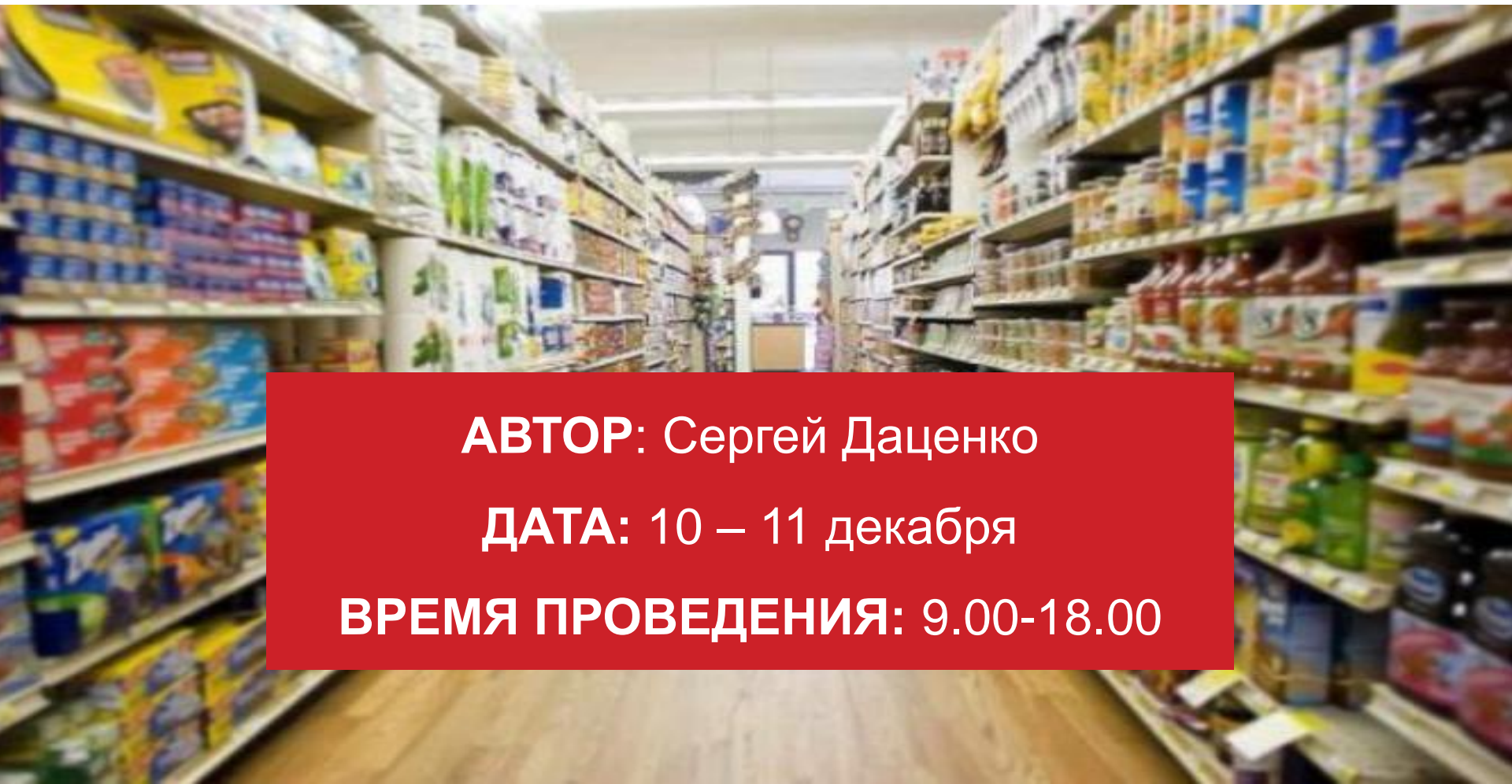


# АКТИВНОСТИ КАНАЛОВ ПРОДАЖ

**TradeMasterGroup**

*от профессионализма к мастерству*



**АВТОР:** Сергей Даценко

**ДАТА:** 10 – 11 декабря

**ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ:** 9.00-18.00

# Программа Master-тренинга **Активация** каналов продаж

## Цели программы:

- определить и максимально использовать потенциал собственной продукции;
- определить основные принципы продвижения продукции компании в торговых точках;
- научиться оценивать потенциал торговых точек;
- научиться определять возможности развития бизнеса в конкретной торговой точке;
- выработать навык продвижения продукции компании в каждой торговой точке;
- научиться математике продаж своей продукции.

## Целевая аудитория:

- ❖ Торговые представители и супервайзеры торговых команд компаний работающих на рынке FMCG
- ❖ Руководители торговых отделов компаний работающих на рынке FMCG
- ❖ Маркетологи и трейд-маркетологи компаний работающих на рынке FMCG
- ❖ Внутренние тренеры компаний работающих на рынке FMCG
- ❖ Руководители секций, отделов, заведующие торговых точек
- ❖ Для владельцев и управляющих торговыми точками, торговыми сетями.

