогам тестирования обучающие получают зачет по программе.

Формы подведения итогов реализации программы:

Выдаются сертификаты, подтверждающие освоение программы обучения.

Планируемые результаты освоения образовательной программы

В результате изучения программногo материала курса обучающийся должен:

- получить представление о факторах, определяющих процесс продажи, особенностях маркетинговой стратегии торговой компании, целях и средствах политики сбыта предприятия, бюджетировании и прогнозировании, направлениях деятельности менеджера по продажам для успешного решения вопросов продвижения товаров к потребителю, мотивации и личностных качествах, необходимых продавцу для достижения позитивных результатов в работе;
- знать определения ключевых понятий и терминов, техники и приемы эффективной продажи, порядок стратегического и тактического планирования продаж, внутреннюю структуру аргументации и пути ее применения, мотивы действий клиента в процессе приобретения товара, обязанности продавца и менеджера по продажам, правила ведения переговоров; основные направления рекламной деятельности предприятия торговли;
- ☐ уметь осуществлять стратегическое и тактическое планирование, проводить исследования рынка с целью определения ценовой политики предприятия, применять средства политики сбыта предприятия в процессе продажи для создания хороших отношений с покупателями, создавать хороший имидж для своего товара и компании

при общении с клиен-том, поддерживать долговременное сотрудничество с покупателем, вести поиск новых клиентов и увеличивать количество заказов от старых, достигать запланированного объема продаж и составлять отчеты о продажах, подготавливать и проводить презентации, осуществлять анализ информации о предпочтениях клиентов для создания стандартов за-боты о клиенте, понимать мотивы профессионального покупателя и потребителя, эффек-тивно строить аргументацию и предупреждать возражения, совершенствовать личностные качества для достижения позитивных результатов в профессиональной деятельности.

□

Форма и способ организации текущего контроля успеваемости – в виде устного опроса

Промежуточная аттестация не предусмотрена

Форма итоговой аттестации

Обучение на курсе завершается обязательной итоговой аттестацией в в виде зачета – в форме тестирования

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Количество часов			Формы контроля*
		всего	лекции	практика	
1	Поиск клиентов и подготовка к продаже	2	1	1	устный опрос
2	Правильные вопросы. Выявление потребностей	4	1	3	устный опрос
3	Презентация (компании, товара, услуги)	2	1	1	устный опрос
4.	Работа с возражениями клиента	4	1	3	устный опрос
5.	Завершение сделки, переговоров	1	0,5	0,5	устный опрос
6.	Особенности ведения телефонных переговоров	2	1	1	устный опрос
7.	Итоговая аттестация - Зачет	1	1		Зачет*
	Итого	16	7	9	

* Итоговая аттестация в форме Зачета проводится после завершения обучения, устный опрос по каждой теме проводятся за счет общего времени освоения дисциплин.

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный месяц	Даты начала и окончания обучения по программе (по лекциям и практическим занятиям)	День освоения программы	Дисциплины (модули) программы (указываются номера дисциплин (модулей) согласно учебного плана программы)
месяц, в котором проводится обучение по программе	даты начала и окончания аудиторных занятий	1 день	Д1, Д2, Д3
		2 день	Д4, Д5, Д6
	дата итоговой аттестации	3 день	Итоговая аттестация
	(далее - аналогично по всем учебным неделям месяца)		
(далее - аналогично по всем календарным месяцам года)			

4. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

4.1. Поиск клиентов и подготовка к продаже

Почему важно готовиться к звонку и встрече? Сбор информации о бизнесе клиента и конкурентах
Как настроить себя на положительный результат звонка? Подготовка к «холодным» и «теплым» звонкам (ключевые фразы). Постановка целей, сценарии звонка.
Тренируем уверенное поведение при звонках и встечах.
Контакт с клиентом. Универсальные приемы установления контакта. Практика установления контакта
Как управлять воронкой продаж. Воронка как инструмент анализа эффективности работы менеджера
Лучшие способы поиска клиентов

4.2. Правильные вопросы. Выявление потребностей.

