

# НОВЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Что делать?

**ПОЧЕМУ МОГУ ГОВОРИТЬ  
ОБ ЭТОМ?**

# ПРАКТИК В УПРАВЛЕНИИ и ОБУЧЕНИИ

>20 лет

в реальном  
бизнесе

>10 лет

обучаю команды

# С 2003 года ТОП менеджер в крупных компаниях

**> 2,5** млрд USD

Продаж под моим  
управлением

**1** млрд USD

оборот компании,  
которой я управлял



# 10 лет совмещаю работу в бизнесе и образовательную деятельность

> 10 000

Провел часов тренингов  
и коучинга

> 8 000

Человек обучил

# КОМПАНИИ, ГДЕ Я РАБОТАЛ

УльтраСтар

связь оправдывает средства  
Евросеть®

 GENERAL  
SATELLITE

  
bercut

RBI

 Группа Эталон

...самолет  
девелопмент



Собираю





**ЧТО СЕЙЧАС**

**ПРОИСХОДИТ?**



СИТУАЦІЯ ПОМЕНЯЛАСЬ

**А Я – НЕТ!**

## 2 тренда в изменениях

1. МИР  
ИЗМЕНИЛСЯ

2. МЫ НЕ ХОТИМ  
ИЗМЕНЯТЬСЯ

**1. МИР**

**ИЗМЕНИЛСЯ**

# Мы сейчас наблюдаем

1. Изменение экономической ситуации в мире, России и отрасли
2. Усиление метаболизма изменений
3. Изменение потребительского поведения клиента
4. Усиление конкуренции во всех сегментах рынка
5. Изменение поведения и мотивов сотрудников



**2. МЫ НЕ ХОТИМ  
ИЗМЕНЯТЬСЯ**



**ОЦЕНИ СЕБЯ САМ**



# ОЦЕНИ СЕБЯ САМ

1. Вы можете запустить конференцию в Zoom
2. Вы понимаете отличия между доской, списком и карточкой в Trello
3. Вы сделали за месяц минимум 3 презентации в Power Point?
4. Вы записали минимум 3 видео за неделю и разместили их в соц сетях?
5. За последние 30 дней вы посмотрели минимум 3 вебинара или online обучений?

## ОЦЕНИ СЕБЯ САМ

6. Вы провели за последний месяц более 10 встреч с клиентами в онлайн?
7. Вы были на 3-х встречах с конкурентами?
8. Вы провели со своей командой на этой неделе минимум 2 встречи онлайн?
9. Если клиент предложит вам встретиться в Teams, вы понимаете о чем идет речь?
10. Вы знаете отличия онлайн продажи от живой?

# ОЦЕНИ СЕБЯ САМ

11. Вы провели за месяц несколько презентаций недвижимости онлайн?
12. Вы проводите сделки дистанционно?
13. У вас есть система оценки удовлетворённости ваших клиентов?
14. У вас есть система лояльности для ваших клиентов?
15. Вы оцениваете свою эффективность минимум по 20 параметрам?

## 2 действия

1. ДУМАТЬ  
ПО НОВОМУ

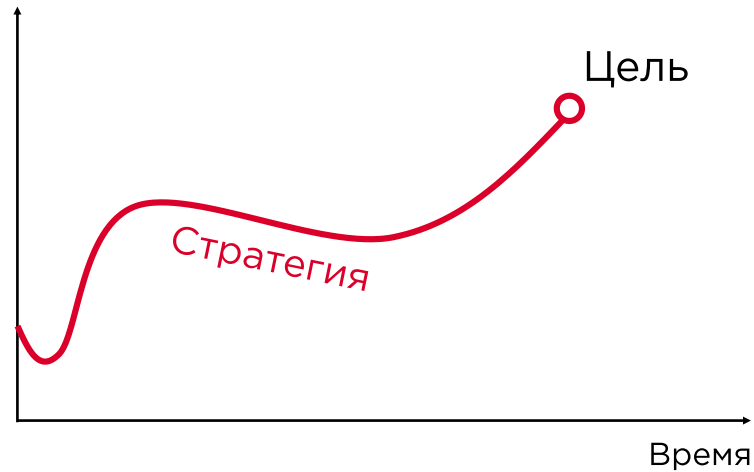
2 ДЕЛАТЬ  
ПО НОВОМУ

# РАЗРАБОТКА НОВОЙ СТРАТЕГИИ





# Что такое стратегия?



Стратегия (от гр. stratos – войско, ago – веду) может быть определено понятно, если получить ответы на три вопроса:

- ОТКУДА ведут войско?
- КУДА ведут войско?
- КАК ведут войско?

# Стратегия или операционная эффективность

 **МАГНИТ** vs.

  
**ВкусВилл**

**КАКИЕ СТРАТЕГИИ  
БЫЛИ РАНЬШЕ**

# Стратегические цели



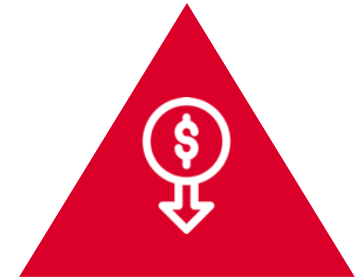
Объем продаж



Цена



Качество



Затраты

# Стратегические цели



Объем продаж

=

Системное привлечение клиентов

# Стратегические цели



Объем продаж



Цена

=

Дифференциация по продукту

# Стратегические цели



Объем продаж



Цена



Качество

=

Клиентоориентированность

# Стратегические цели



Объем продаж



Цена



Качество




Затраты

=

???



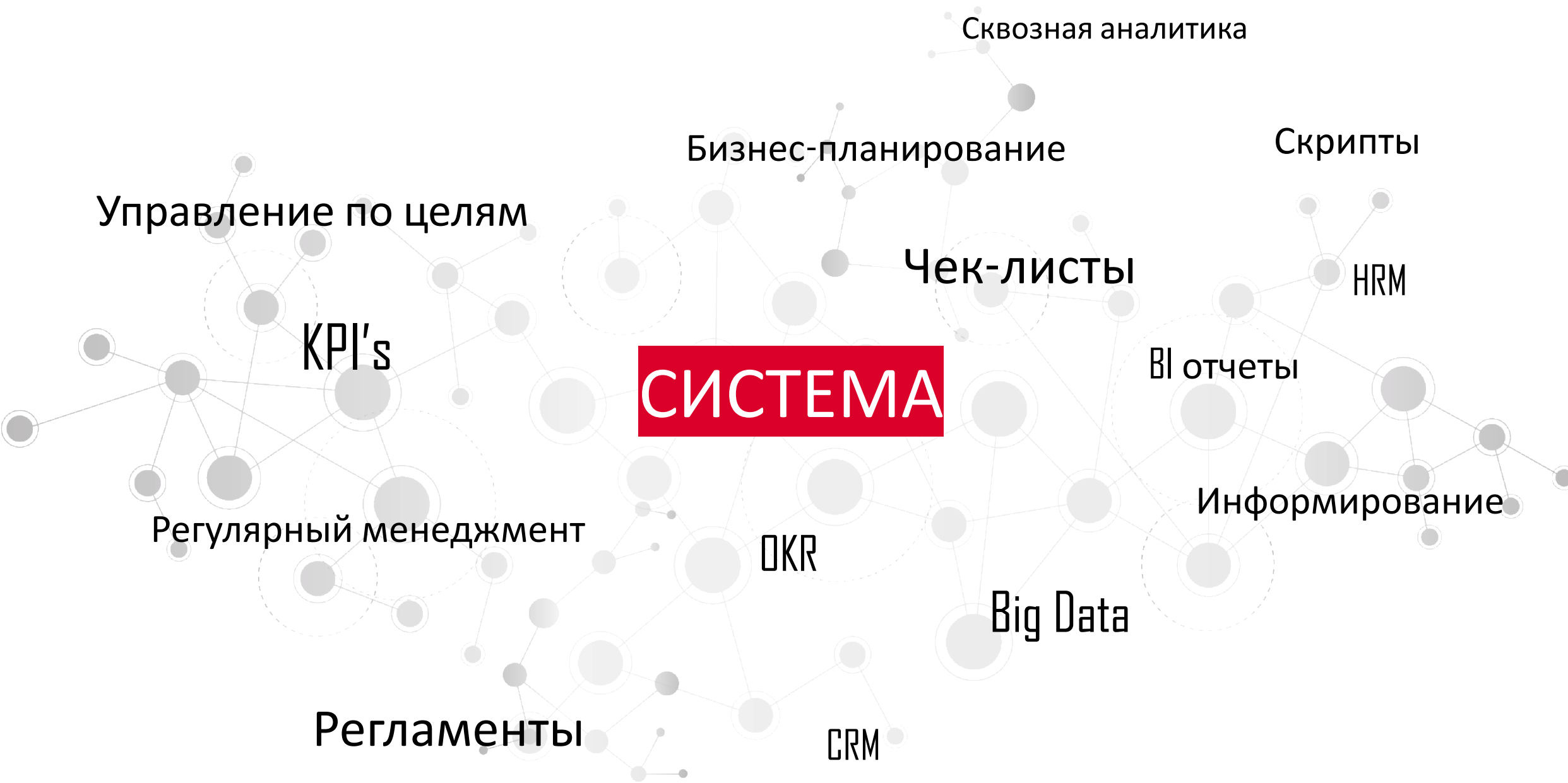
A photograph of a thin, brown cow standing in a rocky, sparsely vegetated field. The cow is facing right and has a decorative collar with red and yellow ornaments around its neck. A small purple flower is tucked into its hair on the top of its head. A thin rope is attached to its nose. The cow's ribs are clearly visible, indicating it is underweight. In the background, another cow is partially visible on the right side.

