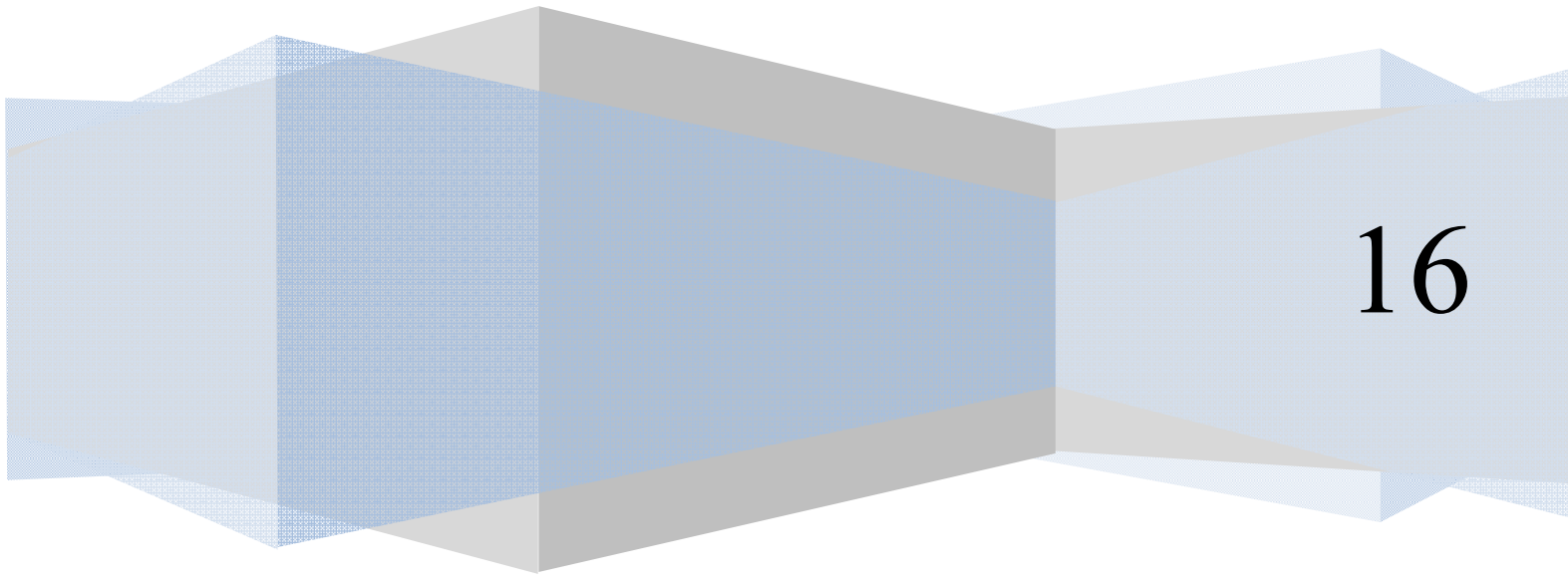


АНО МИПМ

**МЕНЕДЖЕР ПО
ТЕКУЩИМ
ПРОДАЖАМ И
ОБРАБОТКЕ ЗАКАЗОВ**
план-проспект курса

Горобченко С.Л.



16

КУРС МЕНЕДЖЕР ПО ТЕКУЩИМ ПРОДАЖАМ И ОБРАБОТКЕ ЗАКАЗОВ

До сих пор работа менеджера по текущим продажам и обработке заказов рассматривается как внутренняя и достаточно простая работа тылового офиса продаж. Считается, что для нее достаточно иметь общее представление о работе менеджера по продажам. Курс раскрывает особенности работы менеджера по текущим (не проектным) продажам и обработке заказов на основе практического опыта многих известных компаний и позволяет добиваться профессионализма и лучших результатов в работе.

ЧТО ДАЕТ ЭТОТ КУРС?

Уходят в прошлое многие принципы, которыми руководствовались продавцы прошлого. Нововведения, которые так неоднозначно воспринимались вначале, позволили менеджерам практиковать и новые принципы ведения продаж. Реинжиниринг процессов продажи и бизнес-процессов становится неотъемлемой частью программ развития компаний, если они хотят угнаться за временем.

На повестке дня стоят такие новые способы ведения бизнеса, как переход к торговле под маркой торговой сети, уход от фирменных наименований и маркировок, диктат цен корпоративными клиентами, захват интернетом все более далеких от информатизации отраслей, переход многих товаров в разряд массовых, резкое сокращение жизненного цикла товара, переход к клиентской экономике, где большую часть способностей компаний, продающих товары, определяет клиент.

Новые управленческие технологии позволили разрабатывать новые лучшие продукты, производить качественно и с наименьшими затратами, значительно сократить уровень товарно-материальных запасов и уменьшить потери, оперативно выписывать заказы и быстро реагировать на проблемы.

