

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

Утверждаю
Директор АНО ДПО
«Учебный центр СКБ Контур»



Т. Вруб Т.В. Рубан

1 сентября 2023 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

повышения квалификации

МАСТЕР ПРОДАЖ

Москва, 2023 г.

Оглавление

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	3
УЧЕБНЫЙ ПЛАН.....	7
УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.....	8
КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК.....	10
Рабочая программа учебной дисциплины «Знакомство с продажами».....	11
Рабочая программа учебной дисциплины «Технология продаж».....	14
Рабочая программа учебной дисциплины «Дополнительные инструменты для продаж».....	18
ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ.....	20
Формы аттестации.....	21
Критерии оценки слушателей.....	22
Фонд оценочных средств.....	24
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.....	32
Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса.....	32
Требования к материально-техническим условиям.....	32
Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям.....	34

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Мастер продаж» составлена на основании требований:

- Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г. № 273-ФЗ;
- Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013г. № 499;
- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования- бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
- Профессионального стандарта «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» код 06.029, группа занятий 1221 «Руководители служб по сбыту и маркетингу», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2020 года № 679.

Набор дисциплин данной программы предназначен для слушателей, занимающихся продажами товаров или услуг на различных рынках сбыта. Программа рассчитана на 62 часа.

Блочно-модульный характер обучения позволяет перерабатывать и обновлять учебный материал, оценить творческий потенциал слушателя, его умения самостоятельного получения новых знаний. По каждому модулю (дисциплине) производится промежуточный контроль в форме домашних заданий и зачетов.

Реализация данной учебной программы включает теоретическое обучение, домашние задания-практикумы, онлайн-встречи с экспертами по разбору реальных кейсов, а также промежуточный контроль знаний и навыков и итоговую аттестацию.

Итоговая аттестация проводится в виде онлайн тестирования.

Процесс обучения строится так, чтобы слушатели наряду с изучением вопросов теории, имели возможность применить полученные знания на практике и закрепить профессиональные навыки.

АНО ДПО «Учебный центр СКБ Контур» располагает материально-технической базой, соответствующей действующим санитарно-техническим нормам и обеспечивающей проведение всех видов аудиторной, практической, дисциплинарной и междисциплинарной подготовки слушателей, предусмотренных учебным планом.

В случае успешной сдачи зачетов по всем дисциплинам и комплексного экзамена, слушатели получают удостоверение о повышении квалификации АНО ДПО «Учебный центр СКБ Контур».

Цель реализации программы:

приобретение новых компетенций и практических навыков для профессиональной деятельности, направленной на повышение продаж, развития необходимых для совершения продаж компетенций. А также освоение новых знаний и умений для выполнения трудовых функций, согласно профессиональному стандарту.

Планируемые результаты освоения программы:

Специалист должен обладать общими компетенциями (ОК), включающими способности:

- понимать сущность и социальную значимость своей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;
- организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;

- принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
- осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
- работать самостоятельно и в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;
- ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;
- развивать культуру межличностного общения, устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий.

Специалист должен обладать профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

- Поиск новых клиентов товаров/услуг
- Сбор необходимых потребностей и информации при обращении клиента и в работе по привлечении новых клиентов
- Ведение клиентской базы
- Ведение деловой переписки с клиентами
- Проведение переговоров с клиентами
- Использовать технологию продаж в процессе переговоров с клиентами
- Выявление потребностей клиента в процессе ведения переговоров
- Проявление клиентоориентированности

Область реализации компетенций цифровой экономики: Телефонные продажи любых видов товаров и услуг.

Характеристика профессиональной деятельности слушателей

Область профессиональной деятельности слушателей:

- Продажи на рынках b2b, b2c и b2g
- Маркетинг и продвижение продаж

Категория слушателей:

- граждане возраста от 18 лет

- 1) имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- 2) получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Уровень сложности программы: базовый уровень (ключевые профессиональные знания и умения/ освоение основного инструментария и технологий профессиональной деятельности/базовые навыки и (или) опыт самостоятельного решения профессиональных задач в соответствующей области реализации компетенции цифровой экономики)

Минимальный уровень образования принимаемых на обучение:

- 1) имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- 2) получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Опыт работы: без опыта работы

Минимальное количество мест в группе: 10

Максимальное количество мест в группе: 30

Организационно-педагогические условия:

Образовательный процесс осуществляется на основании учебного плана и регламентируется расписанием занятий для каждой учебной группы.

Срок обучения: 62/5/1,2 (ак час, нед., мес.)

Недельная нагрузка: 12,4 часов

Предварительный режим обучения: 2,5 академических часа в день

Режим занятия: 23 академических часа самостоятельного обучения, 39 работы на образовательной онлайн-платформе.

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

Возраст слушателей: 18 лет и старше.

Для реализации программы задействован следующий кадровый потенциал:

- Преподаватели учебных дисциплин – Обеспечивается необходимый уровень компетенции преподавательского состава, включающий высшее образование в области соответствующей дисциплины программы или высшее образование в иной области и стаж преподавания по изучаемой тематике не менее трех лет; использование при изучении дисциплин программы эффективных методик преподавания, предполагающих выполнение слушателями практических заданий.
- 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).

Содержание программы повышения квалификации определяется учебным планом и календарным учебным графиком программы дисциплин (модулей), требованиями к итоговой аттестации и требованиями к уровню подготовки лиц, успешно освоивших Программу.

Текущий контроль знаний проводится в форме наблюдения за работой слушателей и контроля их активности на образовательной платформе, проверочного тестирования.

Промежуточный контроль знаний, полученных слушателями посредством самостоятельного обучения (освоения части образовательной программы), проводится в виде тестирования.

