

■ Вероятно, не найдётся ни одной организации, которая была бы полностью удовлетворена результатами своей работы на всём протяжении своего существования.

■ Поэтому, как бы ни были значительны успехи, всегда хочется большего. Достижение вершины есть лишь ступень для начала очередного восхождения.

■ Стремление к постоянному совершенствованию, вот что отличает великие компании от посредственных.

■ Великие компании постоянно бросают вызов. Вызов не только и не столько своим конкурентам, сколько самим себе.

■ При этом очевидно, что успех и процветание организаций во многом определяется как интеллектуальным и профессиональным составом сотрудников, так и энтузиазмом и творческим подходом, с которым они выполняют свои обязанности. Без их инициативы, предприимчивости, способности к изменениям невозможно достижение организацией сильных рыночных позиций.

Когда людей спрашивают, с чем у них ассоциируется организация (компания), то наиболее частым ответом является



Действительно, это очень удачное сравнение.

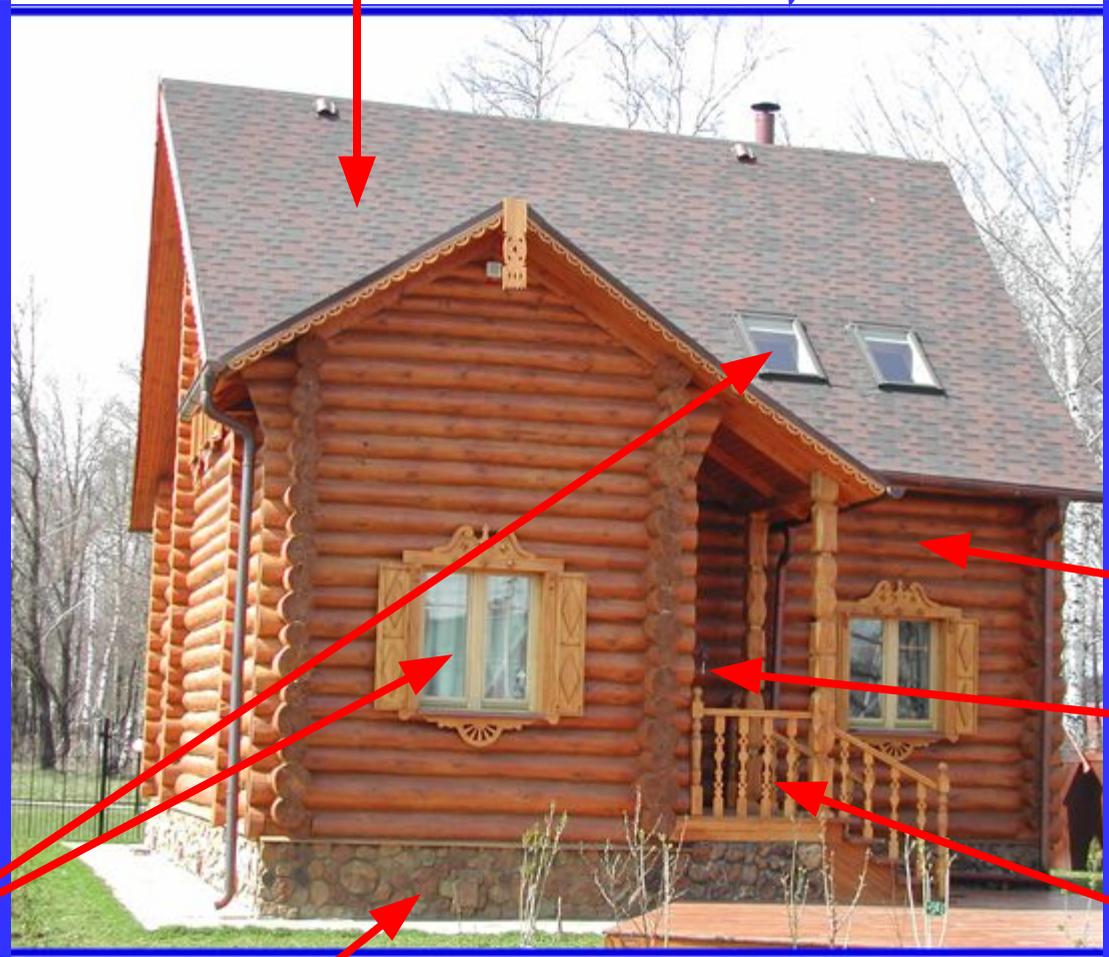
Давайте представим Вашу организацию в виде дома, который Вы строите для своих клиентов...

ВАША ОРГАНИЗАЦИЯ

УПРАВЛЕНИЕ

МОТИВАЦИЯ

КОРПОРАТИВНАЯ
КУЛЬТУРА



ЛОЯЛЬНОСТЬ

КОМАНДА

КЛИЕНТЫ

МАРКЕТИНГ

ПРОДАЖИ

КОММУНИКАЦИИ

Фотография предоставлена
компанией WWW.RUSHOME.RU

ПРОДАЖИ – это ФУНДАМЕНТ любой организации.

ПРОДАЖИ обеспечивают:

- ➔ Доходы организации;**
- ➔ Долю рынка;**
- ➔ Конкуренентоспособность;**
- ➔ Развитие фирмы;**
- ➔ Привлечение лучших сотрудников.**

Если ФУНДАМЕНТ рушится, т.е. ПРОДАЖИ падают, то:

- ✘ Фирма теряет долю рынка;**
- ✘ Уходят лучшие сотрудники;**
- ✘ Снижаются доходы;**
- ✘ Снижается конкурентоспособность.**

Заложив фундамент, начинают возводить СТЕНЫ.

В организации – это КОМАНДА ее сотрудников.

Сотрудники – это отдельные бревнышки, которые в разрозненном виде не сформируют каркас Вашей организации.

Только при:

-  Осознании общих целей;
-  Налаженных взаимоотношениях;
-  Четкой слаженной работе

возможны УСПЕХ и ПРОЦВЕТАНИЕ Вашей организации.

Для того, чтобы фирма могла расширять клиентскую базу и повышать продажи ей необходимо наладить:



КОММУНИКАЦИИ С КЛИЕНТАМИ.

КОММУНИКАЦИИ – это те СТУПЕНЬКИ и ВХОД в Ваш дом, по которым к Вам будут приходить Ваши клиенты.



Если СТУПЕНЬКИ будут неудобные, а то и подгнившие, а покосившаяся дверь будет противно скрипеть, то редкий посетитель, отважившийся заглянуть к Вам, рискует сломать ногу, после чего на повторный визит вряд ли стоит рассчитывать. А кроме того он расскажет об этом всем своим партнерам.



Для того, чтобы видеть, что творится вокруг и вносить струю свежего воздуха, необходимы

➔ ОКНА.

Чтобы четко представлять себе потребности клиентов, быть в курсе изменений на рынке необходимо

➔ МАРКЕТИНГ.

Именно МАРКЕТИНГ является ОКНОМ, через которое организация смотрит во внешний мир.

Сквозь плотно занавешенное или заколоченное ОКНО невозможно увидеть:

- ✘ Шаги конкурентов;
- ✘ Изменение поведения потребителей;
- ✘ Появление новых рынков, технологий и брендов, представляющих угрозу Вашему бизнесу.

Для защиты обитателей дома от разрушительного воздействия погодных условий необходима КРЫША.

УПРАВЛЕНИЕ

- ➔ Связывает воедино все составляющие;
- ➔ Планирует деятельность организации;
- ➔ Организует работу в компании;
- ➔ Осуществляет контроль.

Главная задача УПРАВЛЕНИЯ – не дать организации развалиться под действием разрушительных сил.



Протекающая КРЫША приводит к появлению плесени, разводов и сырости на стенах и, как следствие, к дискомфорту обитателей дома.



Важнейшим инструментом, с помощью которого управление достигает поставленных целей, является



МОТИВАЦИЯ.



Немотивированный сотрудник настроен равнодушно, а подчас и враждебно по отношению к организации. Вместо продуктивной работы он, в лучшем случае, обозначает активность, а в худшем – начинает наносить организации вред.



Такие сотрудники теряют лояльность, образуют отрицательные субкультуры и все это способно разрушить за короткий срок возведенный с таким трудом дом.



■ Каждый сотрудник должен являться профессионалом своего дела. Постоянно узнавать что-то новое, поддерживать и развивать полученные навыки и знания – только так можно быть лидером.

■ Поэтому все преуспевающие компании уделяют колоссальное внимание обучению своих сотрудников, проводя семинары, тренинги и аналогичные мероприятия.

➔ **TopSkills Personnel Consulting** направляет все свои усилия, чтобы помочь своим клиентам достичь сильных рыночных позиций.

■ Наши специалисты проводят тренинги по различным направлениям, которые являются ключевыми в современном мире бизнеса.

**Для завоевания Вашей организацией
сильных рыночных позиций**

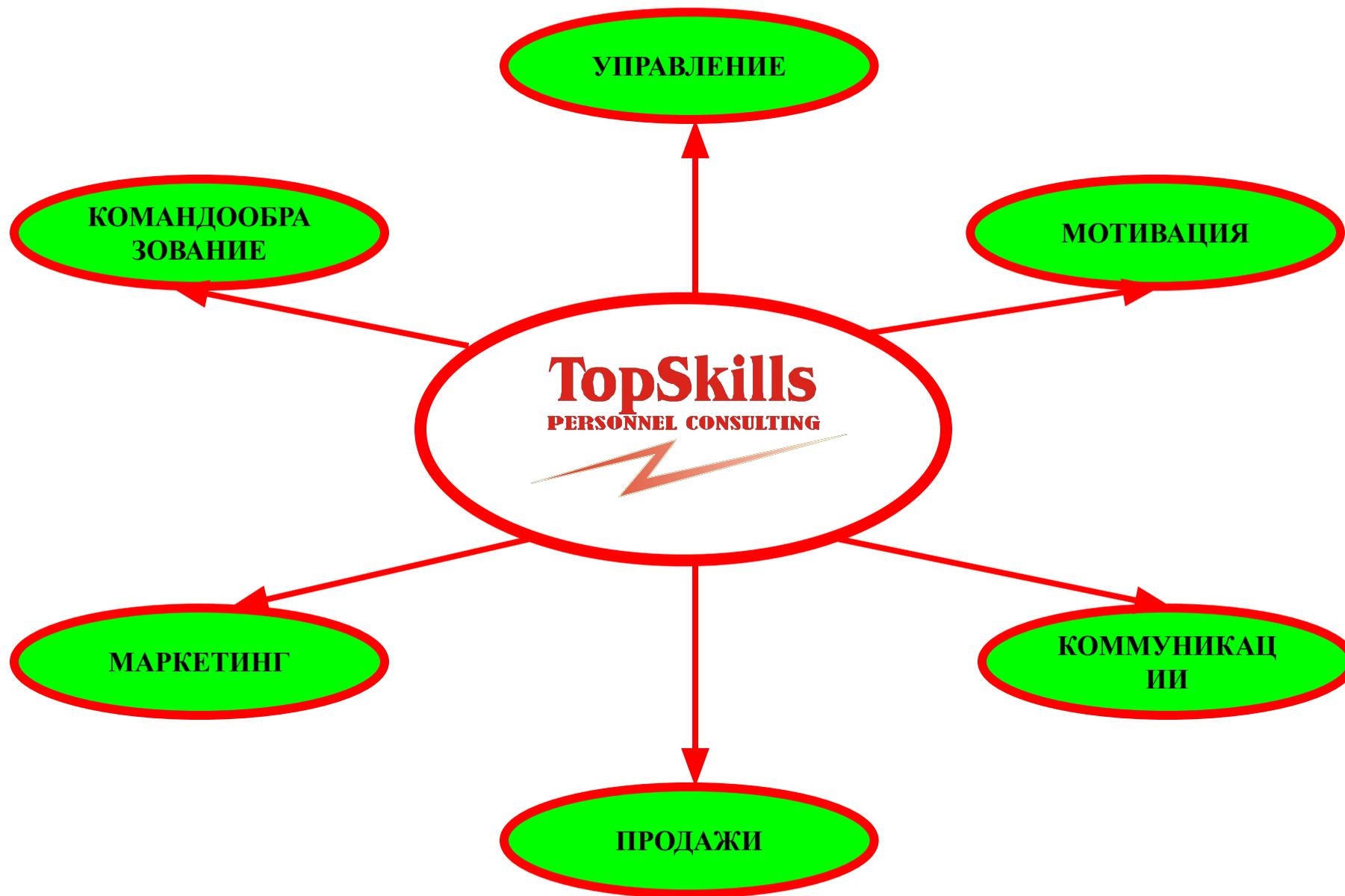


**TopSkills Personnel Consulting
предлагает**



**Обучающие корпоративные программы
(тренинги и семинары)**

ТРЕНИНГИ И СЕМИНАРЫ



Тренеры и консультанты
TopSkills Personnel Consulting

**проведут предварительную диагностику ситуации в
Вашей организации**



**По результатам диагностики скорректируют
стандартную программу или разработают новую
с учетом требований Вашей организации**



