

Международные квалификационные программы NIMA Sales B



Программы **Нидерландского Института Маркетинга (NIMA)** – это международные среднесрочные программы профессиональной сертификации в сфере маркетинга, рекламы, продаж и PR, которые в Украине проводит голландская образовательная компания «**Европейский Центр Развития Компетенций**».

NIMA (Netherlands Institute of Marketing) – единственные квалификационные программы в Украине, приведенные в соответствие с **Европейской Квалификационной Системой Оценки Специалистов (EQF)**.

Справка:

Европейская комиссия по вопросам образования, на одном из заседаний Европарламента, в сентябре 2006 года, сформировала рекомендацию к созданию унифицированной **Европейской Квалификационной Системы (European Qualification Framework - EQF)**. Данная система имеет целью стандартизацию системы оценок квалификационных программ различных государств и призвана помочь работодателям и соискателям сравнивать и лучше понимать значение различных уровней квалификаций. По решению Европарламента, к 2012 году, все сертификаты и дипломы специалистов, выпущенные любым образовательным заведением стран Евросоюза, будут содержать информацию о соответствии тому или иному уровню EQF.



Основные преимущества программ NIMA:

Основные преимущества программ **NIMA**:

1. **Международная аккредитация.** После окончания программы и сдачи экзамена, участник получает международный диплом, который признается во всех странах мира).
2. **Акцент программ** сделан **на практических навыках и компетенции**. На занятиях обсуждается реальный опыт тренеров и участников, решаются актуальные для участников и их компаний задачи, рассматривается национальный и зарубежный маркетинговый опыт).
3. Все **тренеры программы** – это **маркетологи-практики**, аттестованные **NIMA** и занимающие высокие должностные позиции крупных бизнес-единиц Европы.
4. Базовый **язык обучения – русский**.
5. Во время программы участники посещают **гостевые лекции**, которые проводят ведущие специалисты крупных бизнес-единиц Украины, что дает возможность слушателям развивать деловые контакты и делиться опытом.
6. **Бизнес-симуляция.** Каждый участник программ уровня **NIMA Marketing Management B**, на время обучения, пробует себя в роли члена одной из менеджмент-команд, управляющей компанией по производству сока. On-line игра, реализованная в виде бизнес-симуляции, максимально имитирует реальные бизнес-процессы рыночной среды. Участники практикуют принятие решений на уровне владельцев корпорации, работу с отчетностью и анализ информации.
7. **E-learning** среда для новых участников и выпускников. **Европейский Центр Развития Компетенций** внедрил эффективную систему вне-учебного взаимодействия участник-тренер, участник-участник, участник-организатор, которая объединяет выпускников **NIMA** прошлых сезонов. Эта on-line система размещается на сайте **ECCD** и служит повышению качества обучения и взаимодействия всех участников программ **NIMA**, а также развивает возможности для **networking** – приобретения новых контактов и знакомств для участников программ.

Описание программы NIMA Sales B



Программа для специалистов с экономическим (или маркетинговым образованием) и опытом работы в сфере продаж не менее 2-х лет. Программа поможет повысить Вашу квалификацию, а также подтвердит Ваш профессиональный уровень. Квалификация **NIMA Продажи-В** гарантирует, что участник способен выполнять должность менеджера по работе с клиентами (на управленческом уровне: в т.ч.

директора по продажам, директора по работе с клиентами, коммерческого директора и т.д.) на уровне внутреннего и международного рынков, независимо от выбранной компанией комбинации товар-рынок; умеет разрабатывать план продаж и управлять отделом продаж.

Содержание курса

Модуль 1. Навыки проведения презентаций в продажах

- Проведение бизнес-презентации
- Умение учитывать пожелания клиентов
- Техники проведения презентации
- Техники общения и т.д.

Модуль 2. Сферы деятельности управления продажами

- Интеграция отделов маркетинга и продаж
- Новые тенденции в деятельности по продажам и управлению продажами
- Роль и профессиональные навыки менеджера по продажам. Концепция обслуживания клиентов, показатели эффективности и связь между ними.
- Цель и стратегия обслуживания клиентов, логистика с добавленной стоимостью, уровень обслуживания и надежность доставки.
- Логистика распределения в целом, управление цепочкой поставок, оптимальный размер заказа, планирование распределения, ассортиментная политика (метод ABC)
- Юридические аспекты продаж. Условия доставки и условия оплаты и т.д.