Итоговая аттестация по Программе проводится в форме тестирования и должна выявить теоретическую и практическую подготовку специалиста.

Слушатель допускается к итоговой аттестации после самостоятельного изучения дисциплин Программы в объеме, предусмотренном для обязательных самостоятельных занятий и подтвердивший самостоятельное изучение сдачей поурочных тестов.

Лица, освоившие Программу и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают удостоверение о повышении квалификации.

Оценочными материалами по Программе являются блоки контрольных вопросов по дисциплинам, формируемые образовательной организацией и используемые при текущем контроле знаний (тестировании) и итоговой аттестации.

Методическими материалами к программе являются сопроводительные материалы к лекциям в виде презентаций, которые используются при освоении дисциплин Программы. Перечень методических материалов приводится в рабочей программе образовательной организации.

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В РАМКАХ ИМЕЮЩЕЙСЯ КВАЛИФИКАЦИИ, КАЧЕСТВЕННОЕ ИЗМЕНЕНИЕ КОТОРЫХ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОБУЧЕНИЯ

КВАЛИФИКАЦИОННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Слушатель, успешно освоивший программу курса «Мастер продаж» **должен знать:**

- Задачи менеджера по продажам
- Типы и специфика продаж b2b, b2c и b2g
- Способы поиска клиентов
- Этапы технологии продаж
- Алгоритмы работы с возражениями

- Правила составления коммерческих предложений

Слушатель, успешно освоивший программу курса «Мастер продаж» **должен уметь:**

- Применять инструменты технологии продаж в своей работе
- Работать с разными типами продаж и рынков
- Управлять воронкой продаж и ключевыми показателями по продажам
- Использовать различные инструменты поиска клиентов
- Проводить переговоры с клиентами
- Выявлять и формировать потребности у клиентов
- Презентовать товар/решение
- Работать с возражениями клиентов
- Возвращать отказы в работу
- Составлять коммерческие предложения

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
ПО
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ
повышения квалификации

МАСТЕР ПРОДАЖ

№ п/ п	Наименование разделов и дисциплин	Всего о часо в	В том числе			Форма контроля
			Самостоятельна я работа	Работа на образовательной онлайн-платформе		
				Лекци и	Практическ ие занятия	
1	Знакомство с продажами	8	3	2	3	Зачет
2	Технология продаж	35	13	9	13	Зачет
3	Дополнительные инструменты для продаж	17	7	5	5	Зачет
	ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	2	—	—	2	Зачет
	Всего:	62	23	16	23	—

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
ПО
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ
повышения квалификации

МАСТЕР ПРОДАЖ

№ п/ п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Самостоятельная работа	Работа на образовательной онлайн-платформе		
				Лекции и	Практические занятия	
1	Знакомство с продажами	8	3	2	3	Зачет
1. 1	Работа менеджера по продажам	4	1	1	2	Тестирование
1. 2	Типы и специфика рынков продаж	4	2	1	1	Тестирование
2	Технология продаж	35	13	9	13	Зачет
2. 1	Воронки продаж	3	2	1	—	Тестирование
2. 2	Этапы технологии продаж	5	2	1	2	Тестирование
2. 3	Подготовка к звонку и начало разговора	4	1	1	2	Тестирование
2. 4	Выявление и формирование потребности у клиента	4	1	1	2	Тестирование
2. 5	Презентация решения и формирование предложения для клиента	5	2	1	2	Тестирование
2. 6	Отработка возражений	6	2	2	2	Тестирование
2. 7	Работа с отказами	3	2	1	—	Тестирование
2. 8	Закрепление базовой технологии продаж	5	1	1	3	—
3	Дополнительные инструменты для продаж	17	7	5	5	Зачет
3. 1	Способы поиска клиентов	5	2	1	2	Тестирование
3. 2	Составление коммерческих	4	2	2	—	Тестирование

№ п/ п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часо в	В том числе			Форма контроля
			Самостоятельна я работа	Работа на образовательной онлайн-платформе		
	предложений					
3. 3	Работа с психологическими установками в продажах	8	3	2	3	Тестирован ие
	ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	2	—	—	2	Зачет
	Всего:	62	23	16	23	—

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный график обучения является примерным, составляется и утверждается для каждой группы.

Срок освоения программы – 5 недель. Примерный режим занятий: 2,5 академических часа в день. Промежуточная и итоговые аттестации проводятся, согласно графику.

Темы / недели	ВР	1	2	3	4	5
Знакомство с продажами	РП	5				
	СР	3				
Технология продаж	РП		11	11		
	СР		7	6		
Дополнительные инструменты для продаж	РП				5	5
	СР				4	3
Итоговая аттестация	РП					2

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

Утверждаю
Директор АНО ДПО
«Учебный центр СКБ Контур»



Т. Вруб
Т.В. Рубан
1 сентября 2023 г.

Рабочая программа учебной дисциплины
«Знакомство с продажами»
образовательной программы дополнительного профессионального образования
повышения квалификации
МАСТЕР ПРОДАЖ

Москва, 2023 г.

Цель: обеспечение глубоких знаний слушателей в области продаж и особенностях работы на различных рынках, использования полученных знания в практической работе. В соответствии с требованиями образовательным стандартам высшего профессионального образования № 1188 «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» код 06.029, группа занятий 3322 «Агенты по коммерческим продажам», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2020 года N 679.

Задачи:

- Понимать специфику продаж на различных рынках сбыта. Корректно применять различные инструменты для достижения результата при продажах.
- Анализировать рабочее время и эффективно распределять задачи в режиме рабочего времени.
- Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

Место дисциплины в структуре программы.

