

Программа двухдневного тренинга

«Создание и проведение аналитических презентаций для торговых сетей»

1. Инструменты работы с категорией

(домашнее задание с разбором на тренинге)

- Передние и задние корзины ритейлера, KVI, ТПЦ и их цели.
- Роли и ниши SKU в категории, как отстроиться от конкурентов.
- Финансовые KPI байера.

2. Инструменты исследования сетей и категорий

(домашнее задание с разбором на тренинге)

- Использование кассовых продаж сетей.
- Создания аналитического контента для переговоров.
- Поиск «сильной позиции» в категории на основе аналитики.

3. Ценностное предложение (CVP – customer value proposal) – основа для сценария презентации.

- Что такое ценностное предложение для покупателя и для байера.
- Структура презентации: главный вопрос, особенности категории в сети, специфика категории на рынке и ее драйверы роста, решения, направленные на рост категории, призыв, план действий.
- Проверка сценария по технике «12 шагов героя».
- Использование ментальных карт.

4. 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.

5. Оформление сценария презентации в слайды.

- «Принцип самодостаточности слайдов» при разделении сценария на слайды.
- Техника «продающих заголовков» Маккинзи.
- Использование шрифтов, образов и других графических элементов.

6. Эффективное использование диаграмм.

- Правила применения различных типов диаграмм.
- 10 правил визуализации цифровой информации.
- Как оформить диаграмму, чтобы она не вызвала «двойного понимания»?
- Необходимость и достаточность графического дизайна диаграмм.

7. Проведение презентации.

- Завоевание и удержание внимания байера: «крючки» внимания, эффект первых фраз, повторы, призывы, противопоставления, цитирование. Принципы красивой и понятной речи.
- Приемы адаптации информации к устному (телефонному) выступлению: оперирование краткими структурами, расстановка логических ударений, паузация текста, интонационное выделение.

8. «Лучшие практики» или библиотека инструментов

- Стратегические инструменты КАМ: презентации годовые переговоры, совместное планирование, квартальный бизнес-обзор, рекомендации к пересмотру категории.
- Тактические инструменты КАМ: презентации компании и ассортимента, ввод нового SKU, ротация SKU, расширения географии.
- Мнение байеров, какая аналитика должна быть в ваших презентациях, и их типовые возражения.

9. В каждом из модулей

- 50% времени теория, 50% - практика.
- Ролевые игры, решение свежих кейсов с федеральными сетями.
- Онлайн-тестирования и чек-листы.
- Геймификация тренинга, викторины, призы.
- Участники, сдавшие тесты, получают сертификаты.
- Раздаточные материалы – все слайды тренинга.
- В подарок – книга Дмитрия Леонова «Практикум Поставщика».

Контакты: Дмитрий Леонов, dmitry@leonov.consulting, +7 916 600 17 69