

ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ – EFS 2010/2011

Program studiów

1. Kierowanie zespołem 12 godz.

ustalenie zadań dla zespołu sprzedawców * przekazywanie i egzekwowanie poleceń *
ustalenie priorytetów sprzedażowych * komunikatywność w kontaktach z pracownikami

2. Rekrutacja i selekcja sprzedawców 8 godz.

model kompetencji sprzedawców * planowanie działań rekrutacyjnych * selekcja
sprzedawców

3. Systemy wynagrodzeń sprzedawców 8 godz.

ustalenie podstawy wynagrodzenia * ustalanie premii * ustalanie prowizji

4. Zarządzanie marketingowe 8 godz.

plan marketingowy * system informacji marketingowej * kontrola efektów działań
marketingowych

5. Zawieranie kontraktów handlowych 8 godz.

strony kontraktu handlowego * aspekty prawne zawierania kontraktów handlowych * pułapki
w zawieraniu kontraktów handlowych

6. Negocjacje handlowe 12 godz.

opracowanie strategii negocjacyjnej * wybór technik negocjacyjnych * prowadzenie
negocjacji telefonicznych, elektronicznych i bezpośrednich * prowadzenie zespołowych
negocjacji

7. Techniki sprzedaży 8 godz.

identyfikacja potrzeb klienta * przygotowanie oferty * prowadzenie rozmów sprzedażowych *
odbijanie klientów konkurencji * zamykanie sprzedaży

8. Rozwój kompetencji handlowca 8 godz.

analiza wyników pracy sprzedawcy * projektowanie programu rozwoju sprzedawcy *
coaching sprzedawcy

9. Planowanie sprzedaży 8 godz.

określanie celów sprzedażowych * określanie sposobów realizacji celów * określanie
wskaźników efektywności działań sprzedażowych

10. Analizy marketingowe 8 godz.

obszary analizy strategicznej * przekształcanie analizy sytuacji na decyzje strategiczne *
produktywność instrumentów marketingowych * kontrola wyników sprzedaży

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 pożądaných 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 12 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 godz.

przygotowanie do rozmowy oceniającej * wyciąganie wniosków z rozmowy oceniającej * styl kierowania jako narzędzie motywacji * pozamaterialne narzędzia motywacji sprzedawców

19. Kalkulacja kosztów 8 godz.

20. Gra biznesowa PROMAR 16 godz.

21. Aspekty międzykulturowe w handlu 8 godz.

komunikacja międzykulturowa * prowadzenie biznesu w środowisku międzynarodowym * etykieta w kontaktach międzykulturowych.

22. Seminarium podyplomowe 4 godz.

liczba godzin 188 , 13 zjazdów