

Program executiv franco-român agroalimentar

Modulul « Vânzări-Achiziții-Negocieri »

J1 ½ zi : Modulul « Vânzări »

Stăpânirea perfectă a elementelor de bază, fundamentale, în cazul vânzărilor, este indispensabil în prezent pentru un comercial, deoarece doar un bagaj foarte solid de cunoștințe tehnice nu e suficient pentru a reuși într-o funcție comercială.

Pe de altă parte, vânzările necesită o foarte bună pregătire tehnică și cunoaștere a ofertei astfel încât să poată afișa foarte clar elementele de diferențiere. Aceste aspecte vor fi abordate în partea « argumentar ».

Obiectivele formării :

A învăța elementele fundamentale, a valida cunoștințele existente, a « pune la îndoială » anumite « credințe » constituie obiectivul acestui modul de bază.

Continut :

- B to B / B to D / B to C, actori și așteptări diferite ale interlocutorilor
 - Cine sunt interlocutorii dumneavoastră și care sunt așteptările lor ? : Brainstorming
- Supravegherea pieței și a întreprinderilor țintă, supraveghere concurențială (întreprinderi, produse, servicii...)- Identificarea de noi clienți, noi piețe, pregătirea prospecților și evaluarea potențialurilor.- Propunere și punerea în aplicare a planurilor de prospecție - Fixarea de întâlniri cu prospecții –Prezentări ale întreprinderii sale (saloane, reuniuni profesionale...)
- Cele 7 etape în vânzare :
 - A se pregăti
 - A se prezenta
 - A descoperi problematica prospectului sau clientului
 - A argumenta
 - A propune soluții tehnice adaptate nevoilor clientului - Identificarea nevoilor și așteptărilor tehnice și bugetare ale clientului după întâlnire, consultarea caietului de sarcini, licitație - Cautarea de informații tehnice, reglementare, logistice, financiare și comerciale pe lângă serviciile întreprinderii și/sau furnizorilor - Identificarea soluțiilor pertinente - Formalizarea unei propuneri
 - A trata obiecțiile
 - A concluziona
 - A urmări

- QCM (chestionar cu multiple răspunsuri) validarea cunoștințelor
 - = **Exerciții cu punere în situații practice ,analiza experiențelor trăite**

J1 2/2 zi : Modulul « Achiziții »

Dezvoltarea unui business nu se face fără parteneri....clienții. Care este jobul unui achizitor, care îi sunt interacțiunile, care sunt pârgurile și riscurile vis-à-vis de un furnizor ? –întrebări importante pe care un comercial trebuie să le cunoască.

Obiectivele formării :

A se pune « în pielea » unui achizitor timp de o jumătate de zi pentru a putea anticipa, cât mai bine cu putință, așteptările sale, constrângerile, procesul său de achiziție și uneltele sale.

Conținut :

- Istoricul rolului achizitorului, Uneltele achizitorului :
- Diversele fațete ale meseriei în funcție de sectoare și dimensiunea întreprinderilor
- Procesul de achiziții :
 - Achiziții în amont
 - Supravegherea
 - Sourcing
 - Benchmarking , teste etc
 - Segmentarea portofoliului
 - Definirea unei strategii globale și per portofoliu
 - Achizițiile operaționale
 - Consultări
 - Negocieri
 - Contractualizare
 - Achizițiile în aval
 - Implementare
 - K.P.I
- Profilurile achizitorilor
- Tehnicile de « față-în- față »
- Tehnicile de destabilizare soft și hard
 - => **Exercițiu practic de segmentare a portofoliului**



J2 ½ : Modulul « Negocieri » :

A vinde și a negocia sunt două lucruri diferite ce pot interveni în aceeași întâlnire . Mulți comerciali nu vând suficient « soluția » înainte de a intra în faza de negociere sau încep negocierea la cea mai mică obiecție.

Obiectivele formării :

A înțelege importanța și diferența de a vinde sau de a negocia, a se pregăti pentru negocieri și a stăpâni acest tip de întâlniri sunt obiectivele acestui modul.

A negocia într-o lume în criză este din ce în ce mai complicat și acest lucru necesită deci o mai bună cunoaștere a acestei etape în întâlnirea cu un client.

Conținut :

- A vinde sau a negocia ? A se distinge Cerere de concesiie și obiecție !
- Pârghiile necesare unei pregătiri reușite :
 - Jocuri de putere
 - Le » clausier «
 - Gestiunea concesiilor și « ... în schimb de »
- Zoom pe apărarea prețului și regulile ei de aur !
- Un pic de psihologie : profilurile negociatorului
- Un pic de strategie : situațiile de negociere
- Test : ce profil aveți dumneavoastră ?

- => Exerciții practice și punerea în anumite situații concrete



J2 2/2 : Key Account Management

Clienții se grupează și se concentrează, așteptând din partea furnizorilor un demers « Key Account ». Este o altă meserie.