Дисциплина позволяет слушателям изучить рабочие задачи менеджера по продажам; специфику работы на различных рынках; дает понимание о способах поиска клиентской базы.

Требования к результатам освоения дисциплины.

В результате обучения дисциплине слушатели должны:

Знать:

- Задачи менеджера по продажам
- Выгоды от работы менеджером по продажам
- Отличия и специфику рынков b2b, b2c и b2g

Уметь:

- Эффективно распределять свое рабочее время
- Работать с разными типами продаж и рынков
- Выбирать правильные инструменты при работе на разных типах рынков
- Настраивать себя на достижение результата

Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 ак. часов (из них самостоятельное изучение материала – 3 ак. часа, работа на образовательной онлайн-платформе – 5 ак. часов).

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Самостоятельная работа	Работа на образовательной онлайн-платформе		
				Лекции и	Практические занятия	
1	Знакомство с продажами	8	3	2	3	Зачет
1.1	Работа менеджера по продажам	4	1	1	2	Тестирование
1.2	Типы и специфика рынков продаж	4	2	1	1	Тестирование

Урок 1.1. Работа менеджера по продажам

- Понятие и смысл продаж
- Значимость работы менеджера по продажам
- Выгоды профессии менеджера по продажам на рынке
- Задание на личные изменения
- Рабочий день менеджера по продажам
- Действия на каждом этапе для успешной работы
- Инструменты для эффективного распределения рабочего времени
- Самостоятельная работа: Зафиксировать свой рабочий день в шаблоне, придумайте новые идеи или форматы проведения планерок, зафиксировать результаты проведенной планерки и обратную связь от коллег.

Урок 1.2. Типы и специфика рынков продаж

- Отличия рынков
- Специфика работы на разных рынках
- Самостоятельная работа: Определите, к какому типу относится рынок, с которым вы работаете, запишите, какие знания и навыки помогают вам продавать, запишите, какие знания и навыки нужно получить, чтобы увеличить продажи

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

Утверждаю
Директор АНО ДПО
«Учебный центр СКБ Контур»



Т. Вруб Т.В. Рубан
1 сентября 2023 г.

Рабочая программа учебной дисциплины
«Технология продаж»
образовательной программы дополнительного профессионального образования
повышения квалификации
МАСТЕР ПРОДАЖ

Москва, 2023 г.

Цель: обеспечение глубоких знаний слушателей по технологии продаж, использования различных инструментов продаж и переговоров. Работа с возражениями и отказами покупателей. В соответствии с требованиями образовательным стандартам высшего профессионального образования № 1188 «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» код 06.029, группа занятий 3322 «Агенты по коммерческим продажам», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2020 года N 679.

Задачи:

- Владеть теоретическими знаниями и алгоритмами технологии продаж. Использовать различные инструменты в практике для работы с потенциальными покупателями.
- Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.
- Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

Место дисциплины в структуре программы.

Дисциплина позволяет слушателям изучить технологию продаж; дает понимание правильности ведения переговоров с клиентов во время ведения продажи. Формирует навыки работы с возражениями и отказами клиентов.

Требования к результатам освоения дисциплины.

В результате обучения дисциплине слушатели должны:

Знать:

- Понятие воронка продаж
- Этапы технологии продаж, цели и действия
- Действия и инструменты для достижения результата на каждом этапе технологии продаж

Уметь:

- Анализировать показатели воронки продаж
- Соблюдать во время продажи этапы технологии продаж
- Выбрать подходящий для ситуации продажи инструмент для эффективного достижения результата

Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 35 ак. часов (из них самостоятельное изучение материала – 13 ак. часов, работа на образовательной онлайн-платформе – 22 ак. часа).

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Самостоятельная работа	Работа на образовательной онлайн-платформе		
				Лекции	Практические занятия	
2	Технология продаж	35	13	9	13	Зачет
2.1	Воронки продаж	3	2	1	—	Тестирование
2.2	Этапы технологии продаж	5	2	1	2	Тестирование
2.3	Подготовка к звонку и начало разговора	4	1	1	2	Тестирование
2.4	Выявление и формирование потребности у клиента	4	1	1	2	Тестирование
2.5	Презентация решения и формирование предложения для клиента	5	2	1	2	Тестирование
2.6	Отработка возражений	6	2	2	2	Тестирование
2.7	Работа с отказами	3	2	1	—	Тестирование
2.8	Закрепление базовой технологии продаж	5	1	1	3	—

Урок 2.1. Воронки продаж

- О практических заданиях и онлайн-встрече
- Воронка продаж
- Работа с показателями воронки продаж
- Воронки продаж при работе с разными базами клиентов

Урок 2.2. Этапы технологии продаж

- Технология продаж
- Взаимосвязь между показателями воронки и технологией продаж
- Примеры управления воронкой продаж через изменения в технологии продаж
- Домашнее задание: составьте свою воронку продаж за месяц, проанализируйте свои результаты. Если при анализе результатов вы увидели свои зоны роста, запишите их

Урок 2.3. Подготовка к звонку и начало разговора

- Подготовка к звонку, сбор информации, необходимой для продажи
- Проход секретаря
- Установление контакта с ЛПР
- Домашнее задание: Написать спич по проходу секретаря, сформировать 3 цели для секретаря, написать спич установления контакта с ЛПР, сформировать 3 цели для ЛПР

Урок 2.4. Выявление и формирование потребности у клиента

- Выявление потребности у клиента
- Формирование потребности в вашем продукте
- Домашнее задание: Скачайте и заполните шаблоны таблиц «Выявление потребности» и «Формирование потребности» на примере своего продукта и клиентов:

Урок 2.5. Презентация решения и формирование предложения для клиента

- Проведение презентации
- Закрытие сделки
- Принципы презентации и схема закрытия сделки
- Самостоятельная работа: Принципы презентации и схема закрытия сделки
- Домашнее задание: Заполнить таблицу «Свойства – Характеристика – Выгода», написать спич этапа «Закрытие сделки»

Урок 2.6. Отработка возражений

- Понятие и типы возражений
- Работа с возражениями на разных этапах технологии продаж
- Универсальные техники отработки возражений
- Домашнее задание: Сделать отработку своего самого популярного возражения в изученных на уроках техниках: ПУАЗ, ЗП, Парафраз

Урок 2.7. Работа с отказами

- Понятие «отказ»
- Возврат клиента из отказа в работу

Урок 2.8. Закрепление базовой технологии продаж

- Чек-лист телефонного разговора
- Подача обратной связи по чек-листу
- Анализ звонков по чек-листам
- Домашнее задание: Написать спич по наработкам, сформированным в ходе курса или прислать звонки для прослушивания и подачи обратной связи
- Приглашение на онлайн-встречу
- На случай важных переговоров

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

Утверждаю
Директор АНО ДПО
«Учебный центр СКБ Контур»



Т. Вруб
Т.В. Рубан
1 сентября 2023 г.

Рабочая программа учебной дисциплины
«Дополнительные инструменты для продаж»
образовательной программы дополнительного профессионального образования
повышения квалификации
МАСТЕР ПРОДАЖ

Москва, 2023 г.

Цель: обеспечение глубоких знаний слушателей по составлению коммерческих предложений и сопроводительных писем после продажи, работе с конфликтными покупателями. В соответствии с требованиями образовательным стандартам высшего профессионального образования № 1188 «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» код 06.029, группа занятий 3322 «Агенты по коммерческим продажам», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2020 года N 679.

Задачи:

- Владеть культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.
- Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

Место дисциплины в структуре программы.

Дисциплина позволяет освоить способы поиска клиентов и дает понимание правильности составления коммерческого предложения. Освладеть навыками основ работы с личными разрушающими установками и инструментами поведения в конфликтной ситуации

Требования к результатам освоения дисциплины.

В результате обучения дисциплине слушатели должны:

Знать:

- Источники поиска клиентов
- Правила составления коммерческих предложений
- Определения психологические установки, страх и самосаботаж

Уметь:

- Искать клиентов в бесплатных и платных источниках
- Составлять коммерческие предложения
- Работать с личными установками

Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 17 ак. часов (из них самостоятельное изучение материала – 7 ак. часов, работа на образовательной онлайн-платформе 10 ак. часов)

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Самостоятельная работа	Работа на образовательной онлайн-платформе		
				Лекции и	Практические занятия	
3	Дополнительные инструменты для продаж	17	7	5	5	Зачет
3.1	Способы поиска клиентов	5	2	1	2	Тестирование
3.2	Составление коммерческих предложений	4	2	2	—	Тестирование
3.3	Работа с психологическими установками в продажах	8	3	2	3	Тестирование

Урок 3.1. Способы поиска клиентов

- Поиск клиентов в открытых источниках информации
- Коммерческие способы поиска баз
- Пример поиска клиентов в коммерческом сервисе
- Как не выжигать базу клиентов
- Самостоятельная работа 1: изучить вебинар «Как не выжигать базу клиентов»
- Самостоятельная работа 2: Сформировать набор критериев для поиска потенциальных клиентов, запишите для себя доступные вам источники поиска информации (основные или дополнительные)

Урок 3.2. Составление коммерческих предложений

- Что такое коммерческое предложение: виды, форматы, этапы составления
- Структура коммерческого предложения. Примеры, типичные ошибки, рекомендации

Урок 3.3. Работа с психологическими установками в продажах

- Психологические установки в продажах. Как с ними работать?
- Распространенные страхи в продажах и как с ними работать?
- Самосаботаж
- Самостоятельная работа: Проработать свои ограничивающие установки по алгоритму, прописать каждый шаг по своим установкам, определить, какой страх у вас чаще всего проявляется в продажах и в работе с клиентами, разложить его по алгоритму работы со страхами, пропишите план действий с событием, посмотреть фильм «Области тьмы», зафиксировать акты самосаботажа (зависимости, установки, стереотипы) у главного героя, отработать их по алгоритму, определить

в своем поведении самосаботаж, письменно отработать самосаботаж по изученному алгоритму.

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Формы аттестации

Для проведения промежуточной и итоговой аттестации программы разработан «Фонд оценочных средств по программе, являющийся неотъемлемой частью учебно-методического комплекса.

Объектами оценивания выступают:

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

Текущий контроль знаний слушателей проводится преподавателем, ведущим занятия в учебной группе, на протяжении всего обучения по программе.

Текущий контроль знаний включает в себя наблюдение преподавателя за учебной работой слушателей и проверку качества знаний, умений и навыков, которыми они овладели на определенном этапе обучения посредством выполнения упражнений на практических занятиях и в иных формах, установленных преподавателем.

Промежуточная аттестация - Оценка качества усвоения слушателями содержания учебных блоков непосредственно по завершению 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.

Слушатель допускается к итоговой аттестации после изучения тем образовательной программы в объеме, предусмотренном для лекционных и практических занятий.

Лицам, освоившим образовательную программу «Мастер продаж» и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца с указанием названия программы, календарного периода обучения, длительности обучения в академических часах.

