

Тренинг Игоря Мосцеева «Особенности работы дистрибьютора/дилера иностранной компании»

Введение

Как становятся партнёрами иностранных производителей? Какие критерии отбора партнёров обычно используют иностранные компании? И если Вы стали таким партнёром (независимо от того, как Вас назвали – дистрибьютор, дилер, реселлер), как должна строиться Ваша деятельность для того, чтобы, помимо красивой таблички со звучным брендом на стене Вашего офиса, она ещё и приносила бизнесу ощутимую выгоду, давала мощный импульс для дальнейшего развития и доставляла моральное удовлетворение?

Данный тренинг призван ответить на все эти вопросы и выработать конкретные умения и навыки, необходимые для успешной работы в качестве партнёра иностранного поставщика.

Цели обучения

- Определить виды бизнеса, для которых оптимально применять непрямые (дистрибьюторские) продажи.
- Если Вы ещё не партнёр, но хотите им стать, – уметь использовать методику определения оптимального поставщика и установления с ним деловых отношений.
- Если Вы уже партнёр – получить чёткое представление о принципах взаимодействия и сотрудничества и видах поддержки, на которые Вы вправе рассчитывать.
- Отработать умения и навыки, необходимые для эффективного ведения бизнеса с иностранным партнёром.

Ожидаемые результаты участников тренинга

- Изучат варианты установления взаимоотношений с иностранными поставщиками (производителями).
- Сформируют чёткое понимание действий по развитию дистрибьюторских/дилерских продаж.

- Узнают о лучших мировых и российских практиках использования дистрибьюторских продаж.
- Освоят формы и методы ведения бизнеса с иностранными партнёрами с максимальным экономическим эффектом.
- Познакомятся с моделями возможных конфликтных ситуаций и приёмами их эффективного предотвращения и разрешения.

В программе тренинга

Маркетинговая стратегия иностранной компании на российском рынке и выбор каналов дистрибуции продукции/услуг.

- Вертикально и горизонтально интегрированные компании.
- Виды каналов продаж/распределения: прямые, не прямые, смешанные.
- Преимущества не прямой модели продаж в конкретных бизнес-ситуациях.
- Виды партнёров - дистрибьюторы, дилеры, реселлеры, агенты, брокеры и другие.
- Сильная партнёрская сеть как конкурентное преимущество поставщика на рынке и принципы их построения.

Планирование работы и осуществление подбора оптимального партнёра-поставщика.

- Определение оптимального поставщика товаров/услуг.
- Виды потенциальных поставщиков: OEM, маркетинговые компании, глобальные дистрибьюторы.
- Распределение ролей между участниками процесса поиска потенциальных партнёров-поставщиков.

Работа с потенциальными партнёрами-поставщиками.

- Первичные контакты с потенциальными партнёрами.
- Предоставление необходимой информации и что в неё должно входить.
- Организация переговоров: кто, где, когда.
- Формализация отношений: способы и возможные трудности.

Развитие взаимоотношений.

- Основные функции поставщика на первоначальном этапе.
- Основные функции дистрибьютора/дилера на первоначальном этапе.
- Мотивация партнёров для усиления их деятельности и формирования лояльности со стороны поставщика.
- Потенциальные конфликтные ситуации с поставщиком и между партнёрами и способы их предотвращения и разрешения.
- Участие в мероприятиях поставщика.

Какую поддержку ожидать от поставщика и как ею пользоваться максимально эффективно.

- Маркетинговая поддержка.
- Коммерческая поддержка.
- Финансовая поддержка.
- Техническая поддержка.
- Логистическая поддержка.
- Информационная поддержка.

Выстраивание долгосрочного партнёрства.

- Предпосылки для успешного долгосрочного сотрудничества.
- Роль менеджерского звена дилерской/дистрибьюторской организации.
- Роль руководителей дилерской/дистрибьюторской организации.

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.