

## Программа Мастер-Группы-2018 «Улучши свою мебельную компанию»

Присоединяйтесь: <https://mmkc.su/obuchenie/master-gruppa/>

**Цель проекта:** не просто послушать и поучиться, а внедрить инструменты продаж и управления, которые приведут компанию в соответствие с Новой Мебельной Реальностью.

**Вы получите 50 разработанных нами шаблонов документов** (должностные инструкции, регламенты, стандарты, скрипты продаж, чек-листы, системы оплаты труда)

**Присоединяйтесь к проекту «Улучши свою мебельную компанию с АСА»!**

**Каждый вторник в течение 9 месяцев** вы будете планомерно прорабатывать каждую область своей компании.

**Итогом станет:**

- Упорядочение дел в компании
- Формат продаж, приведенный в соответствие с мерчандайзингом и Новой Мебельной Реальностью
- Новая ассортиментная политика
- Разработанные и внедренные Стандарты продаж
- Улучшенная система оплаты труда сотрудников
- Введенная система адаптации новичков, обучения стажеров и продавцов
- Более эффективная система найма и оценки сотрудников
- Рост прибыли/продаж

	Модули программы и темы	Результат	Материалы
	<b>Что будем делать в Мастер-Группе-2018</b>		
<b>1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Основные этапы программы Мастер-группы "Моя новая мебельная жизнь", идеология, подходы, особенности проведения, последовательность действий:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Модули Мастер-Группы-2018</li> <li>- Результаты участников МГ-2017</li> </ul> </li> <li>• Знакомство с командой ММКЦ, коллегами по Мастер-группе, с которыми предстоит работать, обмениваться опытом в течение последующих 9 месяцев.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовитесь к организационным изменениям в компании:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- расставьте по порядку мероприятия, которые нужно реализовать в вашей компании в первую очередь,</li> <li>- составите план действий на основе нашего шаблона для своей компании по проведению изменений.</li> </ul> </li> <li>2. Сформируете рабочую группу.</li> <li>3. Ознакомите с предстоящими изменениями ключевых сотрудников (группу внедрения/влияния).</li> <li>4. Зафиксируете:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- точку А -текущее состояние компании,</li> <li>- точку В -цели на 9 мес. по увеличению прибыли, выручки, конверсий и т.д.</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Видеокурс «Антикризисная программа на примерах успешных внедрений ваших коллег»</li> <li>2. Книга «18 главных вопросов, которые волнуют мебельный бизнес последние 10 лет», стр. 114-148.</li> <li>3. Книга «Секреты продаж на рынке мебели. Как за 5 шагов выстроить продажи в опте и рознице», стр. 284-302.</li> <li>4. Видео «Внедрение стандартов продаж в мебельной компании»</li> </ol>
	<b>Подготовка к внедрению изменений</b>		
<b>2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Что нужно учесть для успешного внедрения.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Узнаете:</li> </ol>	

