

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР СКБ КОНТУР»

Утверждаю

Директор АНО ДПО «Учебный
центр СКБ Контур»


Е.Ю. Герасимова
1 сентября 2025 г.



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
дополнительная общеразвивающая программа

Экспертные продажи

Документ: свидетельство

Форма обучения: заочная с использованием дистанционных образовательных технологий, электронного обучения

Срок обучения: 5 недель

Объем программы: 90 ак. ч.

Москва, 2025 г.

Оглавление

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
1.1. Назначение программы.....	3
1.2. Нормативные документы, регламентирующие разработку дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы.....	3
2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	3
2.1. Цели дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы.....	3
2.2. Требования к слушателю дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы.....	3
2.3. Срок освоения дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы.....	3
2.4. Трудоемкость дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы.....	3
2.5. Планируемые результаты обучения по итогам освоения дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы.....	4
3. СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	5
3.1. Учебный план	5
3.2. Содержание	6
3.3. Календарный учебный график	9
4.1. Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса	10
Требования к квалификации педагогических кадров	10
4.2. Требования к материально-техническим условиям	11
4.3. Информационные и учебно-методические условия реализации дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы.....	12
4.4. Общие требования к организации образовательного процесса.	13
5. СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	13
5.1. Формы контроля знаний и требования к его проведению	13
5.2. Критерии оценки знаний слушателей	14
5.3. Фонд оценочных средств	15

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение программы

Дополнительная общеобразовательная программа - дополнительная общеразвивающая программа (далее Программа) «Экспертные продажи» разработана специалистами Автономной некоммерческой организации дополнительного профессионального образования «Учебный центр СКБ Контур» (далее — АНО ДПО «Учебный центр СКБ Контур»).

Программа регламентирует цели, планируемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки слушателей и включает в себя: учебный план, фонды оценочных средств, формы контроля знаний и требования к его проведению, календарный учебный график и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки слушателей.

1.2. Нормативные документы, регламентирующие разработку дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы

1. Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

2. Приказ Минпросвещения РФ от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».

3. Постановление Правительства РФ от 11.10.2023г. № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1. Цели дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы

Цель программы: приобретение слушателем новых знаний и практических навыков для деятельности, направленной на повышение уровня продаж, развития умений, необходимых для совершения продаж.

Задачи программы:

- формирование знаний по технологии продаж
- формирование умений совершать продажи под потребности клиентов.

2.2. Требования к слушателю дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы

К освоению дополнительной общеобразовательной программы — дополнительной общеразвивающей программы допускаются любые лица без предъявления требований к уровню образования.

Возраст слушателей: 18 лет и старше.

2.3. Срок освоения дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы

Нормативный срок освоения программы – 5 недель.

Срок освоения программы в ускоренном режиме: 4 недели

2.4. Трудоемкость дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы

Объем образовательной программы составляет 90 академических часов. Из них 46 академических часа самостоятельного обучения, 44 академических часа работы на образовательной онлайн-платформе.

2.5. Планируемые результаты обучения по итогам освоения дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы.

В результате обучения слушатели должны будут овладеть следующими знаниями, умениями и навыками:

Знать:

- Понятие воронки продаж
- Этапы технологии продаж
- Источники поиска информации о клиенте
- Техники работы с возражениями клиентов
- Правила составления запросов нейросети
- Основные техники ведения успешных переговоров
- Структуру коммерческого предложения
- Инструменты работы с личным стрессом

Уметь:

- Применять инструменты технологии продаж в своей работе
- Управлять воронкой продаж
- Использовать различные инструменты поиска информации о клиенте
- Прояснять текущую ситуацию клиента, задавать вопросы на выявление потребности
- Проводить презентацию клиенту под потребность
- Работать с возражениями клиентов на разных этапах
- Вести деловую переписку с клиентом
- Вести переговоры с покупателями

Владеть:

- Навыками подготовки к звонку в компанию клиента
- Навыками определения выбора техники на каждом этапе работы с клиентом
- Навыками ведения переговоров

3. СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

3.1. Учебный план

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Самостоят ельная работа	Работа на образовательной онлайн-платформе		
				Лекции	Практические занятия	
1	Допродажная работа	15	10	4	1	Зачет
1.1	Этапы технологии продаж	3	2	1	—	—
1.2	Воронки продаж	3	2	1	—	—
1.3	Сбор информации для захода в компанию	4	2	1	1	—
1.4	Работа с возражениями секретаря	5	4	1	-	—
2	Экспертная технология продаж	56	39	13	4	Зачет
2.1	Установление контакта. Как создать интерес и не потерять клиента	6	5	1	—	—
2.2	Правила задавания вопросов	5	3	1	1	—
2.3	Работа с потребностью	7	5	2	—	—
2.4	Презентация решения под потребность клиента	7	5	2	—	—
2.5	Закрытие сделки. Работа с цепочкой согласований	5	3	1	1	—
2.6	Работа с дожимом	6	5	1	—	—
2.7	Работа с возражениями	5	3	1	1	—
2.8	Работа с возражением «У нас конкурент»	7	5	2	—	—
2.9	Апсейл и кросс-сейл	3	2	1	—	—
2.10	Закрепление экспертной технологии продаж	5	3	1	1	—
3	Soft-skills для успешных продаж	17	8	5	4	Зачет

3.1	Нейросети для написания скриптов продаж	3	2	1	—	—
3.2	Основные техники для успешных переговоров	5	2	1	2	—
3.3	Коммерческое предложение. Как рассказать о продукте	2	1	1	—	—
3.4	Самомотивация и работа со стрессом. Часть 1	2	1	1	—	—
3.5	Самомотивация и работа со стрессом. Часть 2	5	2	1	2	—
	ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	2	—	—	2	Зачет
	Всего:	90	57	22	11	—

3.2. Содержание

Тема 1. Допродажная работа

Урок 1.1. Этапы технологии продаж

- Допродажная работа
- Этапы продаж

Урок 1.2. Воронки продаж

- Для чего менеджеру воронка продаж
- Основные данные для формирования воронки продаж
- Примеры воронок
- Воронки продаж при работе с разными базами клиентов

Урок 1.3. Сбор информации для захода в компанию

- Зачем готовиться к продаже
- Источники сбора информации
- Применение полученной информации
- Домашнее задание.

Урок 1.4. Работа с возражениями секретаря

- Техники ухода от возражений
- Отработка типичных возражений секретаря
- Практическое задание.

Тема 2. Экспертная технология продаж

Урок 2.1. Установление контакта. Как создать интерес и не потерять клиента

- Типы ЛПР
- Алгоритм установления контакта
- Сопротивление

- Продающие цели звонка
- Домашнее задание.

Урок 2.2. Правила задавания вопросов

- Виды вопросов
- Воронка вопросов
- Важность слушания ответов клиентов
- Применение полученной от клиента информации
- Ошибки при задавании вопросов

Урок 2.3. Работа с потребностью

- Что такое потребность
- Как формируется потребность
- Техника СПИН
- Домашнее задание.

Урок 2.4. Презентация решения под потребность клиента

- Презентация решения
- Презентация через выгоды
- S.A.V.O.N.E.
- Запрос обратной связи
- Домашнее задание.

Урок 2.5. Закрытие сделки. Работа с цепочкой согласований

- 5 шагов закрытия сделки
- Момент перехода к вопросу о стоимости товара, услуги или сервиса
- Формирование цепочки согласований
- Работа со сроками принятия решения. Расчет и учет рисков
- Домашнее задание.

Урок 2.6. Работа с дожимом

- Определение «Дожим»
- Схема экологичного дожима
- Маркетинговые акции для дожима
- Пример дожима
- Домашнее задание.

Урок 2.7. Работа с возражениями

- Понятие и типы возражений
- Работа с возражениями на разных этапах технологии продаж
- Техники работы с возражениями
- Домашнее задание.

Урок 2.8. Работа с возражением «У нас конкурент»

- Работа с возражениями в начале разговора
- Работа с возражениями по продукту и компании
- Работа с возражениями, связанными с конкурентами

- Пример работы с критериями выбора
- Домашнее задание.

Урок 2.9. Апсейл и кросс-сейл

- Апсейл
- Кросс-сейл

Урок 2.10. Закрепление экспертной технологии продаж

- Составление скрипта продажи
- Домашнее задание.