Проведут тренинг



Проанализируют эффективность тренинга



Оформят результаты в виде письменного отчета

ПРОДАЖИ

- ➔ **Как сделать продажи эффективными;**
- ➔ **Активные продажи: технологии и инструменты;**
- ➔ **Управление большими продажами;**
- ➔ **Эффективные продажи с элементами командообразования;**
- ➔ **Работа с возражениями. Как сделать так, чтобы клиент сказал «да»;**
- ➔ **Управление стрессом, или как сохранить и здоровье и клиента;**
- ➔ **Технология продаж. Работа с возражениями;**
- ➔ **Как повысить продажи в сфере услуг;**
- ➔ **Технологии розничных продаж в торговом зале.**

КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ

- ➔ **Exclusive Teambuilding – с выездом на природу;**
- ➔ **Тренинг формирования команды (для сотрудников организации);**
- ➔ **Стили лидерства.**
- ➔ **Эффективное командообразование**
- ➔ **Эффективная работа в команде**

КОММУНИКАЦИИ

- ➔ **Коммуникативная эффективность;**
- ➔ **Тренинг коммуникативных навыков;**
- ➔ **Эффективные переговоры;**
- ➔ **Построение эффективной коммуникации в процессе переговоров;**
- ➔ **Особенности обслуживания VIP клиентов – продвижение дорогих и очень дорогих товаров на потребительском рынке;**
- ➔ **Секреты телефонного мастерства – искусство телемаркетинга;**
- ➔ **Повышение качества сервисного обслуживания – клиент - ориентированный подход.**

МАРКЕТИНГ

- ➔ **Построение эффективных систем маркетинга;**
- ➔ **Эффективный бренд;**
- ➔ **Практические приемы марчендайзинга;**
- ➔ **Прикладной маркетинг: как продвигать себя на рынке.
Создание комплекса маркетинговых коммуникаций.**
- ➔ **Эффективный маркетинг**

УПРАВЛЕНИЕ

- ➔ **Миссия, стратегия и цели организации (для руководителей разных уровней);**
- ➔ **Формирование и развитие управляющих навыков для управляющих;**
- ➔ **Коучинг как стиль управления;**
- ➔ **Как создать свою команду (для руководителей разных уровней);**
- ➔ **Управление персоналом;**
- ➔ **Управление конфликтами;**
- ➔ **Управление коммуникациями проекта.**
- ➔ **Time management – ресурс личностного и корпоративного роста**

МОТИВАЦИЯ

- ➔ **Построение мотивационного профиля организации (для HR – специалистов и руководителей разных уровней);**
- ➔ **Мотивационный тренинг;**
- ➔ **Оценка персонала: методы изучения сотрудников.**
- ➔ **Приемы и инструменты нематериальной мотивации персонала**

VIP-Продажи: Секреты Мастерства

Тренинг представляет особенности и проблематику продаж VIP - клиентам, правила работы с VIP- клиентами, технологии и методы повышения эффективности.

Каждый, кто сталкивался с продажей дорогих товаров и услуг знает, что покупатели "элитных продуктов" требуют к себе индивидуального подхода, причем каждый своего. Наиболее успешные Менеджеры вырабатывают свои методики работы с VIP-Клиентами, привлекая новых и удерживая старых.

Можно ли этому научиться?

Именно на это направлен тренинг "VIP-Продажи: Секреты Мастерства".

Целевая аудитория:

Тренинг предназначен для всех, кто в ходе своей профессионально деятельности стремится к:

1. Повышению эффективности общения с VIP-клиентами;
2. Увеличению качества и объема продаж.



Цели тренинга:

- Создание концепции индивидуального подхода к клиенту и учёта его личностных качеств для повышения эффективности работы сотрудников в сфере элитных продаж;
- Овладение навыком формирования у клиента интереса к компании, продукту, бренду или услуге;
- Работа над собственными стилем и имиджем, пересмотр своих стереотипов в отношении к клиенту;
- VIP-продукт для VIP-клиента: технология продажи.

Результаты тренинга:

1. Положительные установки (я-клиент-продукт-компания);
2. Освоение особенностей работы с VIP-продуктом и VIP- клиентами;
3. Особенности презентации;
4. Потребности клиента, удовлетворяемые VIP-продуктами;
5. Технология гостеприимства как основа технологии продажи VIP-продукта «обычным» клиентам;
6. Овладение технологией продаж: VIP-продукт для VIP-клиента.



Содержание программы:

1. Установки на продажу:

1. Типы установок.
2. Конгруэнтность установок (клиент-компания-продукт-я).
3. Формирование и закрепление установок.
4. Э. Берн в продажах (Родитель-Взрослый-Ребенок).

2. Характеристики ключевых клиентов:

1. Выполняемые задачи в работе с ключевыми клиентами;
2. Факторы целесообразности выделения ключевых клиентов;
3. Преимущества и опасности при управлении ключевыми клиентам;
4. Характеристики продаж с низкой стоимостью и продаж ключевым клиентам;
5. Информация для работы с ключевым клиентом;
6. Формирование взаимоотношений с ключевыми клиентами;
7. Факторы успеха, необходимые для управления ключевыми клиентами;
8. Основы клиент-ориентированного подхода.



3. Этапы процесса активных переговоров с целью продажи:

1. Задачи и приёмы для разных стадий переговоров;
2. Подготовка к переговорам;
3. Факторы доверия;
4. Установление контакта с клиентом;
5. Способы управления беседой;
6. Сигналы «языка» глаз;
7. Расположение участников при общении;
8. Общие невербальные сигналы;
9. Вопросы по объёму и специфичности желаемой информации;
10. Аспекты эффективного слушания;
11. Приёмы эффективного слушания.

4. Презентация товара:

1. Приёмы, убеждения;
2. Выгоды, заключённые в продукте.



5. Работа с возражениями:

1. Деловой разговор: структура, ошибки и приёмы. Аргументации;
2. Правила работы с сомнениями клиента;
3. Переговоры о «цене вопроса»;
4. Некоторые способы обоснования «цены вопроса»;
5. Правила, помогающие убедить.

6. Завершение переговоров: стратегия и приёмы:

1. Анализ хода и результатов переговоров;
2. Активное управление переговорами («Воронка»);
3. Цветовые типы клиентов – красный, синий, зеленый (результаты тестов-структограмм).

Методы: деловые и ролевые игры, групповые дискуссии, видеоанализ, мозговой штурм, индивидуальные и групповые упражнения, психогимнастика.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.



Тренинг «Эффективные Активные продажи» - это грамотно построенная система практических занятий и теории, в результате которых Ваша компания получает профессиональных продавцов Ваших товаров или услуг. Данный тренинг рассчитан на компании, которые хотят повысить уровень продаж. В программе учтено большинство ситуаций, с которыми сталкиваются сотрудники компаний.

В тренинге рассмотрены все ступени лестницы продаж, приведены типы клиентов и способы взаимодействия с ними.

Отдельный блок тренинга посвящён взаимодействию со сложными клиентами, а так же ответам на возражения и претензии.

Целевая аудитория:

Тренинг предназначен для менеджеров, которые в ходе своей профессиональной деятельности стремятся к:

1. Повышению эффективности общения с клиентами;
 - Увеличению качества и объема продаж;
 - Формированию собственной активной позиции в процессе продажи.

Цели тренинга:

1. Сформировать навыки успешного поведения в процессе продаж;
 2. Научиться устанавливать положительный контакт с клиентами;
 3. Осознать необходимость систематизированного подхода к анализу потребностей клиента;
1. Овладеть техникой презентации товара;
 2. Развить умение работать с возражениями.

Результаты тренинга:

Участники тренинга:

- Освоят концепцию активной продажи, ориентированной на клиента и изучат технологию работы с потенциальным клиентом в процессе непосредственного общения;
- Рассмотрят психологические механизмы, закономерности и эффекты при работе с клиентом;
- Осознают значение установления контакта с клиентом, узнают методы и техники установления контакта с потенциальным клиентом. Освоят технику мини-презентации.



- Проработают в режиме тренировки использование методов и техник установления и поддержания контакта с потенциальным клиентом;
- Изучат психологические эффекты, наблюдающиеся при приёме и передаче информации;
- Освоят концепцию покупательских мотивов. Рассмотрят понятия потребность, мотив, покупательский мотив, свойство, выгода. Поймут, что при принятии решения о покупке товара или услуги, клиенты руководствуются покупательскими мотивами;
- Освоят методы выявления покупательских мотивов;
- Изучат виды вопросов, их преимущества и ограничения;
- Изучат техники активного слушания;
- Проработают в режиме тренировки умения выявлять потребности клиентов;
- Изучат механизмы и методы аргументации и контраргументации в процессе активной продажи;
- Проработают в режиме тренировки умение приводить аргументы и работать с возражениями, с учётом особенностей речи и восприятия клиента;
- Поймут, что такое сигналы покупательской готовности и научатся отличать их от возражений;
- Проработают в режиме тренировки умение выходить из контакта и завершать сделку.



Содержание программы:

1. Подготовка к продаже

1. Личная подготовка. Техника самомотивации. Настрой на результат.
2. Профессиональная подготовка. Знание информации о продукте, его преимуществах.
3. Способы представления преимуществ Вашего предложения для клиента. Свойство услуги + Выигрыш для клиента.

2. Установка контакта с клиентом

1. Формирование первого впечатления.
2. Психологическое присоединение. Техника присоединения. Присоединение по позе, жестам, предикатам. Особенности психологической подстройки. Техники "ведения".
3. Язык жестов. Открытые и закрытые позы и жесты. Значение жестов. Жесты, придающие уверенность. Виды недопустимых поз и жестов.
4. Техника убеждения и аргументации. Поведение дружелюбного и спокойного человека.



3. Анализ потребностей клиента

1. Эмоциональные потребности. Рациональные и эмоциональные потребности. Выяснение эмоциональных потребностей. Выявление основного интереса клиента. Методы выяснения отношения клиента к предлагаемой продукции.
2. Техника 80 к 20. Виды вопросов. Открытые, закрытые, альтернативные. Особенности открытых вопросов. Тактика вопросов. 80% времени говорит клиент, 20% звучат открытые вопросы.
3. Техника Активного Слушания. Эффективные способы слушания. Правила хорошего слушателя. Техника 3-х "Да". Оценка "перспективности" клиента.

