

Программа тренингов «Больше»

Сергей Дубовик



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



с 2002 г.

+7-981-961-5051

www.bolshe.su

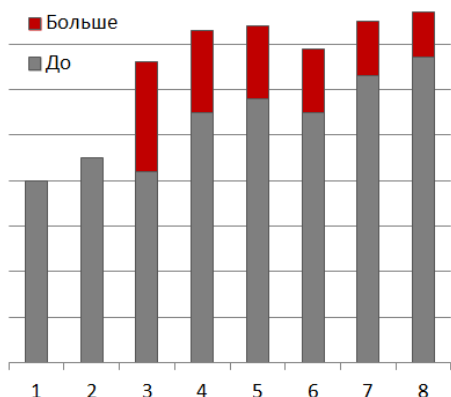
welcome@bolshe.su

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. Экстра-уровень
- 🚩 Продажи крупных контрактов
- 🚩 Практикум СПИН продажи
- 🚩 Суперпродавец. Активные розничные продажи
- 🚩 Управление отделом продаж

Усиление конкурентоспособности

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

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

Сокращение затрат, улучшение закупочных цен

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



Тренинг «Ценообразование»

Практикум управления ценами и скидками для роста прибыли и объема продаж

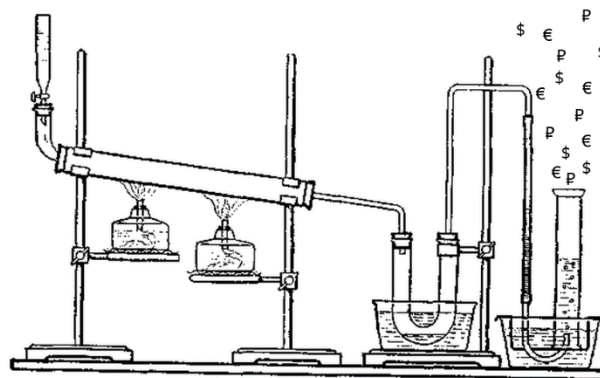
Для кого этот тренинг

Компании, связанные с производством продукции и оборудования, дистрибуцией и оптовой торговлей, розницей и сетевым ритейлом. Поставщики работ и услуг. Сервисные компании.

- > Генеральные директора малого и среднего бизнеса,
- > Коммерческие директора, директора по развитию,
- > Руководители отделов продаж,
- > Категорийные менеджеры, продакт-менеджеры, бренд-менеджеры,
- > Руководители и сотрудники, отвечающие за назначение, мониторинг и контроль цен в компании.

Пакет готовых решений:

1. Чтобы цена была конкурентным инструментом компании.
2. Чтобы ценовой маркетинг был не просто зачеркиванием старого ценника.
3. Чтобы вы могли по-новому влиять на восприятие цены покупателем.
4. Чтобы у вас был исчерпывающий инструментарий по работе с возражением «Дорого».



Результаты тренинга

- > **Вы научились способам и методикам построения стратегии и политики ценообразования компании.** Пользуетесь ими как одними из полезнейших коммерческих инструментов.
- > **Получили целостную картину ценообразования с точки зрения маркетинга и продаж.** Имеете «пульт управления» ценами для контролируемых воздействий на внутренние факторы компании и внешние факторы конкурентов и рынка.
- > **Знаете современные инструменты назначения цен и скидок.** В итоге профессионально управляете объемом продаж и прибылью сделок.

Преимущества этой программы

- > Автор тренинга в течение более 10 лет руководил ценообразованием 3 крупных холдингов, включая филиальную сеть организации. **Эксклюзивные рекомендации из первых рук.**
- > Простой язык, понятные примеры, простые формулы расчета, простые для внедрения инструменты. **Уже готовые для внедрения инструменты.**
- > По итогам курса у вас будет готовый пакет решений для ценообразования своей компании на все случаи – стабильное развитие, вывод новых продуктов, выход на новые рынки, снижение продаж, кризисные ситуации, усиление конкуренции, сокращение спроса. **Только важные вопросы ценообразования без воды и излишней теории.**
- > Вы **окупите свои вложения** в обучение если примените в работе инструментарий хотя бы одного из блоков семинара, посвященного способам преодоления возражений клиента «Дорого!».

