

**Программа тренинга**  
**«Телефонные продажи»**

**Сергей Дубовик**



Тренинги с длительным эффектом

*– Зачем вам обычный тренинг, если вы можете позволить себе Больше?*



[www.bolshe.su](http://www.bolshe.su)

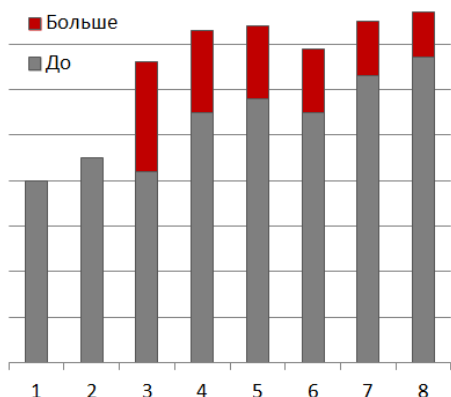
с 2002 г.

# Специализация тренингов «Больше»



«Больше» - это сильная тренинговая программа по продажам, закупкам и управлению для B2B компаний, которая проводится с 2002 года в 18 городах России и ближнего зарубежья.

> Важное преимущество тренингов «Больше», которое **отмечают руководители** - **длительное применение участниками полученных знаний и навыков**. Именно получение длительного эффекта от обучения – главная задача упражнений, кейсов и посттренинговых задач, которые выполняют участники. Это гарантия окупаемости вложений в обучение.



> Важное преимущество программы **для участников** – нацеленность тренингов «Больше» на получение ими **реально работающих инструментов, навыков и опыта**. Именно поэтому на тренингах отрабатываются только доказавшие быструю отдачу и действительно результативные техники и приемы. Это гарантия того, что участники точно будут пользоваться всеми ими после тренинга охотно и без чьего-либо надзора.

Программа создавалась с четкой ориентацией на компании B2B сектора, строится на специфике производственных и дистрибуторских компаний, поэтому в ней нет никакой «воды» и общих примеров. Тренинги «Больше» обкатывались на практике с 2002 г. и содержат только то, что точно будет работать в вашей компании у ваших менеджеров.

**Длительный эффект** от полученных знаний и навыков достигается за счет:

- > **Сильной программы** – чтобы материалы надолго сохранялись в памяти и успешно применялись в работе, их закреплению и разбору на практике отводится более 60% времени. Более чем за 10 лет работы в программе оставлены только техники, которые сами участники определили как наиболее «долгоиграющие».
- > **Инструментов и приемов**, которые отобраны **из опыта лучших российских и западных компаний**, их практики продаж и закупок, управления и обучения своих сотрудников. Важное место отводится не только примерам успехов, но и ошибкам организаций, чтобы вы не повторяли их и развивались быстрее.
- > **Постановки послетренинговых задач** - у участников после тренинга на руках будет персональный план мероприятий, который они составят себе сами, чтобы реализовать в личной работе. А у руководителя, благодаря этому, появится великолепный инструмент контроля результатов обучения.

Отзыв собственника компании, лично участвовавшего в тренинге:

«Только в этом году был на трех тренингах. Всё - какой-то жиденький чаёк. А ваш – реально крепкий цифирь!»

## Специализация программы "Больше"



Тренинги "Больше" для решения коммерческих задач компании  
**Увеличение прибыли**  
**Достижение целевых показателей**  
**Устойчивое развитие**

Увеличение объема продаж и числа клиентов

- Продайте мне слона
- Активные продажи. Базис
- Телефонные продажи. Экстрауровень
- Продажи крупных контрактов
- Практикум СПИН продажи
- Суперпродавец. Активные розничные продажи
- Управление отделом продаж

Усиление конкурентоспособности

- Низкозатратный маркетинг
- Управление отделом продаж
- Клиентоориентированность компании, лояльность клиентов

Сокращение затрат, улучшение закупочных цен

- Закупки на 100%
- Категорийный менеджмент
- Управление ассортиментом компании

Эффективное управление

- Управление отделом продаж
- Тайм-менеджмент для отделов продаж и закупок
- Свежий взгляд на подбор и развитие сотрудников отдела продаж
- Целедостижение
- Наставничество на новом уровне
- Ценообразование

# > Тренинг «Телефонные продажи. Экстрауровень»

Навыки телефонных продаж для тех, кто продает давно

## Для кого этот тренинг

Тренинг для менеджеров по продажам компаний B2B сектора, связанных с производством, дистрибуцией и оптовой торговлей. Тренинг также будет полезен руководителям отделов продаж и коммерческим директорам – они получают инструменты контроля работы своих сотрудников.

