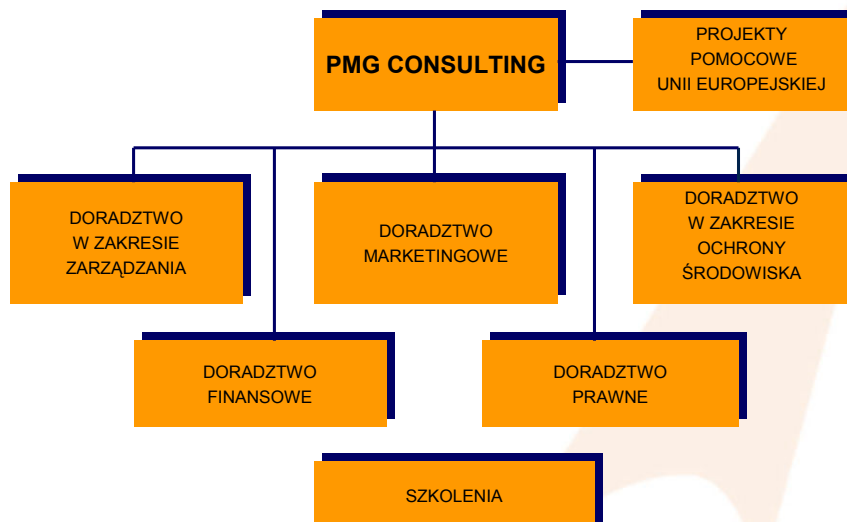


SZKOLENIA OBŚLUGA KLIENTA SPRZEDAŻ



ZAKRES DZIAŁALNOŚCI PMG CONSULTING



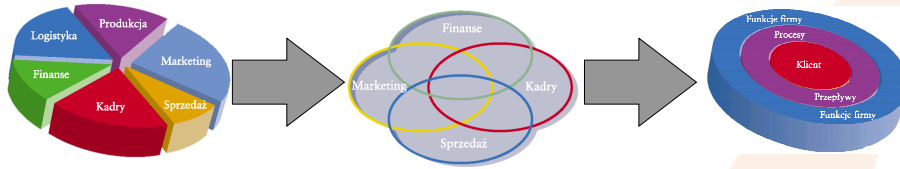
PMG CONSULTING LIDER NOWYCH KONCEPCJI ZARZĄDZANIA



KOMPLEMENTARNOŚĆ



EWOLUCJA USŁUG DORADCZYCH



Struktura funkcjonalna-ograniczenia

Przepływ informacji;
Zgodność celów;
Konflikty między działami.

Struktura przejściowa

Poszukiwanie formuły współpracy
działów funkcjonalnych firmy
pozwalających na lepszą
integrację wokół celów.

Struktura procesowa

Przypisanie nadrzędnej roli
procesom obsługi klienta,
zintegrowanie działań pionów
funkcjonalnych wokół tych
procesów, wykorzystanie efektu
synergii współpracy pionów
funkcjonalnych.

