

# 2013

## Каталог программ тренингов



**Co&Co**   
CONSULTING AND COACHING

- Генеральный директор
- Начальник склада, диспонент
- Менеджер по продажам
- Директор сервиса
- Продавец, запчасти
- Менеджер по работе с корпоративными клиентами
- Сервисный менеджер, начальник цеха
- Ассистент сервиса
- Маркетолог
- Мастер-консультант
- Инженер по гарантии
- Хостес
- Руководитель отдела запчастей
- Руководитель отдела продаж

# Оглавление

Генеральный директор	5
Управление проектами и антикризисный маркетинг	6
Экономика предприятия	7
Финансы для нефинансовых менеджеров	8
Формирование клиентоориентированности у сотрудников сервиса	9
Управление эффективностью продаж для генеральных директоров	10
Экономика сервиса и отдела запчастей для генеральных директоров	11
Управление персоналом	12
Основы лидерства	13
Коммуникативное управление	14
Управление рынком и CSS	15
<b>Директор сервиса</b>	<b>16</b>
Экономика предприятия	17
Управление персоналом	18
Экономика предприятия и ключевые процессы сервиса для руководителей отдела сервиса	19
Коммуникативное управление	20
Основы лидерства	21
Формирование клиентоориентированности у сотрудников сервиса	22
Экономика сервиса и отдела запчастей для директоров	23
Анализ эффективности отдела сервиса	24
Управление конфликтами в сервисе	25
Роль и задачи руководителя отдела сервиса	26
Управление отделом сервиса	27
<b>Сервисный менеджер, начальник цеха</b>	<b>28</b>
Ключевые процессы сервиса	29
Экономика предприятия	30
Управление персоналом	31
Маркетинг автосервиса для руководителей отдела сервиса	32
Мерчендайзинг. Продажа аксессуаров и запасных частей	33
Коммуникативное управление	34
Управление отделом сервиса	35
Роль и задачи руководителя отдела сервиса	36
Повышение качества обслуживания	37
Клиентоориентированное сервисное обслуживание	38
Основы лидерства	39
Формирование клиентоориентированности у сотрудников сервиса	40
Анализ эффективности отдела сервиса	41
Управление конфликтами в сервисе	42
Экономика сервиса для руководителей	43
Управление эффективностью и диспетчирование слесарного цеха	44
<b>Мастер-консультант</b>	<b>45</b>
Ключевые процессы сервиса	46
Коммуникация. Работа с рекламациями	47
Повышение качества обслуживания	48
Роль и задачи мастера-консультанта	49
Стандарты продаж для мастеров-консультантов	50

Переговоры по телефону. Холодные звонки	51
Клиентоориентированное сервисное обслуживание	52
Менеджмент для мастеров-консультантов	53
Управление конфликтами в сервисе	54
Эффективная запись на сервис	55
Управление эффективностью и диспетчирование слесарного цеха	56
Экономика предприятия и ключевые процессы сервиса для мастеров-консультантов	57
<b>Руководитель отдела запчастей</b>	<b>58</b>
Экономика предприятия	59
Роль и задачи руководителя отдела запчастей	60
Управление персоналом	61
Мерчендайзинг. Продажа аксессуаров и запасных частей	62
Коммуникативное управление	63
Повышение качества обслуживания	64
Основы лидерства	65
Клиентоориентированное сервисное обслуживание	66
Экономика сервиса для руководителей	67
Управление конфликтами в сервисе	68
<b>Начальник склада, диспонец</b>	<b>69</b>
Коммуникация. Работа с рекламациями	70
Управление складом и поставками автомобилей	71
Управление конфликтами	72
Основы клиентоориентированности	73
<b>Продавец запчастей</b>	<b>74</b>
Эффективные продажи запасных частей	75
Мерчендайзинг. Продажа аксессуаров и запасных частей	76
Коммуникация. Работа с рекламациями	77
Управление конфликтами	78
Основы клиентоориентированности	79
<b>Ассистент сервиса</b>	<b>80</b>
Ключевые процессы сервиса	81
Коммуникация. Работа с рекламациями	82
Клиентоориентированное сервисное обслуживание	83
Управление конфликтами в сервисе	84
Эффективная запись на сервис	85
<b>Инженер по гарантии</b>	<b>86</b>
Коммуникация. Работа с рекламациями	87
Управление конфликтами	88
Основы клиентоориентированности	89
<b>Руководитель отдела продаж</b>	<b>90</b>
Управление отделом продаж	91
Управление рынком и CSS	92
Управление персоналом	93
Эффективная коммуникация.	
Стандарты коммуникации руководителя отдела продаж	94
Финансы для нефинансовых менеджеров	95
Коммуникативное управление	96
Основы лидерства	97

Управление конфликтами	98
Основы клиентоориентированности	99
Навык оценки и подготовки к продаже автомобиля с пробегом	100
Экономика и KPI отдела продаж автомобилей с пробегом	101
<b>Менеджер по продажам</b>	<b>102</b>
Стандарты продаж	103
Телефонное поведение	104
Навыки продаж	105
Приверженность клиентов. CSS	106
Коммуникация. Работа с рекламациями	107
Управление конфликтами	108
Навыки продаж автомобилей с пробегом	109
Основы клиентоориентированности	110
<b>Менеджер по работе с корпоративными клиентами</b>	<b>111</b>
Навыки продаж услуг и запчастей корпоративным клиентам	112
Управление конфликтами	113
Основы клиентоориентированности	114
Коммуникация. Работа с рекламациями	115
Работа с базой клиентов и холодная аквизиция	116
<b>Маркетолог</b>	<b>117</b>
Управление проектами и антикризисный маркетинг	118
Креативный маркетинг	119
Мерчендайзинг. Продажа аксессуаров и запасных частей	120
Коммуникация. Работа с рекламациями	121
Управление конфликтами	122
Маркетинг автосервиса для маркетологов	123
Основы клиентоориентированности	124
<b>Хостес</b>	<b>125</b>
Работа с рекламациями	126
Управление конфликтами	127
Основы клиентоориентированности	128



## Генеральный директор

- Управление проектами и антикризисный маркетинг.
- Экономика предприятия.
- Финансы для нефинансовых менеджеров.
- Формирование клиентоориентированности у сотрудников сервиса.
- Управление эффективностью продаж для генеральных директоров.
- Экономика сервиса и отдела запчастей для директоров.
- Управление персоналом.
- Основы лидерства.
- Коммуникативное управление.
- Управление рынком и CSS.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление проектами и антикризисный маркетинг

## Цели:

- Выработать единый подход к планированию и целевому программному управлению.
- Изучить механику кризисных явлений и выработать единый подход к кризисному маркетингу.
- Обменяться опытом с коллегами.

## ПРОГРАММА:

- Представление о целевом программном управлении.
- Основные элементы планирования: оперативный аудит, горизонт планирования, vision (визуализация представления о будущем), декомпозиция, дерево целей, целевая комплексная программа.
- Проект, структура и организация управления проектом.
- Инструментарий и примеры управления проектами.
- Схемы, форматы и технологии планирования.
- Технологии личного планирования и повышения эффективности личной работы.
- История и механика мировых кризисных явлений.
- Кризис, как необходимый элемент рыночного механизма.
- Особенности российского кризиса и прогнозы его течения.
- Влияние кризиса на различные составляющие автомобильного рынка.
- Влияние кризиса на деятельность дилерской компании.
- Перечень мер и проект кризисной перестройки бизнеса.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСАСЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕРНАЧАЛЬНИК  
ЦЕХАМАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТРУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙНАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙАССИСТЕНТ  
СЕРВИСАИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИРУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖМЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАММЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Экономика предприятия

## Цели:

- Изучить основы экономики предприятия.
- Понять зону влияния руководителя отдела запасных частей на экономические показатели сервиса.
- Обменяться опытом с коллегами

## ПРОГРАММА:

- Структура автобизнеса и тенденции развития.
- Автопроизводитель и дилерское предприятие.
- Структура бизнеса дилерского предприятия и роль сервиса в условиях экономического спада.
- Доля дохода сервиса в структуре оборота дилерского предприятия.
- Приоритетные направления развития сервиса.
- Клиентоориентированный сервис и удовлетворенность клиента.
- Описание рабочих процессов предприятий сервиса.
- Управление качеством и рабочие процессы.
- Основы разработки рабочего процесса автомобильного сервиса.
- Управление сервисом как инструмент успеха.
- Основные понятия и определения.
- Фонд времени.
- Оптимизация количества персонала сервиса.
- Схемы построения работы сервиса.
- Структура доходов сервиса.
- Принципы оценки экономической эффективности сервиса.
- Система учета времени.
- Экономические показатели эффективности сервиса.
- Оценка эффективности работы отдела запчастей.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС



# Финансы для нефинансовых менеджеров

## Цели:

- Определить и получить практические навыки в понимании финансово-экономических целей и задач бизнеса.
- Получить практические навыки в определении основных форм финансовой и управленческой отчетности.
- Получить практические навыки в работе с данными финансово-экономических отчетов в своей работе.
- Получить практические навыки в расчете основных финансово-экономических показателей эффективности.
- Получить практические навыки управления финансами дилерского центра.

## ПРОГРАММА:

- Цели и задачи менеджмента компании в области управления финансами.
- Определение центров финансовой ответственности.
- Основные финансовые показатели деятельности дилерского центра и его отделов.
- Классификация доходов и издержек дилерского центра, определение зон ответственности нефинансовых менеджеров.
- Взаимосвязь финансовых показателей деятельности.
- Рентабельность деятельности дилерского центра, влияние финансовой деятельности отделов на общую рентабельность дилерского центра.
- Принципы анализа финансовой отчетности.
- Место Бюджета в стратегическом планировании деятельности компании.
- Практическая отработка методов расчета точки безубыточности.
- Влияние показателей эффективности на достижение финансовых целей дилерского центра.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС



# Формирование клиентоориентированности у сотрудников сервиса

## Цели:

- Определить цели клиентоориентированности.
- Выработать единое понимание ключевых понятий восприятия клиентом услуги.
- Сформулировать ключевые точки клиентоориентированности в сервисных процессах.
- Сформулировать ключевые точки клиентоориентированности в компетенциях персонала.
- Выстроить систему управления клиентоориентированностью персонала.

## ПРОГРАММА:

- Цикл жизни клиента.
- Удовлетворенность. Лояльность. Приверженность.
- Клиентоориентированный сервис.
- Первое впечатление.
- Ключевые сервисные процессы, ориентированные на клиента. Прозрачность невидимых клиенту процессов.
- Помехи клиентоориентированности.
- Навыки клиентоориентированного персонала.
- Работа с претензиями и жалобами.
- Система мониторинга. Пост-сервисный обзвон.
- Управление лояльностью клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление эффективностью продаж для генеральных директоров

## Цели:

- Выработать подход к отделу продаж, как к самостоятельному центру прибыли.
- Определить взаимосвязь ключевых финансовых показателей и показателей эффективности процессов отдела продаж.
- Систематизировать ключевые факторы влияния на показатели эффективности отдела продаж.
- Выработать механизмы влияния на количественные и качественные показатели отдела продаж.
- Отработать распределение ответственности в рамках сферы влияния отдела продаж.

## ПРОГРАММА:

- Цели и задачи отдела продаж через призму целей бизнеса и топ-менеджмента
- Дерево целей отдела продаж.
- Факторы влияния на показатель «Количество продаваемых автомобилей».
- Структура трафика.
- Цикл жизни клиента.
- Факторы влияния на показатели сбалансированности склада.
- Факторы влияния на показатели эффективности процессов «метод Fish Bone».
- Удовлетворенность, лояльность и приверженность клиента.
- Ключевые KRA (Key Area Results) отдела продаж.
- Распределение ответственности в рамках сферы влияния отдела продаж.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Экономика сервиса и отдела запчастей для генеральных директоров

## Цели:

- Выработать единое понимание форм финансового учета, ключевых финансовых показателей и финансового управления.
- Определить взаимосвязь финансовых показателей и процессов в сервисе и запасных частях.
- Систематизировать ключевые факторы влияния на показатели эффективности СТО и отдела запасных частей.
- Разработать систему ключевых показателей для эффективного управления процессами сервиса и подразделениями СТО.
- Разработать систему ключевых показателей для эффективного управления процессами продаж запасных частей.