Для аттестации слушателей на соответствие их персональных достижений требованиям соответствующей ОП созданы фонды оценочных средств, включающие типовые задания, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций.

Фонды оценочных средств соответствуют целям и задачам программы подготовки специалиста, учебному плану и обеспечивают оценку качества общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретаемых слушателями.

Критерии оценки слушателей

Предмет оценивания (компетенции)	Объект оценивания (навыки)	Показатель оценки (знания, умения)
Понимание специфики продаж	<ul style="list-style-type: none"> - Применение алгоритмов работы с личными негативными установками - Понимание разницы рынков продаж и специфики работы на них - Поиск клиентов 	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Рынки сбыта и специфика продаж - Источников поиска клиентской базы <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определить специфику рынка и выбор корректной стратегии работы на рынке - Поиск базы клиентов в открытых источниках
Работа с личными иррациональными установками и страхами при работе менеджером по продажам	<ul style="list-style-type: none"> - Аналитика личных качеств для успешной работы в продажах 	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Алгоритмы самоанализа - Страх и самосаботаж <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Проанализировать личные установки и изменить их
Анализ продаж	<ul style="list-style-type: none"> - Анализ воронки продаж - понимание связи показателей воронки продаж и технологии продаж 	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Понятие воронка продаж и показатели, которые необходимо отслеживать <p>Умение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Провести анализ личных показателей - Сформировать план корректирующий действий
Усвоение алгоритмов и инструментов продаж	<ul style="list-style-type: none"> - Составление спичей и речевых модулей для продаж 	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Технология продаж - Алгоритмы ведения переговоров - Инструменты работы на каждом этапе <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществление продающих звонков с применением алгоритмов и инструментов технологии продаж
Письменная коммуникация с клиентом	<ul style="list-style-type: none"> - Составление коммерческих предложений 	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Составлять коммерческие предложения <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Понятие коммерческое предложение

Оценка качества освоения учебных модулей проводится в процессе промежуточной аттестации в форме зачета

Оценка	Критерии оценки
Зачтено	- «зачет» выставляется слушателю, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу использует его, не допуская существенных неточностей в ответе на тестовые вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Не менее 80% правильных ответов при решении тестов.
Не зачтено	- «незачет» выставляется слушателю, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические вопросы или не справляется с ними самостоятельно. Менее 80% правильных ответов при решении тестов.

Оценка качества освоения учебной программы проводится в процессе итоговой аттестации в форме тестирования.

Оценка (стандартная)	Требования к знаниям
<i>«зачтено»</i>	Оценка «зачтено» выставляется слушателю, продемонстрировавшему твердые и всесторонние знания материалы, умение применять полученные в рамках занятий практические навыки и умения. Достижения за период обучения и результаты текущей аттестации продемонстрировали отличный уровень знаний и умений слушателя. Не менее 80% правильных ответов при решении тестов.
<i>«не зачтено»</i>	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 продемонстрировали неудовлетворительный уровень знаний и умений слушателя. Менее 80% правильных ответов при решении тестов.

Фонд оценочных средств

Урок 1.1 «Работа менеджера по продажам»

1. Какие два типа выгод получает от своей работы менеджер по продажам?
 1. Финансовые и Личные
 2. Истинные и Ложные
 3. Финансовые и Истинные
2. Какой вид продаж позволит сформировать потребность во время общения с клиентом?
 1. Продажа роботом
 2. Продажа через диалог
 3. Бесконтактная продажа через интернет-продвижение
3. Какие действия необходимо выполнить при разборе клиентов? (множественный выбор)
 1. Отработать возражения, основываясь на потребности и «боли» клиента
 2. Сформировать предложение, которое склонит клиента к положительному решению и ускорит оплату
 3. Удалить из списка тех, кто не оплатил на прошлой неделе
4. Для чего необходимы звонки лояльности после оплаты покупателем счета?
 1. Поддержать связь с клиентом и совершить допродажу
 2. Нет необходимости совершать такие звонки
 3. Совершить возврат, если клиенту не понравилось наше решение
5. Какие техники можно использовать при распределении рабочих и личных задач? (множественный выбор)
 1. Метод Помидора
 2. Техника стейкхолдер
 3. Техника Слоны и лягушки
 4. Правило 50/10

Урок 1.2 «Типы и специфика рынков продаж»

1. Выберите правильное определение для b2b-рынка
 1. b2b - бизнес для бизнеса
 2. b2b - бизнес для потребителя
 3. b2b - отношения между бизнесом и государством
2. Какие особенности есть у рынка b2g? (множественный выбор)
 1. Нужен активный поиск размещенных заказов
 2. Долгий срок сделки
 3. Важность учитывать личные потребности и предпочтения покупателя
 4. Строгое следование законодательству (ФЗ №44 и ФЗ №223)
3. Какие особенности есть у рынка b2c? (множественный выбор)
 1. Важность понимания портрета клиента
 2. Долгий срок сделки
 3. Необходимость обрабатывать входящие обращения
4. Какие особенности есть у рынка b2b? (множественный выбор)?
 1. Легко меняются роли продавца и покупателя
 2. Поддержка репутации компании
 3. Необходимость сопровождать клиента после продажи
5. Что важно знать, работая на b2g-рынке?
 1. Конкурентов и их преимущества
 2. Законы и следить за их изменением
 3. Порядок подачи документов в суд

Урок 2.1 «Воронки продаж»

1. Что такое воронка продаж?
 1. Маркетинговый инструмент, который указывает на разницу между онлайн-продажами и продажами по телефону
 2. Маркетинговый инструмент, который описывает путь покупателя в процессе продажи