Внимание! Программа не содержит теорию микроэкономики. Идеализированные, и больше подходящие для монопольного рынка, аспекты ценообразования, такие как теория потребительского поведения и спроса, функции спроса, эластичность по цене и спросу, изокванты, коэффициенты эластичности, стабильность равновесия и т.д., в курсе не рассматриваются.

Программа тренинга «Ценообразование»

Авторская
программа

1. Ценовой маркетинг

- > 6 факторов маркетингового ценообразования – логические и психологические факторы, которые оказывают влияние на воспринимаемость цены.
- > Что такое низкая цена? «Вопрос на 1 000 000 рублей» или главная ловушка ценообразования.
- > Практические методики проведения ценовых исследований, которые вы можете сделать сами без привлечения сторонних исполнителей.
- > Приемы, применяемые в ценовом маркетинге – скидки, надбавки, круглые цены, ценовое сегментирование, «раскачка», зачеркнутые цены, три цены вместо одной и др.

Практический модуль:

- > Пример проведения ценового исследования и установления на его основании цены на продукт.

2. Политика скидок

- > Потери прибыли на скидках. За что и в каких случаях давать скидки клиентам.
- > Примеры и принципы предоставления скидок с целью увеличения прибыли.
- > Современная оценка эффективности политики скидок.
- > Когда скидки не дают результата? Типовые ошибки предоставления скидок.

Практический модуль:

- > Пример расчета экономической эффективности от предоставления скидок.

3. Извечные проблемы ценообразования

- > Как правильно повышать цены, особенно у крупных клиентов. 3 способа существенно снизить сопротивление клиента повышению цен.
- > Приемы ценообразования для крупных и сетевых клиентов.
- > Ошибки при назначении цен для оптовых каналов продаж (дилеры, дистрибуторы).

4. Конкурентное ценообразование и ценообразование по спросу

- > Методика расчета цены на основании конкурентной среды продукта или услуги.
- > Расчет цены, основанный на спросе рынка. Цена как инструмент управления спросом на продукт.

Практический модуль:

- > Примеры расчета цен для 4 вариантов конкурентного ценообразования.
- > Пример расчета цен для ценообразования по спросу.

5. Приемы ценообразования в зависимости от маркетинговых и стратегических задач компании

- > Особенности ценообразования на разных этапах развития компании, отрасли и продукта.
- > 12 принципов установления цен – первая цена, «снятие сливок», проникновение на рынок, акционная, завоевание лидерства по позиции, среднерыночные, скользящая падающая цена, максимизация прибыльности, и другие

6. Ценообразование для продвижения торговых марок и новых продуктов

- > Ценообразование для новых продуктов – как не допустить ошибки с самого начала.
- > Назначение цены на разных этапах жизненного цикла торговой марки. Почему неправильные цены могут разрушить даже сильный бренд.

7. Особенности ценообразования на услуги

- > Примеры ошибок при ценообразовании услуг.
- > Какие «скидочки» нельзя давать клиентам, и почему низкая цена может навредить продажам.
- > 7 принципов назначения справедливой цены на услуги.

Практический модуль:

- > Примеры расчета цен для нескольких вариантов услуг.

8. Как работать с главным возражением клиента – «ДОРОГО!»

- > 23 приема с помощью которых закупщики выбивают низкие цены у поставщиков и как им противостоять.
- > 18 факторов, почему закупщик просит самую низкую цену. Что должны делать вы, чтобы предотвратить возражения по цене.
- > Авторская методика ARCA для работы с возражением «Дорого!», отличающаяся от тех, которые используют ваши конкуренты.

Практический модуль:

- > Готовые нестандартные речевые шаблоны по преодолению возражения «Дорого!».

Формат проведения

Программа тренинга «Ценообразование» рассчитана на 2 дня. В двухдневной программе теория/практика = 50/50%. Т.е. практики около 9 ак. часов.