## Программа:

- Ключевые понятия экономики сервиса и отдела запасных частей.
- Формы управления, ключевые финансовые показатели.
- Ключевые процессы сервиса.
- Сервисные процессы и экономика (взаимосвязь).
- Факторы влияния на показатель «Маржинальная прибыль СТО».
- Управление сервисным трафиком.
- Ключевые показатели работы приемки сервиса (сервис-бюро).
- Управление временем в цеху, ключевые показатели эффективности цеха.
- Структура продаж запасных частей.
- Ключевые показатели эффективности управления складом запасных частей.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСАСЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХАМАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТРУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙНАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙАССИСТЕНТ  
СЕРВИСАИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИРУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖМЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАММЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление персоналом

## Цели:

- Научиться управлять персоналом.
- Понять, как достигать цели, делегируя полномочия.
- Освоить азы создания мотивации для персонала.
- Обменяться практическим опытом с коллегами.

## ПРОГРАММА:

- Кадровое планирование.
- Командообразование.
- Командный хронометр.
- Ролевое поведение в команде.
- Манеры поведения, способствующие разрешению конфликтов.
- факторы, определяющие эффективность работы.
- Ключевые показатели эффективности и основные процессы обслуживания.
- Управление временем, MBO, SMART.
- Мотивация персонала.
- Наблюдение, оценка, обратная связь.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Основы лидерства

## Цели:

- Повышение качества управления в организации за счет:
  - Освоения и накопления лидерского потенциала руководителя;
  - Применения лидерских навыков при взаимодействии с подчиненными.
- Изучение и освоение задач лидерства и роли лидера в организации.
- Овладение и наращивание методов и приемов завоевания авторитета в коллективе.

## ПРОГРАММА:

- Роли лидера, руководителя, менеджера, исполнителя. Сходства и отличия.
- Внутреннее и внешнее лидерство. Управление собой и своими возможностями.
- Лидер и команда. Становление лидера. Круги влияния и рычаги власти.
- Приобретение и наращивание авторитета в коллективе.
- Когда люди идут за лидером? Ожидания от лидера у подчиненных и руководителей.
- Лидерские качества и лидерские роли. Сценарии и определение лидерских ролей.
- Навыки лидера. Умение вести за собой, заражать энтузиазмом, доносить идеи.
- Развитие харизмы. Вербальный, невербальный и бессознательный авторитет.
- Укрепление власти лидера. Работа над собой и работа с коллективом.
- Управление конфликтами. Конфликты и конфронтации как способ укрепления лидерства.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Коммуникативное управление

## Цели:

- Освоить методы коммуникационного воздействия, управления конфликтами.
- Проведение совещаний и индивидуальных встреч.
- Управление через коммуникацию. Управляющее коммуникационное воздействие.

## Программа:

- Типы совещаний. Цели и особенности совещаний.
- Подготовка повестки дня совещания.
- Руководство ходом обсуждения и принятием управленческого решения.
- Типичные ошибки при проведении совещания.
- Оформление управленческого решения.
- Мероприятия после совещания.
- Понятие конфликта. Причины конфликтных ситуаций в организации.
- Неэффективная коммуникация как причина конфликта.
- Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.
- Техники предотвращения конфликтных ситуаций.
- Техники снятия напряжения в конфликтных ситуациях.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление рынком и CSS

## Цели:

- Познакомиться с идеями управления рынком.
- Формирование системы достижения целевых показателей CSS.
- Нарботать понимание важности приверженности клиентов.
- Определение направлений развития дилерского центра.
- Исследование удовлетворенности клиентов CSS.

## ПРОГРАММА:

- Основная идея управления рынком.
- Факторы, влияющие на результат продаж.
- Стратегии развития продаж дилерского центра.
- Рынок дилерского центра.
- Этапы развития отношений с клиентом.
- Удовлетворенность, лояльность и приверженность клиентов.
- Формирование ожидания клиента с помощью маркетинговых коммуникаций с рынком.
- Удовлетворенность клиента от процесса продажи.
- Оценка работы продавцов с клиентами дилерского центра.
- Постановка целей и задач продавцам для повышения удовлетворенности клиентов от процесса продажи в дилерском центре.
- Мотивация на достижение наивысшего качества работы с клиентами в дилерском центре.
- Обучение и развитие продавцов руководителем для достижения наивысшего качества работы с клиентами в дилерском центре.
- Исследование удовлетворенности клиентов CSS.
- Определение направлений развития дилерском центре.
- Формирование системы достижения целевых показателей CSS.
- Повторные покупки клиентов дилерского центра. Рекомендации клиентов.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСАСЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕРНАЧАЛЬНИК  
ЦЕХАМАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТРУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙНАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙАССИСТЕНТ  
СЕРВИСАИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИРУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖМЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАММЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС





## Директор сервиса

- Экономика предприятия.
- Управление персоналом.
- Экономика предприятия и ключевые процессы сервиса для руководителей отдела сервиса.
- Коммуникативное управление.
- Основы лидерства.
- Формирование клиентоориентированности у сотрудников сервиса.
- Экономика сервиса и отдела запчастей для директоров.
- Анализ эффективности отдела сервиса.
- Управление конфликтами в сервисе.
- Роль и задачи руководителя отдела сервиса.
- Управление отделом сервиса.

## Цели:

- Изучить основы экономики предприятия.
- Понять зону влияния руководителя отдела запасных частей на экономические показатели сервиса.
- Обменяться опытом с коллегами.

## ПРОГРАММА:

- Структура автобизнеса и тенденции развития.
- Автопроизводитель и дилерское предприятие.
- Структура бизнеса дилерского предприятия и роль сервиса в условиях экономического спада.
- Доля дохода сервиса в структуре оборота дилерского предприятия.
- Приоритетные направления развития сервиса.
- Клиентоориентированный сервис и удовлетворенность клиента.
- Описание рабочих процессов предприятий сервиса.
- Управление качеством и рабочие процессы.
- Основы разработки рабочего процесса автомобильного сервиса.
- Управление сервисом как инструмент успеха.
- Основные понятия и определения.
- Фонд времени.
- Оптимизация количества персонала сервиса.
- Схемы построения работы сервиса.
- Структура доходов сервиса.
- Принципы оценки экономической эффективности сервиса.
- Система учета времени.
- Экономические показатели эффективности сервиса.
- Оценка эффективности работы отдела запчастей.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление персоналом

## Цели:

- Научиться управлять персоналом.
- Понять, как достигать цели, делегируя полномочия.
- Освоить азы создания мотивации для персонала.
- Обменяться практическим опытом с коллегами.

## ПРОГРАММА:

- Кадровое планирование.
- Командообразование.
- Командный хронометр.
- Ролевое поведение в команде.
- Манеры поведения, способствующие разрешению конфликтов.
- факторы, определяющие эффективность работы.
- Ключевые показатели эффективности и основные процессы обслуживания.
- Управление временем, MBO, SMART.
- Мотивация персонала.
- Наблюдение, оценка, обратная связь.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Экономика предприятия и ключевые процессы сервиса для руководителей отдела сервиса

## Цели:

- Изучить основы экономики предприятия.
- Детально разобрать рабочие процессы в сервисе.
- Освоить инструменты работы с сервисом.
- Обменяться опытом с коллегами.

## ПРОГРАММА:

- Описание рабочих процессов.
- Приоритетные направления развития сервиса.
- Основы разработки рабочего процесса сервиса.
- Основы разработки мотивации персонала в обеспечении процессов.
- Обеспечение ключевых процессов.
- Стандарты по сервису.
- Анализ слабых мест в рабочем процессе дилерского предприятия.
- Управление сервисом как инструмент успеха.
- Определение доли рынка услуг и бизнес-планирование.
- Оценка конкурентоспособности. Создание конкурентных преимуществ.
- Принципы оценки экономической эффективности сервиса.
- Система учета времени.
- Экономические показатели эффективности сервиса.
- Статистические методы оценки эффективности и планирование работы сервиса.
- Сервис с экономической точки зрения.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 4 дня.

# Коммуникативное управление

## Цели:

- Освоить методы коммуникационного воздействия, управления конфликтами
- Проведение совещаний и индивидуальных встреч
- Управление через коммуникацию. Управляющее коммуникационное воздействие

## Программа:

- Типы совещаний. Цели и особенности совещаний
- Подготовка повестки дня совещания
- Руководство ходом обсуждения и принятием управленческого решения
- Типичные ошибки при проведении совещания
- Оформление управленческого решения
- Мероприятия после совещания
- Понятие конфликта. Причины конфликтных ситуаций в организации
- Неэффективная коммуникация как причина конфликта
- Стратегии поведения в конфликтных ситуациях
- Техники предотвращения конфликтных ситуаций.
- Техники снятия напряжения в конфликтных ситуациях

## Материалы к тренингу:

- Презентация
- Рабочая тетрадь участника
- Тесты
- Форма Обратной Связи (ФОС)

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Основы лидерства

## Цели:

- Повышение качества управления в организации за счет:
  - Освоения и накопления лидерского потенциала руководителя;
  - Применения лидерских навыков при взаимодействии с подчиненными.
- Изучение и освоение задач лидерства и роли лидера в организации.
- Овладение и наращивание методов и приемов завоевания авторитета в коллективе.

## ПРОГРАММА:

- Роли лидера, руководителя, менеджера, исполнителя. Сходства и отличия.
- Внутреннее и внешнее лидерство. Управление собой и своими возможностями.
- Лидер и команда. Становление лидера. Круги влияния и рычаги власти.
- Приобретение и наращивание авторитета в коллективе.
- Когда люди идут за лидером? Ожидания от лидера у подчиненных и руководителей.
- Лидерские качества и лидерские роли. Сценарии и определение лидерских ролей.
- Навыки лидера. Умение вести за собой, заражать энтузиазмом, доносить идеи.
- Развитие харизмы. Вербальный, невербальный и бессознательный авторитет.
- Укрепление власти лидера. Работа над собой и работа с коллективом.
- Управление конфликтами. Конфликты и конфронтации как способ укрепления лидерства.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Формирование клиентоориентированности у сотрудников сервиса

## Цели:

- Определить цели клиентоориентированности.
- Выработать единое понимание ключевых понятий восприятия клиентом услуги.
- Сформулировать ключевые точки клиентоориентированности в сервисных процессах.
- Сформулировать ключевые точки клиентоориентированности в компетенциях персонала.
- Выстроить систему управления клиентоориентированностью персонала.

## ПРОГРАММА:

- Цикл жизни клиента.
- Удовлетворенность. Лояльность. Приверженность.
- Клиентоориентированный сервис.
- Первое впечатление.
- Ключевые сервисные процессы, ориентированные на клиента. Прозрачность невидимых клиенту процессов.
- Помехи клиентоориентированности.
- Навыки клиентоориентированного персонала.
- Работа с претензиями и жалобами.
- Система мониторинга. Пост-сервисный обзвон.
- Управление лояльностью клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.



# Экономика сервиса и отдела запчастей для директоров

## Цели:

- Выработать единое понимание форм финансового учета, ключевых финансовых показателей и финансового управления.
- Определить взаимосвязь финансовых показателей и процессов в сервисе и запасных частях.
- Систематизировать ключевые факторы влияния на показатели эффективности СТО и отдела запасных частей.
- Разработать систему ключевых показателей для эффективного управления процессами сервиса и подразделениями СТО.
- Разработать систему ключевых показателей для эффективного управления процессами продаж запасных частей.

## Программа:

- Ключевые понятия экономики сервиса и отдела запасных частей.
- Формы управления, ключевые финансовые показатели.
- Ключевые процессы сервиса.
- Сервисные процессы и экономика (взаимосвязь).
- Факторы влияния на показатель «Маржинальная прибыль СТО».
- Управление сервисным трафиком.
- Ключевые показатели работы приемки сервиса (сервис-бюро).
- Управление временем в цеху, ключевые показатели эффективности цеха.
- Структура продаж запасных частей.
- Ключевые показатели эффективности управления складом запасных частей.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Анализ эффективности отдела сервиса

## Цели:

- Освоить способы анализа и совершенствования работы сервиса.
- Выработать понимание ключевых показателей эффективности.
- Познакомиться со способами исследования удовлетворенности клиентов.

