

# ТРЕНИНГ ЦЕНТР "IMGP"



## Коммерческое предложение по проведению тренинг - сессий:

1. "Территориальный менеджмент"
2. "Базовые навыки продаж"
3. "Практический маркетинг"
4. "Собеседование. Этапы. Оценка компетенций. Методика "STAR""



По Вашему запросу будет разработана оптимальная индивидуальная программа обучения сотрудников с учетом специфики деятельности

Компании  
(Rx, OTC, БАД)

**2018**

## **О тренере: Пронский Александр Викторович**



**Бизнес-тренер, управленец-практик, внештатный преподаватель CITY BUSINESS SCHOOL**

Опыт тренерской и консультационной работы – 13 лет. Опыт управления персоналом – 13 лет.

*Убежден в том, что человек, который проводит бизнес-тренинги, обязан сам быть практиком, быть и жить в реальной бизнес-среде*

### **Опыт работы**

2005 - 2007 Супервайзер команды ОТС, внутренний тренер отдела продаж POLPHARMA

2007 - 2008 Менеджер по Rx - продуктам, внутренний тренер отдела продаж «PLIVA»

2008 - 2009 Маркетинг - менеджер, внутренний тренер отдела продаж «Лайфскэн, Джонсон&Джонсон»

2009 - 2010 Старший менеджер по продуктам, внутренний тренер отдела продаж «BC PHARMA»

2010 - 2011 Маркетинг - менеджер, внутренний тренер отдела продаж «PROMO-MED»

2011 - 2013 Директор по маркетингу и продажам, внутренний тренер отдела продаж «CANONPHARMA»

2013 - 2015 Директор по маркетингу и продажам, внутренний тренер отдела продаж «TESCOM»

2015 - 2017 Директор отдела маркетинга, внутренний тренер отдела продаж

АО "Фарм - Синтез"

10.2017 - по настоящее время - Коммерческий директор группы компаний «I'm Guide»

### **Практика**

Разработка и успешное воплощение тематических тренингов для отделов маркетинга и продаж фармацевтических компаний

### **Стиль работы:**

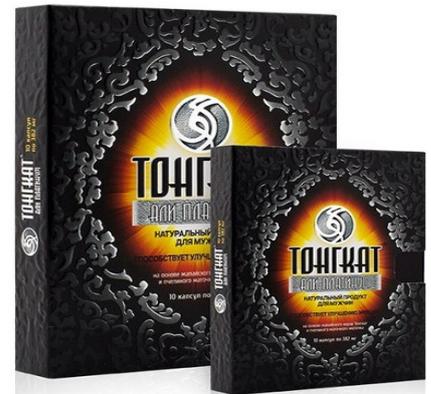
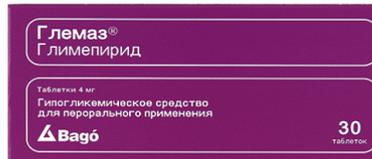
Структурность и последовательность материала.

Обязательная привязка к опыту. «Вживление» знаний.

Эмоциональное «якорение» идей и концепций.

# История успеха

## Основные бренды Компаний, в коллективах которых прошли тренинги:



## Программа тренинга "Территориальный менеджмент"

### Акценты курса:

- Основы организации и развития бизнеса в регионе на примере существующих продуктов или лонча нового продукта
- Внедрение системного подхода в работе с клиентами (врачами, аптеками, opinion leaders и т.д.) путем правильной организации работы подразделения продаж компании
- Отработка основных управленческих навыков, необходимых для успешного (результативного) руководства подчиненными, продающими продукцию компании

### 1. Анализ потенциала территории

- Анализ рынка, возможностей и конкурентных преимуществ Компании (SNW – анализ, SWOT – анализ)
- Платформа продаж как инструмент оценки охвата территории и позиций, занимаемых Компанией в различных сегментах рынка: клиенты, перспективы и контакты
- Определение ключевых клиентов и ключевых перспектив развития

### 2. Создание территориального плана развития бизнеса

- Постановка финансовых целей (SMART) и задач по территории
- Составление карты дистрибьюции
- Расчет и предложения по региональному бюджету (количество, стоимость и время проведения специальных региональных мероприятий, желаемое количество представителей, суммы и действия, необходимые для работы с OL, AC и дистрибьюторами)
- Разработка дизайна территориального покрытия региона, т. е. оптимизация распределения представителей по рабочим территориям в зависимости от потенциала самой территории и целевых групп клиентов, расчет необходимого количества представителей и необходимых им материальных ресурсов
- Выбор активностей и расстановка приоритетов
- Составление бизнес плана по управлению территорией на отчетный период (месяц, квартал, цикл, год) с P&L
- Отчет и контроль исполнения

### 3. Организационная работа с персоналом

- Диагностика персонала. Алгоритм анализа и оценки подчиненного
- Особенности проведения беседы по постановке целей и задач сотрудникам различного уровня зрелости
- Правила нематериальной мотивации персонала
- Качественная обратная связь о понимании сотрудником поставленных целей и задач, а также об их выполнении/невыполнении
- Организация и проведение рабочих совещаний
- Правила делегирования: Что? Кому? Как?
- Организация административной работы — объявление порядка сдачи отчетности, контроль за своевременностью и правильностью ее заполнения, предоставление региональной отчетности (в том числе и финансовой) и планов вышестоящему руководству