Чтобы корова меньше ела  
и давала больше молока, ее нужно  
меньше кормить и больше доить

# Стратегия продаж в будущем – это...



# СИСТЕМА



**СИСТЕМА**

Сквозная аналитика

Бизнес-планирование

Скрипты

Управление по целям

Чек-листы

HRM

КPI's

BI отчеты

**СИСТЕМА**

Информирование

Регулярный менеджмент

OKR

Big Data

Регламенты

CRM

# Что можно сделать

## СТРАТЕГИЯ

Где и кто мы сейчас?

Куда мы хотим прийти  
и кем хотим быть?

Как мы это будем делать?

## БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ

Управление по целям

Аджайл подход

Операционная  
деятельность

Статистика

Регулярная  
деятельность

Управление  
изменениями

## ЛЮДИ

Найм

Адаптация

Оценка

Обучение

Мотивация

Оценка лояльности

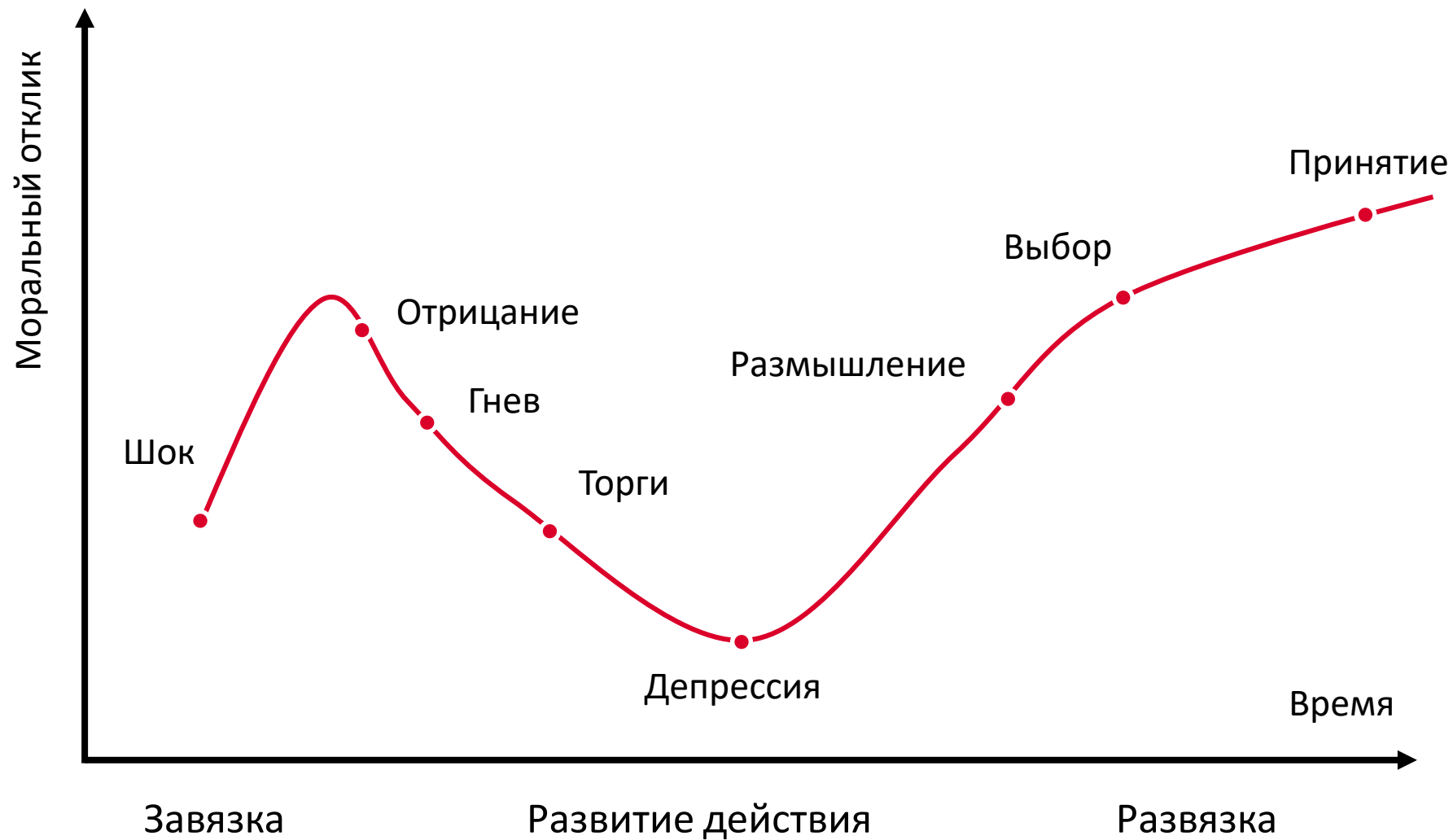


«Успех — это 1 процент  
вдохновения и девяносто девять  
процентов пота»

Томас Эдисон



# Непрерывность изменений





Что нам делать?

Что нам делать?

Что нам делать?

Что нам делать?

Что нам делать?

Что нам делать?

Что нам делать?

Что нам делать?

Что нам делать?

Что нам делать?

Что нам делать?

Что нам делать?

**5 ВОПРОСОВ**

№1:

Какие у нас цели?

№2:

Зачем лично мне  
это нужно?

№3:

Что именно мне нужно  
делать?

№4:

Как меня будут оценивать?

№5:

Чем мне помогут?