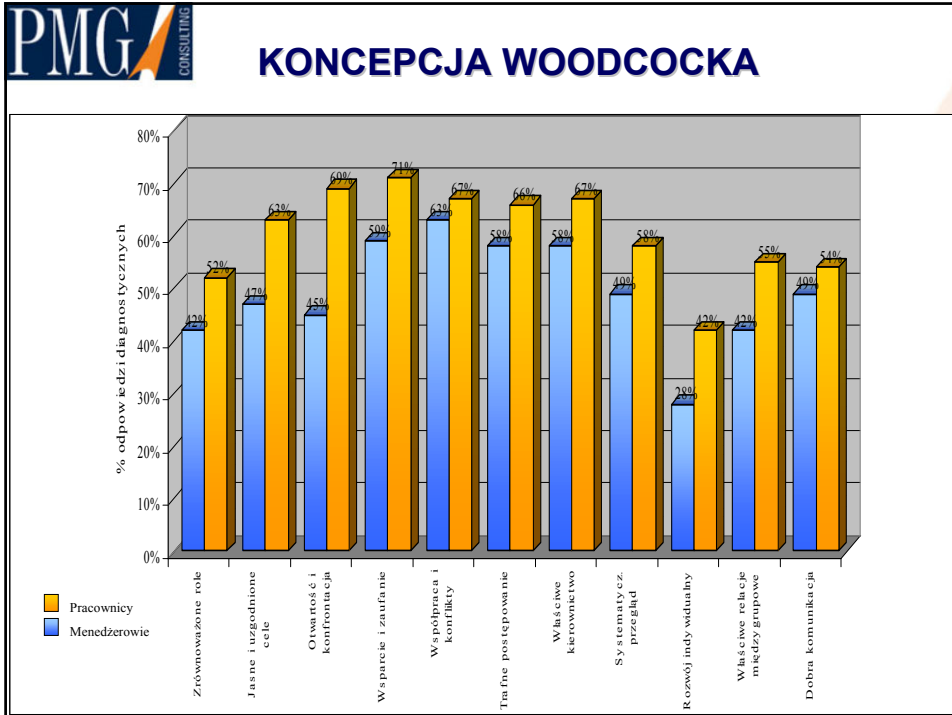
SPÓJNOŚĆ DZIAŁAŃ-STRATEGIA



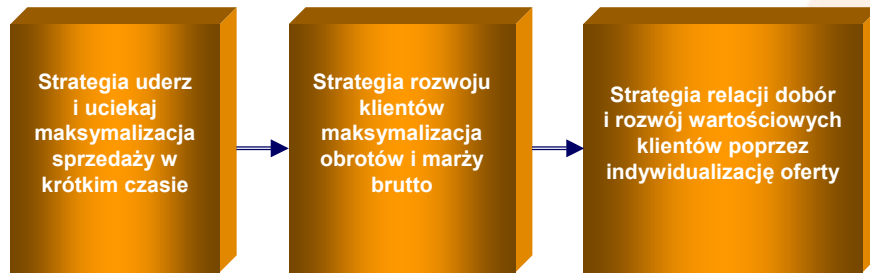
CYKL IDENTYFIKACJI POTRZEB SZKOLENIOWYCH