Модуль 3. Процесс продажи

- Типы продажи процесс продаж. Поиск потенциальных клиентов, планирование продаж, первый контакт, подтверждение потребностей, презентация, преодоление возражений клиента, получение обязательств, послепродажное сопровождение.
- Личные и неличные продажи
- Методы продаж в зависимости от обслуживаемых рынков/потребителей
- Типы поведения потребителей. Типы покупательского поведения на B2B рынках
- Распределение, создание структуры сбыта в регионах
- Кампания по стимулированию продаж
- Аспекты и принципы работы с рекламациями и т.д.



Модуль 4. Планирование сбытовой деятельности

- Миссия, стратегия и задачи продаж
- Стратегии продаж
- Система сбалансированных показателей
- Исследование рынка и продаж.
- Потенциал рынка, потенциальный объем продаж.
- Пробный маркетинг. Методы прогнозирования объема продаж.
- Качественные и количественные методы прогнозирования продаж
- Коммерческая система информации (CIS).
- Применение баз данных в различных целях
- Составление бюджета продаж и т.д.

Модуль 5. Ценовая политика и продажи

- Соотношение стратегии компании и ценовой политики.
- Ценовые стратегии



- Ценовые стратегии ассортимента
- Ценовые тактики
- Ценообразование на основании издержек.
- Предоставление скидок.
- Влияние налогов (пошлин) на ценовую политику и т.д.

Модуль 6. Организация, рекрутинг и обучение торговых представителей

- Организационная структура. Типы организационных структур
- Построение команды в отделе продаж.
- Управление и процессы принятия решений. Учредительные и руководящие решения.
- Административная организация. Делегирование, задачи, полномочия и ответственность. Объем управления (сфера контроля).
- Управление временем.
- Принципы и этапы рекрутинга торговых представителей.
- Планирование найма и отбор. Источники рекрутинга. Критерии отбора.
- Оценка эффективности отбора.
- Базовые потребности в обучении специалистов по продажам и других сотрудников в коммерческой организации
- Цель, функция и содержание плана обучения
- Коучинг торговых представителей. Принципы коучинга, роль и характеристики коуча
- Оценка эффективности обучения торговых представителей.

Модуль 7. Координация деятельности торговых представителей

- Теории мотивации. Теория иерархии потребностей Маслоу. Двухфакторная теория мотивации Герцберга. Теория X и Y МакГрегора. Теория ожидания. Применение теорий мотивации.
- Уровни лояльности торговых представителей. Корпоративная (организационная) культура.
- Принципы системы мотивации и план мотивации и развития специалистов по продажам.
- Принципы составления бюджета для отдела продаж. Системы компенсации представительских расходов.
- Стили лидерства. Термин «ситуационное лидерство» по определению Херси-Бланчарда. Решетка лидерства Блейка и Моутон и пять основных стилей лидерства.
- Стили лидерства Реддина (Reddin)
- Организация собраний торговых представителей. Эффективные собрания. Предпосылки проведения эффективных собраний

Модуль 8. Оценка результатов сбытовой деятельности



- Взаимосвязь планирования и оценки продаж
- Контроль бюджета и дебиторской задолженности
- Автоматизация работы торговых представителей.
- Анализ затрат на маркетинг и продажи.
- Дифференцированная стоимость и предельные издержки.
- Прямая прибыльность товара.
- Решения на основании анализа рентабельности
- Соотношение оценки с должностной инструкцией торговых представителей.
- Программы оценки торговых представителей, критерии оценки.
- Управление качеством. Принципы обеспечения качества и управления качеством.

Сферы применения

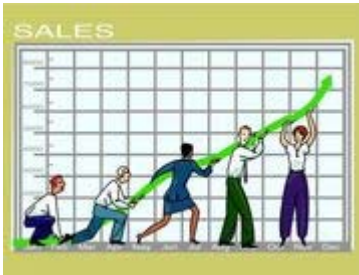
- Управление продажами (отделом по продажам, одним из бизнес-направлений компании)
- Управление торговой маркой (брендом)
- Электронная коммерция

- Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM)

Требования к участникам

- Образование в сфере рекламы, маркетинга, PR, или любое экономическое образование.
- Не менее двух лет подтвержденного практического опыта в сфере продаж.

Целевая группа



Участники программ **NIMA Marketing Communications B** – это люди, занимающие такие должности:

- директор по продажам, коммерческий директор
- директор направления сбыта
- бренд-директор
- ведущий менеджер по рекламе/PR/маркетингу
- account директор рекламного агентства или ведущий менеджер по работе с клиентами
- руководитель BTL-программ

Экзамены

После окончания программы участники сдают два экзамена: по теории и практике.

1. экзамен по теории продолжительностью в 3 часа.
2. презентация и защита индивидуального плана продаж/управление работы с клиентами для выбранной компании.