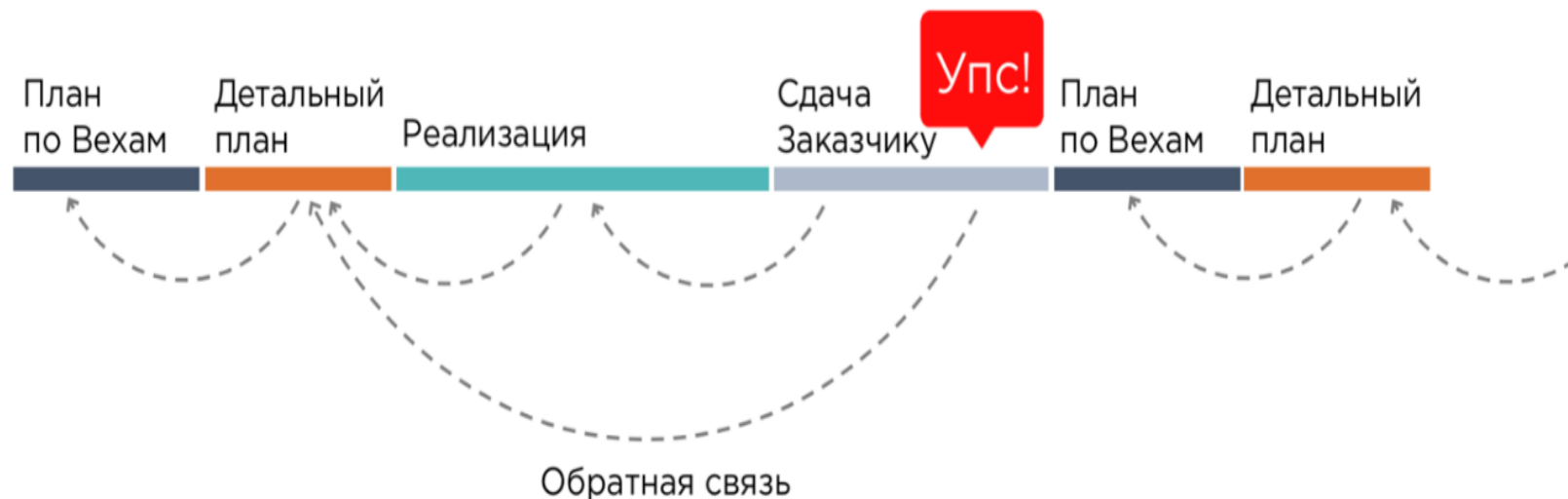
**ГИБКОСТЬ**



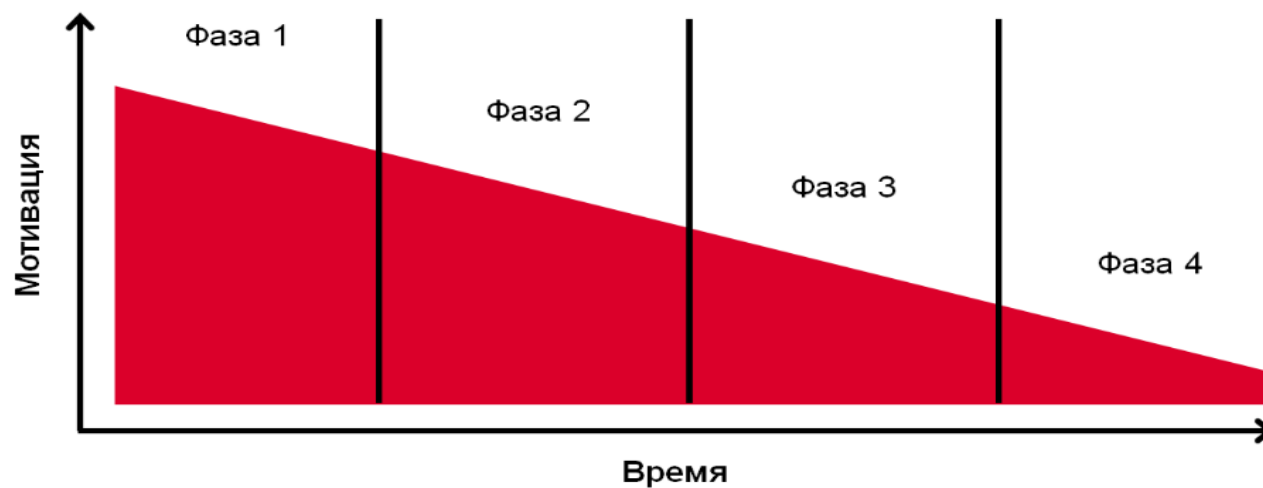
# КТО ИЗ ВАС МОЖЕТ ОБЪЯСНИТЬ ЧТО ТАКОЕ AGILE?

???→

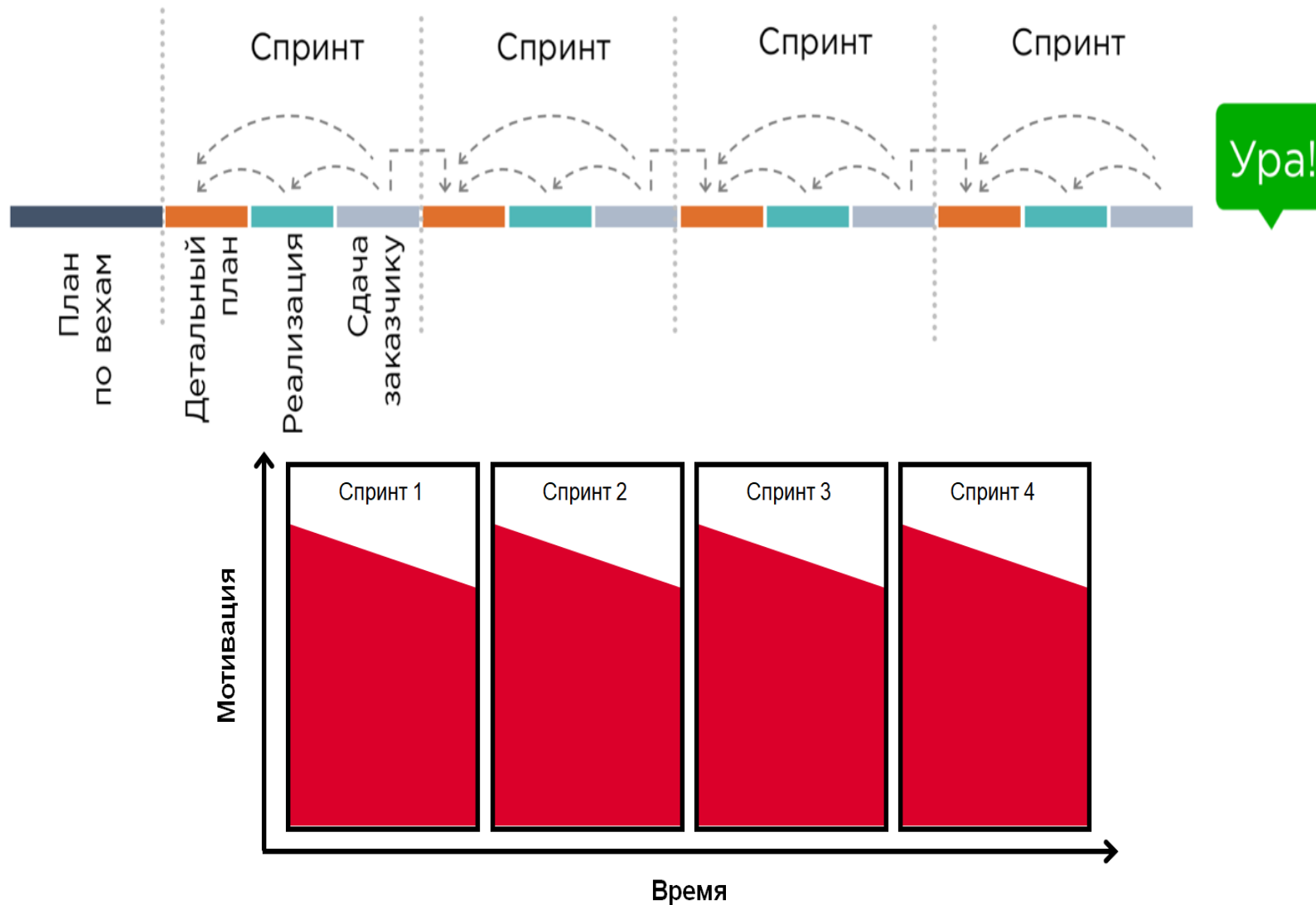
# Традиционное управление



## Традиционная/Фазовая модель



# Управление в формате Agile



# Как это работает



# План единоразовых действий: создание Бэклог

1. Выберите основные направления, по которым вам необходимо реализовывать наборы задач. Это могут быть как направления (Стратегия, Финансы, Продажи, Продукт, Производство, Логистика, Реклама, IT, Персонал...), так и проекты (Внедрение CRM, Перевод на удаленную работу, Изменение системы мотивации)
2. По каждому направлению составьте список действий-задач, которые вам необходимо реализовать для достижения стратегических целей по этим направлениям. Задача должна быть описана так, чтобы она помещалась в выбранную вами длительность спринта, я рекомендую длительность Спринта в кризисный период 1 неделя.
3. Задачи в Бэклог заносите все, что сейчас приходят к вам в голову.
4. У каждой задачи могут быть прописаны (это не обязательно, так как технология Agile подразумевает гибкость, а это значит, что когда появится необходимость реализовать эту задачу, в этот момент нужно будет выбрать актуальных ответственных)