Тренинг рассчитан на менеджеров среднего и высокого уровня, проработавших в продажах от 1 года.

Концентрированная теоретическая часть, наложенная на комплекс упражнений, позволят по итогам тренинга развить у менеджеров по продажам крепкие навыки установления, развития контакта и заключения сделки.



## Результаты тренинга

- > По оценкам самих участников, в 2-4 раза повышается убедительность презентации своего предложения.
- > Сократится число возражений, а в оставшихся случаях из можно будет отработать с помощью более чем 60 подходов.
- > Менеджеры научатся «дожимать» клиента до целевого действия – встреча, договоренности, образцы или заказ.
- > Менеджеры перестанут прогибаться перед закупщиками или руководителями и смогут вести переговоры на равных с клиентом любого уровня.





## Чем этот тренинг отличается от подобных






- > Мы с большим уважением относимся к подходам других тренингов, поэтому чтобы тренинг «Телефонные продажи. Экстрауровень» отличался от аналогичных и мог быть полезен даже в тех случаях, когда сотрудники компании посещали тренинги ранее, в разработке программы на 80% использовали авторские методики, отличающиеся подходом и упражнениями от предлагаемых на рынке тренингов и семинаров. Например,
  - преподнесение своих преимуществ (модель ПКСС),
  - вступление в контакт (30 секундное представление),
  - работа с возражениями (техника ARCA),
  - одна из самых убедительных систем аргументаций (метод FP) и другие.
- > Ваши менеджеры будут не похожи на конкурентов и смогут отличаться от них не только предложением, но и своими словами, поступками и подходом к проведению переговоров.
- > Главный акцент сделан на том, чтобы менеджеры по продажам могли найти быстрый, в течение 15-30 секунд, подход к ранее незнакомому человеку и включить его в диалог. Затем завоевать доверие и расположить к себе.

**Авторская  
программа**

- > Ваши менеджеры долго будут «в шкуре» закупщиков, увидят все инструменты, которые оппоненты применяют против них и научатся противостоять им комфортно для себя и убедительно для клиента.
- > Автор программы Сергей Дубовик карьеру тренера почти 10 лет совмещал с практическими продажами и управлением продажами. Поэтому все методики, использованные в тренинге, прошли проверку в отделах продаж, которыми Сергей Дубовик руководил. Наблюдение конечного результата обучения позволило оставить только те техники и упражнения, которые действительно дают длительный эффект применения.

## Программа тренинга «Телефонные продажи. Экстрауровень»

Модуль	Содержание
 <p>Убедительное преодоление секретаря и выход на принимающего решение</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 подходов и 17 инструментов преодоления секретаря для выхода на нужного человека.</li> </ul> <p><b>Практическая часть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Отработка преодоления секретаря каждым участником.</li> </ul>
 <p>Расположение к себе и построение доверительных отношений</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Представление и вступление в диалог за 30 секунд.</li> <li>• Кому и чему будет доверять клиент? Как не разрушить зыбкое доверие на начальном этапе?</li> <li>• 8 инструментов первого телефонного контакта, которые важно применять менеджеру, чтобы создать нужное первое впечатление.</li> <li>• Как профессионалы добиваются доверия с помощью голоса, речи и правил первого контакта?</li> <li>• Как не прогибаться перед важным клиентом? 7 приемов повышения уверенности в себе.</li> </ul> <p><b>Практическая часть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Отработка 30 секундного представления.</li> <li>• Упражнения – произвести первое впечатление.</li> <li>• Упражнения – первый контакт с клиентом. Подробный разбор поведения продавцов по всем составляющим переговоров.</li> </ul>
 <p>Выявление истинных и ложных потребностей клиента</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Портрет вашего клиента. Какие цели ставят перед закупщиком? За что его штрафуют, за что премируют и как это на вас сказывается?</li> <li>• Почему закупщик сразу говорит о цене? Как различить блеф и правду в переговорах о цене?</li> <li>• 29 категорий и 107 факторов, влияющих на выбор поставщика, которые помогут абсолютно точно найти истинные потребности клиента.</li> <li>• Как продавать всем участвующим в принятии решения о покупке, а не только одному закупщику?</li> </ul> <p><b>Практическая часть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Упражнения на отработку выявления потребностей в ситуации входящего звонка – сколько заказов вы теряете, если не умеете правильно обрабатывать входящие запросы.</li> <li>• Упражнения на выявление потребностей в случае, когда менеджер звонит сам.</li> <li>• Отработка техники построения эффективных вопросов.</li> </ul>
 <p>Презентация и обсуждение предложения с клиентом</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Главная ошибка телефонной презентации, которая разрушает 3 из 5 переговоров.</li> <li>• Разбираем свое предложение на компоненты важные и необходимые клиенту. Проверяем, как продаем (или не продаем?) каждый из них.</li> </ul>

