Тренинг «Продайте мне слона»

Сергей Дубовик

{Бо>ьше}

Тренинги с длительным эффектом

с 2002 г.

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

+7 (812) 407-37-61 • sdubovik.ru • sd@sdubovik.ru

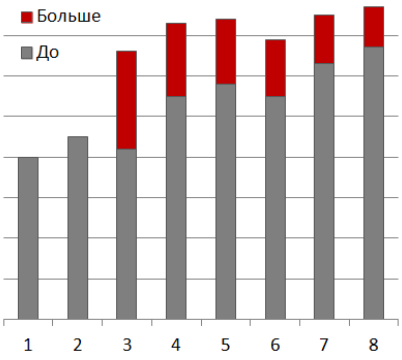
Специализация тренингов «Больше»

{Бо>ьше}

Тренинги с длительным эффектом

«Больше» – это тренинговая программа Сергея Дубовика по продажам, управлению и закупкам для B2B компаний, которая проводится с 2002 года в России и ближнем зарубежье.

> 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 – приобретение ими **реально работающих инструментов, навыков и опыта**. Именно поэтому на тренингах есть только доказавшие быструю отдачу и действительно результативные техники и приемы. Это гарантия того, что участники точно будут применять все инструменты в ежедневной работе.

{ Программа создавалась с четкой ориентацией на компании B2B сектора, строится на опыте и ошибках более 350 производственных и дистрибуторских компаний, поэтому в ней нет никакой «воды» и общих примеров. Например, на наших тренингах нет развлекательных упражнений и увеселительных разминок. Тренинги «Больше» обкатывались на практике с 2002 г. и содержат только то, что точно будет работать у ваших менеджеров. }

Длительный эффект от полученных знаний и навыков достигается за счет:

> **Сильной программы.** Это авторские техники, большое количество примеров, технологичность материалов, новые методы анализа и отработки практических заданий. Сейчас в программе оставлены только инструменты, которые по результатам посттренингового анализа участники свыше 70 организаций определили, как работающие лучше всего.

> **Инструментов и приемов**, которые выбраны **из опыта более 350 российских и иностранных компаний**, их практики продаж и закупок, управления и обучения своих сотрудников. Важное место отводится не только примерам успехов, но и ошибок 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, чтобы реализовать в личной работе. У руководителя благодаря этому, появится великолепный **инструмент контроля** результатов обучения. Кроме этого вы получите внушительный комплект чек-листов, карт и схем для гарантированной реализации материалов тренинга на практике.

Вдохновлять.

Превосходить ожидания.

Отзыв собственника компании, лично участвовавшего в обучении:
«Только в этом году был на трех тренингах. Всё – какой-то жиденький чаёк. А ваш – реально крепкий чифирь!»

Тренинг «Продайте мне слона»

Продажи, как их хотят видеть сами клиенты

Наша гордость. Один из самых результативных тренингов по B2B продажам. Его цель – не столько научить продавать, сколько изменить работу участников так, чтобы у них хотелось купить. Рекомендуем его даже тем, кто раньше был разочарован в результатах обучений.

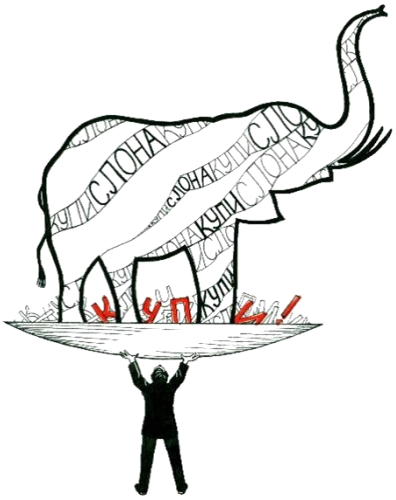
Для кого этот тренинг

Компании B2B сектора – производители продукции, систем и оборудования, дистрибуторы и оптовая торговля, поставщики профессиональных работ и услуг:

- менеджеры по продажам,
- торговые представители,
- руководители отделов продаж,
- коммерческие директора.

Тренинг рассчитан на менеджеров по продажам со средним и высоким опытом в продажах. Также это идеальная программа для обучения тех продавцов, которые уже «всё знают» или хотят «чего-нибудь новенького».
Для участников, которые ранее не проходили обучение продажам, лучше начать с тренинга «Алгоритм активных продаж».