4. Презентация (предложение) товара

1. Определение цели презентации. Этапы подготовки презентации. Критерии эффективности.
2. Связь между идеальной картинкой клиента и реальным продуктом. Работа с "образом" клиента.
3. Техника вовлечения. Эффективные приёмы и способы увлечь клиента. Вовлечение в диалог.



5. Работа с возражениями

1. Возражение или отговорка. Понятие "возражение". Типология возражений. Выявление возражений.
2. Техника работы с возражением. Подготовка к работе с возражениями. Ответ на возражение, а не на отговорку.
3. Техника уточнения. Способы использовать возражения участников для пользы дела. Как превратить оппонентов в партнеров.
4. Работа со "сложными" клиентами. Приемы работы с конфликтными клиентами. Сомневающиеся клиенты и как прояснить для них ценность работы с Вами. Как не потерять крупный контракт в ситуации, когда кажется, что тактически все сделано правильно.

6. Заключение сделки

1. Правила поведения на заключительном этапе. Резюмирование.
2. Правила заключительного этапа. Как помочь клиенту принять эффективное решение.



7. Мотивация клиента к дальнейшему сотрудничеству

1. Анализ. Поэтапный анализ проведенной работы (разговора).
2. Выделение критериев успешности продажи для данной категории клиентов.
3. Корректировка плана последующих действий.

8. Способы продления деловых отношений:

1. Разговор после продажи.
2. Улыбка.
3. Доброжелательность.
4. Compliment правильному выбору.
5. Развитие отношений с клиентом.

Методы: деловые и ролевые игры, групповые дискуссии, видеоанализ, мозговой штурм, индивидуальные и групповые упражнения, психогимнастика.



Гарантии результатов:

Тренинг даёт ощутимые результаты благодаря тому, что:

- В тренинге используются методы обучения, имитирующие этапы процесса продаж, в связи с чем происходит интенсивное формирование навыков.
- Работа сопровождается видеоанализом, который помогает участникам увидеть себя с разных позиций и лучше осознать свои действия.
- В тренинге создаются условия, в которых человек может апробировать новые пути взаимодействия с людьми и получить обратную связь в условиях психологического комфорта и безопасности.
- По окончании тренинга каждый участник получает набор методических материалов и рекомендаций тренера, которые могут быть использованы в дальнейшей работе.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.

Эффективные Телефонные Переговоры. Успешные Продажи по телефону: Секреты Успеха

Во многих компаниях основной объём взаимодействия с клиентами происходит по телефону и объём продаж услуг или товаров компании так же производится безлично. О преимуществах телефонных продаж, а так же о том, как добиться большей результативности в ходе телефонных переговоров, рассказывает эта программа.

Целевая аудитория:

Тренинг предназначен для сотрудников компании, которые в ходе своей профессиональной деятельности стремятся к:

- увеличению продаж существующим клиентам;
- повышению лояльности существующих клиентов;
- привлечению и удержанию новых клиентов;
- освоению техник эффективного телефонного общения.



Задачи тренинга:

Формирование и развитие навыков ведения телефонных переговоров, повышение эффективности ведения телефонных переговоров, оптимальные стандарты, формирование навыков продаж по телефону «холодные звонки», алгоритма работы с конфликтным клиентом.

Цели тренинга:

1. Осознание способов повышения эффективности применения телефона в процессе общения с клиентами;
2. Развитие навыков успешных продаж при помощи телефонного общения;
3. Обучение правилам телефонного этикета;
4. Освоение эффективных техник взаимодействия с клиентом;
5. Повышение уровня продаж по телефону.

Результаты тренинга:

1. Овладение навыками ведения телефонных переговоров;
2. Повышение уровня продаж по телефону;
3. Формирование и развитие навыков работы с клиентами разных типов;
4. Освоение эффективных техник взаимодействия с клиентами;
5. Повышение клиент-ориентированности.



Содержание программы:

1. Подготовка к телефонным переговорам

1. План, сценарий, вспомогательные материалы. Схема ведения делового телефонного разговора. Логика речи в телефонных переговорах.
2. Голос как индикатор выразительности в телефонных коммуникациях.

2. Установление контакта

1. Этика телефонных переговоров.
2. Выгоды телефонного общения. Клиент-ориентированность в телефонных переговорах.
3. "Телефонный имидж" вашей компании. Основные принципы, которые лежат в основе общения с клиентом по телефону. Выработка оптимального корпоративного стандарта общения по телефону.



3. Привлечение новых клиентов с помощью холодных телефонных звонков

1. Правильное обхождение с секретарями.
2. Как заинтересовать лицо, принимающее решение и договориться о встрече.
3. Выработка сценариев звонков (продажа встречи).

4. Основная часть телефонного разговора

1. Правила правильного слушания собеседника. Техники активного слушания. Как задавать вопросы для получения необходимой информации. Алгоритм работы с конфликтным клиентом.
2. Самодиагностика и выявление затруднений, возникающих в условиях активного общения с клиентом по телефону. Барьеры в телефонных коммуникациях и способы их преодоления (психология работы со "сложным клиентом").
3. Навыки презентации коммерческого предложения по телефону.

5. Лестница продаж

1. Стратегия поведения при взаимодействии с клиентами, направленная на продажу.



6. Завершение телефонного разговора

1. Правила делового этикета. Способы подтвердить достигнутые договорённости.
2. Типы клиентов по способу принятия решений и по уровню коммуникативной компетенции.
3. Действия после разговора. Фиксирование результатов телефонного разговора и их анализ.

Методы: ролевые игры, групповые дискуссии, видеоанализ, моделирование ситуационного поведения, индивидуальные и групповые упражнения, мозговой штурм.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.



Технология Розничных Продаж в Торговом Зале

Участники тренинга смогут узнать, как повысить объем розничных продаж на 3% в один день. Как научить продавцов вставать на сторону клиента, а не продавать так, как удобно им.

Целевая аудитория:

продавцы — консультанты.



Цели тренинга:

осознание собственной позиции как продавца консультанта, осознание этапов продаж, и выбор подходящих инструментов влияния для каждого этапа, анализ своего привычного поведения при взаимодействии с клиентом, создание нового поведения при взаимодействии с клиентом.

Результат тренинга:

Участники тренинга:

1. Получат набор инструментов для установления контакта с клиентом в разных стартовых ситуациях;
 - Отработают умение, как задавать правильные вопросы, ведущие к сделке;
 - Отработают умение выяснять критерии клиента;
 - Научатся проводить презентацию на языке пользы;
 - Научатся работать с возражениями клиента;
 - Научатся слушать и слышать клиента;
 - Получат положительную мотивацию, с точки зрения встраивания работы продавцом-консультантом в личный Карьерный план.



Содержание программы:

1. Стратегия взаимоотношений. Как выстроить ее эффективно.

1. Как делают покупки мужчины и женщины?
2. Особенности покупательского поведения. И как мы можем это использовать.
3. Наш клиент – кто он? Чего он хочет? Его потребности
4. Мотивы, ценности, потребности. Как это использовать.
5. Мотив власти и его ключевые ценности: Влияние, способность вызывать эмоции, контроль, престиж.

2. Как быть первыми в этом году?

1. Клиентоориентированный и товароориентированный подход в продажах.
2. Повышение сервисного обслуживания – цивилизованный способ сделать клиентов лояльными.
3. Лестница клиентов. Принцип Парето. Как при меньших затратах достигать большего результата.



3. Продажи как система

1. Классическая схема продаж.
2. Этапы продаж. Продажа как бизнес-процесс.
3. Три стартовые ситуации в продажах.
4. Клиент идет на контакт (коммуникация).
5. Клиент запрашивает информацию.
6. Клиент блокирует все действия продавца («Сам»).
7. Матрица продаж.
8. Типы клиентов: доминирующие, социальные, зависимые, скептики.
 - Экспресс диагностика типов клиентов. Особенности вступления в контакт с каждым типом клиента.

4. Приемы вступление в контакт.

1. Вопросы. Критерии правильно сформулированных вопросов.
2. Для какого типа клиентов работают вопросы.
3. Приемы присоединения: назвать товар, назвать основную характеристику товара, предложить альтернативу, присоединение к мифу, констатировать факт, задать эталон, включить в действие (отдать товар в руки).

5. Как выявить потребности клиента.

1. Типы вопросов.
2. Техники выяснения критериев покупки.
3. Приемы управления диалогом – Активное слушание.
4. Невербальные сигналы от клиента как маркеры потребностей.



6. Что предложить, как предлагать.

1. Презентация товара. Техника «язык пользы».
2. Техника «опора на ключевые слова клиента».

7. Как работать с возражениями.

1. Психологическая природа критики.
2. Ошибки продавца при работе с критикой (оправдание, контратака, игнорирование).
3. Правила и техника работы с критикой клиента. (Комплимент, согласие, вопрос).

8. Завершение сделки.

1. Как завершать диалог и влиять на принятие решения клиентом о покупке.
2. Как прощаться с клиентом, чтобы формировать постоянную клиентуру.

9. Принципы и техника совершения допродажи.

1. Классическая и неклассическая допродажа.
 - Составление карты допродаж.

Методы: мини-лекции, групповая работа, метафорическая деловая игра, отработка умений по схеме: поэлементное упражнение + комплексное упражнение + системное действие



Построение Эффективной Коммуникации в Процессе Переговоров

Умело организованное и проведенное взаимодействие в переговорном процессе дает сторонам возможность более полно представить свои интересы и воздействовать на партнера, не ущемляя его интересов.

Для этого кроме желания достичь договоренности необходимо овладеть набором коммуникативных навыков.

Результат, устраивающий стороны, и умело организованный процесс переговоров являются залогом прочных и долговременных отношений.

Целевая аудитория:

- менеджеры оптовой торговли;
- продавцы-консультанты;
- риэлтеры;
- люди других профессий, ориентированные на поддержание долгосрочных отношений с клиентами.



Цель тренинга:

Обучение навыкам эффективного ведения переговоров, используя вербальные и невербальные особенности коммуникации.

Результаты тренинга:

Участники тренинга:

- Получают ясное представление о вербальной и невербальной стороне коммуникации;
- Осваивают взаимодействие на вербальном и невербальном уровнях;
- Отрабатывают техники ведения переговоров с учетом вербальных и невербальных особенностей коммуникации;
- Совершенствуют личностные умения и навыки, необходимые для успешного ведения переговоров.

Содержание программы:

1. Что такое переговоры?

1. Переговоры;
2. Стратегия переговоров;
3. Цели переговоров;
4. Отличие переговоров от продаж.

2. Язык переговоров.

3. Вербальная передача информации.

1. Техники активного слушания;
2. Вокальные помехи в ходе переговоров.

4. Невербальная передача информации.

1. Невербальное поведение;
2. Язык жестов;
3. Репрезентативные системы.

5. Интонация.

6. Подведение итогов тренинга. Обратная связь участников.

Методы: групповые дискуссии, ролевые игры с раздаточным материалом, мини-лекции, мозговой штурм, самостоятельная работа участников.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.



Развитие Коммуникативных Навыков.

Взаимодействие в переговорном процессе, умело организованное и проведенное, дает сторонам возможность более полно представить свои интересы и воздействовать на партнера.

Результат, устраивающий стороны, и умело организованный процесс переговоров являются залогом прочных и долгосрочных отношений.

