« Утверждаю»

 Ген. директор ЦДО «Сфера»

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/М.А.Гольдберг/

« »\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017 г.

Учебно- тематический план

профессиональной подготовки (повышения квалификации)

по программе «Региональный представитель»

(дистанционное обучение)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Модуль**  | **Темы**  | **Вопросы** | **Ко-во** **Часов**  |
| **Модуль 1** **«Эффективные технологии активных продаж» -** **60 ч \*** | Тема 1: «Базовые знания и навыки активных продаж»  | 1. Основные технологические процессы повседневной работы в активных продажах

2. Профессиограмма эффективного специалиста активных продаж1. Пути и методики профессионального развития

3. Объекты продвижения продукции, их деление на целевые группы и характеристика.4. Характеристика субъектов работы : лица , принимающие решения( ЛПР) , и лица, непосредственно занимающиеся закупом (ЛЗЗ)5. «Воронка продаж» и базовые технологии работы с ней. 6. Основные правила и техники обработки сомнений и возражений7. Основные правила работы по телефону на входящих и исходящих звонках.8. Современные условия работы на рынке алкогольной продукцииразвития в активных продажах  | 20 \*  |
|  | Тема 2:«Продвинутые знания и навыки активных продаж» | 1. Основные техники НЛП в активных продажах
2. Техника СПИН в активных продажах
3. Техника 4G в активных продажах
4. Эффективные технологии презентации товара с помощью средств коммуникации и лично
5. Стратегия и тактика ведения переговоров
 | 20 \* |
|  | Тема 3:«Практическая работа по активному продвижению продукции» | 1. Практическая работа с постоянными заказчиками: деловое общение, преодоление конфликтных ситуаций, наращивание объёма поставок продукции, удержание.
2. Практическая работа с ушедшими клиентами: начальное общение, доведение до первых покупок, наращивание объёма поставок, удержание.
3. Работа с новыми клиентами: поиск, начальное общение, доведение до первых покупок, наращивание объёма поставок, удержание.
4. Особенности работы с крупными и средними сетями.
5. Особенности работы с мелкими сетями и одиночными местами продаж.
6. Рекламационная работа
 | 20 \* |
| **Модуль 2****«Эффективные технологии работы регионального представителя -** **60 ч \*** | Тема 1: «Маркетинг и менеджмент в работе» | 1. Мониторинг территории работы: анализ, выводы
2. Выбор и изучение новой территории работы
3. Техника заход на новую территорию
4. Управление торговой наценкой
5. Управление бонусами
6. Личный сайт и работа с ним
7. Личное планирование
8. Тайм-менеджмент
9. Управление конфликтами
10. Самоанализ работы
 | 30 \*  |
|  | Тема 2:«Правовые механизмы работы» | 1. Нормативная база торговли и работы на рынке конкретной продукции
2. Основные положения договорного права
3. Заключение договоров купли-продажи и поставки.
4. Механизмы реализации заключённых договоров
5. Правовые споры
6. Взаимодействие с контролирующим органами
 | 30 \* |

Итого: 120 \* часов

Примечание : (\*) показаны рекомендованные часы самостоятельной работы слушателя над учебным материалом.