3. Инструмент, который проводит аудит работы менеджера по продажам без участия специалиста
2. Для чего нужна воронка продаж менеджеру по продажам? (множественный выбор)
 1. Знать реальное положение дел
 2. Для распределения рабочей нагрузки
 3. Понимать план корректировки
 4. Определять слабые места
3. Что такое целевая воронка продаж?
 1. Максимальные показатели за всю историю продаж. Данные цифры используют для мотивации менеджеров
 2. Показатели, которые рассчитывались исходя из специфики продаж и других факторов организации. Данные цифры являются ориентиром в работе
 3. Показатели, которые определил руководитель исходя из своих желаний. Цифры необходимы для оценки эффективности компании
4. Какие действия необходимы для увеличения количества клиентов в работе менеджера? (множественный выбор)
 1. Задерживаться после работы
 2. Ограничение отвлекающих факторов
 3. Самостоятельный поиск потенциальных клиентов
 4. Анализ длительности звонков
5. Что помогает менеджеру управлять своей воронкой продаж?
 1. Анализ и выявление слабых сторон, работа по дальнейшему развитию
 2. Детальная проработка конверсий продаж и применение лайфхаков для дожима
 3. Изменение схем работы с клиентами или смена товара для продажи

Урок 2.2 «Этапы технологии продаж»

1. Выберите этапы, которые входят в технологию продаж? (множественный выбор)
 1. Работа с возражениями
 2. Закрытие сделки
 3. Выявление и формирование потребностей
 4. Заполнение CRM системы
2. Выберите правильную цель на этапе Выявление и формирование потребностей?
 1. Сформировать у клиента понимание, что с вашим продуктом он сможет работать эффективнее, и, возможно, решит задачи, которые раньше были ему недоступны
 2. Сформировать у клиента понимание, какие выгоды он получит от сотрудничества с вами
 3. Получить оплату по сделке
3. Выберите правильную цель на этапе Работа с возражениями?
 1. Интерес клиента к вашему предложению
 2. Полное представление специфики работы клиента
 3. Устранение всех возражений клиента
4. Что такое конверсия?
 1. Процент клиентов с оплатами
 2. Процент переходов клиента с одного этапа воронки на другой
 3. Изменение показателей по воронке
5. Какие действия со стороны менеджера помогают получить согласие на выставление счета? (множественный выбор)
 1. Запросить обратную связь по продукту
 2. Озвучить выгоды, которые вы обсудили в разговоре
 3. Рассказать о акциях и скидках
 4. Напомнить, как продукт поможет решить проблемы клиента

Урок 2.3 «Подготовка к звонку и начало разговора»

1. Выберите необходимые действия менеджера на этапе Подготовка к звонку?
 1. Задать открытые вопросы

2. Собрать необходимо информацию о клиенте и настроить себя на звонок
3. Донести выгоду предложения
2. Что помогает эмоционально настроиться на работу с клиентами? (множественный выбор)
 1. Соблюдать режим работа-отдых
 2. Делать больше перерывов для отдыха
 3. Улыбаться
 4. Работать с личными установками
3. Выберите необходимые действия менеджера на этапе Проход секретаря? (множественный выбор)
 1. Здравуемся
 2. Обозначаем продающую цель звонка
 3. Коротко обозначаем цель звонка
 4. Просим соединить с нужным нам ЛПРом
4. Выберите необходимые действия менеджера на этапе Установления контакта с ЛПРом? (множественный выбор)
 1. Поздороваться и представиться
 2. Рассказать все выгоды продукта
 3. Уточнить/узнать имя ЛПР
 4. Назвать цель звонка + купить время на разговор
5. Что самое главное необходимо сделать менеджеру в процессе озвучивания цели звонка покупателю?
 1. Вызвать желание продолжить разговор
 2. Рассказать про компанию
 3. Донести ценность предложения

Урок 2.4 «Выявление и формирование потребности у клиента»

1. Что необходимо понять менеджеру по продажам на этапе Выявления и формирования потребностей?
 1. Есть ли у клиента вообще потребность в вашем продукте. Если нет, то сформировать ее
 2. Когда клиент купил товар/услугу у конкурента
 3. Есть ли у клиента необходимость платить за наше предложение, что у него сейчас уже есть
2. Какие виды вопросов могут использоваться на этапе Выявления и формирования потребностей клиента? (множественный выбор)
 1. Открытые
 2. Закрытые
 3. Альтернативные
 4. Риторические
3. Выберите правильный порядок в воронке вопросов
 1. Альтернативные – Закрытые – Открытые
 2. Открытые – Закрытые – Альтернативные
 3. Открытые – Альтернативные – Закрытые
4. Что важно делать менеджеру на этапе Формирования потребности у клиента? (множественный выбор)
 1. Донести выгоду и ценность от нашего сотрудничества.
 2. Усилить дискомфорт от существующей проблемы
 3. Из незначительной проблемы сделать значительную
 4. Заменить свои экспертные утверждения вопросами, отвечая на которые клиент осознает проблему
5. Выберите правильный порядок в цепочке вопросов на этапе Выявления и формирования потребностей?