Целевая аудитория:

- продавцы;
- менеджеры компаний;
- интервьюеры;
- операторы Call-центров;
- а также те, кто хочет быть успешным в общении.



Цели тренинга:

Приобретение и освоение навыков эффективной коммуникации с собеседниками, оппонентами, респондентами.

Результат тренинга:

Участники тренинга:

1. Освоят эффективные навыки общения с оппонентами.
2. Повысят уверенность в себе.
3. Освоят технику грамотного установления и удержания контакта с собеседником.
4. Освоят методики эффективного взаимодействия с различными типами собеседников.
5. Освоят приемы вызова к себе доверия собеседника.
6. Приобретут навыки эффективной самопрезентации.
7. Увидят свои плюсы и минусы и поймут, какие профессиональные навыки следует развивать.



Содержание программы:

1. Основы коммуникативных процессов и межличностного взаимодействия.

1. Составляющие эффективной коммуникации.
2. Вербальное и невербальное общение.
3. Основные каналы восприятия оппонента.
4. Техники активного слушания.

2. Основные приемы налаживания контакта с оппонентом

1. Правила формирования личного имиджа.
2. Навыки эффективной самопрезентации.
3. Необходимые этапы беседы (от установления контакта до завершения беседы).

3. Основные приемы налаживания контакта с оппонентом при общении по телефону.

1. Телефонный деловой этикет.



4. Основные навыки взаимодействия с различными типами оппонентов.

1. Навыки эффективных приемов речевого воздействия в процессе общения в зависимости от типов респондентов.
2. Навыки задавания эффективных вопросов с целью получения необходимой информации.

5. Психологическая настройка на успех в общении.

1. Ориентация на результат эффективного общения.
2. Эффективные приемы самоутверждения.

6. Линия опыта. Подведение итогов тренинга. Обратная связь с участниками тренинга.

Методы: Интерактивные лекции, ситуационные задания на развитие коммуникативных навыков, групповая работа с использованием раздаточных материалов, ролевые и деловые игры.

Продолжительность: 1 день - 8 часов.

Эффективные Переговоры.

- Как выбрать стратегического бизнес-партнера?
- Как построить переговоры так, чтобы стать незаменимым партнером по бизнесу?

Целевая аудитория:

специалисты отдела продаж и сотрудники, чья деятельность связана с переговорами.

Результаты тренинга:

Участники тренинга:

1. Узнают психологические особенности управления беседой.
2. Научатся вести цивилизованные переговоры и не поддаваться манипуляциям со стороны клиентов.
3. Научатся грамотно вести переговоры о цене.
4. Узнают, какие нужны знания и внутренние установки, чтобы получать стратегические контракты.

Содержание программы:

1. Что нужно знать о стратегических бизнес партнерах.

1. Цель переговоров: не выигрыш – выигрыш, а создание обоюдного решения.
2. Сбор информации.
3. Составление сравнительной таблицы: мы и они.

2. Чего хотят стратегические бизнес-партнеры.

1. Как понять особенности бизнеса и предложить им решение.
2. Основные желания стратегических бизнес-партнеров.
3. Как изучить Картину мира партнера и перестроить ее.

3. Почему стоит продавать только стратегическим бизнес- партнерам?

1. Шесть преимуществ общения с теми, кто принимает решение.

4. Как стать стратегическим бизнес партнером?

1. Как изменить собственные ограничивающие установки.

5. На встрече со стратегическим бизнес партнером.

1. Психологические особенности управления беседой.
2. Техника задавания правильных вопросов.
3. Как перевести ценности и отличия своего предложения в термины решений и выгод для клиента.



6. Презентация для стратегического бизнес-партнера.

1. Концентрируйтесь на решении, а не в вашем продукте. Восемь советов по презентации.

7. Правила проведения переговоров со стратегическими бизнес-партнерами.

1. 12 уловок клиента: слишком высокая цена; если клиент не принял решение; игра в «доброе» и «злого» полицейского; когда клиент кидает пробные шары, чтобы только получить информацию; «давайте сойдемся на среднем» и др.
2. Как вести переговоры о цене.

8. Заключение сделки со стратегическими бизнес партнерами.

1. Как избавиться от идеи «заключения сделки» и создать отношения, формализуя партнерство.

Методы: Интерактивные лекции, ситуационные задания на развитие коммуникативных навыков, групповая работа, ролевые и деловые игры.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.



Эффективные Продажи с Элементами Командообразования.

Тренинг по продажам с элементами командообразования является залогом успешного взаимодействия с покупателями, способствует снижению конкуренции между продавцами и повышению конкурентоспособности фирмы на рынке. Этого можно достичь путем приобретения профессионализма и усиления корпоративного духа.

Целевая аудитория:

- торговые представители;
- менеджеры по работе с клиентами.



Почему мы предлагаем именно комплексную программу?

Мир держится на людях, которые продают. Чем больше продаж, тем стабильнее экономика. Чем стабильнее экономика, тем выше доходы. Без продавцов умрет экономика. Без продавцов обанкротится любая корпорация в мире. Люди, которые продают, создают рабочие места для всех людей на земле. Если не будет продавцов, не будет и рабочих мест.

Успешность любого бизнеса зависит от продавцов. Чем бы компания ни занималась, какой бы уникальный и полезный продукт ни производила, ее работа бессмысленна, если нет продаж.

Когда мы говорим о компании, то прежде всего имеем в виду собравшихся вместе людей, которые заинтересованы в совместном достижении какой-либо цели, а значит действовать они будут не в противовес друг другу, а единым фронтом. Если перевести вышесказанное на язык бизнеса, то следует заметить, что только те компании, в которых развит дух сотрудничества, единения, поддержки и соперничества, то есть командный дух, достигают лидирующего положения на рынке.

Цели тренинга:

Получение знаний, приобретение умений и навыков эффективного взаимодействия с клиентами. Освоение командного подхода для достижения единой цели компании.

Результаты тренинга:

Участники тренинга:

1. Научатся основам эффективной коммуникации.
2. Смогут удовлетворять существующие, выявлять скрытые и создавать новые потребности покупателя.
3. Освоят эффективное командное взаимодействие. Смогут работать на общую цель и результат.
4. Смогут проводить презентацию товара так, чтобы клиент захотел его купить.
5. Научатся работе с возражениями и сомнениями клиента.
6. Научатся профессиональному поведению и психологической устойчивости даже в самых сложных ситуациях.
7. Научатся доводить переговоры до совершения покупки.
8. Научатся замечать свои неэффективные действия и пробовать новые способы поведения.



Содержание программы:

1. Технология продаж

1. Классическая и коучинговая модели продаж.

2. Установление контакта

1. Коммуникативные инструменты продавца.
2. Техники активного слушания.
3. Типы клиентов и способы взаимодействия с ними.

3. Выявление потребностей

1. Иерархия потребностей покупателя.
2. Типы вопросов.

4. Специфика телефонных продаж

1. Стандарты телефонной коммуникации.
2. Прохождение первичного барьера при холодном звонке.

5. Презентация товара

1. Законы грамотной презентации.
2. Перевод свойств вашего предложения на язык выгод клиента.



6. Работа с сомнениями и возражениями клиента

1. Стандартные сомнения, возражения клиента и способы работы с ними.

7. Как справиться с собственным стрессом

8. Завершение продажи

1. Методы завершения продажи.

9. Этап командообразования

1. Отличие группы от команды.
2. Взаимодействие в команде.
3. Секрет сотрудничества.

10. Подведение итогов тренинга. Обратная связь участников.

Методы: Интерактивные лекции, ситуационные задания на развитие навыков продаж, групповая работа с использованием раздаточных материалов, ролевые и деловые игры, командообразующие упражнения.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.

Эффективное Командообразование

Тренинг рассчитан на компании, которые стремятся использовать преимущества групповой формы работы максимально эффективно, снять напряжение и конфликтные ситуации в команде. Данный тренинг посвящен созданию атмосферы сотрудничества, взаимопонимания и восприятия каждого сотрудника как ресурса команды, выработке общих стратегий поведения в стандартных и критических ситуациях. Также тренинг полезен для адаптации и мотивирования новых членов коллектива и создания толчка для развития команды.

Целевая аудитория:

- Высшее руководство;
- Линейные менеджеры;
- Рядовые сотрудники.



Задачи тренинга:

Создание установки на достижение общей цели, повышение эффективности делового взаимодействия внутри команды, формирование и развитие навыков экономии времени в ходе совместной работы, создание и укрепление благоприятного психологического климата в команде, повышение стрессоустойчивости и конкурентоспособности команды, профилактика конфликтов в коллективе.

Цели тренинга:

- Выработка стратегии построения максимально эффективной команды;
- Формирование и развитие навыков организации командной работы;
- Понимание участниками основных принципов создания команд;
- Создание групповых норм и правил взаимодействия в команде;
- Отработка навыков совместного решения различных задач;
- Оптимизация межличностных отношений и сплочение группы.

Результаты тренинга:

- Создание установки на достижение общей цели;
- Повышение эффективности делового взаимодействия внутри команды;
- Формирование и развитие навыков экономии времени в ходе совместной работы;
- Выработка чувства личной и командной ответственности на

Содержание программы:

1. Формирование команды

1. Основные этапы формирования команды: характерные особенности каждого этапа и их использование для эффективной работы;
2. Типы командной стратегии;
3. Виды организационных структур и их эффективность для определенного типа команды;
4. Условия успешного достижения командой своих целей;
5. Предотвращение и разрешение конфликтов внутри команды.

2. Управление внутригрупповым взаимодействием

1. Формальное и неформальное лидерство;
2. Распределение внутригрупповых ролей.

3. Эффективная работа с информацией

1. Психологические закономерности при передаче, получении и сохранении информации;
2. Техники передачи информации: точно и качественно;
3. Невербальные аспекты контакта при передаче информации;
4. Техники получения и переработки информации;
5. Нарботка навыков взаимопонимания и взаимодействия в группе.



4. Коллективное решение задач

1. Этапы коллективного решения задач;
2. Определение проблемных точек;
3. Постановка целей;
4. Разработка сценариев выполнения;
5. Мозговые штурмы в коллективном принятии решений.

5. Сплочение команды

1. Сплочение команды. Распределение внутригрупповых ролей;
2. Типы клиентов(Красный, Синий, Зеленый);
3. Нарработка навыков взаимопонимания и взаимодействия в группе.
Позиции участников в контакте;
4. Предотвращение и разрешение конфликтов внутри команды.

Методы: интерактивное взаимодействие с группой, ролевые и ситуационные игры, моделирование ситуационного поведения, групповые упражнения.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.



Командообразование.

Эффективная Работа в Команде.

Тренинг посвящен созданию атмосферы сотрудничества и взаимопонимания в коллективе. Помогает при выработке общих стратегий поведения в стандартных и критических ситуациях. Тренинг полезен для адаптации и мотивирования новых членов коллектива и создания толчка для развития команды.

Тренинг рассчитан на компании, которые стремятся использовать преимущества групповой формы работы максимально эффективно, снять напряжение и конфликтные ситуации в команде.

Целевая аудитория: компании, стремящиеся к улучшению взаимодействия сотрудников в команде.



Цели тренинга:

1. Создать доверительные отношения в коллективе;
2. Научиться принимать и уважать различия друг друга как средство к повышению уровня взаимодействия в команде;
3. Улучшить взаимодействие в команде.

Результат тренинга:

Сотрудники компании:

1. Поймут характеристики понятий: «личность», «индивидуальность», «самопринятие», «уникальность».
2. Поймут различия между группой людей и командой профессионалов своего дела.
3. Научатся принимать и уважать различия друг друга.
4. Повысят уровень сплоченности в команде.