	<p>Рекомендации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- по организационной части,</li> <li>- по методической части.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Какие изменения целесообразно провести в вашей компании в первую очередь и почему.</li> <li>• Как провести наиболее безболезненно внедрение в своей компании.</li> <li>• Составление плана-графика внедрения разработанных ранее инструментов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нюансы, которые помогут провести необходимые изменения у себя в компании,</li> <li>- об условиях успешного внедрения и причинах, которые помогли добиться результатов предыдущими участниками,</li> <li>- на какие "подводные камни" при внедрении нужно обратить внимание, чтобы обычно сложный процесс изменений прошёл для вас наиболее быстро и беспрепятственно.</li> </ul> <p>2. Составите план-график внедрения или скорректируете уже существующий план развития компании.</p>	
<b>Маркетинг-2018 - Адаптация компании под Новую Мебельную Реальность (НМР)</b>			
<b>3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Как собрать информацию о своем покупателе и на основе его "портрета" скорректировать ассортимент, мерчандайзинг, рекламу, позиционирование компании.</li> <li>• Какую статистику необходимо собирать на торговой точке, и как это делать правильно при помощи CRM.</li> <li>• Как обучить сотрудников работе в CRM и контролировать ее ведение.</li> <li>• Как мотивировать продавцов и руководителей работе в CRM.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подключите свои магазины к CRM, обучите продавцов работе в ней с помощью видеоматериалов и инструкций ММКЦ (мы также сделаем первоначальную настройку CRM, заведем туда всех ваших продавцов и руководителей розницы).</li> <li>2. Начнете правильно собирать необходимую статистику на торговой точке.</li> <li>3. Сможете уже через месяц сделать первичный анализ своего покупателя, его модели потребления и выработать на его основе корректирующие действия для развития продаж.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Видео «Новая модель потребления покупателей»</li> <li>2. Доступ к «CRM для мебельной розницы», ММКЦ для всех торговых точек и всех продавцов.</li> </ol>
<b>4.1</b>	<b>Мерчандайзинг-2018 - Как продавать новому типу Покупателей. Часть 1</b>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Как наладить продажи без участия продавца. Основные правила мерчандайзинга мебельной торговой точки.</li> <li>• Что сделать с экспозицией, чтобы она провоцировала посетителя на покупку.</li> <li>• Почему мерчандайзинг так важен для мебельной розницы.</li> <li>• Схема из 6-ти пунктов показывающая приоритетность факторов, влияющих на продажи в рознице.</li> <li>• Приемы обмана зрения, которые можно использовать в оформлении торговых точек.</li> <li>• Какую информацию нужно собирать о покупателе, который приходит и зачем. Вопросы для определения модели потребления клиента.</li> <li>• Методика продаж ММКЦ - 10 главных открытий.</li> <li>• 12 критериев выбора мебели в низком, среднем и премиум сегментах.</li> <li>• Три задачи мерчандайзинга.</li> <li>• Разработка концепции мерчандайзинга согласно модели потребления.</li> <li>• Решение первой из трех задач мерчандайзинга: "Стимулировать продажи мебели, приносящей наибольшую прибыль". Разбивка ассортимента на 4 группы.</li> <li>• Анализ продаж товаров с квадратного метра.</li> <li>• Идеальное соотношение Прибыли и Занимаемой площади.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составите:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Правильную планограмму мебельных торговых точек с учетом потоков Посетителей и законов мерчандайзинга.</li> <li>- План внедрения мероприятий мерчандайзинга.</li> </ul> </li> <li>2. Разобьете ассортимент товаров на 4 группы:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Популярные, ходовые.</li> <li>- Самые выгодные.</li> <li>- Прибыльные.</li> <li>- Аутсайдеры.</li> </ul> </li> <li>3. Составите анализ продаж с квадратного метра площади каждой торговой точки с помощью таблицы.</li> <li>4. Создадите подробную таблицу в Excel.</li> <li>5. Нарисуете схему наиболее выгодной расстановки товаров на ТТ.</li> <li>6. Разделите пространство ТТ на зоны по приоритету продаж и на холодные и горячие зоны.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Видеоурок «Как сделать свой магазин продающим с помощью мерчандайзинга»</li> <li>2. Видеоурок «Veb1_07_Как организовать продажи мебели, которая приносит наибольшую прибыль»</li> <li>3. Видеоурок «Veb2_01_Что должно быть в 1 2 3 и 4 зонах продаж»</li> <li>4. Видеоурок «Veb2_04 Визуальный мерчандайзинг»</li> <li>5. Видеоурок «Veb3_14 POS-материалы»</li> <li>6. Видеоурок «Veb3_15 Ценники»</li> <li>7. Видеоурок «Veb5_01 План действий по внедрению»</li> </ol>
---	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Идеальные доли ассортимента в экспозиции торговой точки.</li> <li>• <b>Расстановка товара на торговой точке.</b> Формула Г. Сэнда по распределению пространства ТТ на зоны приоритета продаж.</li> <li>• <b>4 зоны продаж.</b> Холодные и горячие зоны на ТТ.</li> <li>• Решение второй задачи мерчандайзинга «Сделать выбор мебели покупателями легким, удобным и приятным в вашем магазине, чтобы не тратилось много времени на обдумывание и хотелось купить больше».</li> <li>• <b>7 законов восприятия.</b></li> <li>• Решение третьей задачи мерчандайзинга «Продавать, не имея продавцов».</li> <li>• <b>POS-материалы.</b> Какие POS –материалы применяются в мебельных магазинах. Функции POS –материалов, примеры их использования.</li> <li>• <b>Ценники.</b> Ценник на целевую группу. Примеры шаблонов ценников, в зависимости от модели потребления.</li> <li>• Что такое «воблер» и в чем его преимущества.</li> </ul>		
