

ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ I STRATEGIE SPRZEDAŻY W SEGMENTCIE B2B

28.03.2019-29.03.2019 - Warszawa
06.06.2019-07.06.2019 - Warszawa

O SZKOLENIU:

Szkolenie "Zarządzanie sprzedażą i strategię sprzedaży w segmencie B2B" jest warsztatem, prowadzonym przez trenera praktyka biznesu, Pana Marka Pieńkowskiego, eksperta w zarządzaniu sprzedażą w branży B2B. Szkolenie dostarczy wiedzy i wykształci umiejętności potrzebne do profesjonalnego zarządzania sprzedażą w segmencie B2B.

W trakcie szkolenia są omawiane kluczowe elementy zarządzania sprzedażą B2B takie jak: opracowanie i przygotowanie strategii sprzedaży B2B, proces projektowania i tworzenia działu sprzedaży w segmencie B2B, projektowanie i tworzenie struktury sprzedaży, organizacja procesów sprzedaży B2B, operacyjne zarządzanie sprzedażą i zespołem handlowym w B2B, metody reaktywacji sprzedaży w branży B2B.

Podczas tego szkolenia chcemy pokazać, w jaki sposób należy tworzyć (lub weryfikować i zmieniać) strategię, jak ją wdrażać, jak dokonywać zmian w istniejących zespołach i jak organizować nowe.

Zapraszamy do zapoznania się ze szczegółami programu szkolenia.

CELE SZKOLENIA:

Biorąc udział w szkoleniu "Zarządzanie sprzedażą i strategię sprzedaży w segmencie B2B" zdobędziesz wiedzę i rozwinięsz swoje kompetencje i umiejętności, które są potrzebne do profesjonalnego przygotowania strategii sprzedaży w sektorze B2B oraz operacyjnego zarządzania sprzedażą B2B.

Podczas szkolenia ze strategii i zarządzania sprzedażą B2B:

Nauczysz się zasad przygotowania profesjonalnej strategii sprzedaży produktów bądź usług w segmencie B2B.

Zdobędziesz wiedzę o zasadach i rozwinięsz umiejętność projektowania działu handlowego zajmującego się sprzedażą B2B.

Dowiesz się jak należy projektować i organizować proces sprzedaży w branży B2B.

Poznasz metody i zasady operacyjnego zarządzania działem sprzedaży B2B.

Nauczysz się praktycznych metod reaktywacji sprzedaży B2B.

Grupa docelowa szkolenia "Zarządzanie sprzedażą i strategię sprzedaży w segmencie B2B":

Od ponad 17 lat aktywnie wspieramy rozwój kompetencji zawodowych managerów sprzedaży. Nasze doświadczenie pozwala zarekomendować, to szkolenie:

Dyrektorom handlowym / sprzedaży firm działających w branżach B2B. Szkolenie będzie bardzo przydatne niezależnie od tego, czy ich handlowcy sprzedają produkty, usługi, proste bądź złożone.

Kierownikom sprzedaży B2B zaangażowanym w proces projektowania i realizacji strategii sprzedaży oraz operacyjne zarządzanie sprzedażą w branżach B2B.

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Managerom marketingu przedsiębiorstw B2B, którym w obszarze kompetencyjnym i strukturze organizacyjnej podlegają działy sprzedaży.

Przedsiębiorcom zakładającym firmy (start-up-y) w sektorze B2B chcącym profesjonalnie zorganizować działy i procesy sprzedażowe.

Forma realizacji szkolenia "Zarządzanie sprzedażą i strategię sprzedaży w segmencie B2B":

Wybierz najbardziej odpowiednią dla siebie formę udziału w szkoleniu z zarządzania sprzedażą w segmencie B2B.

Udział w szkoleniu otwartym. Rozwiązanie rekomendowane dla grup 1 - 4 / 5 osób. Terminy, miejsca i cenę znajdziesz z prawej strony.

Szkolenie zamknięte dla managerów Twojej firmy. Rozwiązanie rekomendowane dla grup 4/5 – 12 osób. Termin, miejsce szkolenia są uzgadnianie z klientem. Korzyścią jest to, że szkolenie jest prowadzone wg. Dedykowanego programu uwzględniające potrzeby szkoleniowe i specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstwa klienta.

Szkolenie "1 na 1". Przeznaczone indywidualnie dla 1 osoby. Termin, miejsce szkolenia są uzgadnianie z klientem. Program szkolenia jest dostosowywany do zgłoszonych potrzeb.

Szkolenie "Zarządzanie sprzedażą i strategię sprzedaży w segmencie B2B" może być prowadzone, w formie zamkniętej i "1 na 1", również w języku angielskim.

PROGRAM SZKOLENIA:

1. STRATEGIA SPRZEDAŻY W BRANŻY B2B

Czym dysponujemy (produkty, usługi, wyrafinowane technicznie, proste, ...), albo jaką widzimy potrzebę na rynku (startujemy od zera)

O co nam chodzi: zysk, wzrost, status quo?