## ПРОГРАММА:

- Производственные ресурсы и учет времени.
- Производительные и непроизводительные часы.
- Анализ показателей времени.
- Оценка собственной производительности.
- Определение потенциалов.
- Разработка методов повышения производительности.
- Внедрение методов повышения производительности на дилерском предприятии.
- Сервис как центр затрат.
- Структура отчета о прибылях и убытках.
- Классификация затрат.
- Методика опроса.
- Сохранение базы клиентов.
- Ключевые факторы.
- Инструмент оценки.
- Факторы влияния сотрудников на показатели и их учет в системе мотивации.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление конфликтами в сервисе

## Цели:

- Классификация конфликтов в сервисе.
- Определить причины возникновения конфликтов.
- Зафиксировать основные источники конфликтов.
- Получить инструменты управления конфликтами.
- Научиться управлять конфликтами во взаимоотношениях подразделений в сервисе.

## ПРОГРАММА:

- Процессы как инструмент минимизации влияния человеческого фактора.
- Конфликт — как инструмент обнаружения потенциалов в процессах предприятия.
- Ключевые процессы сервиса.
- Цели и задачи всех подразделений сервиса.
- Классификация и управление конфликтами в сервисе.
- Инструменты предупреждения конфликтов.
- Практика разработки мероприятий, упреждающие конфликты в сервисе и иных подразделениях дилерского центра.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Роль и задачи руководителя отдела сервиса

## Цели:

- Создание профессионального образа сервис-менеджера.
- Нарботка навыка самооценки и оценки других.
- Внедрение важности ориентации на клиента.
- Освоение техник эффективного сотрудничества и кооперации.

## ПРОГРАММА:

- Фактическое положение сервис-менеджера.
- Методики планирования и постановки целей.
- От исполнителя заказов к предпринимателю.
- Разработка правил обратной связи.
- Личная самооценка/оценка других в рамках отдела.
- Качество в сервисе.
- Ожидания клиентов.
- Ключевые процессы сервиса.
- Анализ имиджа.
- Значение ориентации на клиента.
- Клиентоориентированное общение по телефону.
- Профессиональное поведение с клиентами.
- Анализ и преодоление конфликтов.
- Внутренняя кооперация.
- Внешняя кооперация.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Управление отделом сервиса

## Цели:

- Освоить инструменты эффективного управления сервисом.
- Повысить свою компетентность, развить теоретические знания и практические умения в области управления сервисом.
- Составить личный план действий по развитию своего сервисного предприятия.

## ПРОГРАММА:

- Функции, обязанности руководителя отдела сервиса.
- Менеджмент: функции, задачи.
- Модели руководства.
- Time management.
- MBO – управление по целям.
- KPI – сервис.
- Внешние и внутренние коммуникации.
- Командообразование.
- Навыки проведения собраний, обучений.
- Принципы построения мотивации.
- Стратегия мотивирования.
- Специфика мотивационных схем сервиса.
- Матрица коллектива.
- Практика освоения инструментов:
  - fish bone;
  - мастер план;
  - план проект.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС



## Сервисный менеджер, начальник цеха

- Ключевые процессы сервиса.
- Экономика предприятия.
- Управление персоналом.
- Маркетинг автосервиса для руководителей отдела сервиса.
- Мерчендайзинг. Продажа аксессуаров и запасных частей.
- Коммуникативное управление.
- Управление отделом сервиса.
- Роль и задачи руководителя отдела сервиса.
- Повышение качества обслуживания.
- Клиентоориентированное сервисное обслуживание.
- Основы лидерства.
- Формирование клиентоориентированности у сотрудников сервиса.
- Анализ эффективности отдела сервиса.
- Управление конфликтами в сервисе.
- Экономика сервиса для руководителей.
- Управление эффективностью и диспетчирование слесарного цеха.

# Ключевые процессы сервиса

## Цели:

- Стандартизация, как основа обеспечения качества.
- Определить цели стандартизации процессов.
- Изучить ключевые показатели работы сервиса.

## ПРОГРАММА:

- Стандартизация, как основа обеспечения качества.
- Цели стандартизации процессов.
- Запись на сервис.
- Подготовка к визиту клиента.
- Прием автомобиля в ремонт.
- Выполнение ремонта автомобиля.
- Контроль, подготовка к выдаче.
- Выдача автомобиля.
- Постсервисный обзвон.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС



## Цели:

- Изучить основы экономики предприятия.
- Понять зону влияния руководителя отдела запасных частей на экономические показатели сервиса.
- Обменяться опытом с коллегами.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

## ПРОГРАММА:

- Структура автобизнеса и тенденции развития.
- Автопроизводитель и дилерское предприятие.
- Структура бизнеса дилерского предприятия и роль сервиса в условиях экономического спада.
- Доля дохода сервиса в структуре оборота дилерского предприятия.
- Приоритетные направления развития сервиса.
- Клиентоориентированный сервис и удовлетворенность клиента.
- Описание рабочих процессов предприятий сервиса.
- Управление качеством и рабочие процессы.
- Основы разработки рабочего процесса автомобильного сервиса.
- Управление сервисом как инструмент успеха.
- Основные понятия и определения.
- Фонд времени.
- Оптимизация количества персонала сервиса.
- Схемы построения работы сервиса.
- Структура доходов сервиса.
- Принципы оценки экономической эффективности сервиса.
- Система учета времени.
- Экономические показатели эффективности сервиса.
- Оценка эффективности работы отдела запчастей.

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ХОСТЕС

# Управление персоналом

## Цели:

- Научиться управлять персоналом.
- Понять, как достигать цели, делегируя полномочия.
- Освоить азы создания мотивации для персонала.
- Обменяться практическим опытом с коллегами.

## ПРОГРАММА:

- Кадровое планирование.
- Командообразование.
- Командный хронометр.
- Ролевое поведение в команде.
- Манеры поведения, способствующие разрешению конфликтов.
- факторы, определяющие эффективность работы.
- Ключевые показатели эффективности и основные процессы обслуживания.
- Управление временем, MBO, SMART.
- Мотивация персонала.
- Наблюдение, оценка, обратная связь.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Маркетинг автосервиса для руководителей отдела сервиса

## Цели:

- Научиться использовать маркетинг сервисных услуг для повышения показателей послепродажного обслуживания дилерского центра.
- Освоить принципы создания программы маркетинга для своего автосервисного предприятия.
- Получить практику расчета степени охвата рынка автосервисом и понять эффективность вложений в бизнес.

## Программа:

- Ознакомление с ситуацией на внутрироссийском рынке услуг.
- Цели маркетинга и стратегия импортера.
- Сервис и его принципиальное экономическое значение как вида предпринимательской деятельности.
- Количественные показатели освоения рынка.
- Четкое представление о том, чего ждут от сервиса клиенты.
- Состав и содержание положений о сертификации дилеров и сервисных предприятий.
- Необходимость маркетинга.
- Методика сертификации сервисной службы и службы запчастей, определение потенциала рынка услуг и степень его освоения.
- Разработка стратегии и меры, направленные на исчерпывающее освоение рынка.
- Услуги, ориентированные на конкретные потребности и на конкретные категории клиентуры.
- Анализ результатов маркетинговой деятельности конкурентов по осваиваемому рынку.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Мерчендайзинг.

## Продажа аксессуаров и запасных частей

### Цели:

- Определить ценность запасных частей и аксессуаров от производителя и дилера для нашего потребителя.
- Получить навыки в понимании мотивов совершения покупок клиентами дилерском центре.
- Получить практические навыки в понимании процессов принятия решения покупок клиентами, управлять принятием решений клиентами с помощью инструментов мерчендайзинга.
- Получить навыки анализа шоу-румов и определить какие решения с применением инструментов мерчендайзинга можно принять для увеличения эффективности продажи запчастей и аксессуаров.
- Получить навыки в проведении спец-акций и продвижения аксессуаров для клиентов дилерского центра.

### ПРОГРАММА:

- Мерчендайзинг — инструмент маркетинга в розничной торговле. Основные цели и задачи. Роли сотрудников в применении инструментов мерчендайзинга.
- «4Р» составляющие в мерчендайзинге.
- Внешнее оформление шоу-румов для продажи запчастей и аксессуаров. Эффективная планировка.
- Группировка товаров по покупательскому целевому спросу.
- Покупательское поведение клиентов: влияние неосознанных факторов на принятие клиентом решения о покупке.
- Правила эффективной презентации товара.
- Привлекаем внимание покупателей.
- Сезонный и акционный мерчендайзинг. Разработка идей промо-акций и спецпредложений.
- Анализ процессов продажи запчастей и аксессуаров. Выявление ошибок мерчендайзинга.
- Составление проектов размещения продукции в шоу-руме согласно принципам мерчендайзинга.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Коммуникативное управление

## Цели:

- Освоить методы коммуникационного воздействия, управления конфликтами.
- Проведение совещаний и индивидуальных встреч.
- Управление через коммуникацию. Управляющее коммуникационное воздействие.

## Программа:

- Типы совещаний. Цели и особенности совещаний.
- Подготовка повестки дня совещания.
- Руководство ходом обсуждения и принятием управленческого решения.
- Типичные ошибки при проведении совещания.
- Оформление управленческого решения.
- Мероприятия после совещания.
- Понятие конфликта. Причины конфликтных ситуаций в организации.
- Неэффективная коммуникация как причина конфликта.
- Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.
- Техники предотвращения конфликтных ситуаций.
- Техники снятия напряжения в конфликтных ситуациях.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

## Длительность: 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление отделом сервиса

## Цели:

- Освоить инструменты эффективного управления сервисом.
- Повысить свою компетентность, развить теоретические знания и практические умения в области управления сервисом.
- Составить личный план действий по развитию своего сервисного предприятия.

## ПРОГРАММА:

- Функции, обязанности руководителя отдела сервиса.
- Менеджмент: функции, задачи.
- Модели руководства.
- Time management.
- MBO – управление по целям.
- KPI – сервис.
- Внешние и внутренние коммуникации.
- Командообразование.
- Навыки проведения собраний, обучений.
- Принципы построения мотивации.
- Стратегия мотивирования.
- Специфика мотивационных схем сервиса.
- Матрица коллектива.
- Практика освоения инструментов:
  - fish bone;
  - мастер план;
  - план проект.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Роль и задачи руководителя отдела сервиса

## Цели:

- Создание профессионального образа сервис-менеджера.
- Нарботка навыка самооценки и оценки других.
- Внедрение важности ориентации на клиента.
- Освоение техник эффективного сотрудничества и кооперации.

## ПРОГРАММА:

- Фактическое положение сервис-менеджера.
- Методики планирования и постановки целей.
- От исполнителя заказов к предпринимателю.
- Разработка правил обратной связи.
- Личная самооценка/оценка других в рамках отдела.
- Качество в сервисе.
- Ожидания клиентов.
- Ключевые процессы сервиса.
- Анализ имиджа.
- Значение ориентации на клиента.
- Клиентоориентированное общение по телефону.
- Профессиональное поведение с клиентами.
- Анализ и преодоление конфликтов.
- Внутренняя кооперация.
- Внешняя кооперация.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.



# Повышение качества обслуживания

## Цели:

- Освоение техники создания доверительных отношений с клиентом.
- Установление долгосрочные взаимоотношения с клиентами.
- Повышение качества обслуживания клиентов — как потребность.
- Мотивирование сотрудников на повышение качества.
- Увеличение объема продаж и, как следствие, повышение уровня рентабельности сервиса

## ПРОГРАММА:

- Освоение техники создания доверительных отношений с клиентом.
- Установление долгосрочных взаимоотношения с клиентами.
- Повышение качества обслуживания клиентов — как потребность.
- Мотивирование сотрудников на повышение качества.
- Увеличение объема продаж и, как следствие, повышение уровня рентабельности сервиса.
- Виды жалоб клиентов и алгоритмы реагирования на них.
- Важность первоклассного сервиса.
- Сколько стоит один клиент? Финансовые потери от одной ошибки в обслуживании клиента.
- Сервис как конкурентное преимущество.
- Стандартизация сервиса. Для чего нужны стандарты обслуживания?
- Оценка сотрудников предприятия, направленная на улучшение качества обслуживания.
- Оценка удовлетворенности клиента и выстраивание системы получения обратной связи от клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Клиентоориентированное сервисное обслуживание

## Цели:

- Изучить стандарты качества сервисного обслуживания.
- Выработать единый взгляд на понимание клиентоориентированного сервиса.
- Оценить применимость клиентоориентированности на практике и отработать навыки. успешного взаимодействия с клиентом.

