

Podypłomowe Studia Zarządzania Sprzedażą

W gospodarce rynkowej wyzwaniem dla firm nie jest wyprodukowanie towaru, ale sprzedanie go. Od handlowców wymaga się doskonałej znajomości skutecznych technik sprzedaży, a od szefów działów biegłości w zakresie zarządzania sprzedażą. Na zajęciach doświadczeni eksperci przekazują wiedzę o skutecznych i nowoczesnych narzędziach zarządzania, zasadach ich prawidłowego stosowania oraz sposobach radzenia sobie w trudnych, kryzysowych sytuacjach.

CEL

Celem studiów jest przygotowanie słuchaczy do pełnienia funkcji kierowniczych w działach sprzedaży, handlowych oraz obsługi klienta przez dostarczenie wiedzy oraz kształtowanie i doskonalenie umiejętności niezbędnych do efektywnego zarządzania strukturami sprzedażowymi.

SŁUCHACZE

Studia adresowane są przede wszystkim do osób, które w ramach swoich kompetencji zajmują się lub zamierzają zajmować się zarządzaniem sprzedażą – kierowników sprzedaży, dyrektorów handlowych, kierowników biur obsługi klienta.

KADRA DYDAKTYCZNA

Kadrę dydaktyczną stanowią przede wszystkim praktycy, w tym osoby związane z Firmą Konsultingowo-Szkoleniową Adviser. Zespół wykładowców ma bogate doświadczenie w działalności doradczej, szkoleniowej i wdrożeniowej w zakresie zarządzania sprzedażą. Zajęcia prowadzi m.in.: dr Włodzimierz Wudarzewski – WSB, AE we Wrocławiu, , Michał Szlachcic – WSB, Logintrade , Piotr Spychała – WSB, Witold Kowal – AE we Wrocławiu. Kierownikiem studiów jest Tomasz Wudarzewski – Logintrade

KORZYŚCI

Studia podyplomowe pozwalają pogłębić wiedzę, doskonalić umiejętności oraz umożliwiają wymianę doświadczeń między słuchaczami a praktykami. Absolwenci zdobędą praktyczną wiedzę na temat planowania sprzedaży, doboru pracowników, kierowania zespołem handlowców, motywowania pracowników sprzedaży.

AKTYWNE FORMY DYDAKTYCZNE

Podyplomowe Studia Zarządzania Sprzedażą oparte są przede wszystkim na aktywnych formach dydaktycznych, takich jak: gry biznesowe (PROMAR, JARMARK-EUROPA), warsztaty problemowe, case studies, symulacje decyzyjne, scenki sytuacyjne z wykorzystaniem kamery video, dyskusje grupowe itp.

GRA MENENDŻERSKA PROMAR

Uczestnicy studiów podyplomowych wezmą udział w dwudniowej grze menedżerskiej PROMAR odbywającej się na wyjeździe w atrakcyjnej miejscowości turystycznej. Gra stwarza możliwości doskonalenia i zweryfikowania kompetencji w zakresie wielu aspektów funkcjonowania firmy. Wyjazd opłacany jest przez WSB.

DODATKOWE CERTYFIKATY

WSB we Wrocławiu oferuje słuchaczom możliwość uzyskania dodatkowych kwalifikacji poprzez uczestnictwo w 4 bezpłatnych szkoleniach. Udział w każdym z nich zostanie potwierdzony certyfikatem.