# Создание 1-го Спринта

1. Определите временной интервал, на который вы будете планировать задачи – длительность Спринта. Я рекомендую в кризисный период уменьшать длительность Спринта до 1 недели.
2. Составьте 1-й спринт.
  - Спринт мы формируем Единый, в нем находятся все задачи, которые вам необходимо решить за следующий временной отрезок. Я рекомендую на начальном этапе использовать именно этот вариант.
  - Вам необходимо выбрать задачи, которые необходимо-возможно сделать в следующий временной период. Задачи определяются совместно 1-м лицом (лидером) и Командой. Здесь необходим баланс Необходимости и Возможности. Идеальный вариант – команда формирует спринт и с ним согласен Лидер.
  - В каждой задаче в Спринте должны быть отмечены (в минимальной версии):
    - Ответственный за задачу
    - Срок реализации (он может оканчиваться раньше, чем спринт)

# Регулярные действия (I)

1. Назначьте 2 встречи (их можно объединить, но для повышения эффективности работы сотрудников рекомендую разделить):
  - Подведение итогов Спринта за прошлую неделю. Проводите его в пятницу.
  - Составление нового Спринта на месяц. Проводите его в понедельник с утра.
  - Разделение этих 2-х встреч, позволит фокусировать сотрудников на задачах в начале недели и запустить процесс саморефлексии на выходных.
2. Сценарий встречи Подведение итогов Спринта:
  - Модератор встречи (1-е лицо/Лидер) последовательно называет задачи и Ответственный за задачу сообщает статус. Возможны следующие статусы:
    - Выполнено
    - Отменено
    - Возврат в Спринт – задачу возвращаем в Спринт и в понедельник вернемся к вопросу переносить ли ее в новый спринт или нет.
  - Обращаю внимание, что на встрече ТОЛЬКО озвучиваются статусы. На встрече НЕ происходит демонстрация результатов – это производится ДО встречи по итогам Спринта.
  - В конце встречи Модератор задает 2 вопроса Команде и просит высказаться каждого (цель этого действия – определить помогающие и мешающие факторы, лидер может включиться в устранение недостатков):
    - Что помогало в реализации Спринта?
    - Что мешало в реализации Спринта?

# Регулярные действия (2)

## 1. Сценарий встречи Формирование Нового Спринта:

- Модератор предлагает Команде сформировать Спринт на новый период. Команда самостоятельно предлагает задачи для занесения в Спринт
- Модератор – Лидер предлагает свои варианты задач для занесения в Спринт.
- В каждой задаче в Спринте должны быть отмечены (в минимальной версии):
  - Ответственный за задачу
  - Срок реализации (он может оканчиваться раньше, чем спринт)
- Возможно дополнить описание задачи:
  - Направление. Например, задача может быть описана так: Продажи. Создать ежедневный отчет по продажам всех сотрудников компании. ВАН ИВАНОВ.
  - Командой, реализующей эту задачу
  - Подзадачами, которые необходимо решить для выполнения задачи



# ПРОГРАММНОЕ РЕШЕНИЕ



ЛЮДИ

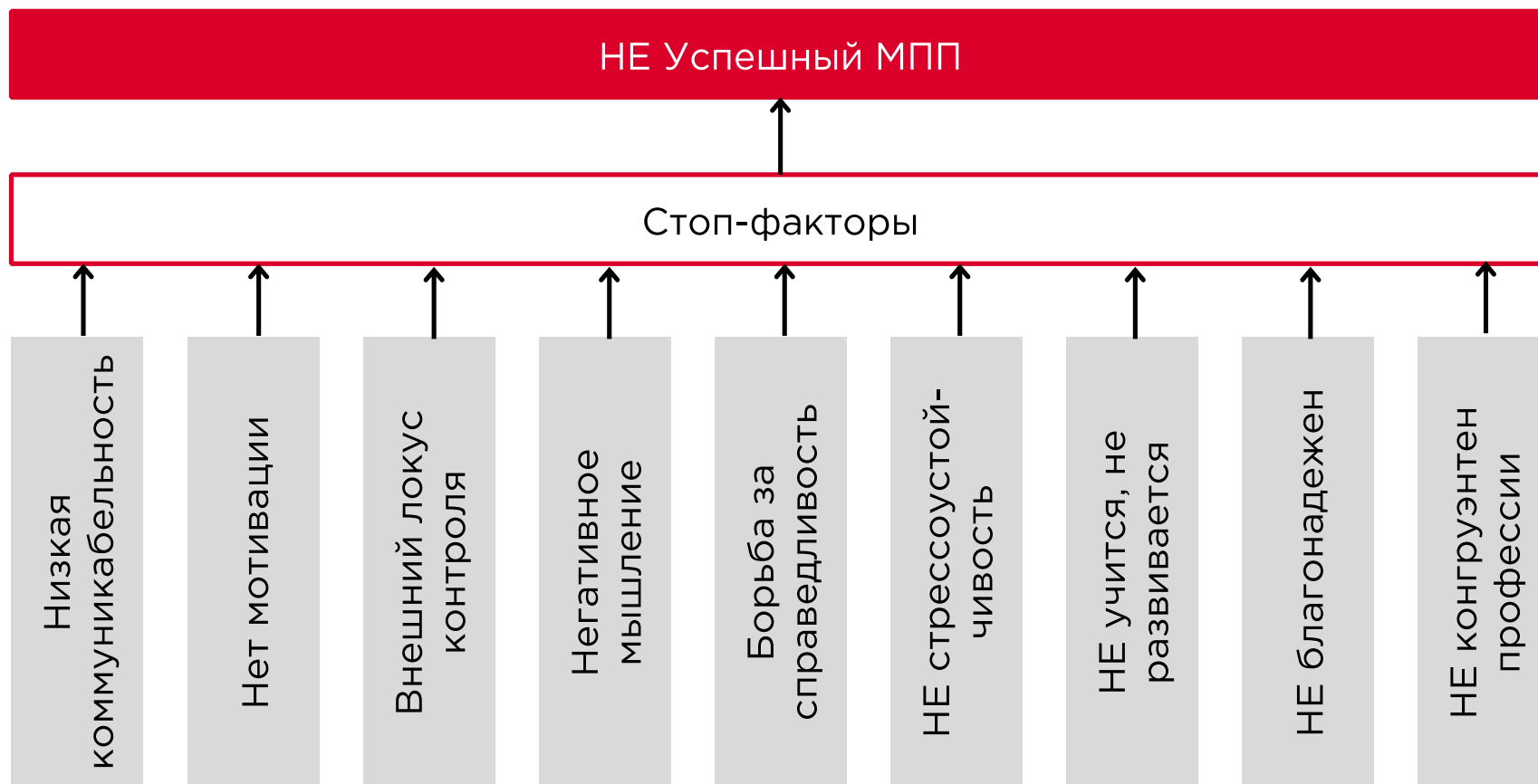
НАЙМ







# Стоп-факторы



# Домашнее задание



# Пример ДЗ


1. Подготовка презентации (продажи) себя. В PowerPoint на 5 минут. Обязательно ответ на вопрос: Почему люди выбирают профессию "Менеджер по продажам"!
2. Произвести аудит работы нашей компании: 1 раз позвонить в отдел продаж в качестве Тайного покупателя и произвести покупку. По итогам: составить отчет по итогам покупки тайным покупателем в PowerPoint на 5 минут:
  - что соответствует технологии продаж
  - что не соответствует
  - что было эффективно
  - что сделал бы по-другому.
3. Подготовка к деловой игре: Вы - продавец. Вам необходимо изучить 1 объект компании так, чтобы смог его продать клиенту. Вам необходимо подготовиться к встрече или звонку клиента.