Тема 3. Soft skills для успешных продаж

Урок 3.1. Нейросети для написания скриптов продаж

- Три важных правила составления запросов нейросети
- Как использовать нейросети для создания скрипта
- Чат-боты для создания скриптов продаж

Урок 3.2. Основные техники для успешных переговоров

- Формирование цели на переговоры
- Подготовка к переговорам
- Стратегия в переговорах
- Завершение переговоров
- Самостоятельная работа.

Урок 3.3. Коммерческое предложение. Как рассказать о продукте

- Что такое коммерческое предложение и для чего оно бизнесу
- Структура КП
- Шаблон коммерческого предложения
- Популярные ошибки при составлении коммерческого предложения
- Рекомендации к уроку.

Урок 3.4. Самомотивация и работа со стрессом. Часть 1

- Способы личной мотивации
- Экосистема смыслов
- Комфорт и окружение
- Другие инструменты самомотивации

Урок 3.5. Самомотивация и работа со стрессом. Часть 2

- Стресс и стрессоры
- Работа со стрессом
- Самостоятельная работа.

3.3 Календарный учебный график

Календарный график обучения является примерным.

Срок освоения программы — 5 недель. Примерный режим занятий: 3-4 академических часа в день. Промежуточная и итоговые аттестации проводятся согласно графику.

Темы / недели	ВР	1	2	3	4	5
Допродажная работа	РП	5				
	СР	10				
Экспертная технология продаж	РП	3	14			
	СР		4	18	17	
Soft skills для успешных продаж	РП				1	8
	СР					8
Итоговая аттестация	РП					2

Календарный учебный график при освоении программы в ускоренном режиме со сроком освоения 4 недели

При освоении образовательной программы в ускоренном режиме учебные материалы осваиваются слушателями последовательно в соответствии с учебным планом в течение 4 недель.

При освоении программы в ускоренном режиме посредством электронной информационно-образовательной среды обеспечивается доступ слушателям к учебно-методическим и информационным материалам- текстовой, графической, аудио-, видео - информации по программе через сеть «Интернет» в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю без учета объемов потребляемого трафика за исключением перерывов для проведения необходимых ремонтных и профилактических работ. Учебно-методические и информационные материалы, в том числе и библиотечный фонд по программе, размещены на адаптированной образовательной платформе «Контур.Школа».

Темы / недели	ВР	1	2	3	4
Экспертная технология продаж	РП	5			
	СР	10			
Управление личными продажами	РП	7	10		
	СР		13	23	3
Soft skills для успешных продаж	РП				9
	СР				8
Итоговая аттестация	РП				2

4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ - ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса

Организация, осуществляющая образовательную деятельность, реализующая дополнительную профессиональную программу, укомплектована квалифицированными кадрами. Уровень квалификации работников организации, осуществляющей образовательную деятельность, соответствует квалификационным характеристикам по соответствующей должности.

Для реализации Программы задействован следующий кадровый потенциал:

- **Преподаватели учебных дисциплин** — обеспечивают реализацию образовательного процесса.
- **Административный персонал** — обеспечивает условия для эффективной работы педагогического коллектива, осуществляет контроль и текущую организационную работу.
- **Информационно-технологический персонал** — обеспечивает функционирование информационной структуры (включая ремонт техники, оборудования, макетов иного технического обеспечения образовательного процесса, поддержание сайта Контур.Школы и т.п.).

Требования к квалификации педагогических кадров

Требования к образованию и обучению лица, занимающего должность преподавателя: высшее образование — специалитет или магистратура, направленность (профиль) которого, как правило, соответствует преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

Дополнительное профессиональное образование — профессиональная переподготовка, направленность (профиль) которой соответствует преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

Педагогические работники обязаны проходить в установленном законодательством Российской Федерации порядке обучение и проверку знаний и навыков в области охраны труда.

Рекомендуется обучение по дополнительным профессиональным программам по профилю педагогической деятельности не реже чем один раз в три года.

Требования к опыту практической работы: при несоответствии направленности (профиля) образования преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю) — опыт работы в области профессиональной деятельности, осваиваемой слушателями или соответствующей преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

Преподаватель: стаж работы в образовательной организации не менее одного года, при наличии ученой степени (звания) — без предъявления требований к стажу работы.

Особые условия допуска к работе: отсутствие ограничений на занятие педагогической деятельностью, установленных законодательством Российской Федерации.