## ПРОГРАММА:

- Клиентоориентированный сервис, как стратегия бизнеса.
- Язык тела, сигналы тела.
- Типы вопросов.
- Техника выделения главного.
- Техника краткого обобщения.
- Активное слушание.
- Психологические принципы влияния и способы рационального влияния (факторы, влияющие на разговор о преимуществах товара и его покупку).
- Алгоритм аргументации (выстраивание аргументации в пользу выгоды клиента при разговоре).
- Характеристики, выгоды продукта для клиента.
- Работа с вопросами на выявление потребностей и интересов клиента
- Внедрение интерактивной приемки.
- Интерактивная приемка как инструмент завоевания лояльности.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Основы лидерства

## Цели:

- Повышение качества управления в организации за счет:
  - Освоения и накопления лидерского потенциала руководителя;
  - Применения лидерских навыков при взаимодействии с подчиненными.
- Изучение и освоение задач лидерства и роли лидера в организации.
- Овладение и наращивание методов и приемов завоевания авторитета в коллективе.

## ПРОГРАММА:

- Роли лидера, руководителя, менеджера, исполнителя. Сходства и отличия.
- Внутреннее и внешнее лидерство. Управление собой и своими возможностями.
- Лидер и команда. Становление лидера. Круги влияния и рычаги власти.
- Приобретение и наращивание авторитета в коллективе.
- Когда люди идут за лидером? Ожидания от лидера у подчиненных и руководителей.
- Лидерские качества и лидерские роли. Сценарии и определение лидерских ролей.
- Навыки лидера. Умение вести за собой, заражать энтузиазмом, доносить идеи.
- Развитие харизмы. Вербальный, невербальный и бессознательный авторитет.
- Укрепление власти лидера. Работа над собой и работа с коллективом.
- Управление конфликтами. Конфликты и конфронтации как способ укрепления лидерства.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Формирование клиентоориентированности у сотрудников сервиса

## Цели:

- Определить цели клиентоориентированности.
- Выработать единое понимание ключевых понятий восприятия клиентом услуги.
- Сформулировать ключевые точки клиентоориентированности в сервисных процессах.
- Сформулировать ключевые точки клиентоориентированности в компетенциях персонала.
- Выстроить систему управления клиентоориентированностью персонала.

## Программа:

- Цикл жизни клиента.
- Удовлетворенность. Лояльность. Приверженность.
- Клиентоориентированный сервис.
- Первое впечатление.
- Ключевые сервисные процессы, ориентированные на клиента. Прозрачность невидимых клиенту процессов.
- Помехи клиентоориентированности.
- Навыки клиентоориентированного персонала.
- Работа с претензиями и жалобами.
- Система мониторинга. Пост-сервисный обзвон.
- Управление лояльностью клиента.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Анализ эффективности отдела сервиса

## Цели:

- Освоить способы анализа и совершенствования работы сервиса.
- Выработать понимание ключевых показателей эффективности.
- Познакомиться со способами исследования удовлетворенности клиентов.

## ПРОГРАММА:

- Производственные ресурсы и учет времени.
- Производительные и непроизводительные часы.
- Анализ показателей времени.
- Оценка собственной производительности.
- Определение потенциалов.
- Разработка методов повышения производительности.
- Внедрение методов повышения производительности на дилерском предприятии.
- Сервис как центр затрат.
- Структура отчета о прибылях и убытках.
- Классификация затрат.
- Методика опроса.
- Сохранение базы клиентов.
- Ключевые факторы.
- Инструмент оценки.
- Факторы влияния сотрудников на показатели и их учет в системе мотивации.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня

# Управление конфликтами в сервисе

## Цели:

- Классификация конфликтов в сервисе.
- Определить причины возникновения конфликтов.
- Зафиксировать основные источники конфликтов.
- Получить инструменты управления конфликтами.
- Научиться управлять конфликтами во взаимоотношениях подразделений в сервисе.

## ПРОГРАММА:

- Процессы как инструмент минимизации влияния человеческого фактора.
- Конфликт — как инструмент обнаружения потенциалов в процессах предприятия.
- Ключевые процессы сервиса.
- Цели и задачи всех подразделений сервиса.
- Классификация и управление конфликтами в сервисе.
- Инструменты предупреждения конфликтов.
- Практика разработки мероприятий, упреждающие конфликты в сервисе и иных подразделениях дилерского центра.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Экономика сервиса для руководителей

## Цели:

- Показать роль сервиса, как одного из центров формирования прибыли и убытков.
- Показать область ответственности сервис-менеджера в формировании маржинальной прибыли в структуре управленческого учета.
- Дать инструменты расчета себестоимости нормо-часа, расчета точки безубыточности.
- Дать понимание необходимости использования системы учета рабочего времени, как инструмента повышения эффективности работы сервиса.
- Ознакомиться с терминологией и формулами расчета KPI.
- Определить инструментальный и факторы влияния сервис-менеджера на прибыль 3-го уровня.
- Дать навык построения годового сервисного плана СТОА.

## Программа:

- Роль и значение сервиса в экономике дилерского центра.
- Структура управленческого учета (отличие от бухгалтерского).
- Понятие центров прибыли и убытков внутри дилерского центра.
- Понятие и содержание доходной и расходной части (переменные и постоянные издержки, прямые и косвенные).
- Расчет себестоимости нормо-часа.
- Качественные показатели использования времени (эффективность, продуктивность и производительность).
- KPI сервиса.
- Практическое построение сервисного плана.
- Управление доходной и расходной частью.
- Время как товар.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Управление эффективностью и диспетчирование слесарного цеха

## Цели:

- Определить роли и задачи мастера цеха.
- Определиться в понятиях «эффективность» в производстве услуг.
- Научиться оценивать потенциалы своего подразделения, и показатели эффективности.
- Получить инструменты для успешного применения.
- Достичь больших результатов в производстве услуг через повышение эффективности.

## ПРОГРАММА:

- Роль и задачи мастера цеха.
- Управление персоналом. Командообразование.
- Показатели эффективности.
- Ключевые процессы сервиса.
- Производство услуг. Диспетчирование или распределение работ?
- Основы и принципы диспетчирования.
- Контроль качества.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.





## Мастер-консультант

- Ключевые процессы сервиса.
- Коммуникация. Работа с рекламациями.
- Повышение качества обслуживания.
- Роль и задачи мастера-консультанта.
- Стандарты продаж для мастеров-консультантов.
- Переговоры по телефону. Холодные звонки.
- Клиентоориентированное сервисное обслуживание.
- Менеджмент для мастеров-консультантов.
- Управление конфликтами в сервисе.
- Эффективная запись на сервис.
- Управление эффективностью и диспетчирование слесарного цеха.
- Экономика предприятия и ключевые процессы сервиса для мастеров-консультантов.

# Ключевые процессы сервиса

## Цели:

- Стандартизация, как основа обеспечения качества.
- Определить цели стандартизации процессов.
- Изучить ключевые показатели работы сервиса.

## ПРОГРАММА:

- Стандартизация, как основа обеспечения качества.
- Цели стандартизации процессов.
- Запись на сервис.
- Подготовка к визиту клиента.
- Прием автомобиля в ремонт.
- Выполнение ремонта автомобиля.
- Контроль, подготовка к выдаче.
- Выдача автомобиля.
- Постсервисный обзвон.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).
- Длительность: 3 дня

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Коммуникация.

## Работа с рекламациями

### Цели:

- Освоить правила обмена информацией с клиентами.
- Сформулировать и отработать различные способы влияния и убеждения.
- Изучить методы работы с претензиями клиентов и конфликтными ситуациями.

### ПРОГРАММА:

- Общие вопросы коммуникации.
- Аксиомы коммуникации. Модель коммуникации.
- Влияние и убеждение. Психологические принципы влияния.
- Конфликт. Основные причины возникновения. Поведение, ведущее к конфликту и помогающее его избежать.
- Какие положительные и отрицательные последствия могут иметь конфликты (или их отсутствие) для организации.
- Структура конфликтной ситуации и динамика его развития.
- Профилактика конфликтов в организации.
- Особенности различных психологических типов. Характеристики и взаимодействие.
- Работа с обоснованными претензиями, работа с необоснованными претензиями.
- Преимущества и недостатки различных стратегий поведения в конфликте.
- Определение своего профиля стратегии поведения в конфликте.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Повышение качества обслуживания

## Цели:

- Освоение техники создания доверительных отношений с клиентом.
- Установление долгосрочные взаимоотношения с клиентами.
- Повышение качества обслуживания клиентов — как потребность.
- Мотивирование сотрудников на повышение качества.
- Увеличение объема продаж и, как следствие, повышение уровня рентабельности сервиса.

## ПРОГРАММА:

- Освоение техники создания доверительных отношений с клиентом.
- Установление долгосрочных взаимоотношения с клиентами.
- Повышение качества обслуживания клиентов — как потребность.
- Мотивирование сотрудников на повышение качества.
- Увеличение объема продаж и, как следствие, повышение уровня рентабельности сервиса.
- Виды жалоб клиентов и алгоритмы реагирования на них.
- Важность первоклассного сервиса.
- Сколько стоит один клиент? Финансовые потери от одной ошибки в обслуживании клиента.
- Сервис как конкурентное преимущество.
- Стандартизация сервиса. Для чего нужны стандарты обслуживания?
- Оценка сотрудников предприятия, направленная на улучшение качества обслуживания.
- Оценка удовлетворенности клиента и выстраивание системы получения обратной связи от клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Роль и задачи мастера-консультанта

## Цели:

- Дать возможность мастерам-консультантам узнать, понять и обсудить ключевые аспекты своей роли в отделе сервиса.
- Отработать основные навыки по работе с клиентами.
- Разработать собственный подход и создать план последующих действий, направленный на повышение эффективности работы сервисного отделения дилерского предприятия.
- Освоение способов взаимодействия со смежными отделами.
- Получение четкого представления цикла послепродажного обслуживания клиентов и своих должностных обязанностей.

## Программа:

- Построение образа идеального мастера-консультанта.
- Значение мотивации и ясной постановки цели для профессионального успеха.
- Совершенствование персональных профессиональных целей, взяв за основу идеального мастера-консультанта.
- Возможности повышения производительности в отдельно взятой производственной команде.
- Улучшение своего профессионального мастерства, как мастера-консультанта.
- Поведение мастера-консультанта в рабочих процессах.
- Представление о личной и профессиональной роли мастера-консультанта.
- Организация рабочего времени.
- Взаимодействие со смежными отделами.
- Ожидания клиентов от сервиса, марки и мастера-консультанта.
- Ключевые процессы сервиса.
- Корректировка поведения в соответствии с ожиданиями клиентов, требования сервиса и качества обслуживания.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Стандарты продаж для мастеров-консультантов

## Цели:

- Понять и освоить стандарты продаж
- Осознать свои собственные сильные и слабые стороны (анализ результатов игр и упражнений)
- Выработать свой индивидуальный стиль работы
- Познакомиться с инструментами эффективных продаж сервиса

## ПРОГРАММА:

- Специфика продаж автомобилей:
  - ценности брэнда;
  - целевые клиенты;
  - тенденции рынка;
  - концепция продаж;
  - правила и индивидуальный подход.
- Этапы процесса продаж.
- Компетенции мастеров-консультантов.
- Беседа по телефону.
- Эффективная коммуникация.
- Первый контакт на сервисе.
- Выявление потребностей.
- Презентация услуги/продукта.
- Работа с возражениями.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Переговоры по телефону. Холодные звонки

## Цели:

- Познакомится с общими вопросами телефонных продаж.
- Отработать навык эффективного начала контакта.
- Развить понимание потребностей.
- Улучшить способность презентации по телефону.
- Способы аргументации.
- Усвоить техники работы с трудными вопросами и возражениями.

