

MATEMATYKA HANDLOWA. Jak zwiększyć rentowność sprzedaży i skuteczność negocjacji

O SZKOLENIU:

Matematyka handlowa, to zestaw podstawowych kompetencji z zakresu finansów, które są potrzebne do prowadzenia działań w obszarze handlu, sprzedaży, negocjacji. Korzystając z wiedzy i umiejętności nabytych podczas szkolenia Matematyka handlowa. Jak zwiększyć rentowność sprzedaży i skuteczność negocjacji będziesz w stanie efektywnie wspierać realizację celów sprzedażowych i biznesowych firmy oraz zwiększać rentowność sprzedaży. Matematyka handlowa, to praktyczny warsztat, podczas którego omawiane są m.in. efektywne sposoby kalkulacji propozycji i ofert cenowych, systemów rabatowych oraz wykorzystanie matematyki handlowej do negocjowania kontraktów handlowych. Grupa docelowa szkolenia "Matematyka handlowa. Jak zwiększyć rentowność sprzedaży i skuteczność negocjacji" Od ponad 19 lat wspieramy rozwój kompetencji managerów sprzedaży i marketingu. Opierając się na naszym doświadczeniu rekomendujemy szkolenie z matematyki handlowej osobom, które prowadzą negocjacje cen i warunków sprzedaży z klientami lub współtworzą oferty handlowe oraz odpowiadają za rentowność sprzedaży, szczególnie:

Key Account Managerom.

National Account Managerom.

Dyrektorom Sprzedaży.

Doradcom Klienta.

Product Managerom.

Marketing Managerom.

Pricing Managerom.

Specjalistom, asystentom wspomagającym działy sprzedaży i marketingu.

Kierownikom produkcji.

CELE SZKOLENIA:

Biorąc udział w szkoleniu "Matematyka handlowa. Jak zwiększyć rentowność sprzedaży i skuteczność negocjacji":

Uczestnicy nauczą się:

Jak unikać pułapek w kalkulacji ofert.

Jak wyliczać koszty współpracy z klientem.

Jak realizować swoje cele sprzedażowe poprzez negocjacje rabatów i bonusów.

Jak negocjować korzystne kontrakty i zapisy o karach.

Jak skrócić termin płatności z klientem.

Uczestnicy przećwiczą podczas warsztatów:

~~Nowe metody kalkulacji rabatów i zasady ich stosowania.~~

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



Metody obrony swojej oferty cenowej.
Obliczanie opłacalności promocji handlowych.
Negocjowanie inwestycji poza kontraktowe.
Wyliczanie średnich warunków na grupie klientów.

Ponadto uczestnicy szkolenia z matematyki handlowej i rentowności sprzedaży otrzymają:

Praktyczne rozwiązania i tricki negocjacyjne.
Narzędzia w Excelu do wykorzystania w praktyce.
Konkretne doradztwo od praktyka biznesowego.
Bogaty zestaw materiałów szkoleniowych.

Metoda prowadzenia szkolenia z matematyki handlowej i rentowności sprzedaży

Szkolenie "Matematyka handlowa. Jak zwiększyć rentowność sprzedaży i skuteczność negocjacji" ma charakter praktycznego warsztatu. Uczestnicy biorą udział w ćwiczeniach m.in. z wykorzystaniem arkuszy MS Excel, rozwiązywaniu case study, dyskusjach moderowanych, burzach mózgow. Podsumowaniem części warsztatowej są mini - wykłady i prezentacje multimedialne prowadzone przez trenera.

Omawiany materiał i realizowane ćwiczenia przygotowane są w oparciu o rzeczywiste przykłady z biznesu. Warsztaty są prowadzone przez praktyka z wieloletnim doświadczeniem w zarządzaniu zarówno działami jak i firmami handlowymi, posiadającego udokumentowane wykształcenie biznesowe.

W przypadku szkolenia zamkniętego możemy opracować case biznesowy do rozwiązania dla Twojej firmy. Program, przykłady biznesowe i zadania matematyczne mogą być przystosowane zarówno do potrzeb kadry zarządzającej jak i zespołów sprzedażowo - marketingowych na różnych szczeblach.

PROGRAM SZKOLENIA:

1. MODELE WSPÓŁPRACY Z KLIENTAMI I RODZAJE KONTRAKTÓW HANDLOWYCH

Główne typy kosztów rzutujące na rentowność współpracy

Typ biznesu klienta a struktura warunków handlowych

Rodzaje cen - detaliczna, cennikowa, hurtowa, promocyjna, net

Narzut, marża, zysk, kontrybucja - czym się różnią i jak rozmawiać o nich z klientem?

Procent czy masa marży - co jest ważniejsze?

2. ELEMENTY CENY WPŁYWAJĄCE NA FINALNĄ MARŻĘ – CZYLI JAKIE SĄ RODZAJE RABATÓW ORAZ KOSZTÓW WSPÓŁPRACY Z KLIENTEM I JAK JE KSZTAŁTOWAĆ?