## Специфика работы:

- ❖ Уникальный тренинг, в основу которого заложена психология поведения покупателя в торговой точке.
- ❖ Все принципы, положенные в основу тренинга, многократно получили подтверждение своей эффективности в розничной сети и используются успешными компаниями постоянно.
- ❖ Работа в тренинге осуществляется с конкретным продуктом компании-заказчика программы.
- ❖ Вся работа на тренинге основана на реальной продукции и конкретных розничных торговых точках.
- ❖ Основой эффективности тренинга является непрерывный процесс отработки на практике полученной информации (теория к практике – 20 к 80)

## **БЛОК 1: ОСНОВЫ АКТИВАЦИИ.** **АКТИВАЦИЯ МИРОВОГО УРОВНЯ:**

1. Критерии активации
2. Основы активации:
  - Выбор необходимой продукции для конкретной торговой точки.
  - Выбор места выкладки продукции в торговой точке.
  - Выбор оборудования для представления продукции.
  - Выбор информационной поддержки продукции в торговой точке.
3. Покупательский и потребительский повод приобретения продукции
4. Характеристики потребителя
5. Потребительский повод осуществления покупки
6. Характеристики покупателя
7. Связь между покупателем и потребителем

## **БЛОК 3: ОСНОВНЫЕ ВИДЫ** **ПОКУПАТЕЛЬСКИХ ПОВОДОВ:**

- Краткое посещение
- Запланированное посещение
- Докупка, пополнение запасов
- Покупка «по пути»
- Незапланированное посещение

## **БЛОК 2: ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА** **ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕМ:**

- Ограничители
- Потребительские соображения
- Личность потребителя
- Мотивация покупателя
- Причины покупки
- Влияние размера магазина
- Элементы, определяющие удовлетворение покупателя

## **БЛОК 4: ПРОДУКЦИЯ** **СООТВЕТСТВУЮЩАЯ** **ПОКУПАТЕЛЬСКИМ ПОВОДАМ.**

## **БЛОК 5: ВЫБОР НУЖНОЙ ПРОДУКЦИИ**

*(практическая работа с продукцией участников тренинга):*

- Соответствие цены и ценности продукта
- Общие потребительские тенденции.  
Закон 4А
- Основные свойства продукции
- Выделение свойств продукции в соответствии с покупательским поводом
- Использование дополнительного потенциала продукции
- Построение ассортимента продукции в соответствии с потребительским поводом
- Влияние типа торговой точки на выбор продукции

**БЛОК 6: ОТРАБОТКА НА ПРАКТИКЕ –  
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЯ  
ПРОДУКЦИИ ДЛЯ КОНКРЕТНОЙ  
ТОЧКИ ПРОДАЖИ**

**БЛОК 7: ВЫБОР ПРАВИЛЬНОГО  
РАСПОЛОЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ**

*(практическая работа с  
продукцией участников тренинга):*

- Характеристики месторасположения продукции
- Расположение продукции
- Зоны оживленного движения
- Транзитная зона
- «Мертвые» зоны
- Использование бренда для влияния на покупателя
- Горячие и холодные точки
- Незапланированная покупка
- Лучшее место. «Золотой треугольник»
- Понимание потока покупателей
- Как активировать... (супермаркет, магазин, павильон, киоск, АЗС, бар, столовую и т.д.)
- Дополнительные выкладки

**БЛОК 8: ОТРАБОТКА НА ПРАКТИКЕ –  
ВЫБОР ПРАВИЛЬНОГО  
РАСПОЛОЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В  
ТОЧКЕ ПРОДАЖИ**

**БЛОК 9: ПОДДЕРЖКА В ТОРГОВОЙ  
ТОЧКЕ** *(практическая работа с  
продукцией участников тренинга):*

- Основные моменты поддержки в точке продажи
- Управление покупкой
- РІТА – инструмент управления продажей продукции в точке продажи
- Поддержка, стимулирующая потребительский поток
- Поддержка, стимулирующая количество людей совершивших покупку
- Поддержка, стимулирующая сумму покупки
- Поддержка, стимулирующая частоту покупки
- Товарные запасы

**БЛОК 10: ОТРАБОТКА НА ПРАКТИКЕ – ОПРЕДЕЛЕНИЕ СПОСОБОВ ПОДДЕРЖКИ ПРОДУКЦИИ В ТОЧКЕ ПРОДАЖИ**

**БЛОК 11: ВЫБОР ПРАВИЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ В ТОЧКЕ ПРОДАЖИ**

*(практическая работа с продукцией участников тренинга):*

- Видимость продукта
- Доступность и активация продукта
- Типы рекламы в точке продажи
- Коммуникация складывается из Всего!
- Где размещать обращения?
- Коммуникация сообщения
- Узнаваемость бренда! Призыв к действию! Цена!
- Практичность