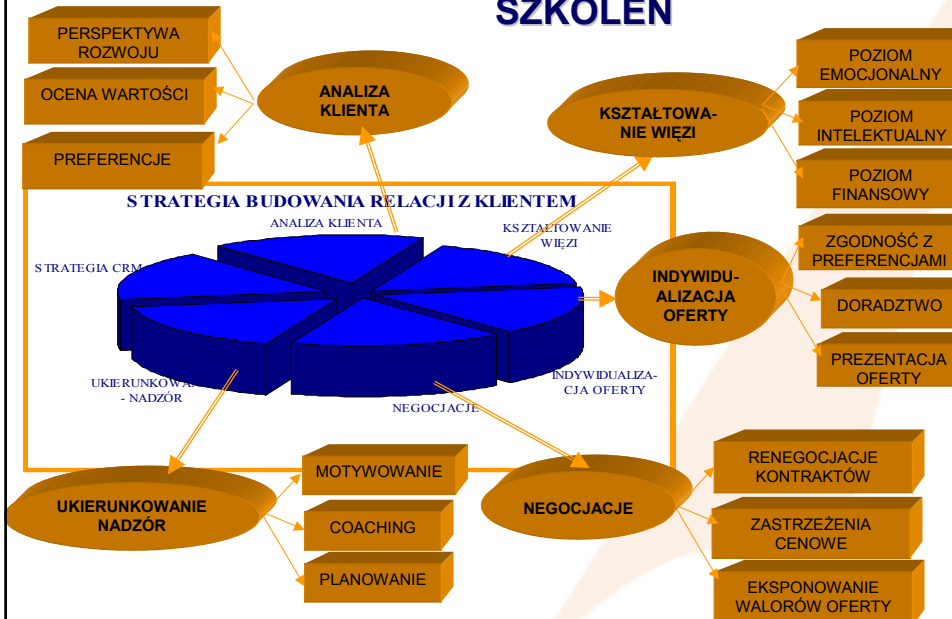
KONCEPCJA WOODCOCKA



ROZWÓJ STRATEGII SPRZEDAŻY



PRZYKŁAD OPRACOWANIA KONCEPCJI SZKOLEŃ



POZIOMY OCENY SZKOLEŃ wg D. KIRKPATRICKA

REAKCJA uczestników szkolenia,
pomiar poziomu ich zadowolenia

UCZENIE – zmiana w postawach uczestników, poziomu
wiedzy, umiejętności (zgodnie z celami szkolenia!)

ZACHOWANIE – praktyczne zastosowanie
zdobytej wiedzy oraz umiejętności

REZULTATY – namacalne rezultaty w działalności
przedsiębiorstwa (wskaźniki)

POZIOMY OCENY SZKOLEŃ wg D. KIRKPATRICKA

POZIOM REAKCJI	CZYLI opinie i zadowolenie uczestników po szkoleniu	TECHNIKI POMIARU: głównie ankiety i wywiady (rozmowy)
POZIOM NAUKI	CZYLI wiedza i umiejętności opanowane podczas szkolenia	TECHNIKI POMIARU: test wiedzy i umiejętności, obserwacja treningu końcowego, case study na zakończenie szkolenia
POZIOM ZACHOWAŃ	CZYLI wdrożenie treści szkolenia i faktyczna zmiana sposobu realizacji zadań po powrocie do pracy	TECHNIKI POMIARU: obserwacja, analiza materiałów
POZIOM REZULTATÓW	CZYLI wymierne korzyści ze szkolenia dla firmy	TECHNIKI POMIARU: analiza materiałów, wywiady (rozmowy)

PRZYKŁADY SZKOLEŃ

<p style="text-align: center;">SPRZEDAŻ</p> <p>„EFEKTYWNE TECHNIKI SPRZEDAŻY” „CO SPRZEDAJESZ? KONKURENCYJNOŚĆ W PROCESIE SPRZEDAŻY” „PRZEDSTAWICIEL HANDLOWY. JAK ZOSTAĆ MISTRZEM SPRZEDAŻY?” „PSYCHOLOGICZNE TECHNIKI WPŁYWU W WARUNKACH NEGOCJACJI” „DOCHODZĄC DO WSPÓLNEGO ZWYCIĘSTWA. UMIEJĘTNOŚĆ NEGOCJACJI”</p>	<p style="text-align: center;">ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ</p> <p>„ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ” „SKUTECZNE KIEROWANIE ZESPOŁEM SPRZEDAŻY” „ZARZĄDZANIE TERYTORIUM SPRZEDAŻY” „ZARZĄDZANIE HALĄ SPRZEDAŻY”</p>
<p style="text-align: center;">OBSŁUGA KLIENTA</p> <p>„PROFESJONALNA OBSŁUGA KLIENTA” „TELEMARKETING” „PSYCHOLOGICZNE TECHNIKI WPŁYWU W WARUNKACH REKLAMACJI” „OBSŁUGA REKLAMACJI” „ASERTYWNOŚĆ”</p>	<p style="text-align: center;">STRATEGIE SPRZEDAŻY</p> <p>„ANALIZA PORTFELA KLIENTÓW” „POZIOM OBSŁUGI KLIENTA” „ZARZĄDZANIE WARTOŚCIĄ KLIENTA” „INDYWIDUALIZACJA PRODUKTU DLA HOMOGENICZNYCH GRUP KLIENTÓW”</p>