Od ceny wyjściowej do ceny netto

Rodzaje rabatów i sposoby ich wyliczania - procentowe, wartościowe, progowe, liniowe, od nadwyżki i inne

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



Kaskadowo czy sumarycznie, frontowe czy po-transakcyjne, czyli sposoby naliczania rabatów i ich wpływ na zyskowność współpracy

Rodzaje bonusów i inwestycji - zależne lub niezależne od obrotu

Inwestycje poza-kontraktowe i ich wpływ na rentowność współpracy

Zapisy dodatkowe np. kary - na co zwracać uwagę, jak je negocjować i minimalizować ich negatywny wpływ na wynik finansowy na kontrahencie

3. STRUKTURA WARUNKÓW HANDLOWYCH

Modele warunków handlowych - korzyści dla firmy, korzyści dla klienta

Warunki handlowe a konstrukcja cennika w dobie Internetu

Warunki liczone "od dołu" i "od góry" - czym się różnią i gdzie jest pułapka?

4. ZARZĄDZANIE WARUNKAMI KLIENTÓW

Suma warunków na kliencie - do czego jest przydaje się ta wiedza w firmie?

Jak zarządzać warunkami na grupie klientów?

Jak wyliczyć:

średnie warunki dla grupy klientów i do czego wykorzystać tę wiedzę?

marżę na projekcie, promocji, grupie produktów?

o ile więcej muszę sprzedać, aby odrobić dodatkowy rabat promocyjny?

rentowność sprzedaży - czyli ile muszę sprzedać, aby zarobić?

5. PODSTAWOWE ELEMENTY FINANSOWE W RELACJACH HANDLOWYCH

Na czym zarabia klient, co będzie negocjował i dlaczego?

Podstawowe argumenty finansowe w rozmowach klientem

Termin płatności nic nie kosztuje?

Co to jest working capital, czyli kapitał obrotowy i dlaczego jest ważny dla firmy?

Jak skrócić termin płatności i poprawić wskaźnik DSO? - ważne elementy zapisów kontraktowych

6. NEGOCJACJE KONTRAKTÓW I ZMIANA WARUNKÓW HANDLOWYCH

Jak zaplanować tzw. negocjacje roczne?

Back to Front – jak zmienić warunki i kiedy warto to zrobić

Szkolenie "MATEMATYKA HANDLOWA. Jak zwiększyć rentowność sprzedaży i skuteczność negocjacji"

TRENER:

*B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa Sp. z o.o.
ul. Kopijników 67C 03-274 Warszawa, tel. 22 877 38 43/44/47
email:bok@bonavigator.pl www.bonavigator.pl*

*NIP:527-24-12-682 KRS:0000171497
Zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m.st Warszawy w Warszawie XIII wydział Gospodarczy KRS*

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



Mauricio Vargas Tapias

Trener - Praktyk. Menedżer wyższego szczebla z ponad 25-letnim doświadczeniem. Znamca problematyki zarządzania strategicznego, operacyjnego firmami na rynku B2B, negocjacji (handlowych i zakupowych). Od 2022 roku zajmuje się problematyką zastosowań AI (Sztucznej Inteligencji) w procesach biznesowych.

W 2000 roku Dyrektor Handlowy w Kente Polska. Do jego zadań należało m.in.: współtworzenie strategii handlowej i marketingowej, zarządzanie i szkolenie sił sprzedaży, zarządzanie portfelem klientów kluczowych, negocjacje i współpraca z sieciami handlowymi.

W latach 2003 - 2006 Dyrektor Sprzedaży w PPG Industries Poland, gdzie odpowiadał za współtworzenie polityki i strategii handlowej firmy, zarządzanie zespołem handlowym (ASM i KAM), współpracę z dystrybutorami produktów PPG, zarządzanie relacjami z importerami i producentami z branży samochodowej w Polsce (Ford, Toyota, Fiat, Citroen, GM-Opel), prowadzenia negocjacji w sieciach ASO, wdrażanie innowacyjnych rozwiązań handlowych, technologicznych i produktowych na rynku krajowym.

Od połowy 2006 do 2010 roku Dyrektor Generalny i Członek Zarządu Grupo de Empresas Temper odpowiadał za uruchomienie firmy w Polsce i kompleksowe zarządzanie jej działalnością, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania wizerunku firmy, wprowadzenia nowych produktów na rynek, negocjacje z klientami kluczowymi grupami zakupowymi, zarządzanie kosztami.

W latach 2012 - 2015 Dyrektor Handlowy Europejskiego Konsorcjum Krajowych Grup Dystrybucyjnych z branży elektrotechnicznej o nazwie Global Electric Wholesaler Association & GEWA z siedzibą w Barcelonie (Hiszpania) i działające w wielu krajach naszego kontynentu. Jest odpowiedzialny za budowę i wdrożenie kompleksowej strategii Konsorcjum jak również za negocjacje umów globalnych z kluczowymi dostawcami tej branży.

Następnie związany z firmami LUG LIGHT FACTORY (Senior Business Development Manager - EU Distribution & Wholesale), NEONICA POLSKA Sp. z o.o. (Commercial Director), Ledholo (CSO).

Od roku 2010 doradca i konsultant firm z rynku B2B. Specjalizuje się w strategiach handlowych i marketingowych, doradztwie i wsparciu negocjacyjnym, rozwoju kompetencji sił sprzedaży. Trener współpracujący B&O NAVIGATOR.

Absolwent Politechniki Łódzkiej (Wydział Organizacji Zarządzania), Politechniki Warszawskiej - Executive MBA. Ukończył studia doktoranckie w Instytucie Organizacji i Zarządzania w Przemysle "Orgmasz". Swoje szkolenia prowadzi również w języku angielskim i hiszpańskim.