



Элевел  
Новосибирск  
2020

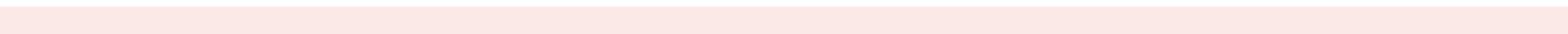


# Цель и результат

- Какова цель сессии? Зачем мы её проводим?

-----  
-----  
-----

-----  
-----  
-----



-----  
-----  
-----

- С каким результатом сегодня должны разойтись?

-----  
-----  
-----

-----  
-----

-----  
-----

# Цели на 2020 год (Пример Екб.)

## Главные цели

- **1. ВВПЗ по филиалу – 100 млн в год**
- **2. Оборот более 650 млн в календарном году**
- **3. Увеличение авансов по филиалу в 3 раза**
- Продвижение наших СТМ. Цель – 2 млн.р в месяц по брендам Zamel, Ospel, QL
- Цель – достижение оборота по бренду Legrand 45 млн р
- Цель - достижение оборота по бренду АВВ 100 млн р
- Цель – достижение оборота по бренду ШЭ 200 млн р
- Повышение в региональном рейтинге у производителей Световые технологии и ДКС.
- Девиз – **Вместе** на уровень выше!!!

# | Образ результата

Задание:

- Выберите карточку, которая наилучшим образом характеризует ваш настрой, потенциал и ваши амбициозные цели на 2020 год.
- Расскажите об этом трем своим коллегам.



# ОТК

- Клиенты(АКБ)
- Приоритетные продукты
- Основные конкуренты/В чем мы сильнее/В чем уступаем
- С кем хотим работать (наши амбиции)/Как будем привлекать
- Что помогает продажам/что мешает
- Точки роста
- 3 ключевых успеха 2019 фин года

# ОРД

- Клиенты(АКБ)
- Приоритетные продукты
- Основные конкуренты/В чем мы сильнее/В чем уступаем
- С кем хотим работать (наши амбиции)/Как будем привлекать
- Что помогает продажам/что мешает
- Точки роста
- 3 ключевых успеха 2019 фин года

# ОПК

- Клиенты(АКБ)
- Приоритетные продукты
- Основные конкуренты/В чем мы сильнее/В чем уступаем
- С кем хотим работать (наши амбиции)/Как будем привлекать
- Что помогает продажам/что мешает
- Точки роста
- 3 ключевых успеха 2019 фин года

# ОПП

- Клиенты(АКБ)
- Приоритетные продукты
- Основные конкуренты/В чем мы сильнее/В чем уступаем
- С кем хотим работать (наши амбиции)/Как будем привлекать
- Что помогает продажам/что мешает
- Точки роста
- 3 ключевых успеха 2019 фин года

# Что сегодня поддерживает продажи

# Что сегодня мешает продажам

# Что нужно для кратного роста продаж

Три основные амбициозные задачи  
на 2020 г. – ОТК.

Три основные амбициозные задачи  
на 2020 г. – ОРД.

Три основные амбициозные задачи  
на 2020 г. – ОПК.

Три основные амбициозные задачи  
на 2020 г. – ОПП.

Всем успешных  
продаж!!!