



CBC ROMANIA
A Training & Consultancy Company

TEMATICA PROGRAMULUI
DIRECTOR VANZARI
COD COR 121018

OBIECTIVELE STRATEGICE SI OPERATIONALE ALE PROGRAMULUI:

Programul are ca obiectiv formarea profesionala la nivel de top management al unui Director de Vanzari astfel incat sa isi insuseasca si sa dezvolte in mod temeinic si indubitabil urmatoarele abilitati:

1. COMUNICARE SI RELATIONARE UMANA SI ORGANIZATIONALA:

- Abilitatea de comunicare si relationare umana si la orice nivel
- Abilitatea de comunicare si de a forma sisteme de comunicare organizationala
- Abilitatea de a vinde intr-un mod profesional orice produs
- Abilitatea de a-si planifica modul in care isi poate gestiona obiectivele strategice, tactice si operationale
- Abilitatea de inductie manipulativa si comportamentala pentru cei din jur
- Abilitatea de a programa atitudinile si comportamentele membrilor echipei sau a celor cu care interactioneaza

******* Abilitatea de a transfera si gestiona toate aceste competente catre membrii echipei sale

2. VANZARE SI NEGOCIERE:

- Capacitatea de a prospecta piata intr-un mod profesional si eficient
- Capacitatea de a urmari etapele procesului de vanzare si de a gestiona relatia pe termen lung cu clientii companiei
- Capacitatea de a folosi intr-un mod profesional tehnicile de argumentare
- Capacitatea de a identifica, demonetiza si manevra obiectiile clientilor si celor cu care interactioneaza
- Capacitatea de a incheia vanzarea in timpul stabilit si de a gestiona relatia cu clientii pe termen lung
- Capacitatea de a folosi tehnici profesionale avansate de incheiere a vanzarii dar si de manevrare a obiectiilor acestora
- Capacitatea de a initia, dezvolta si gestiona o negociere la nivel inalt cu clientii companiei



- Capacitatea de a forma o echipa de negociatori astfel incat sa se poata obtina maxim de rezultate din procesul de negociere.
- Capacitatea de a initia si urmari un plan de negociere si de a gestiona o negociere la un nivel foarte ridicat de complexitate.
- Capacitatea de a identifica si anula efectele folosirii de catre partenerul de negociere a barierelor si capcanelor in negociere.
- Capacitatea de a folosi in relatia cu partenerul de negociere strategiile, tehnicile si tacticile de negociere.

*** Abilitatea de a transfera si gestiona toate aceste competente catre membrii echipei sale

3. MANAGEMENTUL VANZARILOR SI GESTIONARII PERFORMANTELOR ECHIPEI:

- Dezvoltarea abilitatilor de a lucra si gestiona relatia cu membrii unei echipe
- Dezvoltarea abilitatilor de initiere, stabilire si gestionare a obiectivelor strategice, tactice si operationale alocate de companie
- Dezvoltarea abilitatilor de a initia, gestiona si controla activitatea de forecasting a companiei
- Dezvoltarea abilitatilor de planificare a resurselor si actiunilor, organizare a activitatii si membrilor echipei, coordonare a activitatii si a membrilor echipei, de motivare si automotivare si de monitorizare si control strategic a organizatiei si proceselor manageriale
- Dezvoltarea abilitatilor de mentoring si coaching, astfel incat sa puteti maximiza rezultatele obtinute din relatia cu membrii echipei
- Dezvoltarea abilitatilor de formare a unei echipe astfel incat sa aveti control asupra celor cinci etape din procesul de formare al unei echipe
- Dezvoltarea abilitatilor de a initia, organiza, coordona, controla si urmari o sedinta de vanzari
- Dezvoltarea abilitatilor de delegare a sarcinilor si responsabilitatilor si de gestionare a autoritatii in relatia cu membrii echipei

*** Abilitatea de a transfera si gestiona toate aceste competente catre membrii echipei sale



TEMATICA APROFUNDATA A PROGRAMULUI

MODULUL 1. COMUNICARE MANAGERIALA APLICATA IN DOMENIUL VANZARILOR SI AL GESTIONARII ECHIPEI:

CAP.1 PREZENTAREA GENERALA A PROGRAMULUI

- 1.1 Scurta prezentare a programului de instruire
- 1.2 Avantajele care decurg din participarea la curs

CAP. 2 CULTURA ORGANIZATIONALA A COMPANIEI:

- 2.1 Cultura organizationala a companiei
 - Definitie – concept
 - Valorile fundamentale Companiei
 - Misiunea si Viziunea strategica a Companiei
 - Factorii critici de succes ai companiei
 - Obiectivele strategice ale companiei
 - Programarea comportamentului organizational
 - Modelele comportamentale ale angajatilor
 - Atitudinea angajatului
 - Comportamentul angajatului
- 2.2. Valorile individuale ale angajatilor
- 2.3. Misiunea personala si viziunea personala
- 2.4 Factori critici de succes personal
- 2.5 Sincronizarea obiectivelor personale cu obiectivele companiei
- 2.6 Parghiile de monitorizare si control



CAP. 3 PROFILUL DE SUCCES AL UNUI PROFESIONIST:

- 3.1 Calitatile native si dobandite ale unui profesionist
- 3.2. Modelele comportamentale ale angajatului:
 - Profilul personal
 - Profilul profesional
 - Profilul psiho-social
 - Ingredientele succesului
 - Ingredientele esecului
- 3.3 Profilul de succes al unui profesionist
- 3.4 Obligatiile si responsabilitatile angajatului fata de:
 - Companie
 - Familie
 - Sine

CAP. 4 COMUNICAREA PROFESIONALA IN ORGANIZATIE

- 4.1 Limbajul verbal
- 4.2 Limbajul paraverbal
- 4.3 Limbajul non-verbal
- 4.4 Sinergologia sau stiinta interpretarii gesturilor si atitudinilor
- 4.5 Proxemica
- 4.6 Barierele de comunicare
- 4.7 Capcanele in comunicare
- 4.8 Verificarea perceptiei colegilor si sefului

CAP.5 APLICATII ALE PSIHOLOGIEI COMPORTAMENTALE IN DOMENIUL COMUNICARII ORGANIZATIONALE

- 5.1 Definitie-concept
- 5.2 Tipurile de personalitati ale angajatilor (personalitati clasice)
- 5.3 Decodificarea limbajului trupului - body language
- 5.4 Identificarea semnalelor pozitive
- 5.5 Semnale negative



CAP.6 STRATEGII SI TEHNICI DE PREZENTARE PERSUASIVA

- 6.1 Definitie-concept
- 6.2 Tehnici de persuasiune
- 6.3 Ancorarea psihologica in "cuvinte cheie"

CAP.7 STRATEGII SI TEHNICI DE CONSTRUIRE A UNEI IMAGINI PROFESIONALE POZITIVE

- 7.1 Ancorarea psihologica
- 7.2 Impresia pozitiva
- 7.3 Increderea interpersonală
- 7.4 Increderea in companie si in serviciile sau produsele acesteia

CAP.8 TEHNICI DE INFLUENTARE COMPORTAMENTALA

- 8.1 Definitie - concept
- 8.2 D.I.F .(Door in face)
- 8.3 F.I.D.(Feet in door)
- 8.4 Tehnici de influentare comportamentala

CAP. 9 FEED-BACK-ul IN ORGANIZATIE

- 9.1 Cultura de feed-back in organizatie
- 9.2 definitie feed-back
- 9.3 Tipologia feed-back-ului
 - ✚ Evaluativ
 - ✚ Prescriptiv
 - ✚ Descriptiv
- 9.4 Procesul de feed-back
- 9.5 Feed-forward

CAP. 10 GESTIONAREA RELATIEI CU PERSONALITATIE DIFICILE DIN COMPANIE

- 10.1 Definitie, concept
- 10.2 Tipul ezitant
- 10.3 Cel care monopolizeaza discutiile



- 10.4 Vocea experientei
- 10.5 Certaretul
- 10.6 Cel care nu asculta
- 10.7 Distrugatorul de idei
- 10.8 Cel care se plange

CAP. 11 ASCULTAREA IN MANAGEMENTUL ORGANIZATIONAL

- 11.1 Ascultarea: concept, definite
- 11.2 Avantajele si dezavantajele procesului de ascultare
- 11.3 Tehnici profesionale de ascultare
 - 11.3.1 Ascultarea activa
 - 11.3.2 Tacerea
 - 11.3.3 Identificarea posturii
 - 11.3.3.a Body language
 - 11.3.3.b Contactul ochilor
 - 11.3.3.c Clipitul
 - 11.3.3.d Oftatul
 - 11.3.4 Tehnica Ecoului
 - 11.3.5 Tehnica repetarii ultimelor cuvinte
 - 11.3.6 Tehnica Interogarii
 - 11.3.7 Tehnica Validarii
 - 11.3.8 Tehnica Reformularii

CAP 12 GESTIONAREA SITUATIILOR DE CRIZA

- 12.1. Focalizarea atentiei asupra a ceea ce s-a intamplat
- 12.2. Mecanismul de intelegere- conexiunea cauza-efect
- 12.3. Cum sa invatam din situatiile critice
- 12.4. Evitarea unei perspective asemanatoare
- 12.5. Cauzele generarii conflictului
- 12.6. Fazele escaladarii conflictului
- 12.7. reducerea si eliminarea conflictelor



CBC ROMANIA
A Training & Consultancy Company

CAP.13 REZUMATUL PROGRAMULUI

- 12.1 Scurta trecere in revista a punctelor discutate
- 12.2 Discutii si intrebari pe marginea cursului de instruire



HARTA AVANTAJELOR SI BENEFICIILOR PROGRAMULUI DE PREGATIRE:

nr. Crt.	SCOPUL SI AVANTAJELE SESIUNII DE PREGATIRE	METODELE SI INSTRUMENTELE FOLOSITE	REZULTATELE OBTINUTE DUPA FINALIZAREA PROGRAMULUI DE PREGATIRE
01	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cunoasterea tipologiei comportamentale a colegilor si membrilor echipei si adaptarea operativa la diferite situatii conjuncturale. ▪ Cunoasterea aprofundata a personalitatilor dificile si adaptarea profesionala la acestea. ▪ De a intelege mai bine valorile, viziunea strategica a companiei si nu in cele din urma comportamentele celor din jur ▪ Identificarea si setarea obiectivelor personale si conectarea acestora la obiectivele companiei. ▪ Constientizarea abilitatilor, atitudinilor, comportamentelor si calitatilor ce trebuie insusite de manager, astfel incat sa fie un model de reusita si succes pentru membrii echipei sale. ▪ Schimbarea atitudinii negative fata de cei din jur si fata de companie (in cazul in care exista astfel de tendinte) ▪ Gestionarea conflictelor si a relatiei cu colegii si subalternii. ▪ Aprofundarea si insusirea formelor profesionale de comunicare asertiva cu colegii si membrii echipei. ▪ Stimularea comunicarii emotionale si dezvoltarea empatiei in relatia cu colegii si clientii companiei. ▪ Insusirea unui limbaj profesional si care sa ii dea nivelul de prestanta necesara abordarii celor din jur. ▪ Constientizarea membrilor echipei de parteneriatul cu compania si de beneficiile colaborarii pe termen lung. ▪ Identificarea acelor elemente de aparteneta la sistem-companie si implementarea in cadrul echipei ▪ Cresterea gradului de responsabilitate si de voluntariat in cadrul companiei. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studii de caz: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificarea calitatilor si exceselor si setarea unui plan de eliminare a acestora. ▪ Identificarea factorilor critici de succes personali si ai membrilor echipei. ▪ Plan de actiune privind implementarea in practica a notiunilor din curs. ▪ Fish-bowl <ul style="list-style-type: none"> ○ Mirroring ○ Ascultarea activa ○ Tehnici de parafrizare ○ Identificarea personalitatilor dificile ▪ Teste pentru identificarea tipului de personalitate. ▪ Teste de identificarea a factorilor critici de succes personali si ai companiei ▪ Surprinderea starii naturale a cursantilor prin metoda "foto" 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitatea de a induce fenomenul de puternica motivare si dorinta de a reusi sa fie primul, pentru membrii echipei coordonate. ▪ Dezvoltarea abilitatilor de a induce apartenenta la sistem si la cultura organizationala a companiei, pentru membrii echipei coordonate. ▪ Dezvoltarea abilitatilor profesionale de a schimba atitudinea si comportamentele membrilor echipei coordonate. ▪ Dezvoltarea inteligentei emotionale si a abilitatilor de comunicare in forma avansata, in cadrul echipei extinse. ▪ Capacitatea de a manipula subconstientului membrilor echipei si directionarea acestora de a aprecia eforturile companiei si mai ales relatia cu managerul si membrii echipei. ▪ Dezvoltarea abilitatilor de aliniere a membrilor echipei la un standard profesional ridicat de performanta a membrilor echipei. ▪ Capacitatea de a-si dezvolta tehnicile de ascultare activa si de a comunica intr-un mod profesional si eficient ▪ Abilitatea de a directiona membrii echipei de a urma politica companiei indiferent de care este aceasta. ▪ Dezvoltarea abilitatilor de constientizare a membrilor echipei despre modul in care trebuie gestionata relatia patronat-angajat ▪ Insusirea limbajului business profesional si a uzantelor diplomatice si de protocol ▪ Dezvoltarea abilitatilor de a reduce rata de migrare a personalului si crearea unui mediu profesional si stabil pentru membrii echipei. ▪ Insusirea urmatoarelor notiuni fundamentale, necesare unui om de afaceri si manager de vanzari: <ul style="list-style-type: none"> ○ Comunicarea la un nivel profesional:



CBC ROMANIA
A Training & Consultancy Company

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Constientizarea efortului depus de companie in vederea pregatirii profesionale a angajatilor ▪ Cresterea nivelului de motivare a echipei ▪ Cresterea increderii in fortele proprii ▪ Abordarea profesionala a comportamentelor dificile. ▪ Protejarea intereselor companiei prin emiterea unor semnale profesionale pozitive in relatia cu mediul extern si intern al companiei. ▪ Constientizarea avantajelor pe care le are construirea unei imagini profesionale in randul colegilor si membrilor echipei si implementarea acesteia. ▪ Constientizarea beneficiilor pe care le are ascultarea activa, in comunicarea cu membrii echipei si colegii. ▪ Influentarea comportamentala a membrilor echipei care manifesta rezistenta la schimbare si au impact negativ asupra echipei si celor din jur. ▪ Insusirea unui mod profesional de a acorda feed-back si feed-forward celor din jur. ▪ Va cunoaste modul profesional si bine structurat de abordare a personalitatilor dificile din cadrul echipei sale. 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbala ▪ Nonverbala ▪ Paraverbala ○ Capacitatea de a interactiona cu ceilalti, intr-un mod profesional si controlat. ○ Tehnici profesionale de influentare comportamentala. ○ Tehnici profesionale de ancorare psihologica. ○ Tehnici profesionale de construire a unei imagini pozitive, in relatia cu ceilalti. ○ Obtinerea de performante ridicate ca urmare a: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unui nivel de comunicare profesionala in relatia cu compania si ceilalti colegi sau membrii ai echipei. ▪ Constientizarii efortului companiei in gestionarea profesionala a competentelor si carierei acestuia. ▪ Cresterii nivelului de ascultare activa si comportament asertiv. ▪ Directionarii echipei de a urma un exemplu de conduita profesionala si morala.
---	--	--



TEHNICI PROFESIONALE AVANSATE DE VANZARI:

TEMATICA PROGRAMULUI:

CAP 1. PREZENTAREA GENERALA A PROGRAMULUI

- 1.1 Harta programului de instruire
- 1.2. Fisa Postului-principalele responsabilitati ale unui Salesman
- 1.3. Procedurile Companiei- necesitatea cunoasterii acestora

CAP 2. CALITATILE NECESARE ALE UNUI SALESMAN

- 2.1. Calitatile native si cele ce pot fi dobandite ale unui salesman
- 2.2. Modalitati si cai de dobandire a acestora
- 2.3. Avantajele dobandirii acestor calitati
- 2.4. Factorii critici de succes

CAP 3. PROCESUL DE VANZARE

- 3.1. Descriere- cadru general
- 3.2. Prospectarea pietei
- 3.3. Stabilirea contactului
- 3.4. Pregatirea pentru abordare
- 3.5. Abordarea fizica a clientului- intalnirea cu clientul
- 3.6. Manevrarea obiectiilor
- 3.7. Incheierea vanzarii
- 3.8. Follow-up-ul sau colaborarea pe termen lung cu clientii companiei

CAP 4. PLANIFICAREA PROFESIONALA A VANZARILOR

- 4.1. Planificarea vanzarilor
- 4.2. Stabilirea obiectivelor de vanzari
- 4.3. Planul de actiune privind modalitatile de realizare a obiectivelor alocate de companie
- 4.4. Parghiile de monitorizare si control a obiectivelor



CAP 5. TEHNICI DE ARGUMENTARE IN VANZARI SI NEGOCIERE

- 5.1. Argumentarea la client
- 5.2. Logica si argumentarea in procesul de eliminare a obiectiilor
- 5.3. Metodele de argumentare
- 5.4. Tehnici de argumentare

CAP 6. MANEVRAREA OBIECTIILOR CLIENTILOR

- 6.1. Definitie- modalitate de abordare-concept
- 6.2. Tipologia obiectiilor
- 6.3. Cauzele aparitiei obiectiilor
- 6.4. Demonetizarea obiectiilor
- 6.5. Procesul de manevrare a obiectiilor
- 6.6. Tehnici profesionale de manevrare a obiectiilor

CAP 7. TEHNICI DE INCHEIERE A VANZARILOR

- 7.1. Semnalele de cumparare
- 7.2. Tehnici profesionale de incheiere a vanzarilor
- 7.3. Modalitate de actiune
- 7.4. Urmarirea vanzarilor si gestionarea relatiei cu clientii

CAP 8. TEHNICA INTREBARILOR

- 8.1. Clasificarea intrebarilor
- 8.2. Tehnica pastrarii neutralitatii
- 8.3. Tehnica reformularii
- 8.4. Tehnica explorarii
- 8.5. Tehnica reflectarii
- 8.6. Tehnica recapitularii sau a ecoului



CAP 9. ABORDAREA CLIENTILOR DIFICILI

- 9.1. Clientul fricos, panicat
- 9.2. Clientul dezordonat- dezorganizat
- 9.3. Clientul vesnic nemultumitul
- 9.4. Clientul vesnic nehotaratul
- 9.5. Clientul vesnic zgarcitul

CAP 10. GESTIONAREA EFICIENTA A CREANTELOR

- 10.1. Lipsa de control a creantelor
- 10.2. Cauzele nerecuperarii creantelor la timp
- 10.3. Necesitatea gestionarii creantelor
- 10.4. Avantajele controlului asupra creantelor
- 10.5. Standarde de performanta
- 10.6. Metode de Analiza a creantelor
- 10.7. Principiile gestionarii creantelor
- 10.8. Modalitati de gestionare eficienta a creantelor

CAP 11. INDICATORI DE ANALIZA IN VANZARI

- 11.1. Indicatorii macro
- 11.2. Indicatorii micro
- 11.3 Metode de analiza a indicatorilor

CAP 12. EVALUARE CURS - INCHEIERE



HARTA AVANTAJELOR SI BENEFICIILOR PROGRAMULUI DE PREGATIRE:

NR. CRT	SCOP	METODELE SI INSTRUMENTELE FOLOSITE	REZULTATELE OBTINUTE LA FINALIZAREA PROGRAMULUI
01	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abordarea profesionala si logic structurata a clientilor si a procesului de vanzare ▪ Fidelizarea clientilor prin acordarea de consultanta de inalt nivel. ▪ Identificarea nevoilor si a motivatiei reale de cumparare ale clientilor ▪ Folosirea tehnicilor de argumentare in vederea convingerii clientului de solutiile date de consilierul sau consultantul in vanzari ▪ Pregatirea pentru obiectiile si reactiile clientului. ▪ Anularea obiectiilor clientilor, folosind procesul de manevrare a obiectiilor ▪ Tehnici profesionale de manevrarea a obiectiilor clientului ▪ Tehnici profesionale de incheiere a vanzarilor ▪ Maximizarea vanzarilor prin identificarea necesitatilor suplimentare de vanzare ▪ Planificarea vanzarilor si a modului in care trebuie abordat clientul ▪ Monitorizarea si controlul modului in care se realizeaza targetul alocat de companie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studii de caz ▪ Roll-play-uri ▪ Simulari filmate si analiza in grup a punctelor forte si cele ce trebuie eliminate din comportamentul si atitudinea angajatilor ▪ "Mystery shopping process" 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitatea de a forma in mod profesional o echipa profesionista si care sa poata face urmatoarele: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Contactarea si abordarea clientului intr-un mod profesional ▪ Prezentarea produselor si a companiei intr-un mod profesional ▪ Manevrarea si demonetizarea obiectiilor false dar si reale ale clientului ▪ Incheierea in timp real a vanzarilor ▪ Urmarirea vanzarilor si gestionarea pe termen lung a relatiei cu clientii companiei ▪ Dezvoltarea abilitatilor de a stabili directiile clare de actiune ale echipei de vanzari: <ul style="list-style-type: none"> - Planificarea obiectivelor de vanzare - Identificarea nevoilor si a motivatiei reale de vanzare - Abordarea clientilor intr-un mod sigur si profesional - Asistenta acordata clientilor - Abordarea unui comportament profesional si superpozitiv - Satisfacerea nevoilor clientilor - Abordarea clientilor dificili fara dificultate - Abordarea profesionala a clientilor ▪ Acumularea si gestionarea urmatoarelor cunostinte profesionale: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tehnici de abordare a clientilor dificili ▪ Tehnici de argumentare ▪ Tehnici profesionale de manevrare a obiectiilor clientilor ▪ Tehnici profesionale de vanzari ▪ Tehnici de negociere si de obtinere a avantajelor si beneficiilor, pornind de la identificarea nevoilor lor.