1. Вопросы на диагностику-Вопросы на проблему-Вопросы на формирование потребности
2. Вопросы на проблему-Вопросы на формирование потребности- Вопросы на диагностику
3. Вопросы на формирование потребности- Вопросы на диагностику- Вопросы на проблему

Урок 2.5 «Презентация решения и формирование предложения для клиента»

1. Выберите действия со стороны менеджера на этапе Презентация? (множественный выбор)

1. Исходя из ответов клиента резюмировать его потребность
2. Провести презентацию продукта
3. Подвести итог презентации
4. Подобрать клиенту подходящую скидку

2. Выберите инструмент проведения презентации, который 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

3. Чем менеджеру поможет инструмент «запрос обратной связи у клиента» на этапе Презентация? (множественный выбор)

1. Удерживать внимание клиента
2. Вовлечь покупателя в процесс продажи
3. Понять бюджет компании
4. Окончательно выявить потребности и возможные проблемы клиента

4. Выберите инструменты озвучивания стоимости вашего предложения для клиента? (множественный выбор)

1. Метод 50/10
2. Метод сэндвича
3. Деление стоимость на кусочки

5. Для чего на этапе Закрытия сделки мы берем рекомендации?

1. Так мы поддерживаем контакт с клиентом
2. Это помогает нам увеличивать количество контактов в работе
3. Для изменения отношения к нам

Урок 2.6 «Отработка возражений»

1. Что такое возражение клиента?

1. Демонстрация нежелания продолжать с нами переговоры
2. Нежелание покупать
3. Реакции клиента на наши действия

2. Какие типы возражений встречаются? (множественный выбор)

1. Истинные
2. Ложные
3. Прямые

3. 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
4. Стараться не давать клиенту высказываться в ходе разговора

4. Выберите универсальные техники отработки возражений? (множественный выбор)

1. ПУАЗ
2. ЗП
3. Парафраз
4. СПИН

5. Выберите правильную расшифровку техники ПУАЗ?
 1. Присоединение-утверждение-актуализация-закрытие
 2. Помощь-уточнение-акценты-закрепление
 3. Присоединение-уточнение-аргументация-закрепление

Урок 2.7 «Работа с отказами»

1. Что такое отказ?
 1. Категоричное «нет» по аргументированным причинам
 2. Категорическое «нет» без аргументации
 3. Когда клиент не отвечает на звонки
2. Какие типы отказов встречаются? (множественный выбор)
 1. Принципиальные
 2. Временные
 3. Бессрочные
3. Для чего менеджеру анализировать текущие отказы? (множественный выбор)
 1. Уточнить целевую аудиторию
 2. Выяснить, какой этап в технологии продаж стоит улучшить
 3. Понять, что нужно улучшить в продукте
 4. Изучить конкурентов
4. По какой причине клиент может вернуться после отказа? (множественный выбор)
 1. Поменялся ЛППР или идет поиск нового поставщика
 2. Мы дали максимальную скидку
 3. Перестроились рабочие процессы
 4. Компания перешла в процедуру банкротства
5. Для чего менеджеру необходимо оставлять свои контакты клиентам?
 1. Это стандарт обслуживания
 2. Если у отказавшегося клиента появится потребность, он сможет с нами связаться
 3. Не нужно оставлять свои контакты

Урок 3.1 «Способы поиска клиентов»

1. Что необходимо сделать до начала поиска клиентов? (множественный выбор)
 1. Заказать базу в агентстве
 2. Определить портреты клиентов
 3. Сформировать критерии поиска
2. Выберите бесплатные источники поиска клиентов? (множественный выбор)
 1. Социальные сети
 2. Профильные сообщества
 3. Сервисы для самостоятельного поиска баз
 4. Рекомендации действующих клиентов
3. Что важно сделать при работе на бесплатных мероприятиях?
 1. Раздать максимальное количество готовых коммерческих предложений
 2. Завести знакомства и после мероприятия совершить продажу
 3. Быть максимально незаметным и записать для себя потребности данного рынка
4. Выберите коммерческие способы поиска баз? (множественный выбор)
 1. Покупка баз у агентств
 2. Интернет
 3. Платное участие в мероприятиях или их организация
 4. Сервисы для самостоятельного поиска баз
5. Что может понять менеджер по продажам, получив ответ на вопрос «Какую задачу/проблему решает пользователь, покупая ваш продукт»?
 1. Характеристики товара/услуги
 2. Уникальность товара/услуги
 3. Портреты клиентов

Урок 3.2 «Составление писем и коммерческих предложений»

1. Для чего нужно составлять КП?

1. Чтобы установить контакт с потенциальным клиентом
 2. Чтобы продать товар или услугу
 3. Чтобы побудить клиента выполнить целевое действие
 4. Все варианты возможны. Цель КП необходимо определить до начала его составления
2. Какой вид КП лучше использовать для холодных клиентов (например, для размещения на сайте организации)?
 1. Общее
 2. Персонализированное
 3. Допустимы оба варианта
 3. Для чего вам необходимо регулярно обновлять КП?
 1. Так мы клиенту показываем, что развиваемся
 2. Для актуализации предложения и исключения расхождений
 3. Регулярно обновлять КП не нужно
 4. Какие форматы будут наиболее подходящие для КП? (множественный выбор)
 1. Презентации
 2. Excel
 3. PDF

Урок 3.3 «Работа с психологическими установками в продажах»

1. Выберите группы ограничивающих установок? (множественный выбор)
 1. Ожидание определенных реакций клиента
 2. Отсутствие веры в продукт
 3. Комплекс самозванца
 4. Отсутствие веры в собственный профессионализм
2. Выберите правильный алгоритм работы с ограничивающими установками?
 1. Осознание – Работа с ошибками
 2. Выбор ошибок – Изменение привычек – План действий
 3. Осознание – Признание – План действий
3. Что такое страх?
 1. Эмоциональная реакция на события, которые вы воспринимаете как опасные, угрожающие жизни
 2. Инстинкт, который дает нам возможность получить новые знания
 3. Состояние, при котором сложно правильно оценивать свои действия и действия окружающих
4. Выберите действия при работе со страхами? (множественный выбор)
 1. Спросите у коллег про их страхи
 2. Оцените свое состояние
 3. Спросите себя, что важно сделать с этим событием?
5. Что поможет преодолеть самосаботаж? (множественный выбор)
 1. Найти единомышленников и быть вместе с ними
 2. Выбрать время и только в это время «негативить»
 3. Наблюдать за собой