Каждый из блоков включает в себя

- > концентрированную теоретическую часть,
- > разбор примеров из реальной практики участников,
- > подготовка для применения полученных инструментов в работе своей компании,
- > практику по теме – упражнения и тренировка в группах,
- > детальный анализ упражнений на предмет достижения прибыльности и оборота компании.

Материалы тренинга подобраны таким образом, чтобы предоставленные на программе решения можно было применить сразу после тренинга без каких-либо временных затрат на обработку и адаптацию.

Стоимость работ

Стоимость тренинга зависит от нескольких факторов:

- > Размера группы (очень большие группы нужно разделить на меньшие - максимум 22 человека в группе)
- > Места проведения
- > Ваших задач 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

Наиболее популярные пакеты проведения тренингов

Что входит в стоимость	Пакет Эффективный	Пакет Расширенный	Ваш выбор
Подготовительный этап: анализ деятельности компании, анализ задач компании.	+	+	✓
Интервью с заказчиком. Обсуждение блоков программы, расстановка приоритетов.	+	+	✓
Диагностика отдела. Анкетирование или аудит работы сотрудников отдела на месте.		+	
Формирование программы тренинга с учетом задач компании.	+	+	✓
Подготовка раздаточных материалов, разработка и корректировка упражнений.	+	+	✓
Проведение тренинга	+	+	✓
Составление задач каждым участником на месяц - что конкретно нужно сделать по итогам тренинга.	+	+	✓
Обратная связь в форме резюме (по предварительному согласованию с заказчиком).	+	+	
Письменные рекомендации по каждому сотруднику (сильные, слабые стороны, направления развития)		+	
Закрепление результатов			
Тестирование персонала через 2 недели после проведения тренинга (проведение квалификационных упражнений и разбор сильных сторон и ошибок)		+	
Проведение однодневного тренинга через 2 недели для закрепления полученных навыков + проработка 2-х новых тем.		+	
Комплект из 10 майнд-карт по тематике продаж и переговоров с клиентами.		+	
Дополнительно: тестирование персонала через 1 месяц после проведения тренинга (проведение квалификационных упражнений и разбор сильных сторон и ошибок)		По запросу	
Дополнительно: проведение еще одного однодневного "закрепляющего" тренинга через 1 месяц для закрепления полученных навыков + проработка ещё 2-х новых тем.		По запросу	
5% скидка на проведение следующего тренинга вне зависимости от даты проведения.		+	
Ваши персональные пожелания по формату, задачам и темам.			



- обязательные блоки тренинга.

Почему руководители выбирают для своих сотрудников тренинги «Больше».

1. Длительный эффект.

Главное преимущество тренинговой программы «Больше» - гарантия длительного эффекта от полученных знаний и навыков. Мы не просто учим, а принуждаем (в хорошем смысле этого слова) действовать. Мы не просто даем готовые приемы, мы заставляем думать, делаем гибкими, учим самостоятельно находить решения.

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 2014 году, по итогам опросов, средняя окупаемость вложений в корпоративный тренинг составила 13 дней.

Кроме этого:

Факт	Результат для вас
Опыт проведения тренингов с 2002г.	Сильная программа. Вы получите испытанный и выверенный 13-ю годами комплекс техник и методов. Ваши сотрудники получат тщательно проверенные на более, чем 1000 участниках инструменты и приемы, которые дадут вам видимый результат.
Почти 10 лет автор программы совмещал практическое управление продажами, закупками и маркетингом с проведением тренингов.	Проверено на практике. Автор программы параллельно совмещал проведение тренингов и практическое руководство продажами, закупками и маркетингом. Это позволило оставить в тренингах только те методики, которые действительно применяются в ежедневной работе и приносят сотрудникам и их руководителям долгосрочный эффект.
Особая компоновка программы + сформированный участниками для себя план работ на 1 месяц.	Длительный эффект + инструмент контроля. 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 составленного по итогам тренинга плана мероприятий.
Личный опыт работы автора программы директором по закупкам, директором по маркетингу, директором по продажам.	Объемная картина продаж и закупок как системы. Ваши менеджеры получают самую широкую, объемную картину управления, продаж и закупок, заключения сделок и ведения переговоров. Это делает их непохожими на конкурентов, придаст им профессионализма в глазах клиентов, позволит легче и быстрее приходиться к нужным соглашениям, быстрее добиваться результата.

