

ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Для кого этот курс

Для менеджеров по продажам, отвечающих за продажи на определенной территории, и их руководителей (в том числе для медицинских представителей и региональных менеджеров фармацевтических компаний); для руководителей сбытовых подразделений компании; для отделов продаж, имеющих региональное (территориальное) деление.

Основные идеи, лежащие в основе тренинга

- Эффективное планирование позволяет увидеть свою деятельность в целом, ее смысл, сделать усилия и действия на территории осознанными и планомерными. Благодаря планированию снижается фактор неопределенности, оно позволяет предвидеть возможные перемены во внешней среде, учесть их влияние и разработать соответствующие мероприятия.
- Планирование продаж на территории – это способ планирования будущего роста продаж, большего числа клиентов, лучших клиентов, приносящих прибыль клиентам. На достижение целей продаж на вверенной территории воздействуют следующие факторы:
 - ▶ клиенты;
 - ▶ организация (сильные и слабые стороны, имеющиеся ресурсы);
 - ▶ конкуренты;
 - ▶ расстановка сил во внешней среде и их влияние.
- Каждый из этих факторов рассматривается и анализируется.
- Исходя из этого анализа, определяются приоритеты в распределении времени, усилий и ресурсов, ставятся цели, намечается план действий. Таким образом, основные вопросы планирования: КУДА нам надо идти в первую очередь? ЗАЧЕМ нам это нужно? КАК мы будем действовать?

Цель тренинга

Обучить участникам методам планирования и управления продажами в масштабах своей территории.

Задачи тренинга:

- научить участников эффективно планировать работу по продажам на своей территории;
- создать черновик плана работы на территории;
- научить ясно и убедительно презентовать свои планы работы для руководства и коллег.

В результате тренинга участники смогут:

- структурировать, анализировать и использовать необходимую и важную информацию;

- наблюдать и анализировать изменения во внешней среде, предвидеть возможности и угрозы, рассматривать возможные действия реагирования на изменившуюся ситуацию;
- устанавливать четкие цели на период планирования;
- расставлять приоритеты в своей деятельности;
- прописывать конкретный план действий, исходя из приоритетных задач;
- применять креативные способности в планировании.

Основные модули тренинга

- Введение в тему:
 - ▶ суть планирования;
 - ▶ преимущества и недостатки планирования;
 - ▶ цикл планирования на территории.
- Сбор и анализ основной информации:
 - ▶ сбор необходимой информации;
 - ▶ анализ внешнего окружения (ближнего и дальнего, возможностей и угроз);
 - ▶ анализ конкурентов;
 - ▶ анализ потребностей клиентов, их критериев выбора;
 - ▶ аудит ресурсов, сильных и слабых сторон организации на территории.
- Анализ потенциала территории:
 - ▶ SWOT-анализ: определение приоритетов и составление плана действий;
 - ▶ анализ клиентской базы, эффективные решения по работе с ней.
- Постановка целей работы на территории:
 - ▶ критерии формулировки целей;
 - ▶ цели по развитию взаимоотношений с клиентами;
 - ▶ цели по проектам развития бизнеса;
 - ▶ финансовые цели по территории.
- Создание планов действий:
 - ▶ структура плана на территории;
 - ▶ расстановка приоритетов;
 - ▶ выбор активностей;
 - ▶ планирование времени;
 - ▶ планирование ресурсов;
 - ▶ бюджетирование.
- Реализация планов и мониторинг результатов:
 - ▶ презентация (коммуникация) планов действий;
 - ▶ организация работы и осуществление мониторинга.

Формат:

- 2-дневный тренинг-семинар в группе 10-15 человек;
- методы работы: кейсы, работа в мини-группах, индивидуальная практическая работа над планами участников, мини-лекции и общегрупповые обсуждения;
- эффективность от участия в тренинге повышается за счет привлечения руководителей участников к проверке созданных планов.