



Дистанционный курс

**СОЗДАНИЕ И ПРОВЕДЕНИЕ  
АНАЛИТИЧЕСКИХ БИЗНЕС-ПРЕЗЕНТАЦИЙ**

ПРАКТИКУМ  
**ЛЕОНОВ**  
ПОСТАВЩИКА

## КУРС БУДЕТ ВАМ ИНТЕРЕСЕН, ЕСЛИ ВЫ:

- Менеджер по работе с федеральными торговыми сетями.
- Менеджер по работе с локальными торговыми сетями.
- Бизнес-аналитик.
- Торговый маркетолог.

## ФОРМАТ И ДАТА КУРСА:

- 4 онлайн-практикума по решению кейсов в группе из 3-х - 4-х участников: **21, 23, 28 и 30 Марта 2023 г.** с 10:00 до 12:00
- 3 часа просмотра видео с теоретической частью.
- 2 часа домашних заданий и тестов.
- Формат онлайн (Zoom)
- Открытый формат (участники из разных компаний)

## СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ

- 10.000 руб. при предварительной оплате банковской картой.
- 15.000 руб. при оплате по счету и договору.

## КОНТАКТЫ:

Дмитрий Леонов, тел. +7 (916) 600-17-69, E-mail – [dmitry@leonov.consulting](mailto:dmitry@leonov.consulting)

## **СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ (6 часов онлайн)**

На основе переговорного кейса с торговой сетью (Магнит, категория растительного масла) в течении тренинга выполняются расчеты на основе кассовых продаж (офтейков), создается сценарий переговоров и аналитическая бизнес-презентация.

## **СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ (ПРЕЗЕНТАЦИИ, ВИДЕО, ТЕСТЫ, ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ, ДОМАШНИЕ ЗАДАНИЯ)**

### **Подбор и обработка аналитических данных**

- Рынок отчетов и торговых исследований по сетям и категориям.
- Сильные и слабые стороны отчетов.
- Неочевидные места применения отчетов.
- Годовые и квартальные отчеты торговых сетей.
- Источники получаемой отчетности.

### **Структура категории**

- Деление на товарные группы, архетипы и ценовые сегменты, товарные корзины.
- Сегментационная решетка категории.
- Ранжирование СКЮ (виды ABC/XYZ анализа).
- Типы категорий. Эмоциональные территории брендов в категории.
- Роли СКЮ в категории.

### **Расчет финансовых KPI категории**

- Неочевидные расчеты маржи, наценки и других финансовых KPI категории.

### **Ценностное предложение (CVP – Customer Value Proposal) – основа для сценария презентации.**

- Что такое ценностное предложение потребителю и как его использовать в презентации.
- Структура презентации: главный вопрос, особенности категории в сети, специфика категории на рынке и ее драйверы роста, предложение решения, направленного на рост категории, призыв, план действий.
- Использование ментальных карт для создания сценария.

### **Оживление презентации через «рассказ историй» (storytelling)**

- Как с помощью «рассказа историй» аргументировано донести аналитический контент.
- Как создавать «убедительные истории» и почему важны «личные истории».
- Как выбрать эффективные «точки применения» историй в презентации.

### Оформление сценария презентации в слайды. Использование диаграмм.

- Как правильно разделить на слайды сценарий презентации?
- Как формулировать заголовки, чтобы содержание слайда было сразу понятным?
- Как использовать шрифты, образы и другие элементы, чтобы презентация «легко читалась».
- Как выбрать правильное графическое решение для донесения той или иной бизнес-идеи?
- Как оформить диаграмму, чтобы она не вызывала «двойного понимания»?

### Проведение презентации и переговоры с байером.

- Завоевание внимания байера и его удержание. «Крючки» внимания (эффект первых фраз, ассоциативность речи, повторы, призывы, противопоставления, цитирование и др). Принципы красивой и понятной речи.
- Приемы адаптации имеющейся информации к условиям устного выступления (оперирование краткими структурами, расстановка логических ударений, паузация текста, интонационное выделение)

## КОНТАКТЫ:

Дмитрий Леонов,  
тел. +7 (916) 600-17-69,  
E-mail – [dmitry@leonov.consulting](mailto:dmitry@leonov.consulting)



[СКАЧАТЬ РЕЗЮМЕ ТРЕНЕРА](#)