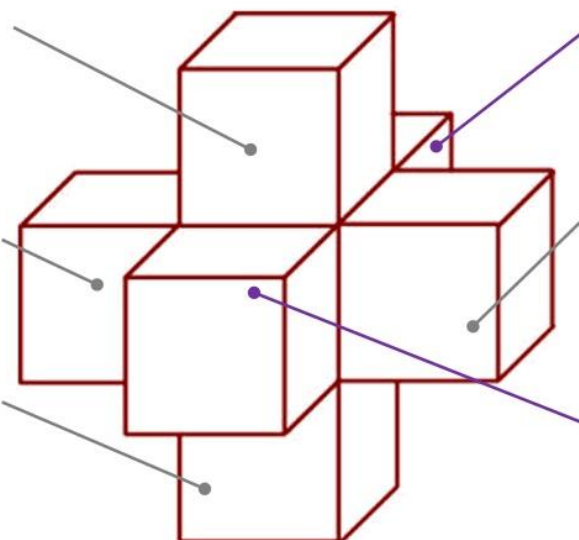
6 компонентов каждого тренинга «Больше»

Объемный подход и создание целостной системы знаний и навыков у участников

Сточки зрения продаж.
Для навыков продаж своего продукта, услуг, компании, точки зрения, позиции, себя.

Сточки зрения закупок.
Для того, чтобы сокращать затраты и понимать, почему клиент готов будет расстаться с деньгами.

Сточки зрения маркетинга.
Для нестандартных и новых подходов в конкурентной борьбе, и увеличения прибыли.



Примеры и опыт реальной практики российского и западного бизнеса.
Для того, чтобы вы могли применить их опыт и не допускать их ошибок.

Сточки зрения управления и менеджмента.
Для решения задач на уровень выше их возникновения.

Весь наш опыт проведения тренингов с 2002 г.
Для тщательно выверенной системы обучения. Для длительного эффекта применения.

Бизнес-тренер Сергей Дубовик



Давайте познакомимся. **Сергей Дубовик.**

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:

Генеральный директор, коммерческий директор, директор по продажам, директор по закупкам (Россия, Европа, Азия), директор по маркетингу.

Отрасли профессиональной деятельности:

Строительные материалы, упаковочные материалы, товары для дома, оборудование, продукты питания, автомобильные аксессуары, фаст-фуд, мебель.

Компании: McDonald's, А.Д.М., Элис, Ресурс, Евростройкомплект, 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, ...

Дистрибуция: ЗАО Парфюм, Северная компания, Комплекс Бар, Элис, А.Д.М., Голд-Пак, R.T.N., BALTIC MASTER, Пакет Предложений, Волга-Видео, АйтиОн, ЭКТ, Коммуникации, СЗЭМО Гидромонтажкомплект, Компания АЮСС, Шамса-холдинг ...

Розница: Cacharel, Guess, Mustang, Adilisik, ЛУУК, DiJeans, сеть гипермаркетов Самбери, сеть Телекс, сеть Экономный, сеть ХИТ, сеть Лукошко, сеть Квартал, сеть Любимый, сеть Шамса ...

Сервис, работы и услуги: МТС, Мегафон, Rhenus Logistic, ТатАСУ (ТатНефть), Вега, Балтстрой, Aqua+, ОАО «РЖД» Северо-Западная ДСС, The American Jewish Distribution Committee, телеканал СТС, ...

Бизнес-школы: Moscow Business School, SRC, Финконт, Мастер-Класс, БГТУ, ...

Ведущий программ MBA в области закупок, 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.

Записи видео с тренингов: <http://bolshe.su/video>

Контактная информация:

Дубовик Сергей • +7-911-211-3685 • sdubovik@bolshe.su • <http://bolshe.su/>