# ПРОДАЖА РАБОТЫ







Продажа  
работы



**Технология продажи работы:**

- Назначить встречу **«предложение работы»**
- Подготовить презентацию:
  - Компании на основе выгоды
  - Целей - будущего
  - Структуры подразделения
  - Функционала
  - Что стоит ожидать: сложно и не бросим
  - Что у нас не принято
  - Мотивации
  - Предложение
- Распечатать в цвете 2 раза
- Провести встречу **«предложение»** по технологии продаж

# АДАПТАЦИЯ



ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПН
Оформление	Экскурсия по проекту	Экскурсия по проекту	Экскурсия по проекту	Экскурсия по проекту
<b>Welcome online</b>	<b>Welcome</b> в УЦ		Групповой КОУЧИНГ	ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ЭКЗАМЕН
<b>Online курс</b> Законодательство		<b>Online курс</b> Ипотека		
	Практикум ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО		Практикум ИПОТЕКА	
			Посещение Конкурента	
		Встреча с Администратором		Встреча с Показчиком
18 минутная встреча с Наставником	18 минутная встреча с Наставником	18 минутная встреча с Наставником	18 минутная встреча с Наставником	
Realty sales онлайн: Современная система продаж	Realty sales онлайн: Презентация проектов	Realty sales онлайн: Презентация компании и цены	Realty sales онлайн: Отработка возражений по цене	Realty sales онлайн: Отработка прочих возражений
Тестирование ЧАСТИЧНОЕ	Тестирование ЧАСТИЧНОЕ	Тестирование ЧАСТИЧНОЕ	Тестирование ЧАСТИЧНОЕ	Тестирование ЧАСТИЧНОЕ
	3 звонка друг другу	3 звонка друг другу	3 звонка друг другу	3 звонка друг другу



# ОЦЕНКА

7

9

5

8





# KPI's по типам

## 1-го порядка

- Оказывающие ключевое влияние на формирование Прибыли организации
- Контролируются TOP менеджментом
- Максимально часто отслеживаются
- Лежат в основе планирования
- Оказывают основное влияние на систему мотивации
- От 3 до 5 штук

## 2-го порядка

- Являются детализацией KPI's 1-го порядка
- Позволяют анализировать элементы системы
- Контролируются руководителями подразделений
- Отслеживаются обычно 1 раз в месяц или в квартал
- Не всегда оказывают влияние на систему мотивации
- Часто распределены по направлениям
- Может быть не ограниченное количество

# KPI's 1-го порядка

- Прибыль, деньги
- Выручка, деньги
- Объем или выполнение плана Контрактование (что законтрактовано по договору): квм или %
- Объем или выполнение плана Контрактование (что законтрактовано по договору): деньги или %
- Объем или выполнение плана Контрактование (что законтрактовано по договору): штуки или %
- Объем или выполнение плана Поступления (что поступило в кассу по новым договорам): квм иои %
- Объем или выполнение плана Дебиторская задолженность (что поступило в кассу по старым договорам: квм или %
- Выполнение плана по средней цене (по какой средней цене продавали), рубли или %

# KPI's 2-го порядка

	Примеры
Продвижение	<ul style="list-style-type: none"> <li>Количество ил выполнение плана по Обращениям, шт или %</li> <li>Типы обращений по каналам продвижения, шт</li> </ul>
Сайт	<ul style="list-style-type: none"> <li>Стоимость 1 сделки (затраты на рекламу делим на все количество сделок), деньги</li> <li>Время на сайте (Среднее время (мин.), проведенное посетителем на сайте за сессию), мин</li> <li>Глубина просмотра (среднее кол-во просмотренных посетителем страниц за сессию), страниц</li> <li>Отказы (количество посетителей, покинувших сайт в течении 15 сек), %</li> <li>Время загрузки страниц (Среднее время (сек.) загрузки страниц на сайте), сек</li> <li>Uptime (Процент бесперебойной работы сайта за период), %</li> </ul>
Брендинг	<ul style="list-style-type: none"> <li>Узнаваемость бренда (спонтанная и наведенная), %</li> <li>Индекс доверия, %</li> <li>Индекс готовности к покупке, %</li> </ul>
Телефония	<ul style="list-style-type: none"> <li>Объем или доля Потерянные обращения (не приняты КЦ), штуки ли % от всех обращений</li> <li>Объем или доля Не переведенные на менеджера с первого раза, штуки ли % от всех обращений</li> <li>Среднее время взятия трубки, сек</li> <li>Среднее время переключения на менеджера, сек</li> </ul>
Конверсия	<ul style="list-style-type: none"> <li>Встреч по итогам первичного обращения/Первичные обращения, %</li> <li>Сделки/Первичные обращения, %</li> <li>Сделки/Встречи по итогам первичного обращения, %</li> </ul>
Ипотечка	<ul style="list-style-type: none"> <li>Объем или выполнение плана продаж по направлению (штуки или деньги), шт/деньги или %</li> <li>Количество активных (продавших не менее 1 единицы) банков за период (месяц, год), шт</li> <li>Конверсия: Подано/Одобрено, %</li> <li>Конверсия Одобрено/Договор, %</li> <li>Конверсия Подано/Договор, %</li> </ul>
Партнерские продажи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Объем или выполнение плана продаж по направлению (штуки или деньги), шт/деньги или %</li> <li>Количество активных (продавших не менее 1 единицы) партнеров за период (месяц, год), шт</li> <li>Количество новых (ранее не покупавших) партнеров в за период (месяц, год), шт</li> <li>Количество возвращенных (ранее покупавших, но прекративших работу со временем) партнеров за период (месяц, год), шт</li> </ul>
Корпоративные продажи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Объем или выполнение плана продаж по направлению (штуки или деньги), шт/деньги или %</li> <li>Количество активных (продавших не менее 1 единицы) корп клиентов за период (месяц, год), шт</li> <li>Количество новых (ранее не покупавших) корп клиентов в за период (месяц, год), шт</li> <li>Количество возвращенных (ранее покупавших, но прекративших работу со временем) корп клиентов за период (месяц, год), шт</li> </ul>
Эффективность	<ul style="list-style-type: none"> <li>Стабильность выполнения плана продаж за год, раз в год</li> <li>Количество работающих сотрудников, человек</li> <li>Сделок на 1сотрудника за период, штук</li> <li>Выручка на 1 сотрудника за период, деньги</li> <li>Доля коммерческих затрат (Реклама, маркетинг, ФОТ продавцов, сервис, логистика) к объему продаж, %</li> <li>Доля управленческих затрат (Аренда офисов, ТМЦ, ФОТ всех остальных, поддержание деятельности)</li> <li>Цикл сделки, дни</li> <li>Средняя цена за период (в целом и по продуктовым направлениям), деньги</li> <li>Типы оплаты (100%, расрочка, ипотека), % от общего</li> </ul>
Клиентская база	<ul style="list-style-type: none"> <li>Оценка первичных обращении по телефону по чек-листу, баллы или %</li> <li>Количество клиентов в базе, шт</li> <li>Количество активных (продавших не менее 1 единицы) клиентов за период (месяц, год), шт</li> <li>Количество новых (ранее не покупавших) клиентов за период (месяц, год), шт</li> <li>Количество возвращенных (ранее покупавших, но прекративших работу со временем) клиентов за период (месяц, год), шт</li> <li>Количество повторных клиентов, шт</li> <li>Количество клиентов по рекомендации, шт</li> </ul>
Люди	<ul style="list-style-type: none"> <li>Кол-во нарушений со стороны сотрудников за период, шт</li> <li>% Текучести персонала, %</li> </ul>
Лояльность	<ul style="list-style-type: none"> <li>Удовлетворенность клиента, единицы</li> <li>NPS, %</li> </ul>
Кросс продажи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Кол-во жалоб/рекламаций, шт</li> <li>Объем и доля продаж с отделкой, шт/деньги или %</li> </ul>



## Аттестация

### **Тестирование:**

- Знание продукта компании,
- Рынка, конкурентов,
- Бизнес-процессов принятых в компании,
- Технологии продаж.

