

# EFEKTYWNE ZARZĄDZANIE MARKĄ

w tym;

1. Zarządzanie marką tj. planowanie, realizacja, kontrola zamówień, poziomu marż, bonusów, stanu magazynowego (otwarcie, zamknięcie, rotacja). Polityka wobec produktów niepełnowartościowych, finansowanie ekspozycji i nie tylko.
2. Proces i techniki sprzedaży (dla klienta wewnętrznego w firmie)

## Charakterystyka szkolenia:

### Adresaci szkolenia:

Brand managerowie, pracownicy dz. handlowego, kupcy

### Cel szkolenia:

- Przygotowanie do zarządzania marką, sprzedaży oraz do negocjacji wewnątrz i na zewnątrz firmy – omówienie specyfiki.
- Wskazanie jak być skutecznym, aby dojść do sukcesu w sprzedaży.
- Zdobyć narzędzi do efektywnej komunikacji z klientem (zewnętrznym oraz wewnętrznym).
- Zdobyć narzędzi do efektywnego przeprowadzenia procesu sprzedaży oraz negocjacji.
- Zachowanie w sytuacjach manipulacyjnych i wywieranie wpływu.
- Usystematyzowanie wiedzy o procesie i technikach sprzedaży w kontekście zarządzania marką.
- Zdobyć nowej wiedzy i umiejętności.
- Przypomnienie, kim jest klient i jaka jest jego rola oraz charakterystyka.
- Identyfikacja mocnych i słabych stron każdego z uczestników, służąca nakreśleniu kierunków indywidualnego rozwoju zawodowego.
- Możliwość wymiany doświadczeń uczestników szkolenia.
- Doskonalenie umiejętności sprzedaży i zarządzania marką stosownie do indywidualnych doświadczeń, możliwości i potrzeb.

Idea nieustannego „stawania się kimś więcej niż się jest”, będąca podstawą autentycznego procesu rozwoju, stanowi motyw przewodni szkolenia.

**Zakres tematyczny, program:**

## Wstęp

- Cel szkolenia
- Omówienie treści 2 dni
- Kim jest klient, dostawca, kupiec, sprzedawca?
- Metodyka pracy
  1. rola klienta, dostawcy, kupca, sprzedawcy w działalności przedsiębiorstwa
    - rola personelu sprzedaży i brand managerów
    - cechy sprzedawcy oraz brand managera
  2. proces zakupu
    - zachowania kupujących
    - grupy potrzeb ludzkich
    - proces dokonywania decyzji zakupowych
  3. jak planować, realizować, kontrolować:
    - zamówienia
    - marże
    - bonusy
    - stan magazynowy
    - rotację, produkty A, B, C
    - produkty uszkodzone i niepełnowartościowe
    - ekspozycję i jej finansowanie
  4. kontakt z dostawca/kupiec, sprzedający klient (w tym wewnętrzny w firmie) – pierwsze wrażenie, ustalenie potrzeb
    - aktywne słuchanie
  5. komunikacja
    - głuchy telefon - ćwiczenie
    - obsługa to...
    - skuteczne komunikowanie werbalne i pozawerbalne
    - język kupca, dostawcy, sprzedawcy
    - pytania
    - parafraza
    - etapy rozmowy
    - podświadomość
  6. prezentacja cech i korzyści wynikających dla dostawcy ze współpracy z firmą, oraz sprzedawcom wynikających ze sprzedaży „naszej” marki