	<p>Объединения предложение в одну модель ПКСС – продукт как совокупность свойств.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 ступени в продажах, которые вы обязательно должны пройти.</li> </ul> <p><b>Практическая часть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Упражнение на формирование комплекса преимуществ вашей компании, которые будут «продавать» самим же менеджерам по продажам и клиенту.</li> <li>• Упражнение на «продажу» клиенту преимуществ вашей компании, кроме цены и отсрочки.</li> </ul>
 <p>Уход от возражений и работа с ними</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Работа по раннему предотвращению возражений из 3 шагов.</li> <li>• Отработка возражений по системе ARCA.</li> <li>• 6 техник и 64 готовых аргумента для преодоления возражений: <ul style="list-style-type: none"> <li>- у вас дорого,</li> <li>- у нас уже есть поставщик,</li> <li>- у вас то же самое и ничем не отличается,</li> <li>- нам сейчас не надо,</li> <li>- ну, присылайте предложение.</li> </ul> </li> <li>• 18 причин, почему закупщик просит товар с самой низкой ценой. Как это преодолеть?</li> </ul> <p><b>Практическая часть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Отработка противодействия манипуляциям в переговорах со стороны закупщика.</li> <li>• Упражнения на преодоление возражений.</li> </ul>
 <p>Убедительная аргументация</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Одна из самых результативных и мощных на сегодняшний день двухкомпонентная методика аргументации – FP.</li> </ul> <p><b>Практическая часть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Отработка аргументации преимуществ своего предложения.</li> <li>• Тренировка убедительной речи.</li> </ul>
 <p>Развитие действующих клиентов</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Правила предложения новинок.</li> <li>• Способы увеличения суммы заказа клиента.</li> </ul> <p><b>Практическая часть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Упражнение на введение в ассортимент клиенту новых позиций.</li> <li>• Упражнение на увеличение суммы заказа.</li> </ul>
 <p>Подталкивание к целевому действию и «дожим» клиента</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Правила «дожима» клиента. Как подвести к решению комфортно и незаметно?</li> <li>• Техника закрытия сделки. Как правильно подталкивать к заключению сделки?</li> </ul> <p><b>Практическая часть</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Упражнения на закрытие сделки и подталкивание клиента к целевому действию.</li> </ul>
 <p>Тренинг закончился. Что делаем на рабочих местах?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Составление плана мероприятий для каждого участника на ближайший месяц. Что конкретно нужно реализовать в работе.</li> </ul>

## Формат проведения

Программа тренинга «Телефонные продажи. Экстрауровень» рассчитана на 2 дня.

В двухдневной программе теория/практика = 35/65%. Т.е. практики около 11 ак. часов.

Каждый модуль включает в себя:

- > выжимку из теоретической части – концентрированно и ёмко,
- > упражнения на отработку темы модуля – в группах, чаще всего в парах, с последующим разбором сильных и слабых сторон,
- > выполнение минизаданий по теме,
- > интерактивную часть – ответы на вопросы, разбор рабочих моментов, анализ реальных клиентов и переговоров.

Главный акцент - на упражнениях и отработке практических заданий, погружении продавцов в роль закупщиков. Комплекс практики превращает знания участников и опыт, полученный на тренинге, в навыки для достижения длительного эффекта применения.

## Стоимость

Стоимость тренинга зависит от нескольких факторов:

- Размера группы
- Места проведения
- Ваших пожеланий по проведению работ до тренинга, во время тренинга и после него.

Мы быстро рассчитаем стоимость проведения тренинга под задачи вашей компании. Вам достаточно позвонить по телефону +7-981-961-5051 руководителю службы клиентского сервиса Ольге Баньковой, или отправить краткий запрос по адресу: [olga@bolshe.su](mailto:olga@bolshe.su)

# Почему руководители выбирают для своих сотрудников тренинги «Больше».

## 1. Длительный эффект.

Главное преимущество тренинговой программы «Больше» - гарантия длительного эффекта от полученных знаний и навыков. Участники и руководители говорят, что применение полученных навыков и знаний начинается сразу же после тренинга, и спустя несколько недель превращается в действующий набор инструментов для каждодневного использования в работе.