## ПРОГРАММА:

- Специфика продаж по телефону.
- Типичные потребности наших клиентов.
- Структура телефонной продажи.
- Ключевые составляющие успеха.
- Как расположить клиента?
- Интонации и темп речи.
- Связь жестикуляции и интонации.
- Как узнать имя?
- Управление беседой.
- Корректный перехват инициативы.
- Типы вопросов.
- Смысловая насыщенность речи.
- Основные аргументы «за».
- Характеристики, преимущества и выгоды Вашего предложения.
- Тактика аргументации.
- Метафора и сравнение как метод аргументации.
- Отвечаем на сложные вопросы.
- Общая модель работы с возражениями.
- Определение типичных возражений.
- Сбор и анализ контраргументов для работы с возражениями.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

# Клиентоориентированное сервисное обслуживание

## Цели:

- Изучить стандарты качества сервисного обслуживания.
- Выработать единый взгляд на понимание клиентоориентированного сервиса.
- Оценить применимость клиентоориентированности на практике и отработать навыки успешного взаимодействия с клиентом.

## ПРОГРАММА:

- Клиентоориентированный сервис, как стратегия бизнеса.
- Язык тела, сигналы тела.
- Типы вопросов.
- Техника выделения главного.
- Техника краткого обобщения.
- Активное слушание.
- Психологические принципы влияния и способы рационального влияния (факторы, влияющие на разговор о преимуществах товара и его покупку).
- Алгоритм аргументации (выстраивание аргументации в пользу выгоды клиента при разговоре).
- Характеристики, выгоды продукта для клиента.
- Работа с вопросами на выявление потребностей и интересов клиента.
- Внедрение интерактивной приемки.
- Интерактивная приемка как инструмент завоевания лояльности.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.



# Менеджмент для мастеров-консультантов

## Цели:

- Отработать основные технологии организации работы отдела сервиса.
- Освоить методы постановки профессиональных целей (SMART) и управления временем.
- Узнать особенности построения эффективного рабочего коллектива. Командообразование.
- Рассмотреть основы коммуникации между подразделениями дилерского центра.

## Программа:

- Менеджмент и мастер консультант — базовые понятия.
- Формы поведения мастера консультанта и их отражение на текущей деятельности.
- Мастер-консультант — лидер.
- Time-management: хронометраж, организация своего эффективного рабочего времени.
- Эффективная коммуникация в дилерском центре.
- Роль коммуникации со смежными отделами.
- Профессиональное определение целей по SMART.
- МК в матрице коллектива дилерского центра.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление конфликтами в сервисе

## Цели:

- Классификация конфликтов в сервисе.
- Определить причины возникновения конфликтов.
- Зафиксировать основные источники конфликтов.
- Получить инструменты управления конфликтами.
- Научиться управлять конфликтами во взаимоотношениях подразделений в сервисе.

## ПРОГРАММА:

- Процессы как инструмент минимизации влияния человеческого фактора.
- Конфликт — как инструмент обнаружения потенциалов в процессах предприятия.
- Ключевые процессы сервиса.
- Цели и задачи всех подразделений сервиса.
- Классификация и управление конфликтами в сервисе.
- Инструменты предупреждения конфликтов.
- Практика разработки мероприятий, упреждающие конфликты в сервисе и иных подразделениях дилерского центра.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Эффективная запись на сервис

## Цели:

- Определить роль и задачи участников ведения записи.
- Определить критерии качественной записи.
- Зафиксировать понимание важности данного процесса, как стратегического во всем цикле КПС.
- Получить практические навыки «эффективной записи».
- Оценить результаты качественной работы и высокой эффективности записи.

## ПРОГРАММА:

- Роль и задачи сотрудника осуществляющего запись на ремонт / обслуживание.
- Ключевые процессы сервиса.
- Первый ключевой процесс как признак безупречности и клиентоориентированности.
- Признаки эффективной записи.
- Измерение эффективности записи.
- Инструменты для осуществления эффективной записи.
- Практическое применение инструментов.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление эффективностью и диспетчирование слесарного цеха

## Цели:

- Определить роли и задачи мастера цеха.
- Определиться в понятиях «эффективность» в производстве услуг.
- Научиться оценивать потенциалы своего подразделения, и показатели эффективности.
- Получить инструменты для успешного применения.
- Достичь больших результатов в производстве услуг через повышение эффективности.

## ПРОГРАММА:

- Роль и задачи мастера цеха.
- Управление персоналом. Командообразование.
- Показатели эффективности.
- Ключевые процессы сервиса.
- Производство услуг. Диспетчирование или распределение работ?.
- Основы и принципы диспетчирования.
- Контроль качества.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Экономика предприятия и ключевые процессы сервиса для мастеров-консультантов

## Цели:

- Изучить основы экономики предприятия.
- Понять зону влияния мастера консультанта на экономические показатели сервиса.
- Детально разобрать рабочие процессы в сервисе.
- Обменяться опытом с коллегами.

## ПРОГРАММА:

- Описание рабочих процессов.
- Приоритетные направления развития сервиса.
- Основы разработки рабочего процесса сервиса.
- Обеспечение ключевых процессов.
- Стандарты по сервису.
- Анализ слабых мест в рабочем процессе дилерского предприятия.
- Оценка конкурентоспособности. Создание конкурентных преимуществ.
- Система учета времени.
- Экономические показатели эффективности сервиса.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

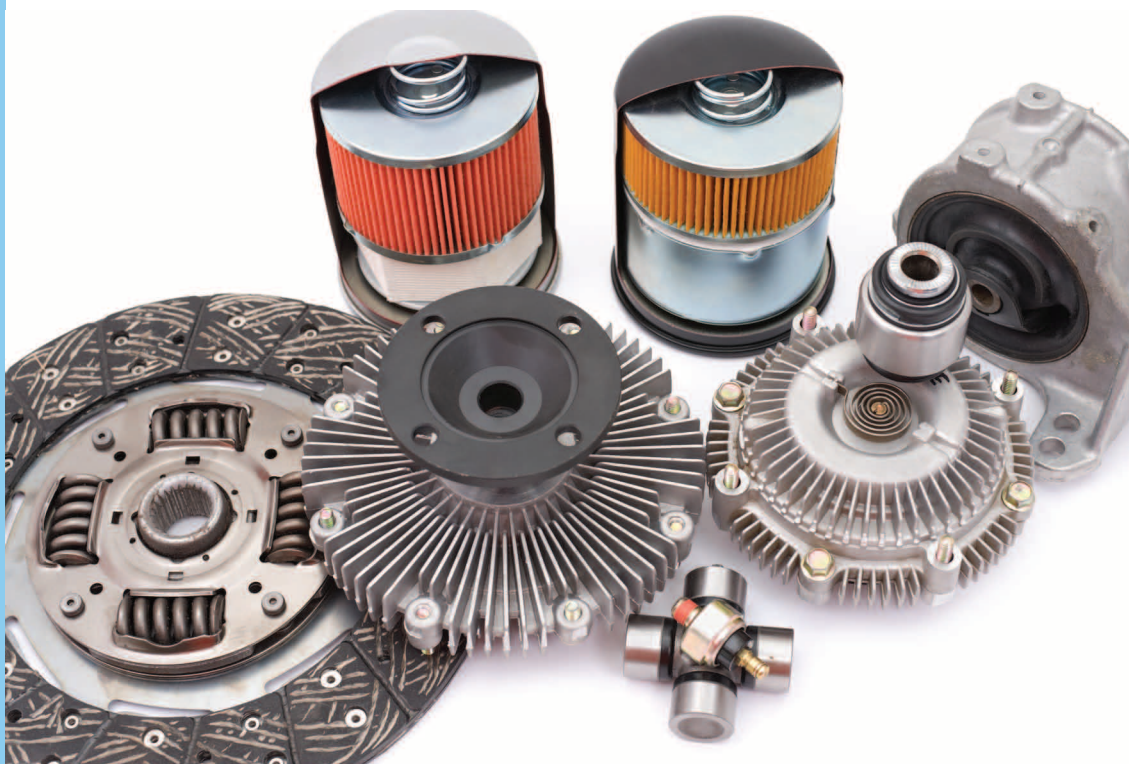
РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС



## Руководитель отдела запчастей

- Экономика предприятия.
- Роль и задачи руководителя отдела запчастей.
- Управление персоналом.
- Мерчендайзинг. Продажа аксессуаров и запасных частей.
- Коммуникативное управление.
- Повышение качества обслуживания.
- Основы лидерства.
- Клиентоориентированное сервисное обслуживание.
- Экономика сервиса для руководителей.
- Управление конфликтами в сервисе.

# Экономика предприятия

## Цели:

- Изучить основы экономики предприятия.
- Понять зону влияния руководителя отдела запасных частей на экономические показатели сервиса.
- Обменяться опытом с коллегами.

## ПРОГРАММА:

- Структура автобизнеса и тенденции развития.
- Автопроизводитель и дилерское предприятие.
- Структура бизнеса дилерского предприятия и роль сервиса в условиях экономического спада.
- Доля дохода сервиса в структуре оборота дилерского предприятия.
- Приоритетные направления развития сервиса.
- Клиентоориентированный сервис и удовлетворенность клиента.
- Описание рабочих процессов предприятий сервиса.
- Управление качеством и рабочие процессы.
- Основы разработки рабочего процесса автомобильного сервиса.
- Управление сервисом как инструмент успеха.
- Основные понятия и определения.
- Фонд времени.
- Оптимизация количества персонала сервиса.
- Схемы построения работы сервиса.
- Структура доходов сервиса.
- Принципы оценки экономической эффективности сервиса.
- Система учета времени.
- Экономические показатели эффективности сервиса.
- Оценка эффективности работы отдела запчастей.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Роль и задачи руководителя отдела запчастей

## Цели:

- Создание профессионального образа руководителя отдела запчастей.
- Нарботка навыка самооценки и оценки других.
- Внедрение важности ориентации на клиента.
- Освоение техник эффективного сотрудничества и кооперации.

## ПРОГРАММА:

- Профессиональный образ руководителя отдела запчастей.
- Фактическое положение руководителя отдела запчастей.
- Методики планирования и постановки целей.
- От исполнителя заказов к предпринимателю.
- Инструкция по функциональным обязанностям и профиль требований Самооценка и оценка других.
- Разработка правил обратной связи.
- Личная самооценка/оценка других.
- Самооценка/оценка других в рамках отдела.
- Качество и ориентация на клиента.
- Клиент и сервис. Слагаемые успеха.
- Ожидания клиентов.
- Ключевые процессы сервиса и ключевые процессы отдела запчастей.
- Анализ имиджа.
- Значение ориентации на клиента.
- Клиентоориентированное общение по телефону менеджеров по продажам.
- Профессиональное поведение с клиентами. Сотрудничество.
- Анализ и преодоление конфликтов.
- Внутренняя кооперация. Взаимодействие с сервисом.
- Внешняя кооперация.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня



# Управление персоналом

## Цели:

- Научиться управлять персоналом.
- Понять, как достигать цели, делегируя полномочия.
- Освоить азы создания мотивации для персонала.
- Обменяться практическим опытом с коллегами.

## ПРОГРАММА:

- Кадровое планирование.
- Командообразование.
- Командный хронометр.
- Ролевое поведение в команде.
- Манеры поведения, способствующие разрешению конфликтов.
- факторы, определяющие эффективность работы.
- Ключевые показатели эффективности и основные процессы обслуживания.
- Управление временем, MBO, SMART.
- Мотивация персонала.
- Наблюдение, оценка, обратная связь.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Мерчендайзинг. Продажа аксессуаров и запасных частей

## Цели:

- Определить ценность запасных частей и аксессуаров от производителя и дилера для нашего потребителя.
- Получить навыки в понимании мотивов совершения покупок клиентами дилерского центра.
- Получить практические навыки в понимании процессов принятия решения покупок клиентами, управлять принятием решений клиентами с помощью инструментов мерчендайзинга.
- Получить навыки анализа шоу-румов и определить какие решения с применением инструментов мерчендайзинга можно принять для увеличения эффективности продажи запчастей и аксессуаров.
- Получить навыки в проведении спец-акций и продвижения аксессуаров для клиентов дилерского центра.