Прохождение обязательных предварительных (при поступлении на работу) и периодических медицинских осмотров (обследований), а также внеочередных

медицинских осмотров (обследований) в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Прохождение в установленном законодательством Российской Федерации порядке аттестации на соответствие занимаемой должности.

4.2. Требования к материально-техническим условиям

Все занимаемые помещения соответствуют обязательным нормам пожарной безопасности и требованиям санитарно-эпидемиологических служб. Помещения имеют централизованные системы водоснабжения, отопления и канализации. Воздухообмен помещений обеспечивается современными системами кондиционирования, за счет приточно-вытяжной вентиляционной системы.

Учебным центром СКБ Контур заключен договор с организацией общественного питания о возможности обеспечения слушателей питанием.

В учебной аудитории проводятся лекции и практические занятия. Аудитория оснащена столами и стульями, в составе учебного оснащения маркерная доска и флипчарт, в случае необходимости подключается мультимедийный проектор, слушателям предоставляются компьютеры.

Компьютерная сеть учебного центра оснащена необходимым оборудованием для доступа в интернет по выделенному каналу. На каждом компьютере обеспечен постоянный доступ к компьютерной программе «Контур.Школа».

Для проведения вебинаров и онлайн-трансляций используется оснащенная современным оборудованием видеостудия:

- помещение оборудовано посадочными местами для спикера(ов);
- спикеру предоставляется персональный компьютер с соответствующими мультимедийными характеристиками (Intel Core i3 либо идентичные по характеристикам, оперативная память: от 4 Гб и выше для всех ОС), со стабильным соединением с сетью Интернет на скорости не менее 1 Мбит/с;
- видеокамера (максимальное разрешение видео — не менее 3840 x 2160).

Размещение материалов вебинаров и доступ к ним участников обеспечивает техническая платформа (сайт, система управления сайтом, другие технические средства):

1. Трансляция вебинара в режиме реального времени.
2. Хранение, систематизация записей вебинаров, с предоставлением участникам возможности просмотра записи онлайн.
3. Хранение, систематизация и доступ к скачиванию материалов учебных программ.
4. Напоминание участникам о предстоящем вебинаре за 1 час до начала мероприятия.
5. Использование защищенных соединений, передача и прием видео и звука по протоколам RTMP(S) или аналогичным.
6. Управление качеством и разрешением передаваемого/принимаемого видео вплоть до разрешения HD 720p на каждого участника мероприятия (адаптивный стриминг).
7. Обмен короткими текстовыми сообщениями (чат).
8. Осуществление записи мероприятий в формате, не требующем конвертации для проигрывания (mp4, AVI, WMA и т.д.).
9. Система регистрации на вебинар.
10. Техническое сопровождение проведения вебинара.

11. Отображение числа участников.
12. Техническая доступность услуги не менее 99,8% времени.
13. Устойчивость при проведении вебинара при одновременном подключении до 3000 участников.
14. Возможность участия пользователей на вебинарах в браузерах Microsoft Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Apple Safari с установленным плагином Adobe Flash Player.
15. Передача аудио и видеоинформации на персональные компьютеры участников реализована при скорости интернет-соединения не менее 134 кбит/с.

Основные функции программы «Контур.Школа»:

1. Размещение расписания и описания учебных программ и условий обучения.
2. Онлайн-трансляция учебных занятий с возможностью обратной связи.
3. Размещение тестов и проведение онлайн-тестирования.
4. Размещение и выбор образовательного контента и заданий для слушателей.
5. Хранение учебно-методических материалов.
6. Обратная связь слушателей к организаторам и преподавателям.
7. Автоматическая фиксация хода учебного процесса, промежуточных и итоговых результатов слушателей.
8. Хранение информации о ходе учебного процесса и результатов обучения в течение периода обучения.
9. Сбор и хранение заявок на обучение и сведений о слушателях.
10. Создание и актуализация контента и учебно-методических материалов.
11. Информационно-консультационное обслуживание слушателей.

4.3. Информационные и учебно-методические условия реализации дополнительной общеобразовательной программы - дополнительной общеразвивающей программы.

Дополнительная общеобразовательная программа – дополнительная общеразвивающая программа обеспечивается учебно-методическими материалами по всем модулям образовательной программы.

Фонд учебно-научной библиотеки содержит основную и дополнительную учебную, учебно-методическую, научную литературу, справочно-библиографические и периодические издания (в том числе и на электронных носителях) по всем темам и дисциплинам реализуемой программы.