Это первый тренинг по продажам, комплексно построенный на том, **как продажи видит ваш клиент**. Участники в буквальном смысле «побудут в шкуре» клиента и отработают наиболее результативные техники продаж с точки зрения покупателя.
По словам большинства продавцов – это самый полезный тренинг, что им доводилось проходить, так как он не просто научит продавать, а создаёт сильные конкурентные преимущества и помогает выстроить прочные долговременные отношения с клиентами.



Результаты тренинга

- Менеджеры исправили главные ошибки, которые допускают продавцы с точки зрения клиентов и могут строить продажу именно так, как это **называют правильным сами покупатели**. Возражений от клиентов будет в несколько раз меньше, прохождение сделки от первого контакта до продажи станет заметно быстрее.
- Менеджеры понимают **истинные мотивы покупок**. Прочувствуют, как вести переговоры на равных с клиентом любого ранга. Получат **сильный набор инструментов** для всех этапов переговоров и заключения сделки.
- Участники узнают **приемы и манипуляции, которые используют профессиональные переговорщики** и закупщики против продавцов. Попробуют себя в их роли, поймут, как эти приемы эффективно преодолевать. Перестанут после первого отказа клиента сразу же давать скидки.
- **Увеличение объемов продаж от 6% до 75%** у отдельных менеджеров. Даже при своей самой высокой эффективности, этот тренинг не волшебная таблетка «от всего» – он создает сильный набор навыков и принуждает к действиям, но не продает за ваших менеджеров. Однако, при самом обычном контроле со стороны руководителя за выполнением плана мероприятий, составленного участниками на тренинге, результат будет сохранен надолго.

Преимущества этой программы

> Мы уверены, что ваши инвестиции в обучение окупятся в срок менее, чем 25 дней (это среднее время, озвученное участниками тренингов в прошлом году).

> Автор программы сам более 13 лет работал в продажах менеджером и руководителем, поэтому в тренинге нет никакой «воды» и общей теории. Все лаконично и по делу.

> В среднем, участники тренингов говорят, что возьмут в работу 9 из 10 предложенных техник.

> Важнейшая ценность тренинга в том, что участники охотно развивают опыт и навыки обучения самостоятельно, без надзирания со стороны руководства. Мы называем это «длительный эффект» применения.

> **Целостный подход к продажам**. Это не просто набор способов «заговорить» и «уболтать» клиента купить. Этот тренинг не учит «впаривать». Курс помогает выстроить четкую, сильную систему работы с клиентом, которая максимально комфортна продавцу и покупателю. Именно так клиенты хотят, чтобы вы им продавали.

В результате: вы убедительнее конкурентов, у вас в разы меньше возражений, выросла скорость заключения сделки, клиент чаще готов заплатить вашу цену.

Авторская программа

Программа тренинга «Продайте мне слона»

Под «клиентом» в программе понимается лицо, контактирующее с поставщиком, которое может иметь самые разные должности: от менеджера по закупкам и вплоть до генерального директора, от офис-менеджера и до директора по производству.

Модуль	Содержание
Персонализация продаж. **Как клиент хочет, чтобы вы ему продавали?**	○ Персонализация продажи. 3 ступени в продажах, которые вы обязательно должны пройти к сделке: построение доверительных отношений, выявление потребностей, убедительное донесение решения. ○ Различия между «продавать» и «впаривать» глазами клиента. ○ Принципиальная разница между «вам отказали» и «вас послали». Системный подход к предотвращению последних. **Практическая часть** • Упражнение: отработка сопротивлений клиента вашему предложению.
Профессиональная подготовка к переговорам.	14 составляющих переговоров с клиентом в виде алгоритма: ○ какую информацию получить до переговоров; ○ как её обработать; ○ как сформулировать цели переговоров; ○ как убедительно аргументировать; ○ как подготовится к возражениям клиента; ○ как уступать в случае необходимости; ○ какие встречные уступки требовать у клиента.
Чек-лист переговоров с клиентом.	○ 3 блока и 48 элементов переговоров, которые определяют результаты контакта с клиентом. Для применения в повседневной работе со сложными клиентами.