Роль менеджеров по продажам и руководителей низового звена начала пересматриваться. Они все меньше должны были оставаться автономными сотрудниками и руководителями малых участков, а должны становиться командными игроками, задачи которых ставились исходя из бизнеса в целом. Интернет оказал огромное влияние на интеграцию потребителей, поставщиков, и их партнеров, особенно в части интеграции дистрибьюторской сети, и дал возможность формирования виртуальных интегрированных организаций, сотрудники которых могут быть разделены как в пространстве, так и во времени.

Критическое место в эффективности работы компаний в клиентоориентированной экономике начинают приобретать операции, отдельные бизнес-процессы и их соответствие таковым у клиента. Так, модификации оборудования часто приводят к череде ошибок, а каждый запрос провоцирует кризисную ситуацию. Создание оргструктур и следование выполнению годового бюджета по мероприятиям отдалило многие отделы, отвечающие за операции, от реального результата.

Ориентация на совершенствование бизнес-процесса для улучшения взаимодействия клиента позволяет:

- на 60-90% снизить продолжительность цикла заказа;
- на 25% увеличить число идеально выполняемых заказов точно в срок и без задержек;
- на 80% снизить затраты на выполнение закупочных операций;
- на 90% снизить их продолжительность;
- на 50 - 75% снизить время для вывода нового продукта на рынок.

Способности, которыми Вы должны овладеть при обучении на этом курсе, могли бы состоять в следующем:

1. Концентрировать внимание на полномасштабном бизнес-процессе в ходе которого выполняется заказ.
2. Научиться пониманию своего бизнес-процесса и своей роли в нем, своих коллег или сотрудников.
3. Учиться нести ответственность за бизнес-процессы, их управление и совершенствование.
4. Искать пути к устранению препятствий между отделами, в т.ч. предлагая пути по перераспределению производственных мощностей, клиентов, изменений системы оплаты труда и организационной структуры. Все они должны быть ориентированы на выполнение заказа клиента.
5. Развивать навыки командной работы и общей ответственности.
6. Искать пути снятия стен между функциональными отделениями, старайтесь сделать так, чтобы эти барьеры не превращались в демаркационные линии между бизнес-процессами.
7. Учиться управлять совершенствованием всех аспектов деятельности с точки зрения

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Курс представлен 2 модулями, содержит более 170 стр. текста, более 30 иллюстраций и рисунков и свыше 35 рабочих таблиц. По каждому модулю представлено не менее 2-х кейсов и практических примеров использования представленных моделей и концепций. В курсе демонстрируются методы работы и теоретические модели, характерные для промышленного бизнеса (B2B).

КАК БУДЕТ ПРОХОДИТЬ ОБУЧЕНИЕ

В рамках курса слушатели самостоятельно изучают учебно-методические пособия и стремятся применить учебные материалы в своей практике и профессиональной деятельности. МИПМ обеспечивает тьюторскую поддержку (поддержка самообучения слушателей о стороны преподавателей-консультантов, имеющих большой практический опыт) в обучении на основе специально разработанных учебников. Используются специальные методы организации учебного материала, основанные на дистанционных способах обучения.

Результатом обучения являются практические работы по профессиональной деятельности, которые могут быть согласованы с руководством и в дальнейшем могут служить основой для развития системы управления знаниями в компании.

ПРОГРАММА КУРСА

МОДУЛЬ 1. ОПЕРАЦИИ В РАБОТЕ МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОДАЖАМ

1. Понимание операций
2. Планирование и контроль операций
3. Проектирование операций
4. Управление предоставлением услуг
5. Управление цепочкой поставок
6. Совершенствование операций

МОДУЛЬ 2. ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ В РАБОТЕ МЕНЕДЖЕРА ПО ТЕКУЩИМ ПРОДАЖАМ

1. Рыночная ориентация и клиентоориентированность
2. Ценностное предложение
3. Превосходство в обслуживании потребителей
4. Развитие ключевых взаимоотношений
5. Продажи на основе ценностного предложения и их совершенствование

МОДУЛЬ 3. ЦИКЛ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКАЗОМ

1. Цикл управления заказом
2. Прогнозирование и планирование портфеля заказов
3. Привлечение заказов
4. Договорная работа и ведение договоров

5. Послепродажное обслуживание
6. Совершенствование цикла управления заказом

МОДУЛЬ 4. МЕНЕДЖЕР ПО ТЕКУЩИМ ПРОДАЖАМ И ОБРАБОТКЕ ЗАКАЗОВ

1. Когда начинаются текущие продажи?
2. Эффективные продажи
3. Организация эффективных продаж
4. Организация проведения и обработки заказов
5. Менеджер по ключевым клиентам
6. Стратегия отделов текущих продаж

ПРЕДЛАГАЕМЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ РАБОТЫ

1. Рефераты по проблемам проектных продаж компании на основе практического применения представленных моделей
2. Литературные обзоры по проблемам, важным для практической деятельности компании
3. Курсовые работы по выбранным темам на основе согласования с руководством компании
4. Другие работы (эссе, глоссарии, вопросники шаблоны докладов, презентаций и пр.), важных для формирования знаний компании.
5. Тесты (при необходимости).

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КУРСА

1. Учебно-курсовое пособие
2. Учебно-методический комплекс по самообучению и формированию групп самопомощи
3. Тьюторская поддержка