Список литературы

1. Быстрые результаты в переговорах. Беспроблемная стратегия убеждения без поражения / [Андрей Алексеевич Парабеллум, Евгений Колотиллов, Николай Сергеевич Мрочковский]; АСТ, Кладезь; 2014. – 228 с.
2. Мастер звонка. Как объяснять, убеждать, продавать по телефону / [Евгений Жигилий]; Манн, Иванов и Фербер; 2017. - 310 с.
3. СПИН-продажи / [Нил Рекхэм]; Манн, Иванов и Фербер; 2008. – 161 с.
4. Школа продаж/ [Александр Деревницкий]; Манн, Иванов и Фербер; 2013. – 480 с.

Интернет-ресурсы:

- Ресурсы Google
- <https://kontur.ru/talk>
- <https://glvrd.ru/>
- <https://kontur.ru/compass>
- <https://skbkontur-focus.ru/>

4.4. Общие требования к организации образовательного процесса.

При реализации дополнительной общеобразовательной программы – дополнительной общеразвивающей программы могут использоваться следующие организационные формы учебной деятельности:

- обзорные (установочные) лекции;
- лекционно-семинарские занятия;
- практические занятия;
- индивидуальные и групповые консультации;
- мастер-классы и другие интерактивные формы обучения;
- самостоятельная работа: работа с электронным учебником, просмотр видеолекций и др.;
- самостоятельная работа с программами контроля знаний (тестами);
- итоговые аттестационные работы.

Интегративно-дифференцированная организация занятий в процессе подготовки слушателей позволяет не только адаптировать образовательный процесс к индивидуальным особенностям и интересам слушателей, но и обеспечить свободу выбора и вариативность образования, сформировать у слушателей стремление к самообразованию, способствовать решению индивидуальных задач развития личности.

Особую значимость на уровне технологии обучения имеет организационно-педагогическое условие, предполагающее организацию самостоятельной работы слушателей как средство формирования новых знаний и навыков. Самостоятельная работа слушателей является обязательной составляющей образовательного процесса подготовки слушателей дополнительной общеобразовательной программы – дополнительной общеразвивающей программы.

5. СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Формы контроля знаний и требования к его проведению

Объектами оценивания выступают:

- степень освоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, активность на занятиях.

Текущий контроль знаний проводится на протяжении всего обучения и включает в себя контроль за учебной работой слушателей и проверку качества знаний и умений, которыми слушатели овладели на определенном этапе обучения. Текущий контроль знаний проводится посредством выполнения упражнений на практических занятиях и в иных формах, установленных преподавателем, а также в форме проверочного тестирования на протяжении всего обучения по программе.

Промежуточная аттестация — оценка качества усвоения слушателями содержания учебных блоков непосредственно по завершении их освоения, проводимая в форме зачета

посредством тестирования или в иных формах в соответствии с учебным планом и учебно-тематическим планом.

Итоговая аттестация — процедура, проводимая с целью установления уровня знаний слушателей с учетом прогнозируемых результатов обучения и требований к результатам освоения образовательной программы. Итоговая аттестация слушателей осуществляется в форме зачета посредством тестирования и должна выявить теоретическую и практическую подготовку слушателя.

Слушатель допускается к итоговой аттестации после изучения дисциплин Программы в объеме, предусмотренном для самостоятельных занятий и занятий на образовательной онлайн-платформе, и после сдачи тестов промежуточной аттестации.

Лицам, успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается Свидетельство.

Для проведения промежуточной и итоговой аттестации Программы разработан фонд оценочных средств, который включает типовые задания, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных знаний и умений.