REFERENCJE

<p style="text-align: center;">OFFICE DEPOT</p> <p>BRANŻA: handel artykułami biurowymi, papierniczymi, meblami i urządzeniami biurowymi TEMATY SZKOLEŃ: Zarządzanie Przez Cele, Formułowanie wykonawczych planów operacyjnych, Zarządzanie grupą sprzedaży, Zarządzanie komunikacją w firmie, Warsztaty strategiczne, Obsługa klienta, Sprzedaż aktywna GRUPA DOCELOWA: Zarząd, wyższa kadra kierownicza, kierownicy średniego szczebla</p>	<p style="text-align: center;">SERVISCO</p> <p>BRANŻA: dostawca usług kurierskich TEMATY SZKOLEŃ: Obsługa klienta, Analiza portfela klientów GRUPA DOCELOWA: średnia kadra kierownicza, handlowcy</p>
<p style="text-align: center;">ZPC MIESZKO</p> <p>BRANŻA: produkcja i dystrybucja artykułów cukierniczych TEMATY SZKOLEŃ: Innowacyjność w miejscu pracy, Efektywna komunikacja z pracownikami, Efektywna współpraca w zespole, Doskonalenie umiejętności organizacyjnych i kierowniczych GRUPA DOCELOWA: kierownicy średniego szczebla pionu sprzedaży i produkcji</p>	<p style="text-align: center;">DAEWOO MOTOR POLSKA</p> <p>BRANŻA: produkcja i dystrybucja samochodów dostawczych TEMATY SZKOLEŃ: Nabór i selekcja personelu, Efektywne kierowanie zespołem, Obsługa klienta, Wielostopniowe szkolenie sprzedażowe GRUPA DOCELOWA: właściciele o kierownicy punktów dealerskich, pracownicy działu sprzedaży i salonów</p>

REFERENCJE

PERŁA BROWARY LUBELSKIE S.A.

BRANŻA: produkcja i dystrybucja piwa
TEMATY SZKOLEŃ: Warsztaty strategiczne, Strategie marketingowe i sprzedaży, Formułowanie wykonawczych planów operacyjnych
GRUPA DOCELOWA: Zarząd, kierownicy średniego szczebla pionu marketingu i sprzedaży

CENTRUM DAEWOO

BRANŻA: dystrybucja samochodów osobowych
TEMATY SZKOLEŃ: Nabór i selekcja personelu, Efektywne kierowanie zespołem, Finanse dla niefinansistów, Wielostopniowe szkolenie sprzedażowe
GRUPA DOCELOWA: właściciele o kierownicy punktów dealerskich, pracownicy działu sprzedaży i salonów

ELZAB

BRANŻA: produkcja i dystrybucja kas fiskalnych
TEMATY SZKOLEŃ: Efektywna współpraca w zespole, Negocjacje, Warsztaty strategiczne – współpraca w sieci dealerskiej, Efektywna praca w zespole, Obsługa klienta
GRUPA DOCELOWA: pracownicy pionu sprzedaży, właściciele, kierownicy i pracownicy punktów dealerskich

ALCATEL

BRANŻA: telekomunikacja
TEMATY SZKOLEŃ: Motywacja i rozwój, Obsługa klienta
GRUPA DOCELOWA: kierownicy wyższego i średniego szczebla

DLACZEGO SZKOLENIA Z PMG

PODSTAWA DO NASZYCH PROGRAMÓW:

- znajomość produktu
- znajomość usług wspierających
- znajomość specyfiki klientów
- znajomość potrzeb pracowników (deklarowanych i rzeczywistych)

ADEKWATNOŚĆ NASZYCH PROGRAMÓW:

- dostosowanie do specyfiki branży
- dostosowanie do warunków zmieniającego się rynku
- zgodność ze strategią firmy

MERYTORYCZNY WYMIAR NASZYCH PROGRAMÓW:

- sprawdzone instrumenty badania potrzeb
- wykwalifikowana grupa trenerów
- zespół o charakterze interdyscyplinarnym

SPODZIEWANY EFEKT ZASTOSOWANIA NASZYCH PROGRAMÓW:

- zwiększenie samodzielności i skuteczności pracowników sprzedaży i obsługi klienta
- zwiększenie poziomu motywacji pracowników
- nabycie nowych umiejętności
- umocnienie pozycji klienta na rynku