Содержание программы:

1. Уникальность. Личность. Индивидуальность.

1. Соотношение понятий «индивид», «личность», «индивидуальность».

2. Команда – что это?

1. Личность в группе.

2. Группа и команда.

3. Важность межличностных отношений.

4. Основные типы распределения функций в команде.

3. Работа на общий результат, сотрудничество вместо конкуренции.

1. Характеристика эффективной команды.

2. Для чего нужна эффективная команда?

4. Подведение итогов тренинга. Обратная связь участников.

Методы: групповые дискуссии, ролевые и деловые игры с раздаточным материалом, интерактивные мини-лекции, мозговой штурм, командообразующие упражнения.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.



Эффективное Управление Конфликтами.

Роль конфликта в организации зависит от того, насколько эффективно им управляют. Чтобы управлять конфликтом, необходимо понимать причины возникновения конфликтной ситуации. Обычно управляющие считают, что основной причиной конфликта является столкновение личностей. Однако, последующий анализ показывает, что в конфликте «виноваты» другие факторы.

Целевая аудитория:

- менеджеры и управляющие компаний;
- менеджеры по продажам;
- а также все, кто стремится к личностному развитию и готов рассматривать конфликтную ситуацию как возможность изменить себя и отношения с окружающими.



Цели тренинга:

Приобретение и освоение навыков, необходимых для профилактики и эффективного разрешения конфликтов на разных уровнях взаимодействия в организации, во внутренней и внешней бизнес-среде.

Результаты тренинга:

Участники тренинга смогут:

1. Получить представление о конфликте.
 - Ориентироваться в причинах конфликтов.
 - Освоить приемы разрешения противоречий в деловом общении.
 - Научиться адекватно реагировать на различные конфликтные ситуации.
 - Отработать навыки разрешения конфликтных ситуаций.
 - Выбирать оптимальную стратегию поведения в конфликте.
 - Овладеть техникой безконфликтного общения.

Содержание программы:

1. Конфликт как феномен социальной жизни.

1. Определение конфликта.
2. Природа конфликта.
3. Виды конфликтов.
4. Сценарии поведения в конфликте.

2. Этапы развития конфликта.

1. Особенности восприятия и интерпретация событий как причина запуска конфликта.
2. Соотнесение понятий «цена конфликта» и «цена выхода из конфликта» как основа выбора стратегий реагирования.
3. Стратегии взаимодействия в конфликтной ситуации.
4. Манипуляция как «мягкий» вид борьбы.
5. Приемы эффективного взаимодействия. Правила ведения конструктивного спора.
6. Плюсы и минусы открытого конфликта.
7. Конструктивное и деструктивное развитие конфликтов. Факторы их управляемости.
8. Критерии разрешения конфликтов.



3. Технологии конструктивного разрешения конфликта на каждом этапе его развития.

1. Эффективная коммуникация как «прививка» от конфликта.
2. Управление собственным эмоциональным состоянием.
3. Способы регулирования конфликтов.

4. Линия опыта. Подведение итогов тренинга. Обратная связь с участниками тренинга.

Методы: Интерактивные лекции, анализ практических ситуаций, ролевые игры, упражнения, групповая дискуссия, тестирование.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.



*Создание Команды.
(тренинг для руководителей)*

Тренинг предоставляет стратегическую информацию, необходимую для создания команды, раскрывает виды запроса по созданию команды и показывает, как учитывать корпоративную культуру при создании оптимальной модели команды.

Этот тренинг разъясняет основные подходы к формированию команды и выбора оптимального стиля руководства в соответствии с этапом развития команды.

Целевая аудитория:

- руководители компаний;
- HR-специалисты;
- менеджеры разных уровней;
- все, кто участвует в руководстве компанией.



Цели тренинга:

1. Получить стратегическую информацию, необходимую для создания команды.
2. Проанализировать виды запроса в организации по созданию команды.

Результат тренинга:

Каждый участник тренинга:

1. Сможет диагностировать ситуацию в собственной компании.
2. Получит инструменты для создания команды.
3. Отработает инструменты влияния на команду и каждого участника.
4. Выберет оптимальный стиль руководства в соответствии с этапом развития команды.

Содержание программы:

1. Корпоративная культура и команда в организации.

1. Выделение признаков высокоэффективной команды в организациях.
2. Создание образа результата команды.
3. Применение критериев цели SMART для достижения бизнес-результатов.
4. Выделение и анализ ключевых признаков корпоративной культуры организации и ее отделов для выбора приемов формирования команды.
5. Понимание взаимосвязи ценностей корпоративной культуры и управленческих приемов влияния на коллектив.
6. Понимание, когда и какой стиль руководства эффективен при определенной стадии развития команды.

2. Создание команды

1. Определение воздействия на групповые процессы в соответствии со стадиями развития команды.
2. Определение процессов, происходящих в коллективе, определение стадии развития команды по поведению участников.
3. Сравнение эффектов команды и индивидуального взаимодействия сотрудников.
4. Понимание, проявления эффекта синергия на разных этапах, использование эффекта синергии в организационных изменениях.



3. Методы управления командой

1. Определение элементов группового взаимодействия: содержание и процесс.
2. Понимание способов управления командой на примере четырех стилей руководства
3. Определение характеристик лидера команды
4. Анализ ситуаций для смены стиля руководства

Методы:

Интерактивные лекции, кейсы, ролевые игры, тестовые задания, метафорическая деловая игра.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.



*Формирование Управленческих Навыков
для Управляющих.
Оперативное Руководство Сотрудниками.*

Тренинг ориентирован на управляющих розничных магазинов. Оперативное руководство сотрудников очень важно для получения стабильного результата. Необходимо каждый день поддерживать в сотрудниках мотивацию к работе и поощрять желательное поведение. Очень часто сотрудники «играют в игры».

Вы узнаете, как влиять на подчиненных по новому, используя метод ситуативного руководства.

Кроме этого, мы можем включить модуль «Внедрение Стандартов обслуживания клиентов», если внедрение стандартов актуально для Вашей компании.

Целевая аудитория:

Руководители и управляющие: управляющие розничных магазинов, супервайзеры, линейные руководители.



Цели тренинга:

получить знания и умения в области оперативного руководства сотрудниками. Проанализировать свой личный стиль управления.

Результат тренинга:

Каждый участник тренинга:

1. Получит базовые навыки оперативного управления на каждый день;
2. Сможет мотивировать сотрудников, исходя из его психологической направленности;
3. Отработает схему беседы с подчиненными;
4. Узнает, как с помощью методов положительного подкрепления обучить сотрудника и сформировать у него желательное поведение;
5. Проанализирует свой тип как руководителя, увидит сильные и слабые стороны, наметит пути, как быть более эффективным управленцем.

Содержание программы:

1. Цель работы менеджера.

1. Личностные качества менеджера. ТЕСТ структограмма. Применение результатов теста в работе с сотрудниками.
2. Основные управленческие навыки: Постановка целей. Контроль и обратная связь. Мотивирование.
3. Мотивация сотрудников. Современные подходы к мотивации.
Я-ТЫ-ДЕЛО.
4. Постановка задач. Критерии корректно сформулированной управленческой цели.
 - Игры, в которые играют сотрудники. Как работать с манипуляциями. Сценарные игры.

2. Инструменты влияния

1. Техника Активного Слушания.
2. Техники задавания вопросов и умение слушать.
3. Техники Малого разговора.
3. Правила обратной связи. Как использовать Я-сообщения для повышения эффективности труда.
5. Как строить беседу с подчиненными. Виды контроля. Навыки делового администрирования.



3. Введение и поддержание стандартов работы в торговом зале

1. Стандарты работы и этапы продаж.
2. Обучение на рабочих местах. Стандарты работы.
3. Как использовать принципы положительного подкрепления для обучения на местах.
4. Восемь принципов, помогающие изменить нежелательное поведение сотрудника.

Методы:

мини-лекции, групповая работа, метафорическая деловая игра, отработка умений по схеме: поэлементное упражнение + комплексное упражнение + системное действие.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.

Приемы и Инструменты Нематериальной Мотивации Персонала.

Почему при повышении зарплаты сотрудник не работает лучше? Что такое уровень оптимальной тревожности? Есть ресурс в области управления людьми, который известен давно, но который не часто используют. Это область нематериальной мотивации. При меньших экономических затратах вы получите больше результатов, используя хотя бы некоторые инструменты.

В тренинге мы рассмотрим известные теории мотивации с точки зрения практического применения.

Целевая аудитория:

- сотрудников HR – служб;
- руководители разных уровней.

Цели тренинга:

Осознание системы нематериальной мотивации. Получение знаний в области управления сотрудниками через понимание ведущих потребностей.
Получение знаний прикладного характера по теории мотивации.

Результат тренинга:

Каждый участник:

1. Сможет понять, как при меньших экономических затратах получить больше результатов, используя инструменты нематериальной мотивации.
2. Сможет диагностировать ситуацию в вашей компании.
3. Проанализирует тип поведения сотрудников и подберет соответствующий инструмент для влияния.
4. Осознает, какие существуют демотивирующие факторы в организации.
5. Сможет понять, как сделать так, чтобы теория (Герцберга, Маслоу) превратилась в РЕАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ влияния.
6. Сможет составить план стратегических действий по нематериальной мотивации.
7. Отработает умение диагностировать тип сотрудника.
8. Отработает методы вербальной мотивации по направленности личности (Я-ТЫ-ДЕЛО).



Содержание программы:

1. Виды мотивации

1. Теория порога.
2. Способы устранения монотонии труда.
3. Как использовать известную пирамиду Маслоу в соотношении с типом организации и организационной культуры.
4. Инструменты внедрения.

2. Теория мотивации Герцберга.

1. Как провести исследование, что происходит в вашей компании.
2. Уровень стабилизаторов и мотиваторов.

3. Достижение успеха и избегание неудач.

- Использование вербального компонента общения, для достижения лучших результатов сотрудника.

4. Мотивация я - ты - дело.

1. Таблицы слов-индикаторов.
2. Использование мотивации я - ты - дело при наборе сотрудников.



5. Как использовать метод положительного подкрепления на рабочем месте.

1. Управление дисциплиной.
2. Как обучить сотрудника желательному поведению.

6. Конфликты как проявление избытка или недостатка ресурсов.

Методы:

Интерактивные лекции, ситуационные задания на развитие навыков диагностики сотрудника, ролевые игры, тестовые задания.

Продолжительность: 1 день – 8 часов.

Time Management - Ресурс Личностного и Корпоративного Развития

Тренинг поможет Вам провести самодиагностику и оценить эффективность управления временем.

Участники тренинга научатся выявлять факторы потери времени и определять причины их возникновения.

После тренинга Вы сможете определить приоритеты и сформулировать цели деятельности, исходя из приоритетов (личных и корпоративных).

Целевая аудитория:

- Разработчики и проектировщики
- Менеджеры
- Консультанты
- Специалисты творческой направленности

Содержание программы:

- 1. Оценка личной и корпоративной эффективности управления временем (система «Мерседес», пирамида Франклина, колесо корпоративных стандартов)*
- 2. Формулировка критериев оценки эффективного тайм-менеджмента*
- 3. Целеполагание (пирамида Маслоу, технология SMART)*
- 4. Определение факторов потери времени*
- 5. Установление приоритетов как элемент планирования временного ресурса*
- 6. Анализ приоритетов (матрица Эйзенхауэра, ABC – анализ)*
- 7. Метод планирования Альпы*
- 8. Деловая игра «Недельный планировщик»*
- 9. Хронометраж по методу Любищева*
- 10. Методика ТМ-диагностики по методу Глеба Архангельского*
- 11. Элементы стресс-менеджмента*

Методы: Индивидуальные и групповые упражнения, самотестирование, деловые игры – практикумы, мини-лекции, дискуссии, мозговой штурм, элементы психодрамы.