## ПРОГРАММА:

- Мерчендайзинг — инструмент маркетинга в розничной торговле. Основные цели и задачи. Роли сотрудников в применении инструментов мерчендайзинга.
- «4Р» составляющие в мерчендайзинге.
- Внешнее оформление шоу-румов для продажи запчастей и аксессуаров. Эффективная планировка.
- Группировка товаров по покупательскому целевому спросу.
- Покупательское поведение клиентов: влияние неосознанных факторов на принятие клиентом решения о покупке.
- Правила эффективной презентации товара.
- Привлекаем внимание покупателей.
- Сезонный и акционный мерчендайзинг. Разработка идей промо-акций и спецпредложений.
- Анализ процессов продажи запчастей и аксессуаров. Выявление ошибок мерчендайзинга.
- Составление проектов размещения продукции в шоу-руме согласно принципам мерчендайзинга.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Коммуникативное управление

## Цели:

- Освоить методы коммуникационного воздействия, управления конфликтами.
- Проведение совещаний и индивидуальных встреч.
- Управление через коммуникацию. Управляющее коммуникационное воздействие.

## Программа:

- Типы совещаний. Цели и особенности совещаний.
- Подготовка повестки дня совещания.
- Руководство ходом обсуждения и принятием управленческого решения.
- Типичные ошибки при проведении совещания.
- Оформление управленческого решения.
- Мероприятия после совещания.
- Понятие конфликта. Причины конфликтных ситуаций в организации.
- Неэффективная коммуникация как причина конфликта.
- Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.
- Техники предотвращения конфликтных ситуаций.
- Техники снятия напряжения в конфликтных ситуациях.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

## Длительность: 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Повышение качества обслуживания

## Цели:

- Освоение техники создания доверительных отношений с клиентом.
- Установление долгосрочные взаимоотношения с клиентами.
- Повышение качества обслуживания клиентов — как потребность.
- Мотивирование сотрудников на повышение качества.
- Увеличение объема продаж и, как следствие, повышение уровня рентабельности сервиса.

## ПРОГРАММА:

- Освоение техники создания доверительных отношений с клиентом.
- Установление долгосрочных взаимоотношения с клиентами.
- Повышение качества обслуживания клиентов — как потребность.
- Мотивирование сотрудников на повышение качества.
- Увеличение объема продаж и, как следствие, повышение уровня рентабельности сервиса.
- Виды жалоб клиентов и алгоритмы реагирования на них.
- Важность первоклассного сервиса.
- Сколько стоит один клиент? Финансовые потери от одной ошибки в обслуживании клиента.
- Сервис как конкурентное преимущество.
- Стандартизация сервиса. Для чего нужны стандарты обслуживания?
- Оценка сотрудников предприятия, направленная на улучшение качества обслуживания.
- Оценка удовлетворенности клиента и выстраивание системы получения обратной связи от клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Основы лидерства

## Цели:

- Повышение качества управления в организации за счет:
  - Освоения и накопления лидерского потенциала руководителя;
  - Применения лидерских навыков при взаимодействии с подчиненными.
- Изучение и освоение задач лидерства и роли лидера в организации.
- Овладение и наращивание методов и приемов завоевания авторитета в коллективе.

## ПРОГРАММА:

- Роли лидера, руководителя, менеджера, исполнителя. Сходства и отличия.
- Внутреннее и внешнее лидерство. Управление собой и своими возможностями.
- Лидер и команда. Становление лидера. Круги влияния и рычаги власти.
- Приобретение и наращивание авторитета в коллективе.
- Когда люди идут за лидером? Ожидания от лидера у подчиненных и руководителей.
- Лидерские качества и лидерские роли. Сценарии и определение лидерских ролей.
- Навыки лидера. Умение вести за собой, заражать энтузиазмом, доносить идеи.
- Развитие харизмы. Вербальный, невербальный и бессознательный авторитет.
- Укрепление власти лидера. Работа над собой и работа с коллективом.
- Управление конфликтами. Конфликты и конфронтации как способ укрепления лидерства.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Клиентоориентированное сервисное обслуживание

## Цели:

- Изучить стандарты качества сервисного обслуживания.
- Выработать единый взгляд на понимание клиентоориентированного сервиса.
- Оценить применимость клиентоориентированности на практике и отработать навыки успешного взаимодействия с клиентом.

## ПРОГРАММА:

- Клиентоориентированный сервис, как стратегия бизнеса.
- Язык тела, сигналы тела.
- Типы вопросов.
- Техника выделения главного.
- Техника краткого обобщения.
- Активное слушание.
- Психологические принципы влияния и способы рационального влияния (факторы, влияющие на разговор о преимуществах товара и его покупке).
- Алгоритм аргументации (выстраивание аргументации в пользу выгоды клиента при разговоре).
- Характеристики, выгоды продукта для клиента.
- Работа с вопросами на выявление потребностей и интересов клиента.
- Внедрение интерактивной приемки.
- Интерактивная приемка как инструмент завоевания лояльности.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Экономика сервиса для руководителей

## Цели:

- Показать роль сервиса, как одного из центров формирования прибыли и убытков.
- Показать область ответственности сервис-менеджера в формировании маржинальной прибыли в структуре управленческого учета.
- Дать инструменты расчета себестоимости нормо-часа, расчета точки безубыточности.
- Дать понимание необходимости использования системы учета рабочего времени, как инструмента повышения эффективности работы сервиса.
- Ознакомиться с терминологией и формулами расчета KPI.
- Определить инструментальный и факторы влияния сервис-менеджера на прибыль 3-го уровня.
- Дать навык построения годового сервисного плана СТОА.

## ПРОГРАММА:

- Роль и значение сервиса в экономике дилерского центра.
- Структура управленческого учета (отличие от бухгалтерского).
- Понятие центров прибыли и убытков внутри дилерского центра.
- Понятие и содержание доходной и расходной части (переменные и постоянные издержки, прямые и косвенные).
- Расчет себестоимости нормо-часа.
- Качественные показатели использования времени (эффективность, продуктивность и производительность).
- KPI сервиса.
- Практическое построение сервисного плана.
- Управление доходной и расходной частью.
- Время как товар.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Управление конфликтами в сервисе

## Цели:

- Классификация конфликтов в сервисе.
- Определить причины возникновения конфликтов.
- Зафиксировать основные источники конфликтов.
- Получить инструменты управления конфликтами.
- Научиться управлять конфликтами во взаимоотношениях подразделений в сервисе.

## ПРОГРАММА:

- Процессы как инструмент минимизации влияния человеческого фактора.
- Конфликт — как инструмент обнаружения потенциалов в процессах предприятия.
- Ключевые процессы сервиса.
- Цели и задачи всех подразделений сервиса.
- Классификация и управление конфликтами в сервисе.
- Инструменты предупреждения конфликтов.
- Практика разработки мероприятий, упреждающие конфликты в сервисе и иных подразделениях дилерского центра.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС





## Начальник склада, диспонент

- Коммуникация. Работа с рекламациями.
- Управление складом и поставками автомобилей.
- Управление конфликтами.
- Основы клиентоориентированности.

# Коммуникация.

## Работа с рекламациями

### Цели:

- Освоить правила обмена информацией с клиентами.
- Сформулировать и отработать различные способы влияния и убеждения.
- Изучить методы работы с претензиями клиентов и конфликтными ситуациями.

### ПРОГРАММА:

- Общие вопросы коммуникации.
- Аксиомы коммуникации. Модель коммуникации.
- Влияние и убеждение. Психологические принципы влияния.
- Конфликт. Основные причины возникновения. Поведение, ведущее к конфликту и помогающее его избежать.
- Какие положительные и отрицательные последствия могут иметь конфликты (или их отсутствие) для организации.
- Структура конфликтной ситуации и динамика его развития.
- Профилактика конфликтов в организации.
- Особенности различных психологических типов. Характеристики и взаимодействие.
- Работа с обоснованными претензиями, работа с необоснованными претензиями.
- Преимущества и недостатки различных стратегий поведения в конфликте.
- Определение своего профиля стратегии поведения в конфликте.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Управление складом и поставками автомобилей

## Цели:

- Обеспечение наличия стока автомобилей, соответствующего потребностям отдела продаж.
- Обеспечение возможности предоставить клиенту ассортимент (модельный ряд).
- Обеспечение микса автомобилей по моделям, цветам, двигателям как инструмент клиентоориентированности.
- Формирование устойчивого преимущества дилера в рамках работы в конкурентной среде.
- Обеспечение возможности соответствия требованиям импортера с целью выполнения бонусных программ.

## ПРОГРАММА:

- Сток автомобилей, как инструмент работы.
- Основные элементы управления автомобильным стоком.
- Логистика стока, и основные элементы управления.
- Анализ и прогнозирование передвижения складских запасов на всем этапе от производства до салона.
- Анализ и оценка запасов стока автомобилей.
- Прогнозирование стока для обеспечения деятельности отдела продаж.
- Финансовое управление стоком автомобилей.
- Расчет стоимости стока и его влияние на деятельность отдела продаж.
- Оценка ликвидности складских запасов в годичном периоде.
- Влияние управления складскими запасами на систему мотивации сотрудников.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление конфликтами

## Цели:

- Отработать основные навыки коммуникаций.
- Определить основные возражения и аргументацию.
- Отработать навыки работы с возражениями.
- Отработать основные навыки реагирования на конфликты.
- Отработать основные приёмы по управлению эмоциями.

## ПРОГРАММА:

- Основные навыки коммуникации.
- Приёмы активного слушания.
- Разница между слушать и слышать.
- Работа с возражениями.
- Работа с конфликтами.
- Причины возникновения конфликтов.
- Способы реагирования на конфликты.
- Основные ошибки.
- Управление эмоциями.
- Управление эмоциями клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Основы клиентоориентированности

## Цели:

- Раскрыть суть метода «клиентоориентированность».
- Сформировать устойчивые навыки в работе с клиентами, основанные на гостеприимстве и доверии.
- Определить основные принципы и методы повышения лояльности клиентов. Уметь применять их на практике.

## Программа:

- Клиентоориентированность как основа долгосрочных отношений.
- Инструменты формирования клиентоориентированности как корпоративной культуры.
- Кто наши клиенты?
- Завоевание доверия.
- Что такое удовлетворенность клиентов?
- "Hospitality" как основа нашей работы. Понятие "hospitality", как отношений, построенных на доверии.
- Инструменты самоанализа и контроля своей деятельности.
- Составление краткосрочных/среднесрочных планов своей работы.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.



## Продавец запчастей

- Эффективные продажи запасных частей.
- Мерчендайзинг. Продажа аксессуаров и запасных частей.
- Коммуникация. Работа с рекламациями.
- Управление конфликтами.
- Основы клиентоориентированности.

# Эффективные продажи запасных частей

## Цели:

- Познакомиться с ключевыми процессами сервиса.
- Обсуждение основных целей службы запасных частей.
- Обучиться с эффективными техниками и моделями коммуникации.
- Нарботать навык работы с возражениями.

## ПРОГРАММА:

- Ключевые процессы сервиса.
- Ожидания клиентов от службы запасных частей.
- Основные цели службы запасных частей.
- Разработка руководства по ведению беседы.
- Согласование оплаты дополнительных запасных частей к предварительному заказ-наряду.
- Структура цепочки аргументирования пользы для клиента.
- Основная и дополнительная польза.
- Аргументы по оригинальным запасным частям.
- Алгоритм работы с возражениями.
- Переговоры с клиентами.
- Влияние и убеждение клиента.
- Модель «ситуация – проблема – решение».
- Функция претензий для клиента.
- Регулирование отработки претензий.
- Причины возникновения конфликтных ситуаций и способы их разрешения.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.



# Мерчендайзинг. Продажа аксессуаров и запасных частей

## Цели:

- Определить ценность запасных частей и аксессуаров от производителя и дилера для нашего потребителя.
- Получить навыки в понимании мотивов совершения покупок клиентами дилерского центра.
- Получить практические навыки в понимании процессов принятия решения покупок клиентами, управлять принятием решений клиентами с помощью инструментов мерчендайзинга.
- Получить навыки анализа шоу-румов и определить какие решения с применением инструментов мерчендайзинга можно принять для увеличения эффективности продажи запчастей и аксессуаров.
- Получить навыки в проведении спец-акций и продвижения аксессуаров для клиентов дилерского центра.