<b>Мерчандайзинг-2018 - Как продавать новому типу Покупателей. Часть 2</b>			
4.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Доработка концепции.</li> <li>• Корректировка плана мероприятий.</li> </ul>	Доработаете:	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Портрет и модели потребления покупателей.</li> <li>• Продающая планировка торговой точки.</li> <li>• POS-материалы, ценники, навигация.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- мерчандайзинг-концепцию торговой точки</li> <li>- план проведения изменений на экспозиции по правилам мерчандайзинга</li> </ul>	
<b>Технологии продаж в мебельной рознице. Воронка продаж</b>			
<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Технология продаж.</li> <li>• Определение этапов воронки продаж.</li> <li>• "Воронка продаж": как применять, как внедрить, какие выводы делать, как использовать для дополнительной мотивации персонала.</li> <li>• Определение нормативов по показателям ВП.</li> </ul>	<p>1. Разработаете:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- воронку продаж по каждому из продавцов.</li> <li>- воронку продаж по каждой торговой точке (ТТ).</li> <li>- воронку продаж по всей рознице.</li> </ul> <p>2. Сможете точно определять зоны и причины падения продаж и разрабатывать необходимые мероприятия по их коррекции.</p>	Шаблон "Воронка продаж"
<b>Найм продуктивных продавцов</b>			
<b>6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Последовательность этапов подбора персонала.</li> <li>• Главная ошибка при подборе персонала.</li> <li>• Портрет должности. Компетенции</li> <li>• Объявление о вакансии</li> <li>• Где искать кандидатов. Как определить источник поиска.</li> <li>• Как задавать правильные вопросы на собеседовании.</li> </ul>	<p>Составите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Профиль должности продавца-консультанта.</li> <li>- правильное объявление о вакансии.</li> <li>- список вопросов кандидатам для</li> </ul>	<p>1. Видеокурс «Эффективные практики набора и оценки продуктивного персонала».</p> <p>2. Шаблон «Профиль должности»</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Принимаем сотрудника за компетенции, а увольняем за отношение к работе.</li> <li>• Экономия времени.</li> <li>• Четыре ключевые обязанности вашего продавца-консультанта.</li> <li>• Личностные характеристики</li> <li>• Этапы отбора персонала</li> <li>• Отбор резюме</li> <li>• Телефонное собеседование. Вопросы для телефонного интервью</li> <li>• Собеседование. Этапы собеседования. Какие вопросы задавать кандидату?</li> <li>• Кейсы</li> <li>• Интервью по компетенциям</li> <li>• Мотивация. Пять видов мотивов.</li> <li>• Как проверить мотивацию? Оценочный лист.</li> <li>• Как долго должно длиться собеседование.</li> <li>• Дополнительные критерии оценки кандидата на собеседовании.</li> <li>• Что делать если кандидаты не приходят?</li> <li>• Проверить, все ли я правильно делаю по каждому этапу</li> <li>• Кадровый резерв и его плюсы</li> <li>• Стажировка</li> <li>• Дополнительные приемы и техники оценки персонала на стажировке</li> </ul>	<p>телефонного интервью и собеседования.</p> <p>- документ « Оценочный лист кандидата».</p>	<p>3. Шаблон «Объявления о вакансии»</p> <p>4. Шаблон «Оценочный лист»</p> <p>5. Чек-лист «Этапы найма персонала»</p>
<b>Планирование</b>			
<b>7</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Постановка и корректировка Целей</li> <li>• Декомпозиция целей до уровня исполнителей</li> <li>• Определение ключевых показателей</li> <li>• Определение нормативов</li> <li>• Постановка задач</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Планы по продажам</li> <li>• Личные планы сотрудников</li> </ul>		
<b>8</b>	<b>Технологии работы в мебельной рознице</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Диагностика вашего бизнеса. Список из 14 вопросов.</li> <li>• Технология увеличения продаж.</li> <li>• Пять шагов, которые нужно предпринять собственнику для гарантированного улучшения деятельности компании.</li> <li>• Что дает постоянное отслеживание посетителей на торговых точках.</li> <li>• Как оформлять торговые точки, чтобы попасть в модель потребления клиента.</li> <li>• 12 критериев, по которым покупатели выбирают мебель в низком, среднем и премиум сегментах.</li> <li>• Как действовать компаниям, чтобы удовлетворить двенадцать критериев, по которым покупатели выбирают мебель в низком, среднем и премиум сегментах.</li> <li>• Три ограничителя роста компаний.</li> <li>• Серия последовательных шагов, которые позволят получить желаемые результаты.</li> <li>• 5 этапов, которые должна пройти компания, чтобы получить свою долю рынка.</li> <li>• Пошаговая инструкция, как компании определить нишу и целевую группу.</li> <li>• Кейс: «Как АСА продавал бы кухни за 220 тысяч рублей тетенькам, живущим на периферии и уставших от пьянок мужей, детей-оболтусов и нищенской зарплаты».</li> <li>• Математическая модель «S-образная кривая» - демонстрация</li> </ul>		<p>Видеокурс «Как выживать и развиваться компаниям, делающим мебель на заказ»</p>