Правильные вопросы для выявления потребности, зачем задавать вопросы?
Развитие диалога: управляем беседой и клиентом при помощи вопросов.
Выявленная потребность – сигнал к началу презентации! Тренируем выявление потребностей.
Модель СПИН как гибкая система продаж. Как работает СПИН.
Вопросы СПИН. Формирование потребностей клиента

4.3. Презентация (компании, товара, услуги)

Покупательские мотивы, модель перевода свойств в выгоду.
Как говорить с клиентом на языке выгод?
Характеристики, преимущества и выгоды (техника FAB).
Способы обоснования цены, аргументируем цена- выгода.
6 лучших способов для выгодной презентации цены. Практикуем презентацию

4.4. Работа с возражениями клиента

Этапы через которые проходит клиент принимая решение о покупке
Причины возникновения возражений: цена, отговорки
Модель обработки возражений, применение тактики аргументации
Навыки убедительной аргументации. Что может стать аргументом?
10 правил работы с возражениями клиентов
Скрипты на главные возражения «дорого», «я подумаю», «нет денег». Отработка возражений

4.5. Завершение сделки, переговоров

Сигналы готовности клиента к покупке, приемы.
Этап завершения сделки, тонкости доведения сделки до результата
Скрипты на завершение сделки. Тренируем завершение сделки

4.6. Особенности ведения телефонных переговоров

Способы преодоления «секретарского барьера» и выхода на (ЛПР (лицо принимающее решение)
Какие вопросы имеет смысл задавать клиенту во время «холодного звонка»
Особенности ведения телефонных продаж
Ключевые подходы к продажам по телефону
Приемы и техники эмоционального настроя на холодный звонок
Работа с тембром, громкостью, четкостью речи. Методики управления голосом.
Факторы звучания голоса.
Как эффективно начать контакт.
Сложности при телефонном общении.

ПРИМЕЧАНИЕ: структура каждого тематического блока включает в себя теоретический материал, практические задания.

4.7. Итоговое занятие.

Подведение итогов. Анализ проделанной работы. Оценка работы.

Практика: Смотр знаний, умений и навыков.

Зачет

Методические особенности реализации программы (или Механизм реализации программы)

Основными формами работы по данной программе является учебно-практическая деятельность: 70% практических занятий, 30% теоретических занятий.

Учебная деятельность

Содержательные направления учебной работы:

1. Глубина и широта знаний по теме обучения.
2. Разнообразие умений и навыков
3. Позиция активности и устойчивого интереса к деятельности

Методы обучения:

- ✓ словесный (беседа, лекция);
- ✓ наглядный (показ, демонстрация);
- ✓ практический (работа на тренажере, с холодильной машиной);
- ✓ исследовательский (самостоятельная диагностика холодильной машины, поиск неисправностей).

Методики / технологии обучения:

- ☐ Проблемное обучение
- ☐ Информационно-коммуникационные технологии
- ☐ Исследовательская деятельность
- ☐ Интерактивное обучение
- ☐ Решение творческих задач

Формы учебной работы:

- индивидуальная (самостоятельное выполнение заданий);
- групповая, которая предполагает наличие системы «руководитель-группа-обучающийся»;
- парная, которая может быть представлена парами сменного состава; где действует разделение труда, которое учитывает интересы и способности каждого обучающегося, существует взаимный контроль перед группой.

Воспитывающая деятельность

Содержательные направления воспитательной работы:

1. Культура поведения
2. Характер отношений в коллективе.

Методы воспитания:

- ✓ Метод создания творческого поиска.
- ✓ Метод организации взаимодействия обучающихся друг с другом (диалоговый).

- ✓ Метод гуманно-личностной педагогики.
- ✓ Метод формирования обязательности и ответственности.

Методики / технологии воспитания:

- ✓ лично-ориентированная технология;
- ✓ технология здоровьесберегающая;
- ✓ технология учебной деловой игры;
- ✓ технология развития критического мышления;
- ✓ технология создания ситуации успеха.

Формы воспитательной работы:

- *индивидуальная*;
- *групповая*, которая предполагает наличие системы «руководитель-группа-обучающийся»;
- *парная*, которая может быть представлена парами сменного состава; где действует разделение труда, которое учитывает интересы и способности каждого обучающегося, существует взаимный контроль перед группой.

Развивающая деятельность

Содержательные направления развивающей деятельности:

1. Развитие познавательных способностей: воображения, памяти, речи, сенсомоторики.
2. Разнообразие творческих достижений.

Методы развития:

- ✓ Метод стимулирования учебно-познавательной деятельности: создание ситуации успеха; поощрение и порицание в обучении; использование игр и игровых форм.
- ✓ Методы развития психологических функций, творческих способностей и личностных качеств обучающихся: создание проблемной ситуации; создание креативного поля; перевод игровой деятельности на творческий уровень.

Методики / технологии развития:

Технология развития целостного мышления.

5. Материально-техническое обеспечение программы

Учебный кабинет

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинетов:

- Доска учебная.
- Рабочие места по количеству обучающихся..
- Рабочее место для преподавателя.
- Наглядные пособия (плакаты)*.
- Комплекты учебно-методической и нормативной документации.*
- Обучающие слайды.*

Технические средства обучения:

- Компьютер;
- Экран (телевизор)

6. Тест

Основная задача из сферы деятельности менеджера по продажам:*

1. Аналитика
2. Общение с клиентом
3. Продажи

Комментарии: Правильный ответ -3. У менеджера по продажам не будет возникать сомнений при ответе на этот вопрос.