	○ Разбираем ошибки, которые свойственны даже опытным продавцам, на которые клиенты указывают чаще всего. **Практическая часть** • Упражнения: переговоры со сложным клиентом в ситуации большого числа конкурентов. Переговоры в парах поставщик/клиент с последующим детальным анализом переговоров всей группой с помощью чек-листов по 48 параметрам.
Ваш продукт и цена – это не все потребности клиента. Как распознавать его реальные интересы?	○ 3 зоны интересов клиента: личные, корпоративные, взаимные. Какие инструменты применять, чтобы проработать каждую из них? ○ Подробный портрет покупателя (например, закупщика). За что его штрафуют, за что поощряют? Как этим пользоваться? Как его личная и профессиональная мотивация влияет на выбор предложения поставщика? ○ Закупочный центр. Кто действительно принимает решение о закупках вашей продукции в компании клиента? Как продавать всем участвующим в закупочном центре? Как работать с их противоречиями? **Практическая часть** • Упражнение на описание закупочных центров ваших клиентов и технологий работы с ними. • Упражнения: предложение «сложному» клиенту, выявление реальных потребностей покупателя и закупочного центра. Переговоры в парах поставщик/клиент с последующим детальным анализом переговоров всей группой с помощью чек-листов по 48 параметрам.
Почему клиент должен вам доверять? Умение наладить контакт и доверительные отношения.	○ Способы расположить к себе «сложного» клиента. Карта решений. ○ Что с точки зрения клиентов (руководителей и линейных сотрудников) характеризует профессионального продавца, и что в поставщиках бесит? Результаты опроса более 100 компаний B2B сегмента. ○ Набор лучших техник, которые помогают произвести первое доверительное впечатление с помощью голоса, речи и правил установления контакта. **Практическая часть** • Упражнения: первый контакт с клиентом в ситуации большого числа аналогичных вашему предложений. Переговоры в тройках: поставщик / клиент / наблюдатель с последующим детальным анализом переговоров всей группой с помощью чек-листов по 48 параметрам.
Выявление потребностей. Как клиенты хотят, чтобы вы это делали.	○ Инструменты для выявления потребностей клиента, который не хочет общаться. ○ Карта «алчности закупщика» – самая полная карта из 35 критериев и 160 факторов, которые клиенты могут учитывать при сравнении поставщиков и выборе наиболее выгодного предложения. Лучшие продавцы продают в среднем 20 факторов из 35, средние продают 5-6. Что продаете вы, а что нет? ○ Эмоциональные факторы выбора поставщика. Карта, помогающая строить отношения со сложными клиентами, когда ваше предложение идентично конкурентам. **Практическая часть** • Упражнения: отработка выявления потребностей в ситуации входящего или исходящего звонка в случае, когда клиент не расположен вести диалог. Переговоры в парах поставщик/клиент с последующим детальным анализом переговоров всей группой с помощью чек-листов по 48 параметрам.

Уверенное донесение преимуществ своего предложения.	○ Самая мощная на сегодняшний день двухпозиционная техника аргументации – «ФО». Наиболее убедительная с точки зрения клиентов техника раскрытия преимуществ вашего предложения. **Практическая часть** • Упражнения: формирование убедительных аргументов в пользу своего предложения и их отработка. Проверка на «искренность» и убедительность с точки зрения покупателей.
Предвосхищение возражений, уход от них и работа с ними.	○ 18 причин, почему клиент требует от вас самую низкую цену. Как уверенно этому противостоять? ○ Отработка возражений по системе ARCA. Перевод отработки возражений из оспаривания в конструктивный диалог. ○ Авторская техника и 64 готовых аргумента для преодоления возражений: - у вас дорого, - у нас уже есть поставщик, - у вас то же самое и ничем не отличается, - нам сейчас не надо, - ну, пришлите ваше предложение на почту. **Практическая часть** • Отработка причин возникновения ложных возражений категории «Дорого». Как бороться с ложью закупщика. • Упражнения на преодоление возражений. Переговоры в тройках: поставщик / клиент / наблюдатель с последующим детальным анализом переговоров всей группой с помощью чек-листов по 48 параметрам.
Глазами клиента – как покупатель управляет вами на переговорах.	○ Основные манипуляции, приемы давления и ведения переговоров, которые применяет клиент. Как противостоять этим манипуляциям в переговорах? **Практическая часть** • Проработка манипуляций, которые использует клиент и методов борьбы с ними.
Тренинг закончился. Что делаем на рабочих местах?	• Составление плана мероприятий для каждого участника на ближайший месяц. Что конкретно нужно воплотить в работе. • Работа с чек-листами. По ходу тренинга на участников упражнений заполняются чек-листы с проверкой более 48 элементов продажи – что было сделано, а что нет. Корректировка слабых мест, которые показали чек-листы на рабочих местах.

