

## **ТРЕНИНГ ПРАКТИКУМ ПОСТАВЩИКА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ**

### **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ**

- Руководители отделов продаж в торговые сети.
- Опытные менеджеры по продажам в торговые сети.

### **ЦЕЛИ ТРЕНИНГА**

- Получить навыки самостоятельного построения эффективных стратегий снижения издержек и повышения прибыльности от сотрудничества с торговыми сетями.
- «Открыть для себя заново» сети, посмотрев на процессы взаимодействия «глазами байера» и соотнеся его внутренние цели и стратегии со своими.
- Изучить инструменты для эффективной работы функции «Управление ключевыми клиентами».

### **УЧАСТНИКИ НАУЧАТСЯ КАК**

1. Классифицировать проблемные ситуации с торговыми сетями и действовать в этих ситуациях.
2. Сегментировать сети по «матрице взаимного интереса» и дифференцировать свои стратегии.
3. Разрабатывать критерии и приоритизировать инвестиции в торговые сети.
4. Проводить факторный анализ точек роста на сессиях совместного планирования.
5. Составлять коммерческие предложения на основе многоуровневых потребностей сети.
6. Составить циклограмму работы на основе процессов торговой сети.
7. Анализировать систему принятия решений в сети и формировать соответствующие предложения.
8. Создавать «ценностные предложения» за счет понимания и использования УТП компании.
9. Анализировать эффективность инвестиций в торговые сети.
10. Подготавливать презентации и сценарии для различных типов встреч с торговыми сетями.
11. Как подготовиться, сделать предложение и стать капитаном категории.
12. Выявить свои компетенции для саморазвития и составить индивидуальный план.

### **ФОРМАТ ОТЧЕТА ЗАКАЗЧИКУ ПОСЛЕ ТРЕНИНГА**

- Результаты 3-х блиц-опросов участников по теории тренинга.
- Оцифрованные результаты бизнес-симулятора переговоров.
- Оценка навыков мини-презентаций каждого участника.
- Активность и вовлеченность участников в течении тренинга.

### **АДАПТАЦИЯ ТРЕНИНГА ПОД СПЕЦИФИКУ КОМПАНИИ**

- Он-лайн тестирование участников перед тренингом на решение переговорных ситуаций.
- Настройка уровня сложности и контента по результатам тестирования.

### **КОНТАКТЫ И СТОИМОСТЬ**

Продолжительность тренинга – 2 дня,

стоимость корпоративного тренинга – 160.000 руб.,

стоимость участия в открытом тренинге 15.000 руб.

Контакты: Дмитрий Леонов, тел. +7 (916) 600-17-69, E-mail – [dmitry@leonov.consulting](mailto:dmitry@leonov.consulting)

**ПРОГРАММА ТРЕНИНГА**  
**ПРАКТИКУМ ПОСТАВЩИКА**  
**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ**

№	СОДЕРЖАНИЕ, ИНСТРУМЕНТЫ	УЧАСТНИКИ НАУЧАТСЯ КАК
<b>СТРАТЕГИИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ</b>		
1	Специфика развития торговых сетей. Эволюция бизнес-моделей и стратегий торговых сетей. Дифференциация сетей. Стратегии производителей, дифференциация компаний и области отличий, системные трудности поставщиков в сети и пути их решения. <i>Блиц-опрос по полученным знаниям.</i>	1. Дифференцировать сети по их стратегиям для индивидуального подхода. 2. Знать и использовать в переговорах тренды развития торговых сетей, их потребности и интересы. 3. Создавать ценность для торговой сети за счет понимания и правильного использования сильных сторон компании.
<b>ПОТРЕБНОСТИ И КРІ СЕТЕЙ</b>		
2	Многоуровневых потребностей торговых сетей. КРІ товарных категорий. Потребности, стратегические и тактические КРІ менеджеров по закупкам. Оценка поставщика торговой сетью. <i>Блиц-опрос по полученным знаниям.</i>	4. Формировать предложения в зоне потребностей сети. 5. Продавать выгоды влияния своего предложения на КРІ сети. 6. Выстраивать рабочие отношения с байером с учетом его интересов.
<b>БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ</b>		
3	Процессы сетей по вводу и выводу поставщиков. Сегментация поставщиков. Пересмотры товарных категорий. Организационная диаграмма сети и функционал ключевых должностей. Анализ структуры принятия решения. Типовые ролевые игры и скрипты и следующие из них типовые проблемные переговорные ситуации. <i>Блиц-опрос по полученным знаниям.</i>	7. Анализировать систему принятия решений в сети. 8. Учитывать в переговорах возможности байера и его сценарную роль. 9. Использовать знания процессов для формирования предложений. 10. Типизировать переговорные ситуации и правильно в них действовать. 11. Учитывать возможности и ограничения сетей при подготовке к переговорам.
<b>ЦИКЛОГРАММА РАБОТЫ С ТОРГОВОЙ СЕТЬЮ</b>		
4	Каскадирование внутренних процессов сети и поставщика на функционал КАМ. Принципы создания циклограммы. <b>Бизнес-кейс.</b> Составление циклограммы работы с торговой сетью.	12. Предпринимать действия в соответствии с бизнес-процессами торговой сети для создания статуса «предпочитаемого поставщика».