Продолжительность: 1 день – 8 часов.

Эффективный Маркетинг

Семинар-тренинг посвящен организации и функционированию эффективного отдела маркетинга с точки зрения системного подхода к формированию маркетинговой стратегии малых и средних российских предприятий разной отраслевой специфики.

В ходе семинара на конкретных практических примерах рассматриваются вопросы построения системы сбора и анализа маркетинговой информации,

Семинар носит практический характер, значительное время уделяется вопросам, возникающим при организации работы отделов маркетинга и продаж, обучению продавцов.

Целевая аудитория: руководители и сотрудники отдела маркетинга и отдела продаж.

Методы: Индивидуальные и групповые упражнения, деловые игры – практикумы, мини-лекции, дискуссии.

Продолжительность: 2 дня по 8 часов.

Содержание программы:



1. Особенности и проблематика организации и функционирования маркетинговой службы на отечественных предприятиях.

2. Структура маркетинговой службы: особенности, численность, кадровый состав, основные функции и т.д.

3. Стратегический и оперативно-тактический маркетинг:

1. Комплекс маркетинга: концепция 4P - 6P

2. Управление продуктом

3. Маркетинговый комплекс на разных стадиях жизненного цикла

4. Управление ценой

4. Маркетинговая информационная система. Как организовать маркетинговые исследования собственными силами

1. Виды маркетинговой информации

2. Системы сбора маркетинговой информации

3. Маркетинговый аудит

4. Организация и принципы проведения маркетинговых исследований

5. Пример типовых форм представления результатов маркетинговых исследований

6. Анализ маркетинговой информации

7. Принципы анализа маркетинговой информации



5. Как сформировать маркетинговую стратегию предприятия

1. Маркетинговые цели. Маркетинговые стратегии.
2. Три типа маркетинга: массовый маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг
3. Разработка маркетинговой стратегии
4. Форматы маркетинговой стратегии
5. Реализация маркетинговой стратегии

6. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций

1. Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в организации эффективных продаж
2. Организация работы отдела телемаркетинга
3. Подготовка специалистов отдела телемаркетинга
4. Организация агентской сети, MLM, институт торговых представителей

7. Обучение персонала. Бизнес-тренинги

1. Обучение торгового персонала
2. Взаимодействие с клиентом
3. Принципы ведения эффективных переговоров
4. Переговоры, заканчивающиеся продажей
5. Создание системы мотивации для торгового персонала

TopSkills Personnel Consulting

Предлагает также модульную систему:

Проводится предтренинговая диагностика



Учитывается отраслевая специфика бизнеса клиента



Тренинг составляется вместе с клиентом с учетом всех требований и пожеланий клиента из стандартных модулей



Клиент сам выбирает уровень бизнес-тренера



**Тренинговые модули,
составляющие основные темы
обучения персонала компании**



Этапы продаж.

Цель:

Подготовить участников к переходу от реактивной к проактивной позиции в продаже, дать целостное представление об основных правилах продажи и ее технологии.

Содержание модуля:

1. Технология продаж по 5 этапам.
2. Алгоритм продажи.
3. Изменения в технологии и последствия.
4. Творческий подход к технологии продаж

Возможная продолжительность: 1-16ч.

Подготовительный этап к продаже.

Цель:

Обучить участника приемам подготовки к продаже, помочь осознать и поверить в преимущества товара (услуги), компании, себя в роли продавца, мотивировать на осознанную продажу.

Содержание модуля:

1. Подготовка по товару (услуге).
2. Подготовка по конкурентным преимуществам компании.
3. Самоподготовка к роли продавца .
4. Техническая подготовка.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.



Этап контакта.

Цель:

Обучить участника устанавливать такой контакт с клиентом, который позволил бы продолжать продажу или сопровождение клиента) в любом случае.

Содержание модуля:

1. Подстройка под клиента.
2. Позиция Родитель-Взрослый-Ребенок.
3. Невербальное и вербальное общение.
4. Приемы НЛП в контакте.

Возможная продолжительность: 2-32 ч.

Этап выявления потребностей клиента.

Цель:

Обучить участника определять, что на самом деле хочет клиент и намерен ли он покупать, как с ним работать, чего стоит избегать в общении, а что применять.

Содержание модуля:

1. Типы вопросов.
2. Парафраз.
3. Мотивационные потребности клиента.
4. Торговые потребности клиента.
5. Психологические потребности клиента.
6. Типология клиентов.

Возможная продолжительность: 2-32 ч.

Этап презентации предложения.

Цель:

Обучить участника подходить к презентации дифференцировано, работать с клиентом на его языке, представить те конкурентные преимущества, которые могут заинтересовать клиента, избежать внимания к «слабым» характеристикам товара (услуги).

Содержание модуля:

1. Основные формулы презентации.
2. Основные этапы презентации.
3. Рациональная и эмоциональная аргументация.
4. «Язык» клиента.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Этап работы с сомнениями и возражениями клиента.

Цель:

Обучить участника подходить к этапу как к закономерному продолжению сделки, научить различать сомнения и возражения, применять техники работы с возражениями, развить его способности «отстаивать» цену.

Содержание модуля:

1. Сомнения и возражения: сходство и различия.
2. 6 шагов работы с возражениями.
3. Техники стресс - совладания.
4. Искусство паузы. Искусство комплимента.
5. Рефрейминг.
6. Торг о цене.

Возможная продолжительность: 2-64 ч.



Этап завершения продажи.

Цель:

Научить участника определять подходящий момент и прием для завершения сделки и использовать их.

Содержание модуля:

1. 12 приемов завершения продажи.
2. Определение подходящего момента для завершения сделки.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Послепродажное сопровождение клиента.

Цель:

Актуализировать необходимость данного этапа, научить участников применять его стандартно и творчески.

Содержание модуля:

1. Цель и возможности послепродажного сопровождения.
2. Сопровождение в соответствии с деловым этикетом.
3. Авторские приемы сопровождения клиента.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.



Переговоры. 7 элементов переговоров.

Цель:

Дать представления о тех элементах деловых переговоров, без которых они представляют собой стихийный торг.

Содержание модуля:

1. Базовые элементы переговоров.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Переговоры. Основные этапы. Подготовительный этап.

Цель:

Выделить значение подготовительного этапа, обучить участников подготовке, мотивировать не выходить на переговоры без подготовки.

Содержание модуля:

1. Предмет переговоров.

2. Участники переговоров.

3. Разработка стратегии.

4. Информационная, психологическая и тактическая подготовка.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.



Деловой этикет при переговорах.

Цель:

Научить участников правилам этикета, а также возможностям маневра в его пределах.

Содержание модуля:

1. Правила поведения на переговорах.
2. Место переговоров.
3. Время переговоров.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Переговоры: позиции сторон.

Цель:

Научить участников осмысленной работе с позицией на переговорах.

Содержание модуля:

1. Постановка цели.
2. Выбор вариантов.
3. Начальная позиция.
4. Реальная позиция.
5. Точка равновесия.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.



Манипуляции и антиманипуляции в переговорах.

Цель:

Научить участников распознавать и противостоять «нечистым» приемам воздействия во время переговоров.

Содержание модуля:

1. Манипулятивные приемы переговорщиков.
2. Распознавание манипуляций.
3. Антиманипулятивное поведение.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Переговоры: альтернативы. НАОС .

Цель:

Развить у участников способность видеть несколько вариантов исхода переговоров и вырабатывать альтернативы .

Содержание модуля:

1. Работа над выработкой альтернативных решений.
2. Наилучшая альтернатива обсуждаемому соглашению.
3. Наилучшая альтернатива обсуждаемому соглашению оппонента.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Типы переговорщиков.

Цель:

Научить дифференцировать участников, понимать их потребности и внутреннюю мотивацию.

Содержание модуля:

Основные психологические типы участников переговоров.

Возможная продолжительность: 2-4 ч.

5 шагов при переговорах.

Цель:

Научить распознаванию того, что стоит за видимым поведением оппонента и последовательно работать во внешнем и внутреннем планах.

Содержание модуля:

1. Последовательность шагов при переговорах.
2. Скрытая повестка переговоров.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Техники «стена», «атаки», «уловки» при переговорах.

Цель:

Научить распознавать техники, применяемые оппонентом и противостоять им.

Содержание модуля:

1. Основные техники противоборства во время переговоров
2. Приемы противостояния.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.



Жесткие переговоры. Возможности и ограничения.

Цель:

Научить участников использовать любой способ переговоров, в зависимости от требуемой степени жесткости.

Содержание модуля:

1. Мягкий подход.
2. Жесткий подход.
3. Принципиальный подход.

Возможная продолжительность: 2-32 ч.

Стратегия агрессивной вежливости при переговорах.

Цель:

Обучить использованию САВ .

Содержание модуля:

1. Технология САВ: ее преимущества и ограничения.
2. Основные приемы технологии САВ.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.



Переговоры о цене.

Цель:

Позволить участникам разобраться с собственным отношением к теме денег, освоить метод принципиальных переговоров о цене, обучить работе с ценой.

Содержание модуля:

1. Цена и ее составляющие.
2. Цена и пакет.
3. Тема денег и ее значение для участников переговоров.
4. Позиционный торг и метод принципиальных переговоров.

Возможная продолжительность: 2-32 ч.

Деловое общение по телефону. Особенности телефонного контакта.

Цель:

Обучить участников способам поддержания и удержания контакта по телефону.

Содержание модуля:

1. Отличия очного и телефонного контакта.
2. Сходства очного и телефонного контакта.
3. Подстройка по телефону.
4. Способы удержания телефонного контакта.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.



Подготовительный этап к работе на телефоне.

Цель:

Обозначить особое значение подготовительного этапа и дать инструменты для подготовки телефонного разговора.

Содержание модуля:

1. Бланк подготовки к телефонному разговору.
2. Информационная подготовка.
3. Психологическая подготовка.
4. Тактическая подготовка.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Работа с секретарем по телефону.

Цель:

Обучить участника работе с секретарем, особенно возможностям договориться, независимо от полученных секретарем инструкций.

Содержание модуля:

1. Психологический портрет секретаря.
2. Возможности контакта.
3. Приемы воздействия.

Возможная продолжительность: 2-4 ч.

Работа с голосом.

Цель:

Обучить использованию собственного голоса как инструмента общения.

Содержание модуля:

1. Этапы продажи по телефону и обычной продажи: сходства и различия.
2. Возможности и ограничения телефонных продаж.
3. Технология телефонной продажи.

Возможная продолжительность: 2-32 ч.

Телефонный этикет.

Цель:

Научить использовать телефонный этикет буквально и творчески.

Содержание модуля:

1. Правила телефонного этикета.
2. Ограничения телефонного этикета и их творческое переосмысление.
3. Формулы телефонного этикета.

Возможная продолжительность: 2-4 ч.

Телемаркетинг.

Цель:

Обучить участников основным техникам телемаркетинга.

Содержание модуля:

1. Телемаркетинг и телефонная продажа: сходства и различия.
2. Цели телемаркетинга. Основные приемы телемаркетинга.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Работа с теплой и холодной базами.

Цель:

Научить эффективной работе с базами без психологических проблем и ограничений.