5.2. Критерии оценки знаний слушателей

Знания	Умения	Навыки
<u><i>Знать:</i></u> – Понятие воронки продаж – Этапы технологии продаж – Источники поиска информации о клиенте – Техники работы с возражениями клиентов – Правила составления запросов нейросети – Основные техники ведения успешных переговоров – Структуру коммерческого предложения – Инструменты работы с личным стрессом	<u><i>Уметь:</i></u> – Применять инструменты технологии продаж в своей работе – Управлять воронкой продаж – Использовать различные инструменты поиска информации о клиенте – Прояснять текущую ситуацию клиента, задавать вопросы на выявление потребности – Проводить презентацию клиенту под потребность – Работать с возражениями клиентов на разных этапах – Вести деловую переписку с клиентом – Проводить переговоры с покупателями	<u><i>Владеть:</i></u> – Навыком подготовки к звонку в компанию клиента – Навыком определения выбора техники на каждом этапе работы с клиентом – Навыком ведения переговоров

Критерии оценки аттестации – зачета:

1. Оценка «**Зачтено**» выставляется слушателю, продемонстрировавшему твердое и всестороннее знание материала, умение применять полученные в рамках занятий практические навыки и умения. Достижения за период обучения и результаты текущей

аттестации демонстрировали отличный уровень знаний и умений слушателей. Не менее 80% правильных ответов при решении тестов.

2. Оценка «**Не зачтено**» выставляется слушателю, который в недостаточной мере овладел теоретическим материалом по дисциплине, допустил ряд грубых ошибок при выполнении практических заданий, а также не выполнил требований, предъявляемых к промежуточной аттестации. Достижения за период обучения и результаты текущей аттестации демонстрировали неудовлетворительный уровень знаний и умений слушателя. Менее 80% правильных ответов при решении тестов.

5.3. Фонд оценочных средств

Тестовые вопросы

Тест темы 1. Допродажная работа

1. Что такое воронка продаж?
 1. Инструмент, который указывает на разницу между онлайн-продажами и продажами по телефону
 2. Инструмент, который описывает путь покупателя в процессе продажи
 3. Инструмент, который проводит аудит работы менеджера по продажам без участия специалиста
2. Что такое конверсия?
 1. Процент клиентов с оплатами
 2. Процент переходов клиента с одного этапа воронки на другой
 3. Изменение показателей по воронке
3. Какие этапы входят в технологию продаж? (множественный выбор)
 1. Работа с возражениями
 2. Заккрытие сделки
 3. Выявление и формирование потребностей
 4. Заполнение CRM системы
4. Выберите правильную цель на этапе Формирование потребностей.
 1. Показать клиенту, что работать как раньше уже неэффективно и нужно вносить изменения
 2. Показать решение для сформированной потребности через выгоды вашего предложения
 3. Понять текущую ситуацию клиента
5. В каких источниках можно получить информацию о клиенте? (множественный выбор)
 1. CRM-система
 2. Социальные сети и сайт клиента
 3. Платные ресурсы
6. К каким рискам может привести пропуск этапа Подготовка? (множественный выбор)
 1. Трата времени на проход секретаря, попадание в черный список
 2. Отсутствие интереса со стороны клиента с первых фраз, получение отказа
 3. Предложение скидки с первых минут разговора с ЛПП
7. Что такое нетворкинг?
 1. Обмен визитками на мероприятиях
 2. Социальная сеть для обмена контактами
 3. Эффективный способ построения долгосрочных рабочих связей
8. Что обязательно включает в себя цель для секретаря? (множественный выбор)
 1. Призыв к действию (просьба соединить)
 2. Минимум информации
 3. Выгоду, которая поможет секретарю понять, какую сумму может заработать компания, покупая ваш товар/услугу

Тест темы 2. Экспертная технология продаж

1. Выберите правильные цели на этапе Установление контакта. (множественный выбор)