**Деловая игра:** телефонный звонок

**Деловая игра:** встреча с клиентом

**Деловая игра:** разгневанный клиент

**Деловая игра:** презентация продукта

**Деловая игра:** кейсы

**Комплексная оценка компетенции МПП**





# СИСТЕМА МОТИВАЦИИ «РЕЙТИНГ»



# Пример

- За выполнение планов продаж: 120% и более = 6, 100% и более 2, Менее 100% = 0
- За оценку клиента средняя по итогам квартала: Удовлетворенность > 9,8 = 3, Удовлетворенность > 9,6 = 1, Менее 9,6 = 0
- За оценку телефонных звонков: Оценка > 14 = 3, Оценка > 11 = 1, менее 11 = 0
- Оценка руководителя (дисциплина, соблюдение норм и правил): Сверх доволен = 3, Доволен = 1, Не доволен = 0
- Дресс-код (оценивает руководитель): Есть = 3, Нет = 0
- Доля продаж в ипотеку: Доля > 60% = 3, Меньше 60% и Доля > 49% = 1, Доля < 49% = 0
- Стабильность выполнения плана продаж за квартал (контрактование квм, контрактование руб): 6 из 6 = 3, 5,4 из 6 = 1, 3 и менее = 0
- Конверсия Обращения/Сделка: Лучшие 5 показателей по ТУ за 3 месяца = 3 бала, Следующие 5 показателей = 1 балл, Остальное = 0 баллов



# СИСТЕМА МОТИВАЦИИ «ОСКАР»





**ОБУЧЕНИЕ**





# Андрагогика – обучение взрослых людей



# Отличия обучения взрослых людей

1. Решение учиться или не учиться принимает добровольно
2. Нельзя навязать ненужные, лишние и бесполезные знания
3. Опыт прошлого сильно влияет на обучение – ставит под сомнение
4. Не интересуется общетеоретические темы без практического применения
5. Обучение не ведущая деятельность, а вспомогательная – приоритеты так и расставляются



# Принципы обучения взрослых людей

## ОБУЧЕНИЕ ВЗРОСЛЫХ ЛЮДЕЙ



ВЫБОР ФОРМАТА



МИКРО ДОЗЫ



ПРАКТИЧНОСТЬ



МОТИВАЦИЯ

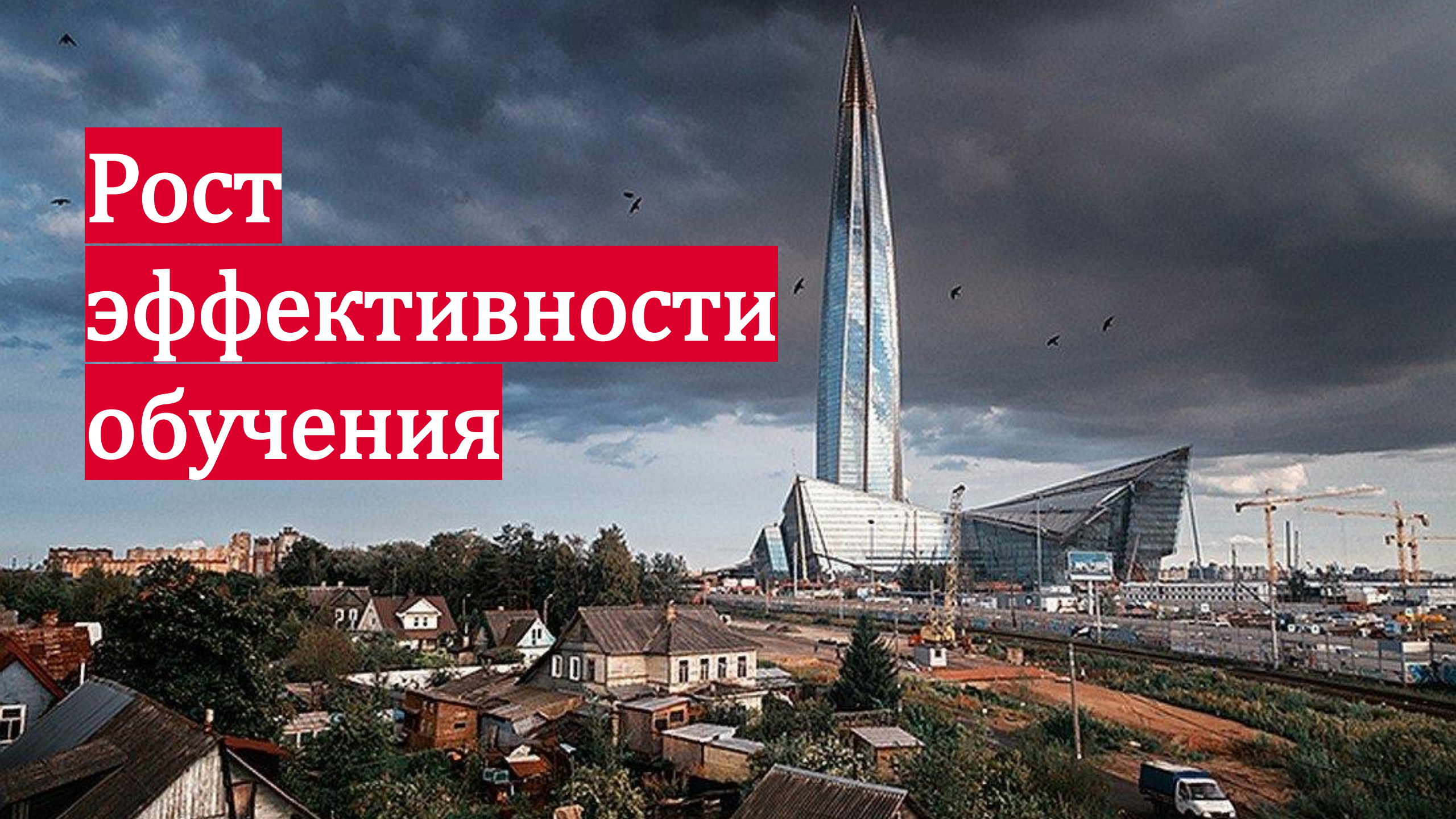
КАКИЕ

ЗАДАЧИ Я ВИЖУ У ЗАКАЗЧИКА?