Формат проведения

Для тренинга предусмотрены 2 формата проведения.

> **2 дня по 8 часов.** В двухдневной программе теория/практика = 40/60%. Т. е. практики с её анализом около 9,5 ак. часов. Полноценный тренинг с оптимальным сочетанием практики и теории.

> **3 дня по 8 часов.** В этом случае теория/практика = 30/70%. Этот вариант предполагает наиболее мощную практическую отработку инструментов и больший, по сравнению с 2-хдневной программой, арсенал закрепляющих навыки практик.

Каждый модуль тренинга включает в себя:

> Концентрированную теоретическую часть в виде интеллект-карт, схем и таблиц. Наглядных и запоминаемых.

> Упражнения на отработку задач модуля. Упражнения «купли – продажи» проводятся в парах, остальные в группах. Все упражнения детально разбираются на предмет реализации на практике этапов переговоров со сложными клиентами.

> Пошаговый анализ результатов упражнений. Более 40 элементов, влияющих на достижение результата переговоров, учитывается в каждом упражнении и анализируется с помощью чек-листов для дальнейшей корректировки в повседневной работе с клиентами.

> Интерактивную часть – разбор реальных клиентов и переговоров участников тренинга.

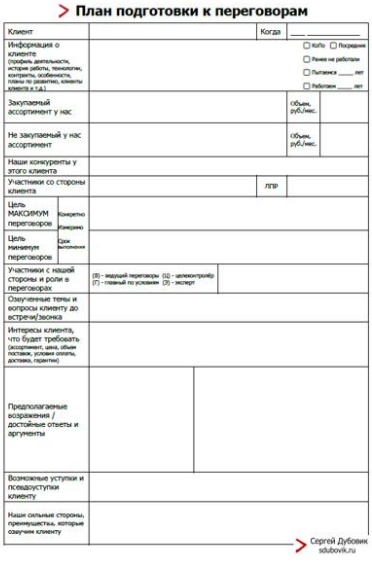
Материалы и сама программа построены таким образом, чтобы все знания и опыт, который участники получат в ходе тренинга, надолго закрепились в их памяти и в течение длительного срока использовались в работе. Поэтому, например, в тренинге нет увеселительных разминок и развлекательных упражнений.

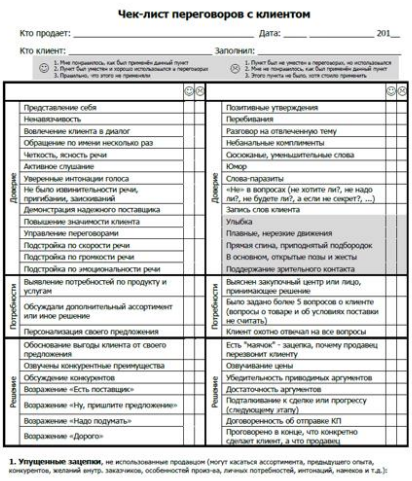
Инструменты для применения после тренинга

После тренинга у вас на руках будет проработанный комплект материалов для каждодневной работы с клиентами:

> план подготовки к переговорам,
> чек-лист переговоров,
> сводный лист инструментов воздействия на поставщиков, применяемых клиентами;
> полная карта факторов выбора и оценки поставщиков, используемую клиентами;
> карты работы с самыми сложными возражениями и готовые аргументы в вашу пользу;
> карта построения эмоциональных и доверительных отношений с клиентом;
> и другие.

Даже применение трети инструментов этого комплекта в работе, помогает окупить вложения в обучение.