Do kogo chcemy dotrzeć?

Kto / co będzie problemem? (konkurencja, regulacje, opinia, …)

Jakimi kanałami chcemy dotrzeć do rynku? (bezpośrednio, hurtownie, specjaliści, projektanci, EPC, ...)

Jak rozkładamy cele w czasie? (dynamika vs. obrona)

2. PROCES PROJEKTOWANIA DZIAŁU SPRZEDAŻY B2B

Na co nas stać? (inwestycja w dział sprzedaży: wielkość działu, kanały sprzedaży a koszty, wyposażenie)

Jaki sprzedawca do czego - orły, sokoły, bażanty…

Świat w 3D - struktura terytorialna / kanałowa / produktowa

Kto za co odpowiada i kto jakie ma cele - wojna domowa albo drużyna

Wsparcie sprzedaży - organizacja działu

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



3. ORGANIZOWANIE PROCESU SPRZEDAŻY W SEKTORZE B2B

Dopasowanie procesu do ludzi, czy odwrotnie?

Jak wypełnić matrycę 3D?

Jak utrzymać tych, na których nam zależy (dialog/słuchanie/motywacja/reaktywność), jak się pozbyć tych, których nie chcemy (bardzo ważna rzecz w warstwie komunikacyjnej do zespołu)

Jak i skąd brać nowych handlowców B2B (źródła pozyskiwania, promocja wewnętrzna, wewnętrzny system poleceń)

4. ZARZĄDZANIE DZIAŁEM SPRZEDAŻY B2B

Po co szkolimy (umiejętności, docenienie, motywacja, rozwój)

Analiza efektywności - wnioski, obszary do poprawy, programy naprawcze

Segmentacja A, B, C - narzędzia, procedury działania

Rejestracja i rozdział zamówień

Cele i plany indywidualne, monitoring działań, narzędzia projektowe

Konstrukcja systemu motywacyjnego - cele vs strategia

Oceny okresowe: cele twarde i miękkie

5. WYBRANE PRAKTYCZNE METODY REAKTYWACJI SPRZEDAŻY W SEGMENTCIE B2B

Cross selling, up selling, pakiety (oceny EPC vs EU)

Programy lojalnościowe (usługi, audyty, gwarancje)

Systemy motywacyjne dla partnerów

TRENER:

Marek Pieńkowski

Trener praktyk biznesu. Ekspert z ponad 26-letnim doświadczeniem w zarządzaniu sprzedażą, marketingiem i firmami na rynku B2B.

Karierę zawodową rozpoczynał w latach 90-tych w BIPROHUT i Unilever Poland. Od 1995 roku związany ze Schneider Electric Polska, początkowo jako Dyrektor Działu Handlowego AEG - Schneider Automation spółki działającej w obszarze automatyki przemysłowej, następnie Szef Rynku Przemysłu i Infrastruktury w Schneider Electric Polska odpowiadał za tworzenie i wdrażanie polityki handlowej dla zarządzanego rynku.

W latach 2000 - 2001 na stanowisku Business Development Managera realizował projekt przejęcia przez Schneider Electric firmy Legrand w Polsce. W 2002 roku awansuje na stanowisko Dyrektora Sprzedaży - Członka Zarządu odpowiedzialnego z tworzenie i realizację budżetu sprzedaży spółki oraz zarządzanie siecią sprzedaży (9 biur na terenie Polski). W latach 2002 - 2004 Dyrektor Marketingu - Członek Zarządu odpowiedzialny za tworzenie i realizację polityki handlowej Schneider Electric we wszystkich kanałach sprzedaży i grupach produktowych. Opracowuje plany operacyjne i budżety działań marketingowych.

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



W latach 2004 - 2006 Członek Zarządu Honeywell Polska Sp. z o.o. tworzył i odpowiadał z realizację strategii handlowej. Osiągnął najlepszy w historii wynik sprzedażowy spółki, zwiększając ponad dwukrotnie poziom zamówień.

Od 2006 do 2016 roku Dyrektor Generalny (Polska a od 2009 również kraje bałtyckie) Emerson Process Management Sp. z o.o. Odpowiedzialny za całość funkcjonowania firmy w Polsce i krajach bałtyckich. Podwoił sprzedaż firmy podnosząc ją do najwyższego poziomu w historii. Zreorganizował działalność kanałów sprzedaży.

Od 2018 roku Dyrektor Pionu w Siemens sp. z o.o. Odpowiedzialny za działalność Siemens w Polsce w zakresie aparatury i systemów średniego napięcia.

Absolwent Politechniki Warszawskiej i studiów podyplomowych na Akademii Górniczo - Hutniczej w Krakowie. Trener współpracujący B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa. Swoje szkolenia prowadzi również w języku angielskim.