№	СОДЕРЖАНИЕ, ИНСТРУМЕНТЫ	УЧАСТНИКИ НАУЧАТСЯ КАК
<b>ПОДГОТОВКА К ПЕРЕГОВОРАМ</b>		
5	<p>Различные типы переговоров с торговой сетью и инструменты подготовки.</p> <p><b>Бизнес-кейс.</b> Создание квартального бизнес-обзора.</p> <p><b>Бизнес-кейс.</b> Создание презентации новому клиенту.</p> <p><b>Бизнес-кейс.</b> Факторный анализ при подготовке к сессии совместного планирования с сетью.</p> <p><b>Бизнес-кейс.</b> Подготовка к встрече «Рабочие вопросы».</p> <p><i>Блиц-опрос по полученным знаниям.</i></p>	<p>13. Дифференцировать подготовку и создавать специфичные презентации для использования на переговорах различного типа.</p> <p>14. Подготавливать факторный анализ совместных с сетью точек роста.</p> <p>15. Идентифицировать и презентовать УТП компании.</p> <p>16. Аргументировать и презентовать желаемые улучшения в КУ с торговой сетью.</p>
<b>ФОРМАТИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В ТОРГОВУЮ СЕТЬ</b>		
6	<p>Формат предоставления коммерческих предложений в торговую сеть, основанный на ценностях и интересах сети.</p> <p><b>Три бизнес-кейса</b> на составление «ценностного» коммерческого предложения с различным целеполаганием.</p>	<p>17. Составлять «ценностные» КП.</p> <p>18. Правильно использовать информацию о компании в составлении КП.</p> <p>19. Знать, какую дополнительную информацию о сети нужно получить для составления КП.</p>
<b>ПРИОРЕТИЗАЦИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ</b>		
7	<p>Матрицы «взаимной привлекательности» поставщика и торговой сети. По-сегментные стратегии и действия производителей на основе матрицы.</p> <p><b>Бизнес-кейс.</b> Создание матрицы взаимной привлекательности для компании.</p> <p><b>Бизнес-кейс.</b> По-сегментные стратегии производителей.</p>	<p>20. Выявлять факторы привлекательности торговой сети для компании для приоретизации инвестиций и подготовки сценариев взаимоотношений.</p> <p>21. Выявлять факторы привлекательности компании для торговой сети для уместного использования в переговорах.</p>
<b>БЮДЖЕТИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ</b>		
8	<p>Оптимизация инвестиций в торговые сети. Инструменты оценки инвестиций. Принципы и критерии бюджетирования торговых каналов и клиентов.</p> <p><b>Бизнес-кейс.</b> Бюджетирование инвестиций торговым сетям.</p> <p><b>Бизнес-кейс.</b> Бюджетирование инвестиций по розничным форматам. Выбор механики трейд-маркетинговых мероприятий в зависимости от форматов торговой сети.</p>	<p>22. Создавать систему KPI для реалистичной оценки улучшений в работе с торговыми сетями.</p> <p>23. Приоретизировать бюджеты между торговыми сетями (клиентами) и форматами.</p> <p>24. Анализировать эффективность распределения промо-бюджетов.</p>

№	СОДЕРЖАНИЕ, ИНСТРУМЕНТЫ	УЧАСТНИКИ НАУЧАТСЯ КАК
<b>САМОРАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ КАМ</b>		
9	Критерии «ключевого клиента». Ключевые компетенции КАМ, необходимые для эффективной работы с торговыми сетями. <b>Бизнес-кейс.</b> Ключевые компетенции в зависимости от рыночного положения поставщика.	25. Выявить свои компетенции для саморазвития в зависимости от политики и ресурсов компании. 26. Проанализировать набор мероприятий, необходимых для развития этих компетенций.
<b>ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ</b>		
10	Необходимые для правильной оценки стратегии и потребностей, а также текущей ситуации в торговой сети и в товарной категории источники информации.	27. Узнавать и анализировать рыночные данные для презентаций и т.д. 28. Узнавать ситуацию в торговой сети для подготовки к переговорам.
<b>СОВМЕСТНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ</b>		
11	Ключевые принципы совместного бизнес-планирования. Подготовка к совместному планированию. Выявление точек роста и их факторный анализ.	29. Проводить встречи совместного планирования с торговой сетью. 30. Проводить факторный анализ выручки и маржинальности при подготовке и на каждой стадии переговоров. 31. Выявлять взаимовыгодные точки совместного роста с торговой сетью.
<b>КАПИТАН КАТЕГОРИИ</b>		
12	Функции капитана категории, критерии выбора его сетью. Требуемые компетенции и ресурсы. Ожидаемые результаты сотрудничества.	32. Как подготовиться, сделать предложение и стать капитаном категории. 33. Как извлечь выгоду для компании в процессе совместной работы.

## РЕГЛАМЕНТ

Продолжительность тренинга – 2 дня.

Начало: **09:00**, окончание: **18:00**.

Перерывы на кофе 20 минут: 10:50 и 15:50 и на обед с 13:00 до 14:00.