Приемы влияния на поставщиков

>3 золотых правила

>Никакого одобрения, энтузиазма, только скептицизм
> Как можно больше негативных эмоций
> Всегда требовать невозможного
> Обещать исключить из акций или внутреннего продвижения
> Ссылаться на третье лицо
>Держать паузу
> Если
> Отправить думать над лучшими условиями
>Ссылаться на урезанный бюджет
> Запросить завышенный / заниженный объем
>Недоступность
> Остановка отгрузок, сокращение ассортимента
>Плохой и хороший полицейский

Ссылка на видео с тренингов продаж.
И ещё одна.

Стоимость

Стоимость тренинга зависит от нескольких факторов:

- Размера группы. Очень большие группы нужно разделить на меньшие – максимум 21 человек в группе. Оптимальное число участников – 12 человек;
- Места проведения. При проведении тренинга за пределами Санкт-Петербурга возникнут небольшие дополнительные затраты на перелет и проживание тренера;
- 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 (812) 407-37-61 или отправить краткий запрос по адресу: sd@sdubovik.ru.

Наиболее популярные пакеты проведения тренингов

Для проведения тренинга в вашей компании мы предлагаем выбрать один из пакетов, наиболее часто заказываемых на сегодняшний день, либо сформировать свой, более полно удовлетворяющий вашим целям.

1. Пакет **«Полный».** Это полноценный тренинг, включает всё необходимое для высококлассного обучения, без дополнительных работ по посттренинговому сопровождению. В нем есть всё необходимое для выполнения ваших задач по повышению эффективности сотрудников.

2. Пакет **«Расширенный».** Это пакет с дополнительным однодневным аудитом отдела продаж и посттренинговым сопровождением участников. Он включает проведение одного (или по запросу двух) однодневного тренинга для закрепления результатов и фиксации полученных навыков. Этот пакет позволяет добиться наилучших результатов в применении участниками полученных знаний и навыков в повседневной работе.

Что входит в стоимость	**Пакет «Полный»**	**Пакет «Расширенный»**
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 о группе в целом в форме рекомендаций.	+	+
Письменные рекомендации по каждому сотруднику (сильные, слабые стороны, направления развития).		+
Закрепление результатов после проведения тренинга		
Тестирование персонала через 2-4 недели после проведения тренинга (проведение квалификационных упражнений и разбор сильных сторон и ошибок).		+
Проведение однодневного тренинга через 2-4 недели для закрепления полученных навыков + проработка 2-х новых тем.		+
Комплект из 10 майнд-карт по тематике тренинга.		+
Дополнительно: тестирование персонала через 1-2 месяца после проведения тренинга (проведение квалификационных упражнений и разбор сильных сторон и ошибок).		По запросу*
Дополнительно: проведение дополнительного однодневного тренинга через 1-2 месяц для закрепления полученных навыков + проработка ещё 2-х новых тем.		По запросу*

* - при выборе этих блоков стоимость пакета будет выше.

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 только учим, а принуждаем (в хорошем смысле этого слова) действовать. Мы не просто даем готовые приемы – мы заставляем думать, делаем гибкими, учим самостоятельно находить решения в каждой индивидуальной ситуации.

2. Точечная специализация тренингов.

Второе преимущество – **концентрация и специализация на узкой сфере бизнеса**. Программа тренингов построена с ориентацией на компании B2B сектора, включает более сотни примеров и кейсов с их успешными решениями и ошибками, поэтому дает действующие и конкретные техники и приемы.

3. Быстро окупаемые.

Третье преимущество – **быстрая окупаемость вложенных в обучение средств**. По итогам опросов прошлого года, средняя окупаемость вложений в корпоративный тренинг составила 11 дней.