# Рост эффективности обучения





Изменение

KPI's



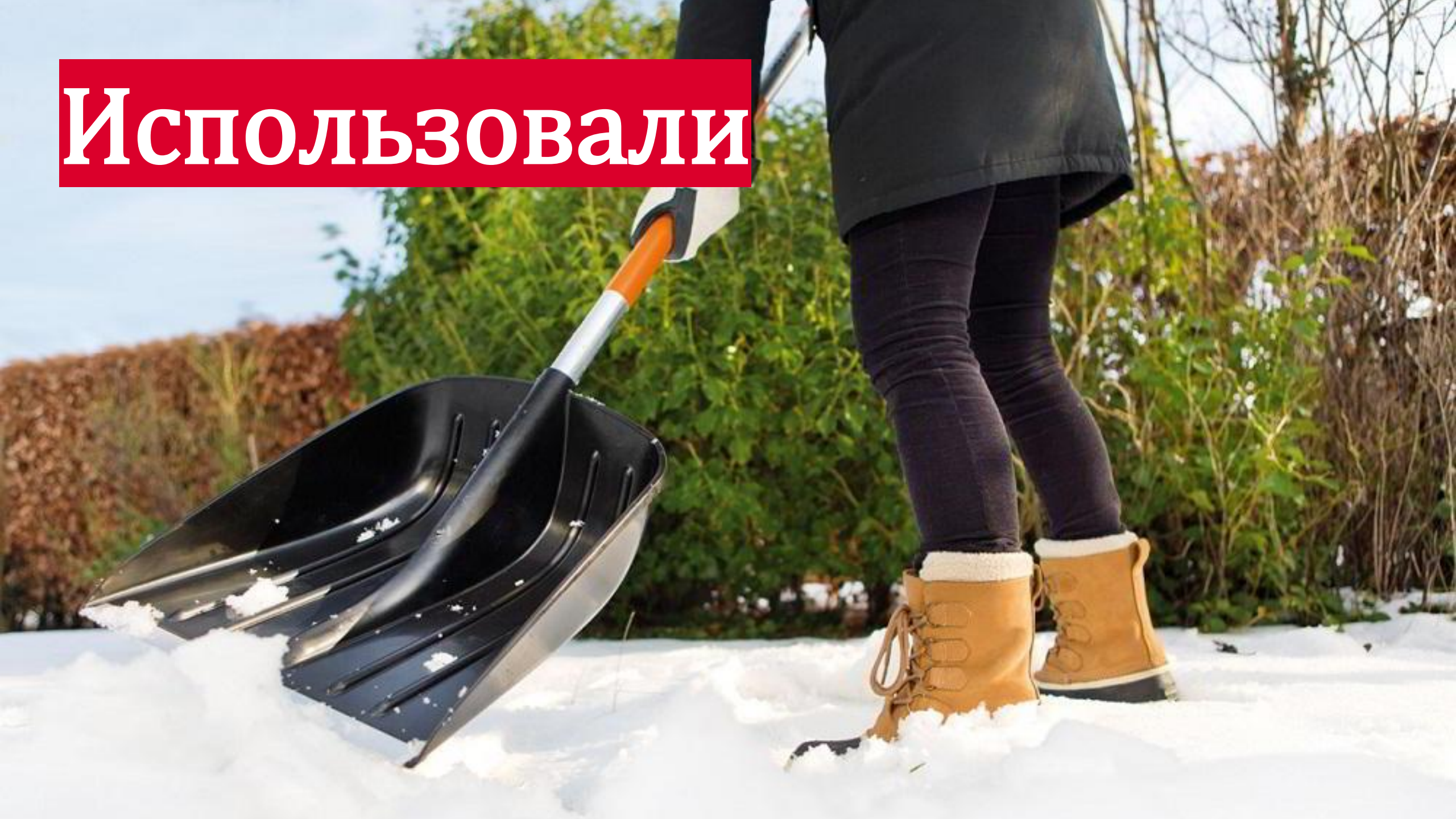


# Снижение затрат





**Использовали**





**ЕСТЬ РЕШЕНИЕ**





Практично



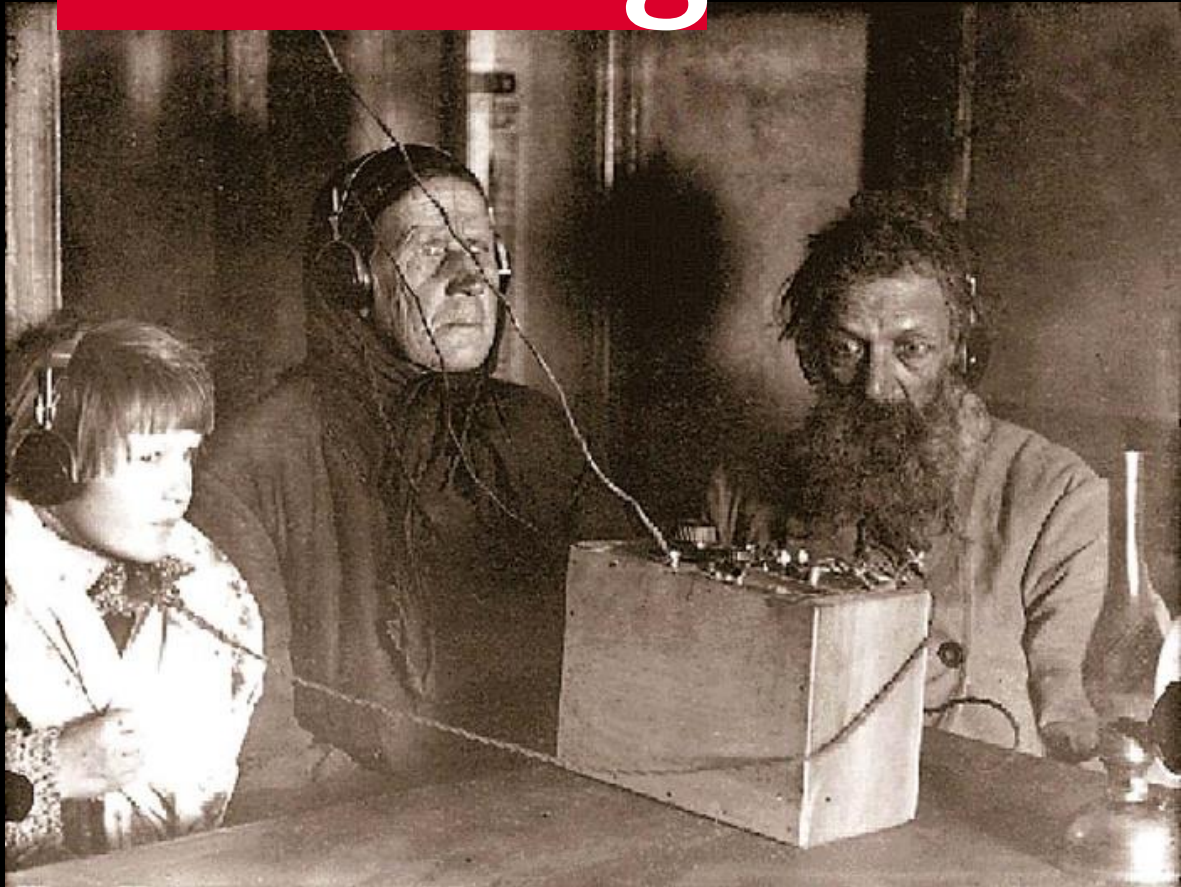


**MICRO**

**Learning**



# Blending Learning





**REALTY**  
**SALES**

Онлайн-курс по продажам  
в недвижимости  
от Андрея Останина



# Как поднять уровень энергии





**«КЛИН КЛИНОМ»**





# Как запомнить 100+ проектов





# Технология визуализации



# Как отрабатывать возражение «ПРАВДА»



# «Бутерброд»



# Наставничество





## Разминка и мотивация на обучение

Активизация на работу, показать реальный уровень, создать мотивацию к обучению, демонстрация выгоды.

## Обучение

Наставничество:  
передача знаний

Коучинг: поддержка  
в самостоятельном развитии

## Мотивация на применение

Помощь, поддержка и влияние в применении знаний и формирования первичного навыка в работе



# Разминка

- За 1 минуту назовите как можно больше вопросов (которые Вы можете задать Вашему клиенту, когда выясняете его потребность) на 1 вопросительное слово: Как, Что, Сколько, Когда, Где, Почему, Зачем. Норма – 15 вопросов. Отличный результат – 25.
- За 1 минуту назовите как можно больше характеристик компании, в которой Вы сейчас работаете или продукта, который Вы сейчас продаете. Норма – 20. Отличный результат – 30
- За 1 минуту назовите как можно больше Выгод компании, в которой Вы сейчас работаете или продукта, который Вы сейчас продаете. Норма – 15. Отличный результат – 20.
- За 1 минуту назовите как можно больше комплиментов клиенту. Норма – 15. Отличный результат – 20

# Если «очень опытные» менеджеры

1. Запросить оценку: До демонстрации или теста существующих навыков по теме обучения по 10-балльной системе
2. Показать реальность:
  - Попросить отработать возражение, сделать презентацию за минуту
  - Провести тестирование на знания: тест из 5-10 вопросов.
  - Поставить запись звонка
3. После демонстрации или теста: а как теперь оцениваете? Можно оценки не называть.