1. Привлечь внимание клиента
2. Создать идею полезности нашего разговора
3. Получить конкретное решение
4. Показать себя экспертом в вопросе
2. Выберите действия менеджера на этапе Установление контакта с ЛПР. (множественный выбор)
 1. Поздороваться и представиться
 2. Уточнить/узнать имя ЛПР
 3. Рассказать все главные выгоды вашего продукта
 4. Назвать цель звонка + купить время на разговор
3. К какому виду относится цель, включающая в себя узкий профиль по деятельности компании клиента или название закона?
 1. Цель-интерес
 2. Цель-эксперт
4. Что из перечисленного является открытым вопросом? (множественный выбор)
 1. «Почему остановили выбор именно на эту модель моноблока?»
 2. «Поэтому в данный момент ищете поставщика с возможностью частичной оплаты, верно?»
 3. «Что в вашей компании планируется в ближайшее время?»
5. Выберите правильный порядок вопросов по SPIN.
 1. Ситуационные – Прямые – Извлекающие-Направляющие
 2. Системные – Проблемные – Извлекающие-Направляющие
 3. Ситуационные – Проблемные – Извлекающие-Направляющие
6. Какой инструмент проведения презентации поможет показать особенности товара/услуги, описать особенности работы и показать выгоду от функции/решения/товара?
 1. Волновая презентация
 2. С-Х-В
 3. Выбор без выбора
7. Чем менеджеру поможет инструмент «запрос обратной связи у клиента» на этапе Презентация? (множественный выбор)
 1. Удерживать внимание
 2. Вовлекать покупателя в процесс продажи
 3. Понять бюджет компании
 4. Окончательно выявить потребности и возможные проблемы клиента
8. Выберите необходимые выгоды презентации цены. (множественный выбор)
 1. Поставить точку в обсуждении
 2. Мы задавали ему вопросы, чтобы подобрать для него решение
 3. Клиент понимает, что это презентация продукта под его конкретные проблемы
9. В чем суть фактора влияния «Воздействие на организацию»?
 1. Как внедрение вашего решения повлияет на бизнес-процесс клиента
 2. Кто из участников обладает большими знаниями и пониманием вашего продукта
 3. Защита сферы внутренних интересов компании
10. Чем характеризуется прогресс во время дожима клиента? (множественный выбор)
 1. Наличием у клиента коммерческого предложения и счета на оплату
 2. Конкретными действиями со стороны клиента относительно будущей сделки
 3. Действиями клиента с конкретным сроком завершения
11. Как можно избежать возражений по товару/функционалу? (множественный выбор)
 1. Тщательно проработать этап Выявления и формирования потребностей
 2. Уточнить заранее, какие возражения есть уже сейчас
 3. Понимать ситуацию клиента и формировать потребность в вашем продукте
12. Что главное в работе с привычкой?

1. Показать основные выгоды своего продукта
2. Показать, что не нарушатся комфорт и константность и появятся дополнительные выгоды
3. Сделать честное сравнение продуктов и оставить клиента принимать решение
13. Какие способы работы с критериями подходят, если клиенту важна низкая цена, а ваш продукт дороже конкурента? (множественный выбор)
 1. Усиление критерия
 2. Вытеснение критерия
 3. Удовлетворение потребности, лежащей за критерием
14. Что произойдет при применении апсейла или кросс-сейла?
 1. Сократится количество клиентов в работе
 2. Уменьшится срок сделки
 3. Увеличится средний чек

Тест темы 3. Soft skills для успешных продаж

1. Как нейросети пригодятся в продажах?
 1. В режиме реального времени будут писать менеджеру, что отвечать клиенту
 2. Помогут написать речевые модули для скрипта, упростить текст
 3. Заменяют тренера по продажам
2. Как обучать нейросеть генерировать подходящие ответы при написании речевых модулей?
 1. Включать ей запись пройденного тренинга
 2. Писать ей оскорбительную обратную связь, пока не сгенерирует нужный ответ
 3. Сначала отправить ей примеры эталонных ответов, затем попросить сформулировать аналогичные
3. В чем суть переговоров?
 1. У переговорщиков должна быть цель
 2. Интересы сторон должны хотя бы частично совпадать
 3. Стороны должны быть настроены позитивно
4. Какая стратегия позволяет привлечь внимание оппонента к запущенной проблеме и неконструктивному поведению?
 1. Уступчивость
 2. Соперничество
 3. Избегание
5. Что важно для достижения результата переговоров?
 1. Стремиться достичь цели-максимум
 2. Ориентироваться не на позиции, а на интересы стороны
 3. Представить свое предложение в как можно более выгодном свете
6. Что из перечисленного входит в экосистему смыслов? (множественный выбор)
 1. Цель и ценности
 2. Мотивация и синергия
 3. Контекст и миссия
7. О чем думает человек, когда задается вопросом «Что я хочу делать полезного для других?»
 1. Цели
 2. Миссии
 3. Благотворительности
8. Сколько процентов россиян ежедневно живут под воздействием стресса?
 1. 50-60%
 2. 70-80%
 3. 90-100%

Итоговое тестирование

1. Что такое воронка продаж?