Obiectivele formării :

A cunoaște și a înțelege ce înseamnă Conturi Majore. Este o altă lume , cu provocări financiare și umane complexe.

Conținut :

- Ce este un Key Account Manager (KAM)
- Diferite modele de lucru cu Conturile Majore
- Rolul Key Account Manager
 - A recensa cele mai bune și utile informații
 - SWOT 1, SWOT 2
 - A gestiona echipele și proiectele
- L'Account Business Plan, utilitatea și construcția sa
- Strategia de contact și lobbying la client
- Gestionarea proiectelor
 - => Bilanț de competențe
 - => Exerciții și ateliere
 - => Simulări de situații reale cu clienți



J3 ½ Organizare comercială

Virtuozitatea nu este nimic fără o bună organizare și o sănătoasă gestiune a capitalului timp !

Obiectivele formării :

Scopul acestui modul este de a conștientiza avantajele stabilirii Țintelor de o manieră clară și a unei bune organizări a timpului , între Timpul Activ de Vânzări (telefon, față-în-față, în prezență reală) și timpul necesar activităților – support, conexe, de pregătire (pregătirea întâlnirilor, reporting) .

Conținut :

- Diferitele tipuri de organizare a forțelor de vânzări
- Stabilirea țintei
- Gestiunea priorităților și a timpului activ de vânzare
- Gestiunea frecvenței vizitelor
- Metoda u,i, U,I (tabla de șah a lui Eisenhower) .
- Reporting
- CRM (Management Relații Clienți)
- Culegerea informațiilor necesare elaborării unui plan de acțiuni comerciale destinat profesioniștilor din sectorul său : culegerea de informații despre practicile comerciale ale concurenței, caracteristici economice și comerciale din sectorul său.

- => Studiu de caz concret din domeniul « agri » : Caz B.A.S.E



J 2/2 3 Management forțelor de vânzare

A fi un bun comercial și a manageria o echipa de comerciali sunt două lucruri diferite, primul fiind o condiție necesară dar....departe de a fi și suficientă ! Acest modul completează modul precedent « urcând cu o treaptă » în responsabilitățile exersate !

Obiectivele formării :

Acest modul urmărește atât întărirea competențelor de manager existente cât și posibilitatea de a da principalele « chei ale funcției », comercialilor gata să ajungă în această funcție.

Conținut :

- Sistemele de remunerare
- Motivația comercialilor
- Conducerea unei reuniuni
- Fixarea obiectivelor
- Ziua consacrată acompanierii pe teren
- Formarea
- Modul de funcționare matricial
- Business review

Pe parcursul modului « Vânzări-Achiziții-Negocieri » va avea loc intervenția domnului Florin Constantin : « Inteligența economică – disciplina suport în conducerea optimă a negocierilor ».

J4 RU & Management

Managerul este confruntat zilnic cu un număr important de probleme de rezolvat , atât de ordin tehnic cât și managerial. În funcție de diferitele culturi proprii întreprinderii , se va clasa tot ce este considerat « normal » și ce este « derivant ». Responsabilul resurse umane și managerii operaționali colaborează pe anumite componente ale ciclului managerial. Acest modul mai general vine să completeze modulul de management forte de vânzare și abordează toate funcțiile manageriale.

Obiectivele formării :

A da repere operaționale și personale participanților va permite stagiarilor să se poziționeze mai bine în calitatea lor de salariat raportat la managerul său și va da viitorilor sau actualilor manageri, posibilitățile de a se evalua ținând cont de « best practices ».

Conținut :

- Rolurile serviciului Resurse Umane și a diferiților « stakeholders »
- Ciclul managerial prezintă următoarele etape :
 - recrutare
 - integrare
 - coaching
 - formare
 - evoluția salariatului în corelație cu Responsabilii Resurse Umane și separat
- Cele 4 posturi manageriale după : « Blake & Mouton »
- Interviurile din management :
 - Interviu de recadraj simplu prin metoda DESC
 - Recadraj
 - Gestiunea conflictelor
 - Interviul de sfârșit de an și fixarea obiectivelor



- => Un caz ce se « deruleaza » în 6 situații concrete va permite stagiarii să fie actori ai propriei lor formări pe toată durata zilei. Acest caz va constitui «firul roșu » al acestei zile, astfel încât stagiarii să poată fi actorii acestui modul.
- => Testele de personalitate vor completa această formare și vor oferi posibilitatea stagiarii de a se putea cunoaște mai bine, cunoaștere utilă pe plan operațional.

Pe parcursul modului « RU-Management » va avea loc intervenția doamnei Natalia Gheorghe : « Principalele provocări în procesul de recrutare în sectorul agroalimentar din România, focus pe funcțiile de tehnico-comerciali ».