Содержание модуля:

1. Определение степени «теплоты» базы.
2. Психологическая подготовка для работы с «холодной» базой.
3. Профилактика профессионального сгорания.
4. Норма выхода при работе с базой.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Типология клиентов по голосу.

Цель:

Обучить дифференцированию работы по телефону, в зависимости от типа клиента.

Содержание модуля:

1. Голосовые модели. Голоса и образы клиентов.
2. Использование разных приемов при работе с разными типами клиентов.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Презентация. Основные виды презентаций.

Цель:

Научить определять назначение презентации и выбирать подходящие виды.

Содержание модуля:

1. Цели и задачи презентации.
2. Виды презентации.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.



Подготовительный этап к презентации.

Цель:

Выделить значение подготовительного этапа, научить последовательно готовиться к презентации.

Содержание модуля:

1. Планирование презентации.
2. Подготовка к презентации.
3. Шаги информационной, психологической и тактической подготовки.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Структура и сюжет презентации.

Цель:

Научить участников выстраивать основную и побочные линии «сюжета» презентации, определить и выдерживать ее структуру.

Содержание модуля:

1. Определение структуры презентации.
2. Сюжет и сценарий презентации.
3. Работа с образами на презентации.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.



Формулы внушения и убеждения в презентации.

Цель:

Обучить ораторским приемам работы с речью.

Содержание модуля:

1. Работа с речью.
2. Основные ораторские приемы убеждения.
3. Речевые формулы внушения.

Возможная продолжительность: 2-32 ч.

Работа с текстом и речью для презентации или публичного выступления.

Цель:

Обучение построению и запоминанию речи презентаций.

Содержание модуля:

1. Подготовка речи.
2. Чтение и говорение.
3. Способы конспектирования речи.
4. Метод «узелков».

Возможная продолжительность: 2-32 ч.



Основные приемы управления стрессом.

Цель:

Научить участников опознавать стрессовые состояния и преодолевать их.

Содержание модуля:

1. Составляющие стресса.
2. Эмоциональные модели стресса.
3. Стресс и совладание с ним.
4. Работа с телом и голосом.
5. Упражнения на стресс-совладание.

Возможная продолжительность: 2-32 ч.

Технология ответов на вопросы во время презентации ПЭО.

Цель:

Научить участников классифицировать вопросы по целям спрашивающего и использовать их для успеха презентации.

Содержание модуля:

1. Типы вопросов на презентации.
2. Спонтанный и технологичный способы работы с вопросами.
3. Алгоритм работы с вопросом.

Возможная продолжительность: 2-6 ч.



Технические аспекты презентации и публичного выступления.

Цель:

Научить использованию технических средств и иных материалов на презентации.

Содержание модуля:

1. Техническая подготовка к презентации: использование техники.
2. Техническая подготовка к презентации: использование материалов.
3. Техническая подготовка к презентации: использование образного материала.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Типы ораторов. Развитие индивидуального ораторского стиля.

Цель:

Дать представление об основах ораторского искусства, заложить основу индивидуального ораторского стиля каждого участника.

Содержание модуля:

1. Основные типы ораторов и их стиль.
2. Индивидуальные особенности, влияющие на стиль оратора.
3. Разработка собственного стиля.

Возможная продолжительность: 2-32 ч.



Работа на выставке. Правила и этикет.

Цель:

Научить основным правилам работы на выставке в соответствии с целями этой работы.

Содержание модуля:

1. Правила работы на стенде.
2. Этикет стендиста.
3. Цель и критерии успешной работы на выставке.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Работа на выставке. Подготовительный этап.

Цель:

Научить участников подготавливаться к выставке, находить личную мотивацию в этой работе.

Содержание модуля:

1. Информационная, психологическая и тактическая подготовка к выставке.
2. Материалы к выставке.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.



Особенности контакта с клиентом на выставке.

Цель:

Научить участника особенностям контакта с клиентом или потенциальным клиентом на выставке.

Содержание модуля:

1. Контакт с клиентом: его составляющие.
2. Особенности контакта на выставке.
3. Особые требования контакта.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Презентация на выставке.

Цель:

Научить готовить и проводить различные виды презентаций на выставке.

Содержание модуля:

1. Презентация у стенда.
2. Организация презентации на выставке.
3. Презентация компании, товара, услуги.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Технология продажи СПИН.

Цель:

Обучить участников применять технологию СПИН в продажах.

Содержание модуля:

1. Применение технологии СПИН в продажах.

Возможная продолжительность: 2-16ч.

Построение команды. Определение «команды».

Цель:

Научить участников осмысленному формированию команды, учитывая преимущества и недостатки командной работы.

Содержание модуля:

1. Цели командообразования.

2. Виды команд.

3. Команда и группа: сходства и различия.

Возможная продолжительность: 2-4 ч.

Подбор команды. Роли в команде.

Цель:

Научить участников правильно формировать команду с точки зрения ролевой структуры.

Содержание модуля:

1. Принципы подбора команды.

2. Роли в команде: основные и факультативные.

3. Изменение или дефицит ролевой структуры: их последствия.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.



Цели построения командного взаимодействия.

Цель:

Научить участников видеть возможности и ограничения командной работы.

Содержание модуля:

1. Необходимость в командной работе.
2. Конкуренция и командообразование.
3. Командообразование и тип корпоративной культуры.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Трудности и преимущества командной работы.

Цель:

Прояснение двух сторон командообразования.

Содержание модуля:

1. Плюсы и минусы команды.
2. Использование достоинств команды.
3. Избегание недостатков командной работы.

Возможная продолжительность: 2-6 ч.

Технология командного взаимодействия.

Цель:

Обучить основным приемам командного взаимодействия.

Содержание модуля:

1. Командный стиль работы.
2. Групповое решение: выработка, соглашение, выбор.
3. Конфликты в команде и способы их решения.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Лидерство в команде.

Цель:

Научить участников выявлению и формированию лидерских стилей.

Содержание модуля:

1. Типы лидеров.
2. Структура лидерства.
3. Лидеры и корпоративная культура

Возможная продолжительность: 2-32 ч.

VIP - продажи и VIP - переговоры.

Цель:

Научить участников работе с VIP - клиентами.

Содержание модуля:

1. Особенности работы с VIP - клиентом. Этапы работы с VIP - клиентом.
2. VIP - этикет.

Возможная продолжительность: 2-32 ч.



**Тренинговые модули,
составляющие основные темы
обучения управленческого звена
КОМПАНИИ**

Основная модель стратегического и оперативного менеджмента персонала.

Содержание модуля:

1. Уровни менеджмента и уровни целей и задач.
2. Стратегии организационного развития. Ваш выбор стратегии.
3. Внешняя и внутренняя среда организации.
4. Основной управленческий цикл.
5. Оперативный менеджмент.

Возможная продолжительность: 8-32 ч.

Руководство и лидерство.

Содержание модуля:

1. Анализ собственного стиля управления.
2. Лидерство и управление: сходства и различия.

Возможная продолжительность: 2-8 ч.

Управленческое решение.

Содержание модуля:

1. Выработка управленческого решения.
2. Выбор управленческого решения из многих.
3. Оценка качества решения.
4. Исполнение решения.

Возможная продолжительность: 4-8 ч.



Планирование.

Содержание модуля:

1. Критерии хорошо сформулированной цели.
2. Стратегические и оперативные цели компании.
3. Долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное планирование.
4. Алгоритм эффективной постановки задачи сотруднику.
5. Система «ПЦЗ». Стратегическое и оперативное планирование.
6. Декомпозиция цели, календарный план, система ответственности.

Возможная продолжительность: 4-12 ч.

Контроль.

Содержание модуля:

1. Виды и способы контроля.
2. Беседа с подчиненными (алгоритм, обратная связь, коррекция поведения).
3. Определение критериев результативности выполнения задачи.
4. Планирование контрольных мероприятий.

Возможная продолжительность: 4-12 ч.

CRM: Система управления отношениями с клиентами.

Содержание модуля:

1. Система «Лояльный клиент».
2. Планирование и развитие системы.
3. Стандарты взаимоотношений в системе продаж и сервиса.

Возможная продолжительность: 8-32 ч.

Управление конфликтами.

Содержание модуля:

1. Структура конфликта и основной алгоритм его разрешения.
2. Авторитет руководителя и разрешение конфликта.
3. Ассертивное поведение и конструктивная критика.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Мотивация сотрудников.

Содержание модуля:

1. Развитие системы мотивации сотрудников.
2. Способы и методы материального мотивирования персонала.
3. Способы и методы нематериального мотивирования персонала.

Возможная продолжительность: 4-32 ч.

Таймменеджмент руководителя.

Содержание модуля:

1. 4 поколения таймменеджмента.
2. Основные препятствия в управлении временем:
внутренние и внешние.
3. Выделение приоритетов по принципу Эйзенхауэра, Парето, ABC.
4. Делегирование полномочий: препятствия и выгоды.

Возможная продолжительность: 4-32 ч.

Алгоритм решения проблем.

Содержание модуля:

1. Постановка задачи и выявление проблемы.
2. Алгоритм решения.
3. Техника «Мозгового штурма».
4. Верификация решения.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Экспресс-диагностика персонала.

Содержание модуля:

1. Цели и задачи диагностики.
2. Виды и процедуры диагностики.
3. Система Майерс – Бриггс и др.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Совещание.

Содержание модуля:

1. Совещание как вид деловой коммуникации в управленческой деятельности.
2. Перечень параметров для оценки эффективности.
3. Условия проведения или непроведения совещания.
4. Виды совещаний. Функции совещаний.
5. Подготовка, организация и планирование совещания.
6. Динамика совещания. Участие в работе совещания.
7. Контроль за результатами совещания.

Возможная продолжительность: 4-32 ч.



Управление продажами.

Содержание модуля:

1. Структура отдела продаж.
2. Каналы сбыта.
3. Информационные технологии.
4. Оперативное управление.
5. Стратегия продаж.

Возможная продолжительность: 16-32 ч.

Управление изменениями.

Содержание модуля:

1. Причины изменений.
2. Источники перемен: внутренние, внешние.
3. Типы изменений: кризисы, постепенные, радикальные, комбинированные.
4. Модели изменений.
5. Привлечение сотрудников к участию в изменениях.
6. Прогнозирование, информирование и стимулирование сотрудников относительно преимуществ программы изменений.
7. Поддержка изменений.

Возможная продолжительность: 8-16 ч.



Создание и управление командой.

Содержание модуля:

1. Стадии формирования команды.
2. Роли в команде.
3. Лидерство в команде.
4. Поддержание командной работы.
5. Управление командой.

Возможная продолжительность: 2-64 ч.

Ведение переговоров.

Содержание модуля:

1. Этапы переговоров.
2. Подготовка к переговорам.
3. НАОС.
4. Позиция и интересы.
5. Налаживание контакта в процессе переговоров.
6. Выявление актуальных потребностей.
7. Презентация и самопрезентация.
8. Работа с возражениями.
9. Завершение переговоров.
10. Манипулирование в процессе переговоров.
11. Достижение соглашения в жестких условиях.
12. Роли переговорщиков.

Возможная продолжительность: 8-32 ч.

Управление корпоративной культурой.

Содержание модуля:

1. Корпоративная культура в структуре организации.
2. Ключевые понятия корпоративной культуры и их значение.
3. Стиль руководства. Модель власти. Модель лидерства.
4. Ежедневная деятельность компании и корпоративная культура.
5. Корпоративная культура. Стиль и колорит.
6. Корпоративный досуг - «сердце» корпоративной культуры.

Возможная продолжительность: 4-32 ч.

Имидж и стиль руководителя.