TEMATICA SESIUNE: STRATEGII, TEHNICI SI TACTICI DE NEGOCIERE

CAP.1 PREZENTAREA GENERALA A PROGRAMULUI

- 1.1. Overview a programului de instruire

CAP.2 NEGOCIEREA-DEFINITIE-SCOP-AVANTAJE

- 2.1. Definitie
- 2.2. Scop
- 2.3. Avantajele negocierii

CAP.3 CERINTE PRIVIND CALITATILE NEGOCIATORILOR

- 3.1. Calitatile native ale negociatorilor
- 3.2. Calitatile dobandite ale negociatorilor
- 3.3. Profilul ideal al unui negociator

CAP.4 ETAPELE PROCESULUI DE NEGOCIERE

- 4.1. Prenegocierea
- 4.2. Negocierea propriu-zisa
- 4.3. Postnegocierea
- 4.4. Protonegocierea

CAP.5 PREGATIREA NEGOCIERII

- 5.1. Etapele parcurse in vederea pregatirii negocierilor
- 5.2. Factorii determinanti in pregatirea negocierilor
- 5.3. Constrangerile externe si interne ale negocierii

CAP.6 BARIERE SI CAPCANE IN NEGOCIERE

- 6.1. Tipologia obiectiilor unei negocieri
- 6.2. Semiologia
- 6.3. Violenta



- 6.4. Imperfectiunea gandirii umane
- 6.5. Lipsa de informare
- 6.6. Mediul ambiant

CAP.7 STRATEGII, TEHNICI SI TACTICI IN NEGOCIERE

- 7.1. Strategia fara Concesii
- 7.2. Strategia Depasirii Impasului
- 7.3. Strategia Fara Concesii
- 7.4. Strategia Win-Win
- 7.5. Strategia Simulacrului
- 7.6. Strategia hazardului
- 7.7.1 Tehnica mandatului limitat
- 7.7.2 Tehnica scurt-circuitarii
- 7.7.3 Tehnica negocierii Sterile
- 7.7.4 Tehnica Ostatecului
- 7.8.1 Tactica Bluff-ului
- 7.8.2. Tactica "Secretul lui Socrate"
- 7.8.3. Tactica Propunerilor de Incercare

CAP.8 EVALUARE, DISCUTII PE MARGINEA CURSULUI



HARTA AVANTAJELOR SI BENEFICIILOR PROGRAMULUI DE PREGATIRE:

Nr. crt	SCOPUL AI AVANTAJELE SESIUNII	METODELE SI TEHNICILE FOLOSITE	REZULTATELE OBTINUTE DUPA FINALIZAREA PROGRAMULUI
01	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eliminarea urmatoarelor tendinte generale, pentru cei care negociaza: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Frica, panica si teama ca un reusesc sa obtina toate avantajele din procesul de negociere ▪ Teama de a nu fi surprinsi de client fara sa fie pregatiti pentru a negocia ▪ Teama ca nu va face fata unei negocieri ▪ Lipsa de pregatire minutioasa si profesionala a negocierilor ▪ Lipsa unei abordari profesionale ▪ Pregatirea echipei de negociatori sau a negociatorilor individuali sa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ aiba control asupra obiectivelor ce trebuie obtinute in negociere ▪ sa nu mai faca concesii fara control, din dorinta de a lua cu orice pret un contract, fara a tine cont de obiectivele companiei. ▪ obtinerea celor mai bune avantaje ca urmare a pregatirii minutioase a procesului de negociere ▪ aiba un plan de negociere profesional care sa permita urmarirea concreta a obiectivelor negocierii <ul style="list-style-type: none"> ▪ sa nu cedeze foarte usor intr-o negociere numai pentru ca nu are o pregatire in acest sens. ▪ sa impuna respect si profesionalism astfel incat sa directioneze pe client sa nu emita cereri absurde. ▪ Abordarea profesionala si logic structurata a procesului de negociere ▪ Planificarea profesionala a planului de negociere ▪ Simularea negocierii inainte de intalnirea cu clientul ▪ Identificarea nevoilor si a motivatiei reale de cumparare ale clientilor ▪ Folosirea tehnicilor de argumentare in vederea convingerii 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studii de caz ▪ Roll-play-uri ▪ Simulari filmate si analizarea in grup a punctelor forte si cele ce trebuie eliminate din comportamentul si atitudinea angajatilor ▪ “Mystery shopping process” 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dezvoltarea aprofundata a abilitatilor de a forma o Echipa profesionista de negociatori care sa fie capabila sa faca urmatoarele: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Specialisti in uzante diplomatice si de protocol ▪ Cunoasterea amanuntita a tipologiei comportamentale a negociatorilor. ▪ Cunoasterea barierelor si capcanelor folosite in negociere ▪ Pregatirea amanuntita a procesului de negociere ▪ Pregatirea amanuntita a unui plan de negociere ▪ Dezvoltarea capacitatii de a forma o echipa de negociatori si care sa poata face urmatoarele: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Contactarea si abordarea clientului intr-un mod profesional ▪ Prezentarea produselor si a companiei intr-un mod profesional ▪ Manevrarea si demonetizarea obiectiilor false dar si reale ale clientului ▪ Incheierea in timp real a vanzarilor ▪ Urmarirea vanzarilor si gestionarea pe termen lung a relatiei cu clientii companiei ▪ Dezvoltarea abilitatilor de a stabili directiile clare de actiune in domeniul negocierilor de anvergura : <ul style="list-style-type: none"> - Planificarea obiectivelor de negociere - Identificarea nevoilor si a motivatiei reale de negociere - Abordarea clientilor intr-un mod sigur si profesional - Asistenta acordata clientilor - Abordarea unui comportament profesional si superpozitiv - Satisfacerea nevoilor clientilor - Abordarea clientilor dificili fara dificultate ▪ Acumularea si aprofundarea urmatoarelor cunostinte: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tehnici de abordare si programare comportamentala a clientilor dificili ▪ Tehnici profesionale avansate de argumentare



CBC ROMANIA
A Training & Consultancy Company

	<p>clientului de solutiile date de consilierul sau consultantul in vanzari</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Pregatirea pentru obiectiile si reactiile clientului.▪ Anularea obiectiilor clientilor, folosind procesul de manevrare a obiectiilor▪ Tehnici profesionale de manevrarea a obiectiilor clientului▪ Incheierea in timp util a vanzarilor		<ul style="list-style-type: none">▪ Tehnici profesionale de manevrare a obiectiilor clientilor▪ Eliminarea barierelor si capcanelor din negociere▪ Pregatirea si realizarea unui plan de negociere, capabil sa faca fata celor mai exigente nivele de negociere▪ Capacitatea de a finaliza o negociere astfel incat sa ai garantia ca s-a obtinut maxim din cat se putea obtine in acel proces de negociere▪ Capacitatea de a pregati si folosi o strategie de negociere▪ Capacitatea de a identifica tehnicile si tacticile folosite de partenerii de afaceri si eliminarea riscurilor ce pot decurge din folosirea acestora.
--	---	--	---



MODULUL 2 MANAGEMENTUL VANZARILOR SI GESTIONARII OBIECTIVELOR COMPANIEI

CAP 1. PIATA SI MEDIUL DE AFACERI

- 1.1 Segmentarea pietei si alegerea grupului tinta
- 1.2. Factorii de influenta ai pietei
- 1.3. Strategia de Marketing
- 1.4. Mixul de Marketing

CAP 2. CONDUCEREA ACTIVITATII DE VANZARI- FUNCTIILE MANAGERIALE (Henry Fayol)

- 2.1. **Planificarea** activitatii de vanzare
 - 2.1.1 Previziune
 - Forecast
 - Planning
 - 2.1.2. Spliting obiective
 - Pe zone
 - Pe supervizor
 - Pe agent comercial
- 2.2. **Organizarea** echipei si a activitatii de vanzare
 - 2.2.1. Crearea organigramei departamentului vanzare
 - 2.2.2. Repartizarea clientilor pe agenti
 - 2.2.3. Echilibrarea rutelor
 - 2.2.4. Organizarea vizitei agentilor si merchandiserilor
- 2.3. **Coordonarea** echipei si a performantelor acesteia
 - 2.3.1. Alocarea obiectivelor zilnice
 - 2.3.2. Coaching pe niveluri de competeneta
 - 2.3.3. Implementarea standardului de performanta



- 2.4. **Monitorizarea** performantei echipei si a modului de realizare a obiectivelor
 - 2.4.1. Evaluarea zilnica a obiectivelor alocate in management- meeting-ul de dimineata
 - 2.4.2. Monitorizarea rapoartelor conform standardului
 - 2.4.3. Identificarea si eliminarea constrangerilor
 - 2.4.4. Reproiectarea standardelor de performanta
- 2.5. **Controlul** performantei si a intregii activitati de vanzari
- 2.6. **Stabilirea** obiectivelor companiei

CAP 3. DELEGAREA COMPETENTELOR

- 3.1. Descriere- Cadru general
- 3.2. Cand trebuie sa folosesti delegarea si de ce?!
- 3.3. Avantajele- dezavantajele delegarii competentei

CAP 4. MONITORIZAREA PERFORMANTELOR ECHIPEI DE VANZARI

- 4.1. Stabilirea standardelor de performanta
- 4.2. Stabilirea modului de verificare a performantei
- 4.3. Compararea standardelor de performanta

