

Тренинг Игоря Мосцеева «Построение и развитие партнёрской сети»

Введение

Данный тренинг делает акцент на организации продаж через создание партнёрской сети. Сюда относятся такие важные разделы, как выбор непрямых (партнёрских) продаж как наиболее подходящего для данного производителя/поставщика, использование оптимального подхода к построению партнёрской сети, технология эффективной работы с партнёрами и путей их развития, виды поддержки партнеров, изучение потенциальных конфликтных ситуаций и пути их предотвращения или разрешения.

Цели обучения

- Определить виды бизнеса, для которых оптимально применять не прямые (дистрибьюторские) продажи.
- Рассмотреть соотношение прямых и непрямых продаж в зависимости от вида бизнеса, уметь разрешать конфликт интересов между ними.
- Сформировать понимание максимально выгодного предложения для кандидатов в партнёры.
- Научиться планировать и осуществлять действия по рекрутингу и развитию имеющейся партнёрской сети.

Ожидаемые результаты участников тренинга

- Сформируют чёткое понимание необходимости развития дистрибьюторских продаж через создание/развитие партнёрской сети.
- Узнают о лучших мировых и российских практиках использования дистрибьюторских продаж.
- Научатся производить отбор оптимальных партнёрских организаций и планировать свои действия по их развитию.
- Освоят формы и методы мониторинга и стимулирования партнёров в целях максимально эффективного сотрудничества.
- Познакомятся с моделями возможных конфликтных ситуаций с партнёрами и приёмами их эффективного разрешения.

В программе тренинга

Маркетинговая стратегия компании и выбор каналов дистрибьюции продукции/услуг.

- Классический маркетинг-микс - 4P: product, price, place, promotion.
- Вертикально и горизонтально интегрированные компании.
- Виды каналов продаж/распределения: прямые, не прямые, смешанные.
- Преимущества не прямой модели продаж в конкретных бизнес-ситуациях и виды партнёров - дистрибьюторы, дилеры, реселлеры, агенты, брокеры и другие.
- Выбор дистрибьюторской модели продаж.
- Четыре основных принципа сотрудничества.
- Сильная партнёрская сеть как конкурентное преимущество компании на рынке.

Планирование работы и подбор оптимальных потенциальных клиентов.

- Ответственность и компетентность участников процесса поиска потенциальных партнёров.
- Создание привлекательного «пакета предложений».
- Применение четырёх подходов к созданию сети.
- Завершение подготовительного этапа создания партнёрской сети дистрибьюции.

Работа с потенциальными партнёрами.

- Критерии отбора партнёров.
- Процедура due diligence.
- Организация переговоров по рекрутингу партнёров.
- Формирование партнёрской сети и формализация взаимоотношений.

Развитие партнёрской сети.

- Основные функции партнёров.
- Мониторинг работы партнёров. Виды мониторинга.

- Мотивация партнёров для усиления их деятельности и формирования лояльности.
- Потенциальные конфликтные ситуации с партнёрами и способы их разрешения.
- Регулярные мероприятия с партнёрами.

Девять видов поддержки партнёров.

- Информационная поддержка.
- Техническая поддержка.
- Обучающая поддержка.
- Маркетинговая поддержка.
- Финансовая поддержка.
- Бонусная поддержка.
- Проектная поддержка.
- Логистическая поддержка.
- Деловая поддержка.

Выстраивание долгосрочного партнёрства.

- Предпосылки для успешного долгосрочного сотрудничества.
- Роль менеджерского звена.
- Роль руководителей партнёрских организаций.

Методы проведения

Интерактивные мини-лекции, деловые игры, разбор реальных бизнес-кейсов, командные упражнения.

Формат тренинга

- Два дня: с 10:00 до 18:00.
- Ежедневно два кофе-брейка: по 15-20 минут.
- Ежедневно обеденный перерыв: 60 минут.

Дополнительно

Обучение ведёт Игорь Мосцеев. Автор тренинга более двадцати лет проработал топ-менеджером в крупных транснациональных и российских корпорациях, успешно создал в России дистрибьюторские сети для продажи лазерной техники «Херох», керамической плитки и мебели для ванных комнат «КераМир», смазочных материалов «Statoil».

Тренинг проводится с использованием авторской методики BPL (Best Practice into Life: Лучшие практики – в жизнь) и основан на авторском зарубежном и российском опыте организации продаж через дистрибьюторские сети.



**Игорь Мосцеев проводит обучение
руководителей российских дистрибьюторов корпорации «Statoil»**