



ELEMENTY MATEMATYKI W SPRZEDAŻY

Jak liczyć, aby osiągnąć
sukces w biznesie

Warsztaty

30-31 października 2019 roku

Warszawa

Zgłoszenia
Monika Kacprzykowska
+48 789 407 575
Monika.Kacprzykowska@pl.ey.com

academyofbusiness.pl



EY

Building a better
working world



Szkolenie kierujemy do:

- Początkujących i średnio-zaawansowanych handlowców, KAM-ów.
- Właścicieli średnich i mniejszych przedsiębiorstw, które posiadają dział obsługi klienta, doradców, konsultantów lub sprzedawców.
- Wszystkich, którzy chcą poszerzyć wiedzę z zakresu kształtowania cen i wpływania przez nie na rynek.

Celem warsztatów jest:

- Rozwinięcie umiejętności myślenia „marżą” i świadomości opłacalności biznesu
- Zrozumienie siły liczb i nabycie umiejętności pracy z kalkulatorem
- Pokazanie wpływu dodatkowego rabatu na marżę i wynik firmy oraz jakiej zmiany wymaga wtedy obrót
- Wytłumaczenie różnicy pomiędzy zyskiem, marżą i narzutem
- Poznanie i omówienie rodzajów cen, rabatów, bonusów, inwestycji i matematycznych trików sprzedażowych
- Wzmocnienie i ugruntowanie wiedzy z zakresu procesu sprzedaży
- Pomoc w zrozumieniu sposobu myślenia klienta i definicja KPI, które mierzy



Po ukończeniu szkolenia:

- Będziesz posiadał wiedzę z podstaw finansowych niezbędnych do efektywnego poprowadzenia procesu sprzedaży
- Poczujesz się pewniej w negocjacjach finansowych w procesie sprzedaży
- Będziesz umiał szybko ocenić wpływ zmiany ceny na Twoje zyski
- Unikniesz błędów przy kalkulowaniu ofert i negocjowaniu warunków cenowych oraz będziesz umiał stosować sprawdzone narzędzia sprzedażowe używane w wielu korporacjach



Program

Wiedza o Kliencie/Dostawcy

- ❑ Kto jest moim Klientem/Dostawcą i jakie ma intencje
- ❑ Co jest ważne dla mojego Klienta/Dostawcy – dlaczego warto znać ich cele

Mierniki sukcesu – sprzedażowe KPI

- ❑ Po co nam KPI i jak z nimi pracować
- ❑ Jak je definiować, kontrolować, dopasowywać
- ❑ KPI mojej firmy vs KPI Klienta/Dostawcy
- ❑ Analityka podstawowych KPI
 - ✓ Obrót (YtoY, YtoD, MtoM, Target, Trend)
 - ✓ Konwersja sprzedaży
 - ✓ Traffic
 - ❖ Średnia wartość miesięcznej sprzedaży
 - ❖ Średnia wartość dziennej sprzedaży
 - ❖ Średnia wartość paragonu
 - ❖ Średnia ilość produktów na paragon
 - ❖ Sprzedaż na m2
 - ❖ Sprzedaż indywidualna (sprzedaż na sprzedawcę)
 - ❖ Rotacja produktów (kategorii, marek, konkretnych produktów)
 - ❖ Zaleganie (kiedy i jak liczyć)
 - ❖ Udział promocji w sprzedaży
 - ❖ CR (Customer Retention) – ilość stałych klientów
 - ❖ NPS – świadomość marki i zdolność do polecenia

Polityka cenowa a warunki handlowe

- ❑ Po co nam warunki handlowe. Jak warunki handlowe wpływają na motywację i lojalność partnerów handlowych
- ❑ Upust, rabat, bonus, premia pieniężna – różnice i funkcje
 - ✓ Metody rozliczania i ustalania, dobre praktyki i pułapki
 - ✓ Rozliczanie procentowe a kwotowe – plusy/minusy
- ❑ Cena brutto vs netto, jaki ma wpływ w zależności od branży
- ❑ Cena 4 net a cena netto i jej wpływ na rentowność biznesu
- ❑ Dodatkowe inwestycje – dlaczego je warto wliczać, w koszty obsługi klienta (Jak je liczy dostawca, a jak liczy klient)
- ❑ Metody budowania warunków handlowych

Rentowność naszego biznesu, czyli ile zarabiamy

- ❑ Zysk, marża, narzut – podobieństwa i różnice
- ❑ Wpływ dodatkowych rabatów na marżę i wynik firmy
 - ✓ Ile zwiększyć obrót, by zarobić tyle samo
 - ✓ Waga sprzedaży ilościowej podczas promocji cenowej
- ❑ Wpływ podwyżki ceny na rentowność i wysokość obrotów
- ❑ Patenty na szybkie przeliczanie marży na narzut i odwrotnie
- ❑ Kto myśli marżą a kto narzutem
- ❑ Marża netto, a brutto – Marża 1, Marża 2, Marża 3



Program cd.

Program cd.

Zarządzanie kategoriami/markami/produktami

- Średnia marża na grupie produktów - czy warto ją znać?
- Średni rabat promo - jak wyliczyć?
- Średni rabat dla Klienta - po co go znać i jak obliczyć?
- Wpływ sprzedaży pakietowej na marżę % i wartościową

Koszty, sprzedaż a próg rentowności

- Główne typy kosztów - zmienne, stałe, bezpośrednie, ogólne - sposoby klasyfikacji
- Koszty w moim sklepie, w mojej firmie
- Rentowność firmy na produkcie - sposób wyliczania
- Marża na pokrycie - czym jest, do czego służy?
- BEP - punkt rentowności a zysk
- Punkt opłacalności, prognozowany zysk - jak je osiągnąć?
- Dodatkowe akcje promocyjne - ROI - sposób wyliczania poziomu zwrotu na inwestycji
- P&L - po co i jak przygotować go dla swojego sklepu
- Koszty, o których zapominamy (np. urlopy, przerwy, promocje)
- Kalkulacja prac projektowych, największe pułapki

INFORMACJE

organizacyjne



Miejsce i godziny

Warszawa, Centrum Szkoleniowe EY Academy of Business, budynek Focus, al. Armii Ludowej 26. Szkolenie odbywa się w godz. 9:00-16:30.

- ▶ Pełna oferta naszych szkoleń znajduje się na stronie: academyofbusiness.pl
- ▶ Promocje, nowości, wydarzenia: www.facebook.com/EYszkolenia
- ▶ Obserwuj EY Academy of Business na LinkedIn i bądź na bieżąco

Wypełnij [zgłoszenie on-line!](#)

Szanowni Państwo, prosimy o zabranie kalkulatorów (będą one potrzebne w trakcie zajęć).



Cena

Koszt kursu stacjonarnego wraz z materiałami wynosi 1950zł + 23% VAT.

Opłaty należy wnieść przed rozpoczęciem kursu na podstawie faktury pro-forma. Po dokonaniu płatności każdy uczestnik otrzyma fakturę VAT.



Kontakt

Monika Kacprzykowska
Training Business Partner
tel. +48 789 407 575
Monika.Kacprzykowska@pl.ey.com



Dla firm

Oferujemy również realizację szkolenia w formule in-house (grupa zamknięta, wyłącznie dla pracowników Państwa firmy).