# Отработка навыка

1. Работа в «Карусели». Делим всех на пары, сажаем парами по кругу, есть №1 и №2. В каждом раунде партнеры меняются, Вы даете команду: «Номера 1/Внешний круг встали и поменяли партнера по часовой стрелке». Пары меняются каждый раунд: сдвигаетесь по часовой стрелке
2. «Свободное хождение»: участники ходят сами находят себе партнера, задача – пройти через 3-х, 5-х партнеров, как закончили – садятся. Тренер выставляет общее время
3. Работа на время. Вы уменьшаете время задания: 1-й раунд – 2 минуты, 2-й раунд – 1,5 минуты, 3-й раунд – 1 минута
4. «Работа под нагрузкой»: тренер показывает картинки с ролями, эмоциями, которые нужно повторять параллельно с работой.

# Сбалансированная обратная связь

## Продажа обратной связи

*Я наблюдал за вами, когда... У меня есть идеи, как усилить тебя... Было бы тебе интересно узнать, что получилось у тебя хорошо, а что можно сделать в следующий раз лучше?*

## Положительная оценка (больше, чем отрицательного)

*Считаю, что у тебя получилось хорошо 1... 2... 3...*

## Потенциал для изменения (меньше, чем положительного)

*Считаю, что в следующий раз можно будет по-другому сделать 1...*

## Разработка и согласование плана действий

*Как я могу тебя поддержать? Давай подумаем, что можно сделать?  
Давай договоримся, что ты сделаешь?*



## Закрепление итога обучения — 4 на 3

1. Определите и выпишите, что вы узнали (знания) нового на тренинге, и это является для вас ценным открытием
2. Определите и выпишите, чему вы научились (навыки, технологии, приёмы) на тренинге, и это является для вас очень полезным
3. Определите кому из своих коллег, друзей, родственников вы расскажите о том, что узнали или научите
4. Определите технологию, которую вы начнёте использовать в своей работе в первую очередь



**ВАШ ПЛАН**

# План обучения на 20 минут

## 1. Разминка:

- Назовите за 1 минуту как можно больше характеристик проекта 1
- Назовите за 1 минуту как можно больше характеристик проекта 2
- Назовите за 1 минуту как можно больше характеристик проекта 3

## 2. Презентация за

- 2,5 минуты
- 1,5 минуты
- 45 секунд

# План обучения на 60 минут

- 1. Разминка:**
  - Назовите за 1 мин. как можно больше вопросов на вопросительное слово СКОЛЬКО
  - Назовите за 1 мин. как можно больше вопросов на вопросительное слово КАК
  - Назовите за 1 мин. как можно больше вопросов на вопросительное слово ЧТО
- 2. Рассказ о какой-то технологии: Презентация цены**
- 3. Показать как использовать самому**
- 4. Научить 1 человека: пробуй со мной, пробуй один, пробуй один, пробуй один**
- 5. Попробовать друг с другом минимум 3 раза с обратной связью на время**



# **SALES IN BOX**

**ГОТОВЫЙ КОМПЛЕКТ  
для проведения  
тренинга по продажам**



# SALES IN BOX

## включает в себя

- Подробная инструкция: как обучать взрослых людей
- 9 видео-инструкций Андрея Останина
- Рабочая тетрадь тренера с поминутным таймингом
- Тетрадь участника тренинга
- 40 упражнений, разминки, домашние задания
- Заготовки для бейджей, сертификатов, плакатов и презентаций, анкета обратной связи, райдер тренера, отчет по итогам обучения, коммерческое предложение
- 14 чек-листов



**Что в итоге?**





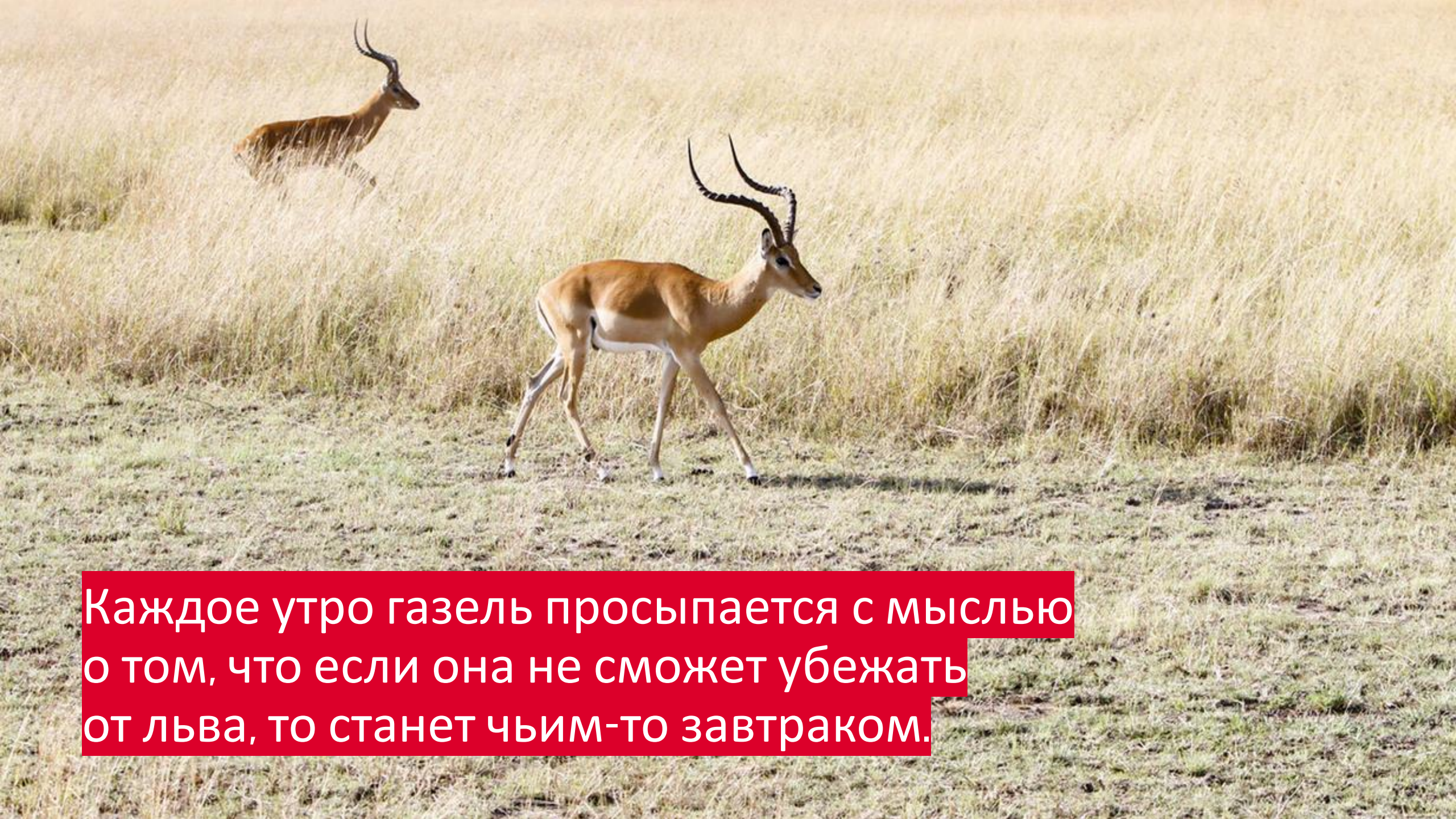
Хочу поделиться

**интересной статистикой**



20%





Каждое утро газель просыпается с мыслью о том, что если она не сможет убежать от льва, то станет чьим-то завтраком.



Каждое утро лев просыпается с мыслью о том, что если он не сможет догнать самую медленную газель, он останется голодным.





Неважно, кто вы: газель или лев – когда  
встает солнце, вам лучше  
уже бежать

Ричард Ходжеттс,  
Профессор менеджмента  
Международный Университет Флориды





Andreyostanin\_live