Организация обучения

Организация обучения по программам **NIMA** привязана к экзаменационным сессиям, которые проходят 2 раза в год: зимой (январь-февраль) и летом (июнь-июль). Продолжительность программы составляет 6 месяцев. Она состоит из 75 обязательных часов и примерно 15 факультативных (выступления приглашенных спикеров, бизнес-симуляции и т.д.)

Учебные дни

Среда с 19-00 до 22-15 (3 часа с учетом перерыва) суббота с 10-00 до 13-15 (3 часа с учетом перерыва). Обучение не проходит в праздничные и предпраздничные дни, а также резервируется время для выполнения индивидуальных и групповых заданий. Занятия проходят по адресам: **г. Киев, ул. Смоленская 31-33, тренинг-центр компании Инком, корпус "Центр Знаний" (ст. М Шуляевская), а также: пр. Московский, 6, бизнес-центр «Петровка-Центр», ауд. 1207 (ст.м. Петровка, напротив ТЦ «Городок»).**

Для регистрации на программе **NIMA Marketing Communications B** необходимо:

1. На сайте **Европейского Центра Развития Компетенций, www.eccd.com.ua**, в разделе «**Регистрация**» заполнить регистрационную форму.
2. Направить на электронный адрес **admission@eccd.com.ua** свое резюме в последней редакции на одном из языков – рус/укр/англ. Резюме будет передано квалифицированным экспертам в Нидерланды, чтобы в течении 2-3 дней получить рекомендацию к зачислению участника на тот или иной уровень программ.
3. В случае, если к резюме возникнут вопросы – кандидату будет предложено пройти небольшой тест для установления уровня подготовки.

Стоимость

Стоимость программы **NIMA Marketing Communications B** составляет **2800 EUR**

Что входит в стоимость программы:

- Непосредственно обучение (75 часов, обязательная компонента + 15 часов факультативная)
- Регистрация на практический и теоретический экзамен

- Книги и учебные пособия, используемые в программе (2 учебника, дополнительные материалы для чтения и методические пособия)
- Кофе-брейки в перерывах между занятиями
- Участие в гостевых лекциях
- Постоянный доступ к системе **E-learning** (даже после окончания программы)
- Выпускники программ имеют право бесплатного участия в гостевых лекциях, в том числе и после окончания обучения, а также претендовать на максимальные скидки при участии в дополнительных мероприятиях **ECCD**.
- Продолжение взаимодействия в рамках Ассоциации выпускников (Alumni Network)

Документы, которые получают участники, после успешной сдачи экзамена:

Участники, после успешной сдачи аттестации, получают 3 документа:

- **диплом** Нидерландского Института Маркетинга
- **сертификат** Европейской Маркетинговой Конфедерации
- **сертификат** Образовательного и Тренингового Центра Нидерландов (ETCN)



Тренеры программы:

- Ярослава Коваленко / **ING Bank** / вице-президент по маркетингу / MBA
- Игорь Забулонский / **Prisma Development** / исполнительный директор / MBA
- Сергей Завадский / **INVISTA** / консультант по вопросам маркетинга и продаж / MBA
- Елена Житник / **InMind**/ маркетинг-директор / PhD
- Ирина Чиркова / **Эталонмолпродукт (Молочный альянс)**/ маркетинг-директор/ MBA
- Ангела Поддубная / **McDonald's Ukraine** / маркетинг-директор / MBA
- Bert Vukkink / **Metro C&C Ukraine** / маркетинг-директор / NIMA C
- Raymond de la Court / **P&G Ukraine** / директор по продажам / NIMA C

А также приглашенные спикеры из специализированных компаний. Тренеры для программ отбираются **Образовательным и Тренинговым Центром Нидерландов (ETCN)**. Каждый тренер имеет более чем 7-ми летний опыт работы в маркетинге, степень **MBA (Master Business Administration)** или **PhD** (ученая степень) в экономике, либо высший уровень профессиональной сертификации (например, имеет диплом **NIMA Strategic Marketing C**).

Команда **Европейского Центра Развития Компетенций** рада ответить на Ваши вопросы относительно программ **NIMA**, философии, организации и содержания обучения!

Наши контактные данные:

www.eccd.com.ua
eccd@eccd.com.ua
+38 (044) 587 60 54
+38 (044) 468 15 65
+38 (067) 2 400 300

Контактные лица:

Координатор программ **NIMA** в Украине – **Антон Бабогло**
Anton.Baboglo@ECCD.com.ua

Директор по развитию бизнеса – **Колядина Ольга**
Olga.Kolyadina@ECCD.com.ua