Содержание модуля:

1. Различные стили руководства: преимущества и ограничения.
2. Внутренний PR руководителя.
3. Внешний PR руководителя.
4. Индивидуальный стиль.
5. Компоненты имиджа: внешность, одежда, речь.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Стрессменеджмент.

Содержание модуля:

1. Синдром профессионального сгорания.
2. Кризисный менеджмент.
3. 10 способов управления стрессом.
4. 6 советов от Робина Шармы.

Возможная продолжительность: 2-16 ч.

Коучинг управленца.

Содержание модуля:

1. Понятия «коучинг» и «коуч».
2. Цели и возможности коучинга руководителя.
3. Индивидуальный и групповой коучинг.
4. Коучинг и консалтинг.

Возможная продолжительность: 2-120 ч.

Искусство презентации для руководителя.

Содержание модуля:

1. Этапы презентации.
2. Подготовка материалов к презентации: предметы, помещение, оборудование.
3. Подготовка текста выступления.
4. Прямое и косвенное воздействие на аудиторию.
5. Работа с вопросами аудитории.

Возможная продолжительность: 8-32 ч.

Управление обучением и развитием.

Содержание модуля:

1. Построение системы обучения в организации (подразделении).
2. Анализ потребностей в обучении и планирование.
3. Формы и методы обучения.
4. Оценка эффективности обучения.
5. «Обучающаяся» организация.

Возможная продолжительность: 4-80 ч.

TQM: управление качеством.

Содержание модуля:

1. Основные принципы TQM. Внедрение программ TQM.
2. Система «внешний» и «внутренний» клиент. Управление «кружками качества».
3. Организационные изменения и внедрение изменений.
4. Система нулевого брака: контроль и устранение.

Возможная продолжительность: 8-32 ч.

MBO: управление по целям.

Содержание модуля:

1. Принципы целевого управления. Цели организации, подразделения, сотрудника.
2. Суть и содержание метода «Управление по целям».
4. Техника SMART.
5. Структура сбалансированной системы показателей BSC.
6. Создание KPI.
7. Матрицы MBO.

Возможная продолжительность: 8-32 ч.

Гарвардская модель управления сотрудниками.

Содержание модуля:

1. Управление человеческими ресурсами и управление персоналом: сходства и различия.
2. Модель «4С». Теория заинтересованных лиц. Ситуационные факторы.
3. Варианты политики управления человеческими ресурсами.
4. Основные виды деятельности в сфере управления человеческими ресурсами.

Возможная продолжительность: 4-32 ч.



Exclusive Teambuilding

Exclusive Teambuilding – это необычные тренинги по командообразованию, всевозможные ролевые, тактико-стратегические, сценарно-динамические, деловые и т.п. Игры со сложным сюжетом. В их основе лежит идея использования корпоративного досуга для решения задач организационного развития компании.

Наши программы по командообразованию включают в себя не только игры, решающие задачу сплочения команды, но и задания, направленные на развитие логики, стрессоустойчивости, целеустремленности, конкурентности, повышения эффективности профессиональной деятельности, что позволяет решать дополнительные задачи коллектива. В наши сценарии могут быть включены элементы построения команды, развития креативности и деловой интуиции, выявления лидерских качеств и многое другое.

Целевая аудитория: компании, стремящиеся к улучшению взаимодействия сотрудников в команде.

Наши программы по командообразованию включают в себя не только игры, решающие задачу сплочения команды, но и задания, направленные на:

- * развитие логического мышления,**
- * укрепление стрессоустойчивости,**
- * повышение целеустремленности,**
- * формирование конкурентности,**
- * развитие креативного мышления, деловой интуиции и т.п.,**

т.е. качеств сотрудника, которые повысят индивидуальную эффективность профессиональной деятельности.

Однако в центре внимания все равно остается разработка навыков командной работы, а именно:

- * умения грамотно построить команду;**
- * разработки, принятия и реализации командного решения;**
- * развития сплоченности и лояльности в команде;**
- * преодоления конфликтов в команде;**
- * выявления и развития лидерских качеств и т.п.**

Командно-приключенская игра «В поисках сокровищ»

Количество участников: 20-60 человек.

Цели тренинга:

1. Развитие навыков работы в команде.
2. Эффективное ролевое взаимодействие.
3. Повышение уровня доверия и сплоченности, и, как следствие, – улучшение психологического климата.
4. Развитие навыков поэтапного достижения цели.
6. Развитие мотивации при достижении цели.
7. Развитие смелости, творчества и эрудиции в ситуации конкурентной борьбы.

Схема тренинга:

1. Введение в игру. Создание мотивации на групповую работу. Снятие коммуникационных барьеров.
2. Активизация групповой динамики. Распределение ролей.
3. Раскрытие смысловой части игры. Опыт решения коллективной задачи.
4. Объединение команд под единую корпоративную задачу. Подведение итогов.
5. БАНКЕТ

Тактико-стратегическая игра на местности «Война лордов»

Количество участников: 50-300 человек

Цели тренинга:

1. Выявление и развитие лидерских качеств.
2. Поиск индивидуальных стратегий.
3. Нахождение своего места в команде.
4. Исследование собственных путей достижения успеха.
5. Развитие мотивации при достижении цели.

Командно-приключенческая игра «Отдых Корсара»

Количество участников: 20-120 человек

Цели тренинга:

1. Проявление конкурентных качеств.
2. Испытание силы, смелости и эрудиции.
3. Сплочение команды.
4. Развитие навыков работы в команде.
5. Поиск эффективного ролевого взаимодействия.

**Сюжетно-ролевая игра
«Путешествие в страну мифов»**

Количество участников: 10-120 человек

Цели тренинга:

1. Раскрытие новых возможностей.
2. Отход от устоявшихся стереотипов поведения.
3. Развитие навыков поэтапного достижения цели.
4. Сплочение команды.
5. Испытание силы, смелости и эрудиции в ситуации конкурентной борьбы.

Динамическая тактико-стратегическая игра «Клондайк»

Количество участников: 30-60 человек

Цели тренинга:

1. Выявление и развитие лидерских качеств.
2. Поиск стратегий получения финансовой прибыли.
3. Развитие мотивации при достижении цели.
4. Нахождение своего места в команде.
5. Групповая сплоченность.
6. Обучение управлению «финансовыми ресурсами».

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ!

Сюжетно-ролевая игра «Ветры Тиберы»

Количество участников: 5-30 человек

Цели тренинга:

1. Отход от устоявшихся ролевых позиций.
2. Поиск своего места в команде.
3. Осознание функциональной ответственности.
4. Развитие новых возможностей.
5. Исследование собственного поведения в экстремальной ситуации.

ЭКСТРИМ – ТРЕНИНГИ

TopSkills
PERSONNEL CONSULTING



Обучение происходит в природной среде, в ходе рафтинга, джип-сафари, пешего или конного путешествия.

Эта особенность роднит такие тренинги с программами активного отдыха.

Программы проводятся в живописных местах.

Более сложные и экстремальные ситуации помогут лучше сплотить Ваш коллектив, а также покажут настоящие качества сотрудников. Помогут выявить и улучшить качества лидерства, стрессоустойчивости, целеустремленности.

ВСЕ ПРОГРАММЫ РАЗРАБАТЫВАЮТСЯ ПОД ВАШ ЗАКАЗ.

Стоимость программы рассчитывается индивидуально и зависит от количества игроков и задействованных в мероприятии тренеров, места проведения, а также стоимости костюмов и реквизита.

КОМПЛЕКСНАЯ ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ

***Тренинг для руководителей:
Эффективный менеджмент.***

Тренинг представляет полную, целостную, модульную программу, позволяющую овладеть знаниями и навыками в области эффективного управления.

Можно ли этому научиться?

Именно на это направлен тренинг *Эффективный менеджмент.*

Целевая аудитория:

Тренинг предназначен для руководителей и всех, кто в ходе своей профессиональной деятельности :

1. Управляет командой, подразделением, компанией, самим собой.
2. Имеет желание овладеть технологиями успешного достижения целей.



Цели тренинга:

1. Используя тренинговый формат обучения провести группу через ситуации, в которых участники демонстрируют привычное поведение и систему мышления.
2. Создать рабочую группу, способную осваивать новые знания и технологии.
3. Дать материал, описывающий новые эффективные способы поведения и мышления.
4. С помощью кейсов и упражнений закрепить новые знания и навыки.
5. Создать ситуации позитивного подкрепления новых моделей поведения и мышления.

Результаты тренинга:

1. Осознание личных моделей поведения и мышления.
2. Освоение новых навыков.
3. Получение знаний по тематике предложенных модулей.
4. Приобретение эффективных технологических приемов мышления и поведения.

Содержание программы:

МОДУЛЬ 1. Структура управления персоналом и задачи

1. Организационная структура.
2. Задачи и уровни работы с персоналом.

МОДУЛЬ 2. Стратегическое и тактическое планирование в работе с персоналом

1. Основные стратегии в работе с персоналом.
2. Цели компании: стратегические и тактические.
3. Цели компании: дифференциация по времени, направлению, определенности.

МОДУЛЬ 3. Создание и управление командой

1. Стадии формирования команды.
2. Роли в команде.
3. Лидерство в команде.
4. Поддержание командной работы.
5. Управление командой.

МОДУЛЬ 4. Управленческое решение.

1. Выработка управленческого решения.
2. Выбор управленческого решения из многих.
3. Оценка качества решения.
4. Исполнение решения.



МОДУЛЬ 5. Алгоритм решения проблем

1. Постановка задачи и выявление проблемы.
2. Алгоритм решения.
3. Техника «Мозгового штурма».
4. Верификация решения.

МОДУЛЬ 4. Контроль

1. Функция контроля и ее планирование.
2. Критерии необходимой и достаточной результативности деятельности.
3. Организация контроля.

МОДУЛЬ 5. Делегирование

1. Делегирование полномочий как способ экономии собственного времени.
2. Возможности и границы.

МОДУЛЬ 6. Мотивация

1. Функции и задачи мотивации персонала.
2. Способы и методы материального и нематериального мотивирования персонала.

МОДУЛЬ 7. Управление конфликтами

1. Структура разных видов конфликтов.
2. Алгоритм разрешения конфликтов.
3. Самосохранение и сохранение сотрудников при конфликте.

МОДУЛЬ 8. Таймменеджмент

1. Управление своим временем и временем сотрудников.
2. Принцип приоритетов.
3. Принцип делегирования полномочий (нагрузки, ответственности, власти).

Методы: деловые и ролевые игры, групповые дискуссии, мозговой штурм, индивидуальные и групповые упражнения.

Продолжительность каждого модуля: 2 дня по 8 часов.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ.

Технология рефрейминга как основа позитивного мышления.

Рефрейминг в бизнесе, любви, жизни.

Программа предназначена для всех, кто понимает, что оптимизм и позитивное восприятие реально помогают в решении сложных вопросов или не верит в это, но хочет получить опыт и знание технологий.

Понятие ассертивного поведения. Технология ассертивности (умение отстаивать личные границы и интересы без нарушения границ Вашего партнера).

Как научиться быть счастливым в семье и на работе?

Как расстаться с чувством вины?

Наше общество манипулятивно по своей социальной природе. Программа предусмотрена для всех, кто сталкивается с давлением в отношениях или хочет выстраивать служебные и личные взаимоотношения более гармонично. Техника незаменима на переговорах, в том числе жестких.

Коучинг как технология осознания целей и путей их достижения.

Максимально полная реализация своих ресурсов.

Программа предусмотрена для всех, кого занимают вопросы развития себя самого, отношений, бизнеса, подчиненных и т.д. путем развития, а не подавления.