Основные этапы продаж это:*

1. Знакомство, выявление потребностей, заключение сделки
2. Знакомство, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, заключение сделки
3. Презентация, работа с возражениями, оформление сделки, аналитическая работа

Комментарии: Правильный ответ -2.

При подготовке к продажам используется:*

1. Клиентская база данных
2. Холодный обзвон
3. Данные дебиторской задолженности
4. Все перечисленное
5. Ни одного из перечисленных

Комментарии: Правильные ответы 1,3. Этот вопрос на внимательность менеджера. Холодный обзвон является частью процесса продаж и любой менеджер об этом знает.

Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:*

1. Продажа
2. Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании
3. Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.
4. Все перечисленные
5. Ни одно из перечисленных

Комментарии: Здесь все просто. Правильный ответ - 4.

Какие преимущества получает менеджер по продажам, если с нужным человеком его соединяет по телефону секретарь?:*

1. Можно преподнести свое предложение в наиболее выгодном свете
2. Можно познакомиться с девушкой
3. Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте
4. Все перечисленные
5. Никаких

Комментарии: Правильный ответ 3. Однако у нас был кандидат ответивший на этот вопрос ответами 2 и 3. Сейчас молодой человек работает менеджером и получает около 500 тыс.рублей в месяц. Но это скорее исключение из правил, поскольку так на этот вопрос ответил только он один.

Вы открываете продажу обычно:*

1. Знакомством, кратким представлением себя и компании
2. Короткой презентацией своего предложения
3. Поиском потребности, пытаетесь заинтересовать
4. Пытаетесь сразу заключить сделку

5. Все перечисленное
6. Не знаю

Комментарии: Здесь важно соблюдать последовательность этапов продаж. Правильный ответ 1.

Для проведения грамотной презентации необходимо:*

1. Понимание всех достоинств и недостатков своего товара
2. Понимание потребностей клиента
3. Оба

Комментарии: Здесь все просто. Правильный ответ 3.

При работе с возражениями клиента, лучше всего использовать:*

1. Уточняющие вопросы
2. Ситуационные вопросы
3. Метод SPIN
4. Личный дар убеждения
5. Все перечисленное

Комментарии: Это вопрос для профессионалов. Уточняющие и ситуационные вопросы, являются частью метода SPIN, который используется в основном при работе с возражениями клиента. Однако личный дар убеждения на практике, является одним из способов преодолеть даже самые жесткие возражения клиента. Правильный ответ 3, а отличный ответ: 3,4.

На этапе заключения сделки с покупателем, необходимы:*

1. Твердость и решительность
2. Лояльность и гибкость
3. Понимание потребностей клиента
4. Презентационные навыки
5. Грамотная работа с возражениями

Комментарии: Правильный ответ 1. Если речь идет о понимании потребности, или презентации, работы с возражениями, то это значит что работа на этих этапах была проведена недостаточно эффективно. Что касается цены и условий, то существуют понятие выгоды. Иногда следует быть гибким, но не лояльным. Особенно при заключении сделки.

Сочетание каких качеств менеджера по продажам важны на этапе выстраивания партнерских взаимоотношений с клиентом?:*

1. Знание продукта, владение техникой продаж, уверенность в себе, энтузиазм
2. Компетентность, знание основ маркетинга, владение техникой продаж
3. Понимание специфики бизнеса, умение руководить, умение совершать сделки
4. Первое и второе
5. Ни одно из них

Комментарии: Правильный ответ -1. Компетентность, знание основ маркетинга - важны бренд-менеджеру, понимание специфики и умение руководить - важно для руководителя отдела продаж.

Информационно-методические требования реализации Программы включают:

- учебный план;
- календарный учебный график;
- рабочая программа
- методические материалы и разработки;

Материально-технические условия реализации программы :

Учебный кабинет.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- Доска учебная.
- Рабочие места по количеству обучающихся..
- Рабочее место для преподавателя.
- Наглядные пособия (плакаты)*.
- Учебно-методическая и нормативная документация.*
- Обучающие слайды.*

Технические средства обучения:

- Компьютер;
- Экран (телевизор)

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА*

1. Иванова С. «Продажи на 100%»,
2. Сысоева С. «Тренинг продажи и обслуживания покупателей в розничном магазине»
3. Розов Г.А. Техники продажи и ведения переговоров с клиентами