**БЛОК 12: ОТРАБОТКА НА ПРАКТИКЕ – ВЫБОР ПРАВИЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ С ПОКУПАТЕЛЕМ В ТОЧКЕ ПРОДАЖИ.**

**БЛОК 13: АНАЛИЗ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ ПРОДУКЦИИ В РЕАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ ТОЧКАХ.**

**БЛОК 14: АЛГОРИТМ АКТИВАЦИИ ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ УПРАЖНЕНИЯ ПО АКТИВАЦИИ ТОРГОВЫХ ТОЧЕК, РАЗРАБОТКА ПЛАНОГРАММ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРОДУКЦИИ**

**БЛОК 15: ЗАВЕРШЕНИЕ ТРЕНИНГА ВРУЧЕНИЕ СЕРТИФИКАТОВ**



# Бизнес-тренер: **Сергей Даценко**



Сертифицированный практикующий бизнес-тренер, консультант, коуч с опытом более 15 лет. Автор программ обучения и развития персонала. Создатель уникальной, единственной в Украине программы «Ситуационное лидерство».

**Опыт работы в сфере продаж** – 14 лет, на руководящих позициях более 10 лет. Работал в ведущих компаниях FMCG на рынке Украины. Прошел путь от торгового представителя до руководителя отдела продаж. В последние годы работает на руководящих должностях в сфере обучения и развития персонала крупных компаний Украины.

## Видео-знакомство



## **ВЛАДЕНИЕ МЕТОДИКАМИ:**

- Построение систем управления результатами компании
- Управление функциональной и межфункциональной эффективностью предприятия (КОБРА)
- Внедрение системы BSC (Balanced Scorecard)
- Создание Центра Оценки и Развития предприятия
- Построение самообучающейся организации
- Разработка программ управления талантами в организации



Сергей Даценко – ТОП-спикер:  
Всеукраинской практической конференции «B2BMaster-2014».  
Сессия B2B-Управление  
Алгоритм работы с моделью ситуационного лидерства, предотвращающей  
потери денег и людей.

**Master-тренинг**  
Развитие управленческих компетенций

**Интервью:**  
Ситуационное лидерство как основа искусства менеджмента

**Master-тренинг**  
Как получать от подчиненных максимум - ситуационное лидерство

### Опыт работы

Бизнес-тренер и консультант с 1999 года.

- «РК «Радуга».** Развитие бизнеса компании.  
Обучение и развитие персонала
- ООО «Троянда-Экспресс».** Руководитель отдела Обучения и Развития Персонала.
- ООО ИИ «Бриджтаун Фудс Дистрибьюшин Украина» (ТМ «3 корочки»).** Руководитель отдела по Обучению и Развитию Персонала.
- Coca-Cola Amatil Ukraine Ltd** .Руководитель по обучению и развитию торгового отдела компании.
- Торговый Дом «Дукат»** (полиграфическая и канцелярская продукция). Начальник отдела продаж полиграфических бумаг.
- ЗПМУ «Блиц-Флекс» ЗАО «Блиц-Информ».** Начальник отдела продаж.
- «Полтавский алмазный завод».** Начальник отдела продаж.
- Coca-Cola Amatil Ukraine Ltd.** Супервайзер торгового отдела.

### Основные направления практической деятельности:

- Построение систем управления результатами компании.
- Формирование мотивационных программ.
- Управленческий коучинг руководителей высшего и среднего звена.
- Внедрение системы BSC (Balanced Scorecard).
- Создание Центра Оценки и Развития предприятия.
- Построение самообучающейся организации.
- Разработка программ управления талантами в организации.
- Оптимизация работы отдела продаж.
- Программа оценки персонала.
- Полевой аудит и коучинг в торговой точке.
- Аудиторные и полевые тренинговые программы.
- Подбор персонала.



## Стоимость участия:

В Практическом курсе обучения  
(2 дня (20 часов)):

**3600 грн. для одного участника**

(включая обеды, кофе-брейки, сертификаты,  
методические материалы)

**Спешите подать заявку на участие в программе!**

Количество участников в группе – 20 чел.

С уважением, Команда **TradeMasterGroup**

тел.(044) 383-50-34, (063) 915-72-90

[nik@trademaster.com.ua](mailto:nik@trademaster.com.ua)

[www.TradeMaster.UA](http://www.TradeMaster.UA)

Возможные скидки на участие (скидки не суммируются):

**Участникам конференций TradeMasterGroup – скидка 5 %**

**При участии 3-х человек от компании и более – скидка 10%**