Кроме этого:

Факт	Результат для вас
Опыт проведения тренингов с 2002 г.	**Сильная программа.** Вы получите испытанный и выверенный комплекс техник и методов. У вас будут тщательно проверенные на более, чем 10000 участниках инструменты и приемы, которые дадут вам видимый результат.
Почти 10 лет автор программы совмещал проведение тренингов и практическое управление продажами и закупками.	**Проверено на практике.** Автор программы параллельно совмещал обучение сотрудников и руководителей коммерческих отделов и практическое руководство продажами и закупками. Это позволило оставить в тренингах только те методики, которые действительно применяются в ежедневной работе и приносят долгосрочный эффект.
Особая компоновка программы + сформированный участниками для себя план работ на 1 месяц.	**Длительный эффект + инструмент контроля.** По окончании тренинга остается не только знания, опыт и раздаточный материал, но и конкретные дела, которые нужно сделать. В любой момент времени вы сможете отслеживать что уже внедрили в работу сотрудники и, как следствие, эффективность тренинга. Выполнение составленного по итогам тренинга плана мероприятий будет помогать в этом.
Личный опыт работы автора программы коммерческим директором, директором по продажам, директором по закупкам.	**Объемная картина закупок как системы.** Ваши менеджеры получат самую объемную картину управления продажами, заключения сделок и ведения переговоров. Это сделает их непохожими на конкурентов, придаст им профессионализма в глазах оппонентов, позволит легче и быстрее приходить к нужным соглашениям, быстрее добиваться результата.

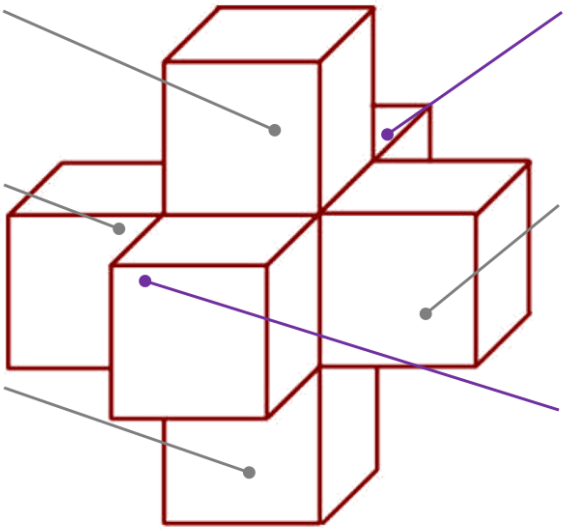
6 компонентов каждого тренинга «Больше»

Объемный подход и создание целостной системы знаний и навыков участников

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

С точки зрения закупок.
Для того, чтобы сокращать затраты и понимать, как действительно клиент делает свой выбор.

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



Примеры и опыт реальной практики российского и западного бизнеса.
Для того, чтобы вы могли перенимать проверенные решения и не допускать чужих ошибок.

С точки 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.

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

Из-за того, что сам пожинал плоды обучения и подготовки своих сотрудников, материалы, упражнения и приемы, разбираемые на тренингах, прошли естественный отбор, были избавлены от «воды», дополнены действительно полезными упражнениями. Всё работает на две цели – тренинг должен давать видимый результат, а участники должны применять полученные знания и навыки длительное время после окончания обучения.

Три принципа проведения моих тренингов:
1. Относиться к участникам, как к своим сотрудникам, от итогов обучения которых зависит общий успех нашей компании. Поэтому тверд и требователен к каждому.
2. Давать участникам целостную систему, а не просто приёмчики и фишки. Сделать их набор рабочих инструментов адаптивным, результативным и применимым.
3. Вдохновлять, превосходить ожидания. Я фанатично люблю свое дело и отдаю ему себя целиком и полностью.

Знаю главные секреты, которые используют против вас клиенты. Автор книги «Закупки на 100%». Автор работ для изданий: «Коммерческий директор», «Генеральный директор», «Управление продажами», «Промышленный маркетинг», «На стол руководителю», «Деловой Петербург», «Клуб продажников» и др.
Некоторые из статей по продажам и управлению: http://sdubovik.ru/materials/

Высшее техническое образование:
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 маркетингу (управление закупками и продажами), директор по закупкам (Россия, Европа, Азия).

Отрасли профессиональной деятельности:
Строительные материалы, упаковочные материалы, товары для дома, оборудование, мебель, продукты питания, фаст-фуд.

Компании: McDonald's, A.D.M., 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 на новой территории.

Дважды с нуля создавал отделы маркетинга в B2B компаниях, которые несли на себе роль управления закупками и продажами. Руководил выведением на рынок новых продуктов, ценообразованием и ассортиментной матрицей компаний (свыше 3600 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.

