กลยุทธ์การบริหารกองทัพนักขาย (Sales Force Management Strategy)

การบริหารงานขาย เป็นเครื่องมือหนึ่งในการผลักดันให้ผลการทำงานที่เกิดขึ้นในทุกเมื่อเชื่อวันของพนักงานขายทรงประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจและอยู่ได้ขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะเศรษฐกิจผันผวนอยู่ ดังนั้น ผู้ที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนผลักดันในบทบาทของหัวหน้าทีมขาย จึงต้องเรียนรู้ทักษะและศิลปะในการบริหารพนักงานขายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น กลยุทธ์การบริหารกองทัพนักขาย (Sales Force Management Strategy) คือ กุญแจ ดอกสำคัญในการบริหาร“กองทัพนักขาย” ให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างลักษณะนิสัยที่ดีในการทำงานขาย

วัตถุประสงค์ : หลักสูตรนี้มุ่งหมายให้ผู้เข้ารับการเรียนรู้...

+ เรียนรู้เทคนิควิธีการการบริหารงานขายให้มีประสิทธิภาพ
+ เรียนรู้เทคนิคการเป็นโค้ช หรือพี่เลี้ยงในการชี้แนะและสอนงานแก่พนักงานขาย
+ เรียนรู้วิธีการกระตุ้นและปลุกเร้ากำลังใจให้พนักงานขาย
+ แลกเปลี่ยนประสบการณ์และมุมมองกับผู้เข้าร่วมอบรมท่านอื่น และวิทยากร

หัวข้อเรียนรู้ :

+ **ภารกิจหลัก 4 ด้านของผู้บริหารงานขาน**
  - การวางแผนงานขาย การเตรียมงานและพิชิตยอดขาย (Plan Prepare & Execute)
  - การทบทวนผลงาน การประเมินผลงานและการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Review Appraisal & Feedback)
  - การชื่นชม ให้รางวัลและรักษาวินัย (Recognize Reward & Discipline)
  - การสอนงาน พี่เลี้ยงและพัฒนาความสามารถ (Coach Mentor & Develop)
+ **การวางแผนการทำงาน 5 แบบ**
  - รายวัน (Sales Daily Plan)
  - รายสัปดาห์ (Sales Weekly Plan)
  - รายเดือน (Sales Monthly Plan)
  - รายไตรมาส (Sales Quarterly Plan)
  - รายปี (Sales Yearly Plan)
+ **การตั้งเป้าหมายการขายจากใหญ่ไปเล็ก และจากเล็กไปใหญ่ (Sales Target & Goal Setting)**
+ **การประชุมทีมงานขายและการแบ่งปันประสบการณ์ (Sales Meeting & Sharing)**
+ **การทำ Sales Clinic**
+ **การสอนงานแบบตัวต่อตัวและแบบกลุ่ม (One on one & Group Training)**
+ **การสอนงานภาคสนาม (Join Field Coach)**
+ **การสร้างแรงบันดาลใจและปลุกเร้าให้พนักงานขายมุ่งมั่นทำงาน (Sales Encouragement)**
+ **การประเมินและติดตามผลงานขาย (Sales Monitoring & Evaluation)**
+ **การช่วยแก้ปัญหาและตัดสินใจ (Problem Solving)**
+ **การใช้เครื่องมือการขาย เช่น แคมเปญ และโปรโมชั่น (Sales Promotion)**

ต่อหน้า 2

รูปแบบการเรียนรู้ :

+ บรรยายแบบกระชับ (Mini-lecture)
+ กรณีศึกษา พร้อมคำแนะนำในการนำไปปรับใช้ในการบริหารงานขาย
+ ฝึกปฏิบัติตามโจทย์ที่กำหนด แสดงบทบาทสมมติ พร้อมคำแนะนำจากวิทยากร
+ กิจกรรมกลุ่ม พร้อมนำเสนอและอภิปรายร่วมกัน

ระยะเวลา : 1-2 วัน ตามที่องค์กรกำหนด

กลุ่มเป้าหมายผู้เข้ารับการเรียนรู้ :

+ ผู้จัดการ หัวหน้าเขตการขาย และหัวหน้าทีมขาย

หมายเหตุ : เนื้อหา Tailor-made ได้ตามความต้องการของลูกค้า โดยสามารถปรึกษาโดยตรงกับวิทยากร ที่ไอดีไลน์ C_orawong