## ПРОГРАММА:

- Мерчендайзинг — инструмент маркетинга в розничной торговле. Основные цели и задачи. Роли сотрудников в применении инструментов мерчендайзинга.
- «4Р» составляющие в мерчендайзинге.
- Внешнее оформление шоу-румов для продажи запчастей и аксессуаров. Эффективная планировка.
- Группировка товаров по покупательскому целевому спросу.
- Покупательское поведение клиентов: влияние неосознанных факторов на принятие клиентом решения о покупке.
- Правила эффективной презентации товара.
- Привлекаем внимание покупателей.
- Сезонный и акционный мерчендайзинг. Разработка идей промо-акций и спецпредложений.
- Анализ процессов продажи запчастей и аксессуаров. Выявление ошибок мерчендайзинга.
- Составление проектов размещения продукции в шоу-руме согласно принципам мерчендайзинга.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.



# Коммуникация.

## Работа с рекламациями

### Цели:

- Освоить правила обмена информацией с клиентами.
- Сформулировать и отработать различные способы влияния и убеждения.
- Изучить методы работы с претензиями клиентов и конфликтными ситуациями.

### ПРОГРАММА:

- Общие вопросы коммуникации.
- Аксиомы коммуникации. Модель коммуникации.
- Влияние и убеждение. Психологические принципы влияния.
- Конфликт. Основные причины возникновения. Поведение, ведущее к конфликту и помогающее его избежать.
- Какие положительные и отрицательные последствия могут иметь конфликты (или их отсутствие) для организации.
- Структура конфликтной ситуации и динамика его развития.
- Профилактика конфликтов в организации.
- Особенности различных психологических типов. Характеристики и взаимодействие.
- Работа с обоснованными претензиями, работа с необоснованными претензиями.
- Преимущества и недостатки различных стратегий поведения в конфликте.
- Определение своего профиля стратегии поведения в конфликте.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление конфликтами

## Цели:

- Отработать основные навыки коммуникаций.
- Определить основные возражения и аргументацию.
- Отработать навыки работы с возражениями.
- Отработать основные навыки реагирования на конфликты.
- Отработать основные приёмы по управлению эмоциями.

## ПРОГРАММА:

- Основные навыки коммуникации.
- Приёмы активного слушания.
- Разница между слушать и слышать.
- Работа с возражениями.
- Работа с конфликтами.
- Причины возникновения конфликтов.
- Способы реагирования на конфликты.
- Основные ошибки.
- Управление эмоциями.
- Управление эмоциями клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Основы клиентоориентированности

## Цели:

- Раскрыть суть метода «клиентоориентированность».
- Сформировать устойчивые навыки в работе с клиентами, основанные на гостеприимстве и доверии.
- Определить основные принципы и методы повышения лояльности клиентов. Уметь применять их на практике.

## Программа:

- Клиентоориентированность как основа долгосрочных отношений.
- Инструменты формирования клиентоориентированности как корпоративной культуры.
- Кто наши клиенты?
- Завоевание доверия.
- Что такое удовлетворенность клиентов?
- "Hospitality" как основа нашей работы. Понятие "hospitality", как отношений, построенных на доверии.
- Инструменты самоанализа и контроля своей деятельности.
- Составление краткосрочных/среднесрочных планов своей работы.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.



## Ассистент сервиса

- Ключевые процессы сервиса.
- Коммуникация. Работа с рекламациями.
- Клиентоориентированное сервисное обслуживание.
- Управление конфликтами в сервисе.
- Эффективная запись на сервис.

# Ключевые процессы сервиса

## Цели:

- Стандартизация, как основа обеспечения качества.
- Определить цели стандартизации процессов.
- Изучить ключевые показатели работы сервиса.

## ПРОГРАММА:

- Стандартизация, как основа обеспечения качества.
- Цели стандартизации процессов.
- Запись на сервис.
- Подготовка к визиту клиента.
- Прием автомобиля в ремонт.
- Выполнение ремонта автомобиля.
- Контроль, подготовка к выдаче.
- Выдача автомобиля.
- Постсервисный обзвон.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Коммуникация.

## Работа с рекламациями

### Цели:

- Освоить правила обмена информацией с клиентами.
- Сформулировать и отработать различные способы влияния и убеждения.
- Изучить методы работы с претензиями клиентов и конфликтными ситуациями.

### ПРОГРАММА:

- Общие вопросы коммуникации.
- Аксиомы коммуникации. Модель коммуникации.
- Влияние и убеждение. Психологические принципы влияния.
- Конфликт. Основные причины возникновения. Поведение, ведущее к конфликту и помогающее его избежать.
- Какие положительные и отрицательные последствия могут иметь конфликты (или их отсутствие) для организации.
- Структура конфликтной ситуации и динамика его развития.
- Профилактика конфликтов в организации.
- Особенности различных психологических типов. Характеристики и взаимодействие.
- Работа с обоснованными претензиями, работа с необоснованными претензиями.
- Преимущества и недостатки различных стратегий поведения в конфликте.
- Определение своего профиля стратегии поведения в конфликте.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Клиентоориентированное сервисное обслуживание

## Цели:

- Изучить стандарты качества сервисного обслуживания.
- Выработать единый взгляд на понимание клиентоориентированного сервиса.
- Оценить применимость клиентоориентированности на практике и отработать навыки успешного взаимодействия с клиентом.

## ПРОГРАММА:

- Клиентоориентированный сервис, как стратегия бизнеса.
- Язык тела, сигналы тела.
- Типы вопросов.
- Техника выделения главного.
- Техника краткого обобщения.
- Активное слушание.
- Психологические принципы влияния и способы рационального влияния (факторы, влияющие на разговор о преимуществах товара и его покупке).
- Алгоритм аргументации (выстраивание аргументации в пользу выгоды клиента при разговоре).
- Характеристики, выгоды продукта для клиента.
- Работа с вопросами на выявление потребностей и интересов клиента.
- Внедрение интерактивной приемки.
- Интерактивная приемка как инструмент завоевания лояльности.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Управление конфликтами в сервисе

## Цели:

- Классификация конфликтов в сервисе.
- Определить причины возникновения конфликтов.
- Зафиксировать основные источники конфликтов.
- Получить инструменты управления конфликтами.
- Научиться управлять конфликтами во взаимоотношениях подразделений в сервисе.

## ПРОГРАММА:

- Процессы как инструмент минимизации влияния человеческого фактора.
- Конфликт — как инструмент обнаружения потенциалов в процессах предприятия.
- Ключевые процессы сервиса.
- Цели и задачи всех подразделений сервиса.
- Классификация и управление конфликтами в сервисе.
- Инструменты предупреждения конфликтов.
- Практика разработки мероприятий, упреждающие конфликты в сервисе и иных подразделениях дилерского центра.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС



# Эффективная запись на сервис

## Цели:

- Определить роль и задачи участников ведения записи.
- Определить критерии качественной записи.
- Зафиксировать понимание важности данного процесса, как стратегического во всем цикле КПС.
- Получить практические навыки «эффективной записи».
- Оценить результаты качественной работы и высокой эффективности записи.

## ПРОГРАММА:

- Роль и задачи сотрудника осуществляющего запись на ремонт / обслуживание.
- Ключевые процессы сервиса.
- Первый ключевой процесс как признак безупречности и клиентоориентированности.
- Признаки эффективной записи.
- Измерение эффективности записи.
- Инструменты для осуществления эффективной записи.
- Практическое применение инструментов.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

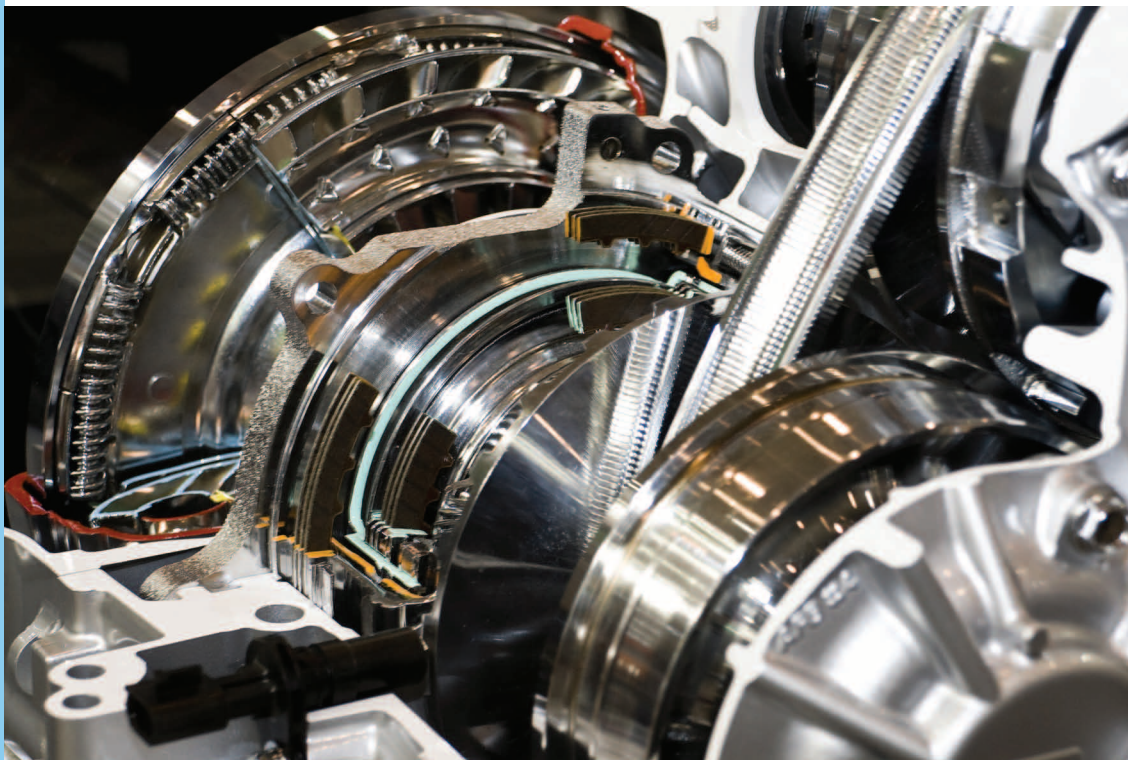
РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС



## Инженер по гарантии

- Коммуникация. Работа с рекламациями.
- Управление конфликтами.
- Основы клиентоориентированности.

# Коммуникация.

## Работа с рекламациями

### Цели:

- Освоить правила обмена информацией с клиентами.
- Сформулировать и отработать различные способы влияния и убеждения.
- Изучить методы работы с претензиями клиентов и конфликтными ситуациями.

### ПРОГРАММА:

- Общие вопросы коммуникации.
- Аксиомы коммуникации. Модель коммуникации.
- Влияние и убеждение. Психологические принципы влияния.
- Конфликт. Основные причины возникновения. Поведение, ведущее к конфликту и помогающее его избежать.
- Какие положительные и отрицательные последствия могут иметь конфликты (или их отсутствие) для организации.
- Структура конфликтной ситуации и динамика его развития.
- Профилактика конфликтов в организации.
- Особенности различных психологических типов. Характеристики и взаимодействие.
- Работа с обоснованными претензиями, работа с необоснованными претензиями.
- Преимущества и недостатки различных стратегий поведения в конфликте.
- Определение своего профиля стратегии поведения в конфликте.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление конфликтами

## Цели:

- Отработать основные навыки коммуникаций.
- Определить основные возражения и аргументацию.
- Отработать навыки работы с возражениями.
- Отработать основные навыки реагирования на конфликты.
- Отработать основные приёмы по управлению эмоциями.

## ПРОГРАММА:

- Основные навыки коммуникации.
- Приёмы активного слушания.
- Разница между слушать и слышать.
- Работа с возражениями.
- Работа с конфликтами.
- Причины возникновения конфликтов.
- Способы реагирования на конфликты.
- Основные ошибки.
- Управление эмоциями.
- Управление эмоциями клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Основы клиентоориентированности

## Цели:

- Раскрыть суть метода «клиентоориентированность».
- Сформировать устойчивые навыки в работе с клиентами, основанные на гостеприимстве и доверии.
- Определить основные принципы и методы повышения лояльности клиентов. Уметь применять их на практике.