1. Инструмент, который указывает на разницу между онлайн-продажами и продажами по телефону
2. Инструмент, который описывает путь покупателя в процессе продажи
3. Инструмент, который проводит аудит работы менеджера по продажам без участия специалиста
2. Что такое конверсия?
 1. Процент клиентов с оплатами
 2. Процент переходов клиента с одного этапа воронки на другой
 3. Изменение показателей по воронке
3. Выберите правильную цель на этапе Формирование потребностей.
 1. Показать клиенту, что работать как раньше уже неэффективно и нужно вносить изменения
 2. Показать решение для сформированной потребности через выгоды вашего предложения
 3. Понять текущую ситуацию клиента
4. В каких источниках можно получить информацию о клиенте? (множественный выбор)
 1. CRM-система
 2. Социальные сети и сайт клиента
 3. Платные ресурсы
5. Что такое нетворкинг?
 1. Обмен визитками на мероприятиях
 2. Социальная сеть для обмена контактами
 3. Эффективный способ построения долгосрочных рабочих связей
6. К какому виду относится цель, включающая в себя узкий профиль по деятельности компании клиента или название закона?
 1. Цель-интерес
 2. Цель-эксперт
7. Что из перечисленного является открытым вопросом? (множественный выбор)
 1. «Почему остановили выбор именно на эту модель моноблока?»
 2. «Поэтому в данный момент ищите поставщика с возможностью частичной оплаты, верно?»
 3. «Что в вашей компании планируется в ближайшее время?»
8. Выберите правильный порядок вопросов по SPIN.
 1. Ситуационные – Прямые – Извлекающие-Направляющие
 2. Системные – Проблемные – Извлекающие-Направляющие
 3. Ситуационные – Проблемные – Извлекающие-Направляющие
9. Какой инструмент проведения презентации поможет показать особенности товара/услуги, описать особенности работы и показать выгоду от функции/решения/товара?
 1. Волновая презентация
 2. С-Х-В
 3. Выбор без выбора
10. Выберите необходимые выгоды презентации цены. (множественный выбор)
 1. Поставить точку в обсуждении
 2. Мы задавали ему вопросы, чтобы подобрать для него решение
 3. Клиент понимает, что это презентация продукта под его конкретные проблемы
11. В чем суть фактора влияния «Воздействие на организацию»?
 1. Как внедрение вашего решения повлияет на бизнес-процесс клиента
 2. Кто из участников обладает большими знаниями и пониманием вашего продукта
 3. Защита сферы внутренних интересов компании
12. Как можно избежать возражений по товару/функционалу? (множественный выбор)
 1. Тщательно проработать этап Выявления и формирования потребностей

2. Уточнить заранее, какие возражения есть уже сейчас
3. Понимать ситуацию клиента и формировать потребность в вашем продукте
13. Что главное в работе с привычкой?
 1. Показать основные выгоды своего продукта
 2. Показать, что не нарушатся комфорт и константность и появятся дополнительные выгоды
 3. Сделать честное сравнение продуктов и оставить клиента принимать решение
14. Что произойдет при применении апсейла или кросс-сейла?
 1. Сократится количество клиентов в работе
 2. Уменьшится срок сделки
 3. Увеличится средний чек
15. Как нейросети пригодятся в продажах?
 1. В режиме реального времени будут писать менеджеру, что отвечать клиенту
 2. Помогут написать речевые модули для скрипта, упростить текст
 3. Заменят тренера по продажам
6. Как обучать нейросеть генерировать подходящие ответы при написании речевых модулей?
 1. Включать ей запись пройденного тренинга
 2. Писать ей оскорбительную обратную связь, пока не сгенерирует нужный ответ
 3. Сначала отправить ей примеры эталонных ответов, затем попросить сформулировать аналогичные
17. В чем суть переговоров?
 1. У переговорщиков должна быть цель
 2. Интересы сторон должны хотя бы частично совпадать
 3. Стороны должны быть настроены позитивно
18. Какая стратегия позволяет привлечь внимание оппонента к запущенной проблеме и неконструктивному поведению?
 1. Уступчивость
 2. Соперничество
 3. Избегание
19. Что важно для достижения результата переговоров?
 1. Стремиться достичь цели-максимум
 2. Ориентироваться не на позиции, а на интересы стороны
 3. Представить свое предложение в как можно более выгодном свете
20. О чем думает человек, когда задается вопросом «Что я хочу делать полезного для других?»
 1. Цели
 2. Миссии
 3. Благотворительности