### 4. Построение региональной дистрибьюции

- Взаимодействие с филиалами дистрибьюторов
- Взаимодействие с региональными аптечными сетями
- Образовательные семинары / конференции
- Цикловая книга продаж. Индивидуальные визиты

### 5. Измерение эффективности территориального менеджмента

- Мониторинг объема продаж и расходов по сравнению с запланированными
- GAP - анализ
- Формирование долгосрочной стратегии продвижения продукта на территории

**Методы обучения:** Эффективное планирование позволяет увидеть свою деятельность в целом, ее смысл, сделать усилия и действия на территории осознанными и планомерными.

Индивидуальная практическая работа над планами участников – в итоге к концу тренинга у каждого участника есть черновик своего бизнес-плана, который остается доработать в зависимости от специфики региона

**Продолжительность тренинга:** 20 академических часов.

**Формат:** 2 дня, с 10.00 до 18.00.

**Стоимость тренинга:** 200 000 рублей за 2 дня тренинга.

В случае выездных тренингов расходы на перелеты, проживание и трансферы для бизнес-тренера – за счет принимающей стороны.

## Программа тренинга "Навыки продаж"

### **1. Вводная часть:**

- Цели, задачи, план тренинга, правила работы, формат работы, ожидания участников
- Разогревающее упражнение

### **2. Установочная часть. Консультативные клиентоориентированные продажи:**

- Понятие клиентоориентированных продаж. Цикл принятия решения клиентом

### **3. Как действовать шаг за шагом для совершения продажи:**

- Структура контакта с клиентом в процессе продажи
- Этапы продажи и принятия клиентом решения

### **4. Как готовиться к встрече с клиентом:**

- Что нужно знать продавцу для успешной работы
- Какую информацию о клиенте и где собрать до встречи с клиентом
- Что подготовить к встрече, и что уточнить у клиента перед встречей

### **5. Установление позитивного доверительного контакта по телефону и на встрече:**

- Подстройка голосом, лексикой, установление диалога. Успешное невербальное общение
- Варианты начала разговора: стандартные и нешаблонные, техника комплимента
- Техника малого разговора

### **6. Выявление потребностей клиента. Ориентация в клиенте:**

- Вопросы как ключевой инструмент выявления и формирования потребностей
- Типы вопросов, техника SPIN, специфичные для отрасли и конкретного продукта
- Как выявить потребности клиента ненавязчиво и сохранять диалог
- Техники активного слушания, чередование вопросов и элементов презентации

### **7. Клиентоориентированная презентация:**

- Правила успешной презентации. Структура презентации и ее наполнение
- Приемы усиления презентации
- Как работать с презентационными материалами
- Техника «Свойство-Преимущество-Выгода»
- Позитивная лексика
- Правильное представление цены в сложных продажах

### **8. Как преодолевать возражения клиента:**

- Природа возражений, виды возражений
- Техники профилактики возражений
- Алгоритм работы с возражениями «Принять-Прояснить-Ответить-Проверить»
- Типовые возражения и ответы на них; практическая отработка полного алгоритма работы с возражениями, с которыми сталкиваются продавцы в каждодневной работе

### **9. Как завершать сделку:**

- Сигналы от клиента о готовности совершить сделку
- Подведение клиента к завершению продажи - базовые техники закрытия сделки
- Алгоритм завершения продажи

### **10. Завершение тренинга:**

- Собирающее и закрепляющее упражнение
- Подведение итогов и обратная связь
- Планирование участниками развития базовых навыков продаж

### **Формы работы на тренинге:**

- Упражнения, ролевые игры, видеоанализ с обратной связью
- Интерактивная теория (подача и объяснение схем и алгоритмов, ответы на вопросы)
- Просмотр видеофрагментов, групповые дискуссии, кейсы, работа в тройках

### **Преимущества программы:**

- Каждая тема отрабатывается на практике, в ролевых играх, в контексте реальных ситуаций
- Теоретические аспекты темы транслируются интерактивно, на основе проблематизирующих и моделирующих ролевых игр, демонстраций, групповых дискуссий и обсуждений и т.д
- В ходе тренинга может использоваться видеозапись ролевых игр с целью проведения видеоанализа с обратной связью
- Программа глубоко кастомизируется. До тренинга в ходе диагностики собирается материал для наполнения кейсов по специфике работы обучаемых участников, который используется в кейсах, ролевых играх, примерах в речи тренеров и в рабочих тетрадях
- После обучения все материалы, наработанные «до» и «в процессе» обучения, передаются компании-Заказчику для дальнейшего использования в работе и последующем обучении, в создании базы знаний.