## 2. B2B специализация тренингов.

Второе преимущество - концентрация и специализация на узкой сфере бизнеса. Программа тренингов построена с ориентацией на компании среднего бизнеса в B2B секторе, поэтому содержит действующие и конкретные техники и приемы, эффективно работающие именно для них.

## 3. Быстро окупаемые.

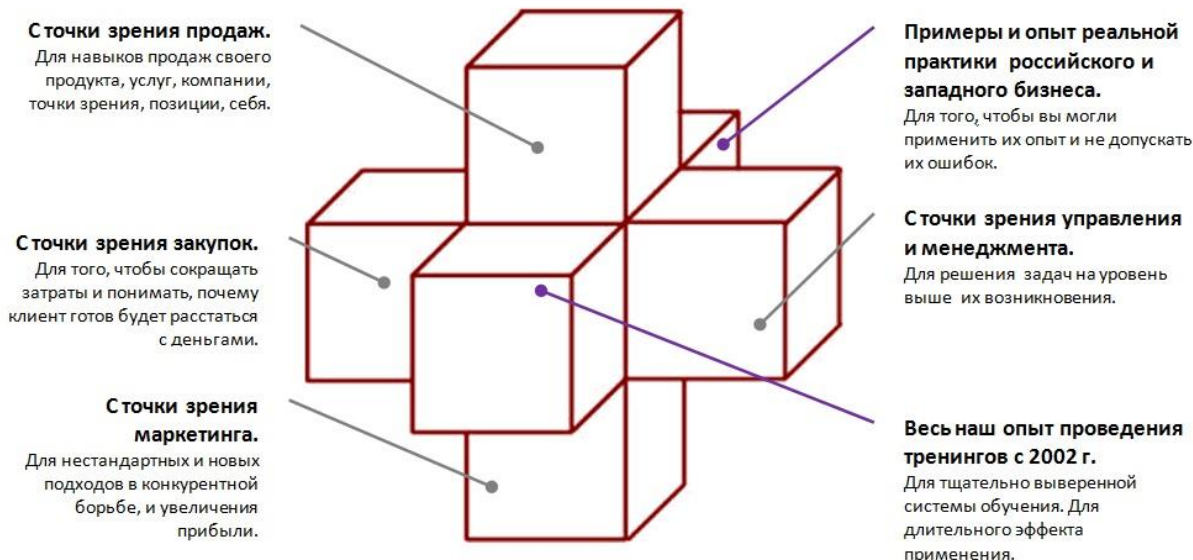
Третье преимущество – быстрая окупаемость вложенных в обучение средств. В 2013 году, по итогам опросов, средняя окупаемость вложений в корпоративный тренинг составила 17 дней.

### Кроме того:

Факт	Результат для вас
Опыт проведения тренингов с 2002г.	<b>Эффективная программа.</b> Мы предлагаем вам испытанную и проверенную временем программу. В ней остались только самые эффективные техники, инструменты и приемы. Ваши сотрудники получают тщательно выверенные инструменты, которые дадут быстрый видимый результат.
Почти 10 лет автор программы совмещал практическое управление продажами, закупками и маркетингом с проведением тренингов.	<b>Проверено на практике.</b> Приемы и инструменты программы проверены на практике. Программа тренинга содержит только действующие техники. Только то, что работало у автора, его сотрудников и нескольких сотен клиентов. И будет работать у ваших менеджеров.
Особая компоновка программы + сформированный участниками для себя план работ на 1 месяц.	<b>Длительный эффект + инструмент контроля.</b> По окончании тренинга остается не только впечатление и раздаточный материал, но и конкретные дела, которые нужно сделать. В любой момент времени заказчик сможет отслеживать эффективность работы своих сотрудников, и как следствие эффективность тренинга, глядя на выполнение плана мероприятий.
Личный опыт работы автора программы менеджером по закупкам, директором по закупкам, директором по маркетингу, менеджером по продажам, директором по продажам.	<b>Объемная картина продаж и закупок как системы.</b> Ваши менеджеры получают самую широкую, объемную картину управления, продаж и закупок, заключения сделок и ведения переговоров. Это сделает их непохожими на конкурентов, придаст им профессионализма в глазах клиентов, позволит легче и быстрее приходиться к нужным соглашениям, быстрее добиваться результата.