- aktor
  - etapy prezentacji
  - Cecha Zaleta Korzyść
  - Segmenty nabywców
  - Rozmowa z dostawcą – odgrywanie ról
7. obiekcje, zarzuty
- co to są zastrzeżenia?
  - metody radzenia sobie z zastrzeżeniami,
  - metody radzenia sobie z reklamacjami,
  - metody radzenia sobie z agresją
8. psychologiczne aspekty sprzedaży i zakupów
- wywieranie wpływu a manipulacja
  - reguły/zasady wywierania wpływu
  - sytuacje manipulacyjne
9. sposoby finalizowania zakupu i sprzedaży
- sygnały zakupu
  - jak zamknąć zakup i sprzedaż?
  - Rysowanie – ćwiczenie
  - Rozmowa z dostawcą – odgrywanie ról
  - metody łagodzenia dysonansu pozakupowego
  - sześć metod
  - zmniejszanie ryzyka powstania dysonansu
10. zasady rozmów z trudnymi kupującymi – co boli dostawcę?
- kupujący nie lubią...
  - jak radzić sobie w trudnych sytuacjach?
  - Typy trudnych kupców
  - Rozmowa z dostawcą – odgrywanie ról
11. materiały promocyjne wykorzystywane w czasie sprzedaży
- model podejmowania decyzji w oparciu o promocję – argumenty dla dostawców
12. nawyki związane z rozwojem osobowym
- wyrabianie i utrzymanie nawyków
  - przygotowanie na cios, odpowiednie nastawienie
  - inne cechy
13. zasady pracy w zespole
- szklanka - ćwiczenie

#### 14. 10 rad skutecznego zarządzającego marką (brand managera)

### **Stosowane metody szkoleniowe:**

Analiza przypadków, ćwiczenia zespołowe, indywidualne, dyskusje kierowane, własne metody treningowe, wykład.

Szkolenie będzie realizowane metodami warsztatowymi, angażującymi uczestników, przewidziane są m.in.:

- odgrywanie scenek
- ćwiczenia w podgrupach
- ćwiczenia zespołowe wszystkich uczestników
- praca indywidualna

### **Uzasadnienie:**

Dostarczenie wiedzy przeglądowej, dającej wiele możliwości; pracy z klientem produktem – marką oraz negocjacji, osiągnięcia sprzedaży i przygotowującej praktycznie do zadań. Ćwiczenia pomagają zidentyfikować obszary wymagające doskonalenia i zbliżają do sytuacji rzeczywistych. Pomagają skonfrontować wyobrażenia z realiami. Dostarczają własnych doświadczeń.

Możliwość wymiany doświadczeń uczestników szkolenia.

Doskonalenie umiejętności pracy z klientem stosownie do indywidualnych doświadczeń, możliwości i potrzeb.

### **Spodziewane rezultaty:**

Praktyczne przygotowanie do pracy. Zdobyć narzędzi do efektywnej komunikacji z dostawcą, klientem wewnętrznym, zespołem, poprzez usystematyzowanie wiedzy i umiejętności o zarządzaniu marką (produktem), umiejętnej sprzedaży wewnętrznym handlowcom oraz zdobycie nowej. Wymiana doświadczeń i nawiązanie relacji w zespole. Zmniejszenie poziomu niepewności, nabranie wiary w siebie i przekonania, że wszystko „jest w rękach” szkolącego się. Oswojenie z ewentualnymi utrudnieniami, stawienie im czoła, przygotowanie się „do ataku i obrony”.

## **Uczestnicy, miejsce, termin, czas trwania szkolenia, inne:**

### **Uczestnicy:**

Grupa – optymalnie do 12 osób

### **Miejsce:**

Pomieszczenie – sala wyznaczona zlecającego

### **Termin szkolenia:**

Do ustalenia

### **Czas trwania szkolenia:**

Łączna liczba dni: 2 dni

Łączna liczba godzin: 16

### **Inne:**

#### **Potrzebne będą:**

wygodna, cicha, duża sala na 3-4 osoby więcej (powierzchniowo) niż będzie uczestników szkolenia

Ponadto: ekran lub biała (jasna) ściana, napoje.

#### **Wykorzystywane narzędzia:**

projektor multimedialny z prezentacją PowerPoint, kamera cyfrowa, drukowane materiały dla uczestników, długopisy, przywieszki, pisaki do ćwiczeń dla uczestników.