	<p>того, что происходит на рынке и в вашей компании.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Структура. Должности. Функционал</b> Как оптимизировать структуру компании, должности и их функционал.</li> <li>• Как построить большую компанию.</li> <li>• Структура компании на разных этапах развития (жизненного цикла).</li> <li>• Шесть ограничителей роста компании и типовые ошибки структуры.</li> <li>• Практическая задача «Разделить 19 функциональных обязанностей продавца-консультанта на несколько должностей» и ее оптимальное решение.</li> <li>• Как снять с себя проклятие «оттягивания важных решений».</li> </ul>		
<b>Стандарты продаж в торговом зале</b>			
<b>9</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Стандарт «Установление контакта с посетителем магазина».</b></li> <li>• Доработка системы оплаты труда.</li> <li>• Что такое стандарты?</li> <li>• Чему учить персонал?</li> <li>• Схема хранения информации.</li> <li>• 4 типа поведения Покупателей</li> <li>• Цепочка воздействия на клиента</li> <li>• Типичные ошибки при составлении стандартов.</li> </ul>	<p>Составите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стандарт "Установление контакта" с учётом особенностей вашей компании и продукта.</li> <li>- план внедрения стандарта.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Фрагмент стандартов, приведенный в книге «Секреты продаж на рынке мебели. Как за 5 шагов выстроить продажи в опте и в рознице» (см. главу «Формирование технологии работы с клиентом», стр. 107)</li> <li>2. Образец стандартов</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Стандарт «Работа с возражениями»</b></li> </ul>	<p>Составите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- готовый стандарт - речевые модули (обработчики) наиболее часто встречающихся возражений Посетителей ваших торговых точек;</li> <li>- план внедрения стандарта.</li> </ul>	<p>компании «ММКЦ» по работе продавцов с клиентами.</p> <p>3. Видео «Внедрение стандартов продаж в мебельной компании»</p> <p>4. Чек-лист подготовки к звонку по наработке.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стандарт «Взятие контактов Посетителя»</li> <li>• Стандарт «Наработки»</li> <li>• <b>Стандарт «Завершение сделки»</b></li> <li>• Разработка стандарта на перевод посетителей в наработки. Выгоды от стандартов по наработкам. Ситуация взятия наработки</li> <li>• Что важно прописать в стандартах о звонках по наработке.</li> <li>• Алгоритмы звонка по наработке</li> <li>• Отработка возражений по телефону.</li> <li>• Структура стандарта на перевод посетителей в наработки</li> <li>• Структура разработки Стандартов по завершению разговора и закрытию сделки. Выгоды от Стандартов по закрытию сделки.</li> <li>• Что нужно прописать в Стандартах</li> <li>• Приемы завершения сделки</li> <li>• Как провести обучение по продукту и техникам продаж.</li> </ul>	<p>Получите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- готовый стандарт «Взятие контактов и перевод посетителя в наработки»,</li> <li>- готовый стандарт «Завершение сделки»,</li> <li>- план внедрения стандартов.</li> </ul>	<p>5. Алгоритм звонка через 15 минут по наработке.</p> <p>6. Алгоритм звонка в назначенное время по наработке.</p> <p>7. План внедрения стандарта.</p>
<b>Управление продажами</b>			
<b>10</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Как создать адекватную систему контроля</li> <li>• Управление продажами помощью воронки продаж</li> <li>• Отчёты. Удалённый отдел качества</li> </ul>	<p>1. Поймёте:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- что необходимо контролировать,</li> <li>- как контролировать сотрудников.</li> </ul>	<p>1. Прочитайте главу из книги «Секреты продаж на рынке мебели. Как за 5 шагов выстроить продажи в опте и в рознице» (см. главу «Создание</p>