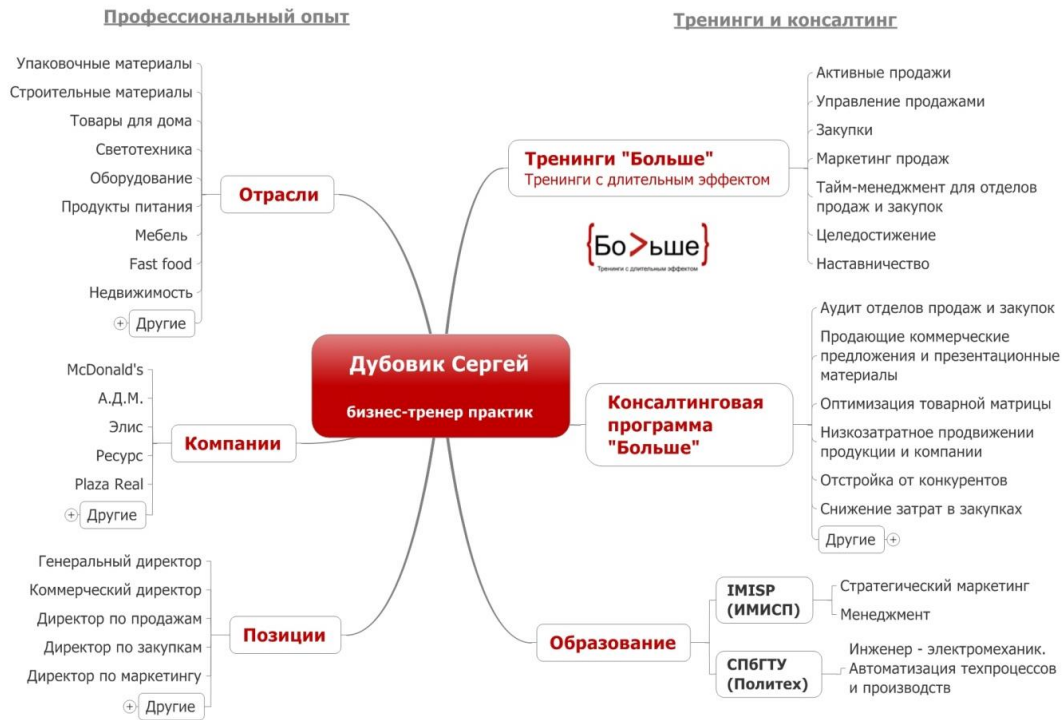
## 6 компонентов каждого тренинга «Больше»

Объемный подход и создание целостной системы знаний и навыков у участников





# Бизнес-тренер Сергей Дубовик



Давайте познакомимся.  
**Дубовик Сергей.**

Бизнес-тренер практик. Директор тренингового центра «Больше». Санкт-Петербург.  
Автор концепта «Тренинги с длительным эффектом».

Тренинги провожу с 2002 года.  
Профессиональное проведение бизнес-тренингов начал после того, как почти 10 лет совмещал тренинговую деятельность с практическим руководством отделами продаж, маркетинга и закупок. Благодаря этому все результаты тренингов каждый месяц наблюдал сам лично как руководитель.

Благодаря тому, что сам пожинал плоды обучения и подготовки своих сотрудников, материалы, упражнения и приемы, разбираемые на тренингах прошли естественный отбор, были избавлены от «воды», дополнены важными психологическими и профессиональными связками и действительно полезными упражнениями. Всё работает на две цели – тренинг должен давать видимый результат, и участники должны применять полученные знания и навыки длительное время после тренинга.



### Три принципа проведения моих тренингов:

1. Я работаю, как если бы участники были моими сотрудниками, и от итогов их работы зависел мой результат, как руководителя. Поэтому тверд и требователен к каждому.
2. Дать участникам целостную систему, а не просто набор приемчиков, сделать их набор рабочих инструментов эффективней и разнообразней, а значит активнее применяемым и не таким как у конкурентов.
3. Вдохновлять, превосходить ожидания. Я фанатично люблю свое дело и отдаю ему себя целиком и полностью.

Автор книги «Активные продажи. Теория и практика».

