kod szkolenia: HR-MS / proces

Procesy sprzedaży – budowanie i optymalizacja skutecznego systemu sprzedażowego

Skuteczna sprzedaż nie jest dziełem przypadku – to wynik **spójnego, mierzalnego i dobrze zaprojektowanego procesu**. To szkolenie pokaże, jak tworzyć i rozwijać nowoczesne procesy sprzedaży, dopasowane do realiów Twojej branży i zespołu. Uczestnicy dowiedzą się, jak zarządzać każdym etapem procesu, integrować działania z marketingiem, wdrażać automatyzacje i stale optymalizować sprzedaż na podstawie danych.

Odbiorcy szkolenia

Dla menedżerów sprzedaży, team leaderów, właścicieli firm, specjalistów ds. rozwoju biznesu, a także osób odpowiedzialnych za wdrażanie CRM, automatyzacji i strategii sprzedażowych. Idealne zarówno dla zespołów B2B, jak i B2C, które chcą pracować na procesie, a nie na chaosie.

Korzyści

- Uporządkowanie i standaryzacja działań sprzedażowych – koniec z przypadkowymi decyzjami.
- Większa przewidywalność wyników i efektywności zespołu sprzedaży.
- Lepsze zarządzanie leadami, klientami i konwersjami dzięki przejrzystym etapom.
- Skuteczniejsze planowanie i skalowanie działań sprzedażowych w organizacji.
- Możliwość automatyzacji powtarzalnych elementów procesu i lepszego wykorzystania zasobów.

Program szkolenia

1. Definicja i znaczenie procesu sprzedaży

- Czym jest proces sprzedaży i dlaczego jest ważny
- Kluczowe elementy skutecznego procesu
- Różnice B2B vs B2C
- Analiza procesu zakupu z perspektywy klienta
- Identyfikacja etapów i wyzwań

2. Tworzenie i optymalizacja procesu

- Projektowanie etapów procesu: od identyfikacji do zamknięcia
- Zasady budowania nieliniowego procesu sprzedaży
- Integracja procesu sprzedaży z marketingiem
- Automatyzacja i narzędzia wspierające proces
- Monitorowanie i optymalizacja procesu

3. Zarządzanie procesem sprzedaży

- Przydzielanie ról i odpowiedzialności w zespole
- Zarządzanie pipeline sprzedażowym
- Ustalanie celów i KPI dla procesu
- Analiza efektywności etapów procesu
- Wdrażanie zmian na podstawie danych

4. Rozwój procesów sprzedażowych

- Benchmarking i najlepsze praktyki rynkowe
- Wdrażanie innowacji w procesie sprzedaży
- Szkolenia i rozwój zespołu w zakresie procesów
- Feedback od klientów jako źródło usprawnień
- Tworzenie kultury ciągłego doskonalenia

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane.

Czas trwania

2 dni / 12 godzin

Język

Język – polski

Materiały – polski