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.
Ведущий программ MBA в области закупок, маркетинга, оперативного и стратегического управления.

Записи видео с тренингов. Отзывы и результаты тренингов.

Более 250 компаний, для которых проводились тренинги и консалтинговые проекты:

Производственные предприятия: Knauf, Rehau, КамАЗ, General Motors, Технониколь, Mazda Sollers, Hyundai, ОМЗ Спецсталь, TPV Technology, Тольяттиазот, AGC Asahi Glass Company, Север – Метрополь, Lietpak, Isku Interior Oy, Башнефть-Добыча, K-FLEX, Лукойл, Ремикс, Квадра Принт, Арзамасский МЗ, PlazaReal, НПО Аконит, Федеральная Сетевая Компания, Металлопродукция, Askona, Северная компания, Kronospan, Арлифт, Калория, Паровые системы, Takeda Pharmaceutical, Славнефть, Эконива, Балтмедбизнес, Разгуляй, Helukabel, Евромонолит, Колпинский МЗ, Doka, Гавриш, ГЕА, Русские краски, LafargeHolcim, TURK, Барьер, ТАУ Нефтехим, Стерлитамакский НХЗ, Abi Product, Спецсинтез, MC-Bauchemie, Praxair, Белая птица, Danfoss, Armstrong, Капитан, РОК-1, Vogel&Noot, Palfinger, Клевер Ростсельмаш, Ангстрем, Lesaffre Саф-Нева, A&R Carton, Купеческий ряд, ТатАСУ (ТатНефть), Мираторг, Magna International, …

Дистрибуция: Самсон – Офисмаг, ЗАО Парфюм, Комплекс Бар, Welltex, Авитон, Голд-Пак, Baltic Master, A1 Пласт, Коммуникации, U2B, Стройинвест, Эстелайф, Гидромонтажкомплект, АЮСС, Вестмедика, Шамса-холдинг, Ева трейд, Анима-трейд, Строймашсервис, Белкантон, Кентек, Мелон, Экотайм, Канцоптторг, Сантехкомплект, Всё для камня…

Розница: Guess, Домовой, Mustang, Леонардо, Cacharel, Самбери, Tom Tailor, Adilisik, ЛУУК, DiJeans, Saint-Germain, Лукошко, Квартал, Любимый, Русский аппетит, Хозтоварищ, Эксперт, Бубль-Гум, Восток-Сервис, Ароматный мир …

Сервис, работы и услуги: МТС, Мегафон, Билайн, Rhenus Logistic, Militzer & Münch, Балтстрой, РТСофт, Акрон, «РЖД» Северо-Западная ДСС, The American Jewish Distribution Committee, телеканал СТС, Крафттранс, Акрон, TELS, ГКС Казань, STA Logistic, Интерсвязь, Мастеровит, PVG, …

Бизнес-школы: SRC, Финконт, Высшая Школа Экономики, Мастер-Класс, Moscow Business School, СПбБГТУ, …

Контактная информация:
Сергей Дубовик • +7-911-211-3685 • sd@sdubovik.ru • http://sdubovik.ru/

{Бо>ьше}
Тренинги и консалтинговые проекты
Увеличение объема продаж и числа клиентов
Алгоритм активных продаж
Продайте мне слона
Продажи сетевым клиентам
Телефонные продажи. Экстрауровень
Переговоры от "НЕТ" к "ДА"
Продажи крупных контрактов
Управление отделом продаж
Управление дебиторской задолженностью
Управление продажами дистрибуторов и дилеров
Суперпродавец. Активные розничные продажи
Сокращение затрат, улучшение закупочных цен
Закупки на 100%
Управление поставками и запасами
Практикум переговоров по закупкам
Категорийный менеджмент
Эффективное управление закупками предприятия
Усиление конкурентоспособности
Ценообразование
Маркетинг продаж
Лояльность клиентов, клиентоориентированность компании
Управление ассортиментом
Технологии высококонкурентных продаж
Результативное управление
Апгрейд руководителя
Целедостижение
Управление отделом продаж
Коммерческий директор. 20% компетенций, дающих 80% результата
Тайм-менеджмент для отделов продаж и закупок
Сергей Дубовик
sdubovik.ru