Автор работ для изданий: «Коммерческий директор», «Генеральный директор», «Управление продажами», «Промышленный маркетинг», «На стол руководителю», «Деловой Петербург», «Клуб продажников» и др.

### Высшее техническое образование:



«Больше». Тренинги с длительным эффектом.

СПбГПУ (Политех). Автоматизация технологических процессов и производств.

### **Дополнительное образование:**

IMISP (ИМИСП) - Управленческая компетенция менеджера.

IMISP (ИМИСП) - Стратегический маркетинг.

### **Профессиональный опыт:**

- **Топ-менеджмент:** генеральный директор, коммерческий директор, директор по продажам, директор по закупкам (Россия, Европа, Азия), директор по маркетингу.
- **Линейные позиции:** менеджер по продажам, менеджер по закупкам, продавец.
- **Отрасли профессиональной деятельности:** строительные материалы, упаковочные материалы, товары для дома, светотехника, оборудование, продукты питания, автомобильные аксессуары, недвижимость, фаст-фуд, мебель.
- **Компании:** McDonald's, А.Д.М., Элис, Ресурс, Евростройкомплект, STOPOL group, PlazaReal.

Начинал карьеру в McDonald's. Открывал в 1996 году первый ресторан в Санкт-Петербурге.

После этого менеджер по закупкам в двух компаниях, одна - оптовые продажи продуктов питания, вторая - строительных товаров.

С 1999 года в продажах. Начинал менеджером по продажам, затем руководил отделом продаж. Далее в качестве директора по продажам управлял работой 5 отделов продаж, работал коммерческим директором. Открывал с нуля филиал компании, формировал отдел продаж и организовывал привлечение клиентской базы с нуля.

Дважды с нуля создавал отделы маркетинга в B2B компаниях, которые несли на себе роль управления продажами и закупками. Руководил выведением на рынок новых продуктов, ценообразованием и ассортиментной матрицей компаний (свыше 3000 SKU).

В должности директора по закупкам возглавлял 4 отдела - импорт из Китая и Европы, Российских закупок, ВЭД. Руководил снабжением крупной торгово-производственной компании на рынке B2B.

Вырастил 11 успешных топ-менеджеров и владельцев бизнеса.

### **Среди компаний, в которых проводились тренинги и консалтинговые проекты:**

**Производственные предприятия:** Knauf, Rehau, General Motors, КамАЗ, Doka, TPV Technology Limited, Класс, Passive House, AGC Asahi Glass Company Ltd, Частная пекарня Яковлева, Башнефть-Добыча, Лукойл, Калория, Квадра Принт, Арзамасский машиностроительный завод, Мебельная фабрика PlazaReal, ОМЗ Спецсталь, НПО Аконит, Трансформер Урал, Энергостройснабкомплект, Федеральная Сетевая Компания, Askona, Северная компания, Арлифт, Паровые системы, Славнефть, Hunnebeck, ...

**Дистрибуция:** ЗАО Парфюм, Северная компания, Комплекс Бар, Элис, Голд-Пак, R.T.N., BALTIC MASTER, Волга-Видео, АйтиОн, ЭКТ, Коммуникации, СЗЭМО Гидромонтажкомплект, Компания АЮСС, ...

**Розница:** Guess, Mustang, Adilisik, ЛУУК, DiJeans, сеть гипермаркетов Самбери, сеть магазинов Телекс, сеть универсамов Экономный, сеть универсамов ХИТ, сеть универсамов Лукошко, сеть магазинов Квартал, сеть магазинов Любимый, ...

**Сервис, работы и услуги:** ТатАСУ (ТатНефть), МТС, Rhenus Logistic, Вера, Балтстрой, ОАО «РЖД», The American Jewish Distribution Committee, телеканал СТС, ...

**Бизнес-школы:** Больше, Moscow Business School, SRC, Финконт, Мастер-Класс, ЦНТИ Прогресс, Институт Технологий Менеджмента, Центр Логос, ЦКМДВ, Карьера-Форум, Evenda, БГТУ, ...

Ведущий программ MBA в области оперативного и стратегического управления.

На сегодняшний день провожу тренинги по продажам, закупкам и управлению, а также веду консалтинговые проекты по повышению прибыли и организации коммерческих подразделений компаний. Возглавляю тренинговый центр «Больше» в Санкт-Петербурге.

### **Контактная информация:**

Дубовик Сергей • +7-911-211-3685 • [sdubovik@bolshe.ru](mailto:sdubovik@bolshe.ru) • <http://bolshe.ru/>