CAP 5. STIMULAREA PERFORMANTELOR SUBSTANDARD

- 5.1. Identificarea factorilor care au generat aparitia problemei
- 5.2. Exprimarea motivului de ingrijorare
- 5.3. Formularea clara a cerintelor
- 5.4. Sublinierea consecintelor grave
- 5.5. Stabilirea modului de rezolvare a problemei

CAP 6. GESTIONAREA SITUATIILOR DE CRIZA

- 6.1. Focalizarea atentiei asupra a ceea ce s-a intamplat
- 6.2. Mecanismul de intelegere- conexiunea cauza-efect
- 6.3. Cum sa invatam din situatiile critice
- 6.4. Evitarea unei perspective asemanatoare



CBC ROMANIA
A Training & Consultancy Company

CAP 7. GRILA DE DECIZIE

- 7.1. Compararea perechilor de alternative
- 7.2. Cantarirea si evaluarea grilelor
- 7.3. Matricea de ierarhizare bi-directionala

CAP 8. REZUMATUL PROGRAMULUI



AVANTAJELE SI BENEFICIILE PROGRAMULUI DE INSTRUIRE:

Nr crt	SCOPUL SI AVANTAJELE SESIUNII	METODELE SI INSTRUMENTELE FOLOSITE	REZULTATELE OBTINUTE LA FINALIZAREA PROGRAMULUI
01	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abordarea profesionala a: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Clientilor ▪ Procesului de vanzare ▪ Echipei de vanzari ▪ Insusirea urmatoarelor cunostinte: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tehnici de argumentare ▪ Procesul de manevrare a obiectiilor ▪ Tehnici profesionale de manevrare a obiectiilor ▪ Tehnici profesionale de incheiere a vanzarilor ▪ Cunoasterea pietei si diagnosticarea constrangerilor companiei ▪ Sistem performant de forecast-ing. ▪ Managementul resurselor umane: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recrutarea fortei de vanzari ▪ Inductia personalului si integrarea acestuia in mediul companiei ▪ Gestionarea performantelor pe termen lung ▪ Planul de instruire si gestionare a performantelor ▪ Capacitatea managerilor de a face inductie profesionala pentru noii angajati si de a-i ajuta sa se integreze in companie si la locul de munca. ▪ Organizarea echipei de vanzari ▪ Coordonarea echipei de vanzari ▪ Motivarea si delegarea de competente ▪ Stilurile de management si impactul acestora asupra grupului de lucru ▪ Monitorizarea si controlul performantelor echipei de vanzari ▪ Procesul decizional si influenta acestuia asupra companiei ▪ Specializarea in instruirea personalului si in coachingul 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studii de caz <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forecasting ▪ Planificarea obiectivelor companiei si splituirea acestora pe membrii echipei ▪ Plan de actiune privind realizarea obiectivelor alocate de companie ▪ Fish-bowl ▪ Teste de identificarea a factorilor critici de succes personali si ai companiei ▪ Surprinderea starii naturale a cursantilor prin metoda "foto" 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pregatirea performanta si profesionala a managerului, atat ca mod de gestionare a obiectivelor strategice si operationale ale companiei dar mai ales ca manager al unei echipe. ▪ Un profesionist in cunoasterea pietei si locului pe care il ocupa compania in piata pe care actioneaza. ▪ Dezvoltarea abilitatilor si aprofundarea modului in care se poate realiza: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Activitatea de forecasting ▪ Recrutarea si antrenarea fortei de vanzari ▪ Organizarea, coordonarea, motivarea, monitorizarea si controlul obiectivelor alocate ▪ Delegarea de competente ▪ Instruire si coaching profesional cu echipa ▪ Dezvoltarea capacitatilor si abilitatilor de initiere a unui standard de performanta la nivel de companie si echipa. ▪ Capacitatea de a realiza si gestiona obiectivele alocate de companie ▪ Puternica auto-motivare si dorinta de a reusi sa fie primul ▪ Dezvoltarea abilitatilor de a gestiona performantele membrilor echipei si de a induce apartenenta la sistem si la cultura organizationala a companiei ▪ Dezvoltarea abilitatilor de a modifica si schimba atitudinea si comportamentelor membrilor echipei in vederea obtinerii de rezultate maxime ▪ Manipularea subconstientului membrilor echipei si directionarea acestora de a aprecia eforturile companiei in vederea obtinerii de rezultate ▪ Dezvoltarea abilitatilor de a alinia toti membrii echipei la un standard ridicat de performanta profesionala personala si de grup ▪ Capacitatea de a-si dezvolta ascultarea activa



CBC ROMANIA
A Training & Consultancy Company

	<p>de echipa</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Standardele de performanta▪ Managementul sedintelor▪ Ascultarea activa▪ Cunoasterea etapelor procesului de formare al echipei▪ Managementul conflictelor▪ Cum sa abordam tipologia comportamentala a salariatilor dificili.		<ul style="list-style-type: none">▪ Puternica motivare de a reusi si de a obtine rezultate▪ Dezvoltarea abilitatilor de a-si gestiona cariera intr-un mod profesional
--	---	--	--



GESTIONAREA PROFESIONALA A TAMPULUI

CAP.1 PREZENTAREA GENERALA A PROGRAMULUI

- 1.1. Scurta prezentare a programului de instruire
- 1.2. Avantajele care decurg din participarea la curs