1. Kierowanie zespołem - 8 godz.

- Ustalanie zadań dla zespołu sprzedawców
- Przekazywanie i egzekwowanie poleceń
- Ustalanie priorytetów sprzedażowych
- Komunikatywność w kontaktach z pracownikami

2. Regulacje kompetencji w dziale sprzedaży – 4 godz.

3. Rekrutacja i selekcja sprzedawców - 8 godz.

- Model kompetencji sprzedawców
- Planowanie działań rekrutacyjnych
- Selekcja sprzedawców

4. Systemy wynagrodzeń sprzedawców - 8 godz.

- Ustalanie podstawy wynagrodzenia
- Ustalanie premii
- Ustalanie prowizji

5. Zarządzanie marketingowe - 8 godz.

- Plan marketingowy
- System informacji marketingowej
- Kontrola efektów działań marketingowych

6. Zawieranie kontraktów handlowych – 12 godz.

- Strony kontraktu handlowego
- Aspekty prawne zawierania kontraktów handlowych
- Pułapki w zawieraniu kontraktów handlowych

7. Negocjacje handlowe - 12 godz.

- Opracowanie strategii negocjacyjnej
- Wybór technik negocjacyjnych
- Prowadzenie negocjacji telefonicznych, elektronicznych i bezpośrednich
- Prowadzenie zespołowych negocjacji

8. Techniki sprzedaży - 12 godz.

- Identyfikacja potrzeb klienta
- Przygotowanie oferty
- Prowadzenie rozmów sprzedażowych
- Odbijanie klientów konkurencji
- Zamykanie sprzedaży

9. Gra Jarmark-Europa - 16 godz.

- kalkulacja kosztów działalności gospodarczej
- przewidywanie sytuacji na rynku
- maksymalizowanie zysku przedsiębiorstwa

10. Planowanie sprzedaży - 8 godz.

- Określanie celów sprzedażowych
- Określanie sposobów realizacji celów
- Określanie wskaźników efektywności działań sprzedażowych

11. Zarządzanie logistyką i transportem - 8 godz.

- Zarządzanie logistycznym łańcuchem dostaw
- Logistyka zaopatrzenia, produkcji, dystrybucji
- Systemy transportu
- Systemy wymiany informacji w logistyce

12. Zarządzanie dystrybucją - 8 godz.

- Planowanie sieci dystrybucji
- Tworzenie sieci dystrybucji
- Zarządzanie siecią dystrybucji

13. Zarządzanie relacjami z klientem – CRM - 8 godz.

- Identyfikacja pożądanых relacji
- Projektowanie narzędzi budowania relacji z klientami
- Wykorzystanie technologii IT w zarządzaniu relacjami
- Analiza efektywności działań i rozwiązań CRM

14. Zarządzanie obsługą klienta - 4 godz.

- Planowanie jakości obsługi klienta
- Zarządzanie procesem obsługi klienta
- Bieżące zarządzanie personelem obsługi klienta
- Analiza jakości obsługi klienta

15. Trening interpersonalny - 16 godz.

- Komunikatywność w kontaktach biznesowych
- Wrażliwość ekonomiczna
- Elastyczność zachowań
- Współpraca zespołowa
- Kreatywność

16. Windykacja należności – 8 godz.

- Dokumentacja wierzytelności handlowych
- Kontakt z dłużnikiem i negocjacje
- Postępowania sądowe

17. Badanie satysfakcji klienta - 8 godz.

- Określanie przedmiotu badań
- Analiza procesu obsługi klienta
- Projektowanie narzędzi badawczych
- Analiza wyników
- Prezentacja wyników na spotkaniach
- Określanie inicjatyw w zakresie poprawy klienta

18. Motywowanie i ocena sprzedawców – 8 godzin

- Przygotowanie do rozmowy oceniającej
- Wyciąganie wniosków z rozmowy oceniającej
- Styl kierowania jako narzędzie motywacji
- Pozamaterialne narzędzia motywacji sprzedawców

19. Bilansowanie i kalkulacja czynników produkcji – 4 godz.

19. Gra strategiczna „Promar” - 16 godz.

20. Aspekty międzykulturowe w handlu – 8 godz

- Komunikacja międzykulturowa
- Prowadzenie biznesu w środowisku międzynarodowym
- Etykieta w kontaktach międzykulturowych

21. Kreowanie wizerunku osobistego (4 godz)

Razem 196 godzin