		<p>2. Получите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- перечень и шаблоны инструментов контроля (отчётные документы)</li> <li>- технологию результативного контроля (что контролировать ежедневно, еженедельно, ежемесячно).</li> </ul>	<p>адекватной системы контроля продаж», стр. 229)</p> <p>2. Поставьте счетчики подсчета посетителей</p> <p>3. Проведите акции “Тайный покупатель”. Если продавцов до 10 – проверьте всех, больше 20 – не менее 50%.</p>
<b>Управление персоналом</b>			
<b>11</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Эффективная система оплаты труда (СОТ)</b></li> <li>• Нерешенные вопросы мотивации и оплаты труда. Причинно-следственная цепочка достижения эффективной системы оплаты труда.</li> <li>• Управление мотивацией.</li> <li>• Общие точки контроля продаж. Точки контроля розничных продаж.</li> <li>• Инструменты контроля.</li> <li>• Соответствие точек контроля и инструментов контроля.</li> <li>• Система внешних и внутренних аудитов.</li> <li>• 5 шагов правильной мотивации.</li> <li>• Система мотивации. Формула ЗП</li> <li>• 6 основных параметров, которые нужно учитывать для построения правильной СОТ.</li> <li>• Постоянная/переменная часть ЗП. Принципы деления.</li> <li>• Таблица определения категории продавца.</li> <li>• Зависимость фонда оплаты труда от категории продавца.</li> </ul>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. «Онлайн-курс по разработке СОТ</li> <li>2. Бланк соответствия точек контроля с инструментами контроля.</li> <li>3. Чек-лист администратора</li> <li>4. Чек-лист мерчандайзера</li> <li>5. Чек-лист сборщика</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Категории магазинов.</li> <li>• Что лучше – личные продажи или общие?</li> <li>• Формирование СОТ продавца консультанта.</li> <li>• Выполнение плана продаж, как точка контроля.</li> <li>• 3 подхода распределения оплаты за сделанную продажу.</li> <li>• Что такое товарная матрица?</li> <li>• Анализ плюсов и минусов действующих систем оплаты труда в мебельных компаниях.</li> <li>• СОТ Администратор/Управляющий «куста» магазинов.</li> <li>• СОТ мерчандайзера</li> <li>• СОТ сборщика</li> <li>• Внедрение СОТ</li> </ul>		
12	<b>Адаптация новых сотрудников - Стажировка</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Как за 5 рабочих дней адаптировать нового сотрудника и вывести его за 1 месяц в рабочий режим.</li> <li>• Расчет убытков компании от неквалифицированного персонала.</li> <li>• Типовые проблемы при найме и выводе новичков на стажировку и как их решать.</li> <li>• Проблемы новичков. Установки новичков, негативно влияющие на стажировку.</li> <li>• Установки руководителей, негативно влияющие на стажировку. Неправильная оценка обучения стажеров.</li> <li>• Как новая ситуация на рынке влияет на обучение новичков.</li> <li>• Этапы стажировки.</li> <li>• Время работы стажера</li> </ul>	<p>Составите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- план адаптации нового сотрудника</li> <li>- перечень обучающих материалов для «новичка»</li> <li>- папку стажёра</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Видеокурс «Стажировка»</li> <li>2. Чек-лист</li> <li>3. Памятка (по каким вопросам и к кому обращаться)</li> </ol>

- |  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ошибки при обучении Стажера</li> <li>• Подготовка стажера к работе промоутером</li> <li>• Правила работы Компании</li> <br/> <li>• Обучение продажам</li> <li>• Мини-тренинг «Наставник-стажер»</li> <li>• Рабочая тетрадь стажера</li> </ul> |  |  |
|--|--|--|--|

## Заключительное Занятие. Результаты участников Мастер-группы-2018

**Присоединяйтесь к проекту «Улучши свою мебельную компанию с АСА» по внедрению всех этих инструментов продаж и управления в свою компанию: <https://mmkc.su/obuchenie/master-gruppa/>**

**Каждый вторник в течение 9 месяцев вы будете планомерно прорабатывать каждую область своей компании.**

**Итогом станет:**

- Упорядочение дел в компании
- Формат продаж, приведенный в соответствие с мерчандайзингом и Новой Мебельной Реальностью
- Новая ассортиментная политика
- Разработанные и внедренные Стандарты продаж
- Улучшенная система оплаты труда сотрудников
- Введенная система адаптации новичков, обучения стажеров и продавцов
- Более эффективная система найма и оценки сотрудников
- Рост прибыли/продаж