**Продолжительность тренинга:** 20 академических часов.

**Формат:** 2 дня, с 10.00 до 18.00.

**Стоимость тренинга:** 200 000 рублей за 2 дня тренинга.

*В случае выездных тренингов расходы на перелеты, проживание и трансферы для бизнес-тренера – за счет принимающей стороны*

## Программа тренинга "Практический маркетинг"

### Акценты курса:

- Разработка структуры маркетингового плана в соответствии с целями, задачами Компании/Business Unit
- Разбор специфики планирования для различных сегментов рынка
- Понятное донесение маркетинговой стратегии до FF
- Развитие навыков по защите маркетингового плана, рассмотрение типовых ошибок

### 1. Практический маркетинг как источник прибыли компании

- Стратегическое планирование – принципиальный алгоритм
- Оценка рынка и точек роста продаж продукта
- Ценообразование. Эластичность потребления/цены. Подходы к разработке ценовой стратегии
- Каналы дистрибьюции и их менеджмент
- План продаж (общий, по группам\подгруппам и по каждому SKU), маркетинговый бюджет
- Совершенствование навыков оптимизации расходов. Рентабельность проектов.
- P&L \ Маржинальный доход

### 2. Стратегия продвижения продукта (STEP)

- Постановка целей (SMART)
- Сегментация и целевые группы
- Маркетинг-микс, выбор эффективных методов для продвижения
- Анализ конкурентного предложения в выбранном сегменте
- Понятие пациентской модели
- Алгоритм позиционирования и создания ключевых сообщений, понятные потребителю и FF
- Цикличность продвижения, приоритезация, управление портфелем
- Выбор и разработка нужного типа промоционных материалов, их тестирование

### 3. Принципы успешной коммуникации с FF

- Подсчет и определение FTE полевых сил и приоритетных региональных рынков
- Определение коммуникационных целей
- Продакт - файл
- Подготовка тренинга / презентационных материалов для FF

### 4. Технологии и инструменты в продвижении продукта

- PR-кампания (работа с разными типами медиа, вкл. социальные). Составление примерной промоционной кампании собственного продукта
- Этичные способы продвижения продуктов
- Образовательные семинары / конференции
- Цикловая книга продаж. Индивидуальные визиты

### 5. Измерение эффективности маркетинга \ Контроль

- Целевые параметры и критерии оценки успешности
- Система мониторинга проектов, бюджетов, сроков, KPIs (вкл. процедуры внесения изменений\корректировок в действующие планы\сроки\бюджеты\проекты\KPIs)
- Маркетинговый аудит
- План действий в случае непредвиденных обстоятельств

**Методы обучения:** тренинг основан на интенсивной работе, состоящей из активной проработки маркетинговых технологий, развивающих упражнений, групповых дискуссий, бизнес-симуляций, обмена опытом и обратной связью со стороны участников и тренера

**Продолжительность тренинга:** 30 академических часов.

**Формат:** 3 дня, с 10.00 до 18.00.

**Стоимость тренинга:** 300 000 рублей за 3 дня тренинга.

В случае выездных тренингов расходы на перелеты, проживание и трансферы для бизнес-тренера – за счет принимающей стороны

# **Программа тренинга "Собеседование. Этапы проведения. Оценка компетенций. Методика "STAR".**



## **Задачи обучения**

- Изучить основы подготовки к собеседованию;
- Овладеть техниками взаимодействия с соискателем;
- Освоить методики диагностики личных и профессиональных качеств кандидата;
- Научиться проводить профессиональное интервью.

## **В программе тренинга:**

### **1. Подготовка к проведению собеседования**

- Цели и задачи собеседования;
- Кто должен проводить собеседование и кто принимает в нем участие;
- Нюансы обстановки встречи;
- Необходимая документация, формы анкеты и опросных листов;
- План встречи, план-схема собеседования;
- Портрет должности или что Вы ожидаете от кандидата.

### **2. Как разговаривать с соискателем**

- Техника задавания вопросов;
- Открытые и закрытые вопросы;
- Как слушать и слышать ответы;
- Интонации разговора: нюансы голоса;
- Жесты и язык тела.

### **3. Как определить, подходит ли нам кандидат?**

- Техника STAR при подборе персонала (Situation – Task – Action – Result)
- Способы проверки результативности;
- Способы проверки знаний и навыков;
- Способы проверки личных качеств;
- Способы проверки мотивации;
- Примеры речевых модулей .

## **Профессиональное интервью**

- Особенности проведения стрессового интервью;
- Нетрадиционные методы отбора;
- Когда и как правильно презентовать свою компанию;
- Нестандартные ситуации; техника безопасности при работе с людьми;
- Какие факторы влияют на принятие решения о приеме соискателя на работу?
- Как отказать соискателю по результатам разговора; примеры разговорных модулей ;
- Как правильно закончить встречу;
- Возможные ошибки при проведении собеседования.

**Продолжительность тренинга:** 20 академических часов.

**Формат:** 2 дня, с 10.00 до 18.00.

**Стоимость тренинга:** 200 000 рублей за 2 дня тренинга.

В случае выездных тренингов расходы на перелеты, проживание и трансферы для бизнес-тренера – за счет принимающей стороны