Итоговое тестирование

1. Какие два типа выгод получает от своей работы менеджер по продажам?
 1. Финансовые и Личные
 2. Истинные и Ложные
 3. Финансовые и Истинные
2. Какой вид продаж позволит сформировать потребность во время общения с клиентом?
 1. Продажа роботом
 2. Продажа через диалог

3. Бесконтактная продажа через интернет-продвижение
3. Какие действия необходимо выполнить при разборе клиентов? (множественный выбор)
 1. Отработать возражения, основываясь на потребности и «боли» клиента
 2. Сформировать предложение, которое склонит клиента к положительному решению и ускорит оплату
 3. Удалить из списка тех, кто не оплатил на прошлой неделе
4. Для чего необходимы звонки лояльности после оплаты покупателем счета?
 1. Поддержать связь с клиентом и совершить допродажу
 2. Нет необходимости совершать такие звонки
 3. Совершить возврат, если клиенту не понравилось наше решение
5. Что важно знать, работая на b2g-рынке?
 1. Конкурентов и их преимущества
 2. Законы и следить за их изменением
 3. Порядок подачи документов в суд
6. Какие действия необходимы для увеличения количества клиентов в работе менеджера? (множественный выбор)
 1. Задерживаться после работы
 2. Ограничение отвлекающих факторов
 3. Самостоятельный поиск потенциальных клиентов
 4. Анализ длительности звонков
7. Что такое конверсия?
 1. Процент клиентов с оплатами
 2. Процент переходов клиента с одного этапа воронки на другой
 3. Изменение показателей по воронке
8. Какие действия со стороны менеджера помогают получить согласие на выставление счета? (множественный выбор)
 1. Запросить обратную связь по продукту
 2. Озвучить выгоды, которые вы обсудили в разговоре
 3. Рассказать о акциях и скидках
 4. Напомнить, как продукт поможет решить проблемы клиента
9. Что помогает эмоционально настроиться на работу с клиентами? (множественный выбор)
 1. Соблюдать режим работа-отдых
 2. Делать больше перерывов для отдыха
 3. Улыбаться
 4. Работать с личными установками
10. Что самое главное необходимо сделать менеджеру в процессе озвучивания цели звонка покупателю?
 1. Вызвать желание продолжить разговор
 2. Рассказать про компанию
 3. Донести ценность предложения
11. Выберите правильный порядок в воронке вопросов
 1. Альтернативные – Закрытые – Открытые
 2. Открытые – Закрытые – Альтернативные
 3. Открытые – Альтернативные – Закрытые
12. Выберите инструменты озвучивания стоимости вашего предложения для клиента? (множественный выбор)
 1. Метод 50/10
 2. Метод сэндвича
 3. Деление стоимость на кусочки
13. Какие типы возражений встречаются? (множественный выбор)
 1. Истинные
 2. Ложные

3. Прямые
14. Какие типы отказов встречаются? (множественный выбор)
 1. Принципиальные
 2. Временные
 3. Бессрочные
16. По какой причине клиент может вернуться после отказа? (множественный выбор)
 1. Поменялся ЛПР или идет поиск нового поставщика
 2. Мы дали максимальную скидку
 3. Перестроились рабочие процессы
 4. Компания перешла в процедуру банкротства
17. Выберите бесплатные источники поиска клиентов? (множественный выбор)
 1. Социальные сети
 2. Профильные сообщества
 3. Сервисы для самостоятельного поиска баз
 4. Рекомендации действующих клиентов
18. Для чего вам необходимо регулярно обновлять КП?
 1. Так мы клиенту показываем, что развиваемся
 2. Для актуализации предложения и исключения расхождений
 3. Регулярно обновлять КП не нужно
19. Выберите правильный алгоритм работы с ограничивающими установками?
 1. Осознание – Работа с ошибками
 2. Выбор ошибок – Изменение привычек – План действий
 3. Осознание – Признание – План действий
20. Выберите действия при работе со страхами? (множественный выбор)
 1. Спросите у коллег про их страхи
 2. Оцените свое состояние
 3. Спросите себя, что важно сделать с этим событием?
 - 1.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

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

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.

Требования к материально-техническим условиям

Организация проводит занятия по адресу: г. Москва, ул. Сушевский Вал, д. 18. Аудитории для занятий расположены на 11-м этаже здания.

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;
- видеочасть (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 видеосообщений 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.

Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям

Список литературы

1. Конфликт — это подарок. Как направить энергию разногласий в мирное русло / [Нейт Регьер]; Манн, Иванов и Фербер; 2018. – 272 с.
2. Мастер звонка. Как объяснять, убеждать, продавать по телефону / [Евгений Жигилий]; Манн, Иванов и Фербер; 2017. - 310 с.
3. Работа с возражениями: 200 приемов продаж для холодных звонков и личных встреч / [Дмитрий Ткаченко]; «Альпина Паблишер»; 2016. – 203 с.
4. Школа продаж/ [Александр Деревницкий]; Манн, Иванов и Фербер; 2013. – 480 с.

Периодические издания

- Контур Журнал – новости и статьи по продажам <https://kontur.ru/articles/prodazhi>
- Бизнес портал – новости, статьи <https://zhazhda.biz/>
- Бизнес портал – новости и полезные статьи www.e-xecutive.ru

Интернет-ресурсы

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