CAP. 2 GESTIONAREA PROFESIONALA A TAMPULUI

- 2.1. Definitie,concept.
- 2.2. Elementele cheie ale Managementului Timpului
 - Rutina
 - Urgenta
 - Importanta
- 2.3. Avantajele si dezavantajele Gestionarii Timpului
- 2.4. Cauzele irosirii timpului sau constrangerile timpului
 - Constrangerile din vina proprie
 - Constrangerile din vina altora
 - Repercusiuni
 - Efecte negative
- 2.5. Lipsa de gestionare sau proasta gestionare a timpului
- 2.6. Sacalii timpului sau devoratorii de timp
- 2.7. Conduite cronofage
- 2.8. Atitudini manageriale cronofage

CAP.3 STRESUL DIRECTIONAL GENERAT DE PROASTA GESTIONARE A TAMPULUI

- 3.1. Definitie-concept
- 3.2. Semnalele stresului directional
- 3.3. Modalitatile de gestionare a stresului
- 3.4. Stabilirea sarcinilor zilnice



CAP.4 METODELE DE PLANIFICARE A ACTIVITATILOR ZILNICE

- 4.1. Metoda FORTE
- 4.2. Metoda SMART
- 4.3. Stiluri de Management al timpului
 - Suportiv
 - Autocrat-dur autoritar
 - Conservativ
 - Adaptiv-versatil
 - Simptomele unui slab management
 - Capcanele potentiale de timp
- 4.4. Procesul de planificare a timpului
- 4.5. Setarea prioritatilor
- 4.6. Matricea Stabilirii Prioritatilor
- 4.7. Matricea Gestionarii Timpului- Matricea Eisenhower
- 4.8. Etapele procesului de gestionare a timpului

CAP.5 INSTRUMENTELE DE GESTIONARE A TIMPULUI

- 5.1. Devoratorii de timp
- 5.2. Jurnalul-trecerea in revista
- 5.3. Posta electronica
- 5.4. E-mail-trecerea in revista
- 5.5. Telefonul mobil
- 5.6. Evolutiile tehnologice
- 5.7. Mentirea echilibrului dintre munca si familie
- 5.8. Cum poti jongla ca un profesionist, facandu-le pe toate.

CAP.6 EVALUARE CURS



HARTA AVANTAJELOR SI BENEFICIILOR PROGRAMULUI DE INSTRUIRE:

Nr. Crt.	SCOPUL SI AVANTAJELE SESIUNII	METODELE SI INSTRUMENTELE FOLOSITE	REZULTATELE OBTINUTE DUPA FINALIZAREA PROGRAMULUI
01	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestionarea timpului si a situatiilor de criza in realizarea sarcinilor zilnice. ▪ Prioritizarea sarcinilor zilnice ▪ Crearea de rutine zilnice si eficientizarea modului in care gestionam timpul in realizarea sarcinilor zilnice ▪ Eliminarea timpilor "morti" in abordarea zilnica a sarcinilor ▪ Identificarea parghiilor de monitorizare si control ▪ Eliminarea situatiilor de criza si de ineficienta datorate lipsei de planificare a sarcinilor ▪ Fixarea obiectivelor prin metode profesionale ▪ Sistem performant si profesional de forecasting ▪ Eficientizarea relatiei cu clientii ▪ Realizarea sarcinilor in mod eficient si la timp ▪ Gestionarea conflictelor, aparute in relatia cu clientii, colegii si compania ▪ Eliminarea stresului cauzat de blocajul sinaptic, cauzat de lipsa de abordare structurata 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studii de caz cu privire la: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificarea sarcinilor si obiectivelor companiei ▪ Prioritizarea sarcinilor ▪ Gestionarea intalnirilor-harta Gantt ▪ Delegarea de sarcini si competente ▪ Planul de actiune privind stabilirea biectivelor zilnice si modalitatile de realizare ale acestora. ▪ Fish-bowll ▪ Casete si filme 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Un mod profesional de gestionare a timpului ▪ Eficienta in realizarea sarcinilor zilnice ▪ Prioritizarea modului in care se abordeaza relatia cu clientii ▪ Cresterea eficientei in lucrul cu echipa ▪ Eliminarea tendintelor de: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gasire a unor scuze pentru nerealizarea sarcinilor la timp. ▪ Nerealizare a sarcinilor la timp ▪ Amanarea a realizarii sarcinilor ▪ Ineficienta datorata neabordarii sarcinilor in functie de prioritatea acestora ▪ Amanarea luarii deciziei sau a nerealizarii sarcinilor ▪ Amanarii predarii rapoartelor la timp ▪ Teama, frica, panica din motivul lipsei de timp, in vederea realizarii sarcinilor ▪ Tratarea profesionala a clientilor si a sarcinilor ▪ Cresterea gradului de implicare in realizarea sarcinilor ▪ Asumarea de riscuri fara impact negativ asupra mediului organizational

CBC ROMANIA

A Training & Consultancy Company

Bucharest – Romania, 84 Theodor Sperantia Str, 030937

Phone : +40 21 326 36 41

: +40 21 326 36 42

Fax : +40 31 805 79 83

Mobile : +40 07 278 18 895

E-mail : marketing@cbc.ro

Site : www.cbc.ro