## Программа:

- Клиентоориентированность как основа долгосрочных отношений.
- Инструменты формирования клиентоориентированности как корпоративной культуры.
- Кто наши клиенты?
- Завоевание доверия.
- Что такое удовлетворенность клиентов?
- "Hospitality" как основа нашей работы. Понятие "hospitality", как отношений, построенных на доверии.
- Инструменты самоанализа и контроля своей деятельности.
- Составление краткосрочных/среднесрочных планов своей работы.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.



## Руководитель отдела продаж

- Управлением отделом продаж.
- Управление рынком и CSS.
- Управление персоналом.
- Эффективная коммуникация.
- Стандарты коммуникации для руководителей отдела продаж.
- Финансы для нефинансовых менеджеров.
- Коммуникативное управление.
- Основы лидерства.
- Управление конфликтами.
- Основы клиентоориентированности.
- Навык оценки и подготовки к продаже автомобиля с пробегом.
- Экономика и KPI отдела продаж автомобилей с пробегом.

# Управление отделом продаж

## Цели:

- Сформулировать основные цели и задачи руководителя отдела продаж.
- Дать понимание важности стандартов в процессе продаж.
- Сформировать у руководителя отдела продаж понимание необходимости управления эффективностью отдела продаж.
- Детально проработать технологию: «Воронка продаж» — инструмент для оценки эффективности работы отдела продаж.
- Ознакомиться с идеологией проекта ЕСМ.
- Обучиться грамотной постановке целей и задач.
- Освоить основы коучинга.
- Познакомиться с технологиями проведения общих собраний отдела продаж.

## ПРОГРАММА:

- Цели и задачи руководителя отдела продаж.
- Управление эффективностью отдела продаж.
- Технология продаж.
- Этапы продаж.
- «Воронка продаж».
- Идеология проекта ЕСМ.
- Постановка целей и задач.
- Основы коучинга.
- Правила проведения общих собраний отдела продаж.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 4 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление рынком и CSS

## Цели:

- Познакомиться с идеями управления рынком.
- Формирование системы достижения целевых показателей CSS.
- Нарботать понимание важности приверженности клиентов.
- Определение направлений развития дилерского центра.
- Исследование удовлетворенности клиентов CSS.

## ПРОГРАММА:

- Основная идея управления рынком.
- Факторы, влияющие на результат продаж.
- Стратегии развития продаж дилерского центра.
- Рынок дилерского центра.
- Этапы развития отношений с клиентом.
- Удовлетворенность, лояльность и приверженность клиентов.
- Формирование ожидания клиента с помощью маркетинговых коммуникаций с рынком.
- Удовлетворенность клиента от процесса продажи.
- Оценка работы продавцов с клиентами дилерского центра.
- Постановка целей и задач продавцам для повышения удовлетворенности клиентов от процесса продажи в дилерском центре.
- Мотивация на достижение наивысшего качества работы с клиентами в дилерском центре.
- Обучение и развитие продавцов руководителем для достижения наивысшего качества работы с клиентами в дилерском центре.
- Исследование удовлетворенности клиентов CSS.
- Определение направлений развития дилерского центра.
- Формирование системы достижения целевых показателей CSS.
- Повторные покупки клиентов дилерского центра. Рекомендации клиентов.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.



# Управление персоналом

## Цели:

- Научиться управлять персоналом.
- Понять, как достигать цели, делегируя полномочия.
- Освоить азы создания мотивации для персонала.
- Обменяться практическим опытом с коллегами.

## ПРОГРАММА:

- Кадровое планирование.
- Командообразование.
- Командный хронометр.
- Ролевое поведение в команде.
- Манеры поведения, способствующие разрешению конфликтов.
- факторы, определяющие эффективность работы.
- Ключевые показатели эффективности и основные процессы обслуживания.
- Управление временем, MBO, SMART.
- Мотивация персонала.
- Наблюдение, оценка, обратная связь.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Эффективная коммуникация.

## Стандарты коммуникации РОП

### Цели:

- Дать понимание важности стандартизации процессов продаж.
- Освоить ключевые процессы продаж.
- Нарботка техник ведения эффективной коммуникации.
- Получить навыки работы с возражениями.
- Изучить методики продуктивного взаимодействия с клиентом.

### ПРОГРАММА:

- Определение задач. Важность стандартов продаж (роль руководителя отдела продаж в стандартизации процессов продаж, определение зон развития менеджера по продажам).
- Ключевые процессы продаж в дилерском центре (основы делового этикета в дилерском центре, цикл продаж, первый контакт и начало разговора).
- Выявление потребностей (отработка техники постановки вопросов).
- Работа с возражениями. Алгоритм работы с возражениями.
- Презентация автомобиля (методика, презентация выгоды и пользы товара для клиента).
- Методика проведения тест-драйва автомобиля.
- Условия для завершения сделки.
- Переговоры по цене.
- Методика передачи автомобиля клиенту.
- Методика поддержания контакта с клиентом после выдачи автомобиля.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Финансы для нефинансовых менеджеров

## Цели:

- Определить и получить практические навыки в понимании финансово-экономических целей и задач бизнеса.
- Получить практические навыки в определении основных форм финансовой и управленческой отчетности.
- Получить практические навыки в работе с данными финансово-экономических отчетов в своей работе.
- Получить практические навыки в расчете основных финансово-экономических показателей эффективности.
- Получить практические навыки управления финансами дилерском центре.

## Программа:

- Цели и задачи менеджмента компании в области управления финансами.
- Определение центров финансовой ответственности.
- Основные финансовые показатели деятельности дилерского центра и его отделов.
- Классификация доходов и издержек дилерского центра, определение зон ответственности нефинансовых менеджеров.
- Взаимосвязь финансовых показателей деятельности.
- Рентабельность деятельности дилерского центра, влияние финансовой деятельности отделов на общую рентабельность дилерского центра.
- Принципы анализа финансовой отчетности.
- Место Бюджета в стратегическом планировании деятельности компании.
- Практическая отработка методов расчета точки безубыточности.
- Влияние показателей эффективности на достижение финансовых целей дилерского центра.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Коммуникативное управление

## Цели:

- Освоить методы коммуникационного воздействия, управления конфликтами.
- Проведение совещаний и индивидуальных встреч.
- Управление через коммуникацию. Управляющее коммуникационное воздействие.

## Программа:

- Типы совещаний. Цели и особенности совещаний.
- Подготовка повестки дня совещания.
- Руководство ходом обсуждения и принятием управленческого решения.
- Типичные ошибки при проведении совещания.
- Оформление управленческого решения.
- Мероприятия после совещания.
- Понятие конфликта. Причины конфликтных ситуаций в организации.
- Неэффективная коммуникация как причина конфликта.
- Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.
- Техники предотвращения конфликтных ситуаций.
- Техники снятия напряжения в конфликтных ситуациях.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

## Длительность: 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Основы лидерства

## Цели:

- Повышение качества управления в организации за счет:
  - Освоения и накопления лидерского потенциала руководителя;
  - Применения лидерских навыков при взаимодействии с подчиненными.
- Изучение и освоение задач лидерства и роли лидера в организации.
- Овладение и наращивание методов и приемов завоевания авторитета в коллективе.

## ПРОГРАММА:

- Роли лидера, руководителя, менеджера, исполнителя. Сходства и отличия.
- Внутреннее и внешнее лидерство. Управление собой и своими возможностями.
- Лидер и команда. Становление лидера. Круги влияния и рычаги власти.
- Приобретение и наращивание авторитета в коллективе.
- Когда люди идут за лидером? Ожидания от лидера у подчиненных и руководителей.
- Лидерские качества и лидерские роли. Сценарии и определение лидерских ролей.
- Навыки лидера. Умение вести за собой, заражать энтузиазмом, доносить идеи.
- Развитие харизмы. Вербальный, невербальный и бессознательный авторитет.
- Укрепление власти лидера. Работа над собой и работа с коллективом.
- Управление конфликтами. Конфликты и конфронтации как способ укрепления лидерства.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Управление конфликтами

## Цели:

- Отработать основные навыки коммуникаций.
- Определить основные возражения и аргументацию.
- Отработать навыки работы с возражениями.
- Отработать основные навыки реагирования на конфликты.
- Отработать основные приёмы по управлению эмоциями.

## ПРОГРАММА:

- Основные навыки коммуникации.
- Приёмы активного слушания.
- Разница между слушать и слышать.
- Работа с возражениями.
- Работа с конфликтами.
- Причины возникновения конфликтов.
- Способы реагирования на конфликты.
- Основные ошибки.
- Управление эмоциями.
- Управление эмоциями клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Основы клиентоориентированности

## Цели:

- Раскрыть суть метода «клиентоориентированность».
- Сформировать устойчивые навыки в работе с клиентами, основанные на гостеприимстве и доверии.
- Определить основные принципы и методы повышения лояльности клиентов. Уметь применять их на практике.

## Программа:

- Клиентоориентированность как основа долгосрочных отношений.
- Инструменты формирования клиентоориентированности как корпоративной культуры.
- Кто наши клиенты?
- Завоевание доверия.
- Что такое удовлетворенность клиентов?
- "Hospitality" как основа нашей работы. Понятие "hospitality", как отношений, построенных на доверии.
- Инструменты самоанализа и контроля своей деятельности.
- Составление краткосрочных/среднесрочных планов своей работы.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Навык оценки и подготовки к продаже автомобиля с пробегом

## Цели:

- Использование направления «автомобили с пробегом» как точку прибыли.
- Использование направления «автомобили с пробегом» как инструмент продажи новых.
- Расширение клиентской базы за счет автомобилей с пробегом.
- Оптимизация процессов по направлению «автомобили с пробегом».
- Оптимизация коммуникаций между подразделениями.

## ПРОГРАММА:

- Мировая практика работы по направлению «автомобили с пробегом» и ее использование в современных российских условиях.
- Ценообразование до технического контроля (статистика/ источники и т.п.).
- Диагностика и оценка технического состояния.
- Импортируемые поддержанные автомобили.
- Автомобили с вторичного рынка.
- Юридические аспекты работы по направлению «автомобили с пробегом».
- Финансово — экономические аспекты работы по направлению «автомобили с пробегом» (оборотные средства, площадки, и т.п.).
- Car Operator как инструмент продаж и пополнения склада.
- Коммуникации с отдела продаж новых («автомобили с пробегом» как составляющая trade in).
- Коммуникации с СТО.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.



# Экономика и KPI отдела продаж автомобилей с пробегом

## Цели:

- Планирование продаж.
- Эффективное управление отдела продаж автомобилей с пробегом.
- Определить основные KPI отдела продаж автомобилей с пробегом.
- Отработать полученные знания в практических упражнениях.

## ПРОГРАММА:

- Понятие эффективности.
- Ключевые показатели.
- Выкупная способность.
- Меры по сокращению склада.
- Отчетная калькуляция.
- Планирование годового плана.
- Планирование потенциала продаж.
- Планирование Trade-inn.
- Стоимость хранения на складе.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.



## Менеджер по продажам

- Стандарты продаж.
- Телефонное поведение.
- Навыки продаж.
- Приверженность клиентов. CSS.
- Коммуникация. Работа с рекламациями.
- Управление конфликтами.
- Навык продаж автомобилей с пробегом.
- Основы клиентоориентированности.

# Стандарты продаж

## Цели:

- Специфика продаж автомобилей.
- Первый контакт.
- Выявление потребностей.
- Презентация нового автомобиля.
- Trade In.
- Предложение финансовых услуг.
- Заключение контракта.
- Выдача нового автомобиля.
- Поддержание контакта.
- Систематическая обработка данных.

## ПРОГРАММА:

- Ценности бренда.
- Целевые клиенты.
- Тенденции рынка.
- Концепция продаж.
- Правила и индивидуальный подход.
- Этапы процесса продажи.
- Компетенции менеджеров по продажам.
- До начала продажи.
- Первая беседа по телефону.
- Эффективная коммуникация.
- Первый контакт в шоуруме.
- Типы вопросов.
- Шаги для выявления потребностей.
- Метод 6-ти точек.
- Характеристики, преимущества, выгоды.
- Аргументация.
- Работа с возражениями.
- Техника преодоления возражений.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

# Телефонное поведение

## Цели:

- Общие вопросы телефонных продаж.
- Начало контакта.
- Понимание потребностей.
- Презентация по телефону.
- Аргументация.
- Работа с трудными вопросами и возражениями.

## ПРОГРАММА:

- Специфика продаж по телефону.
- Типичные потребности наших клиентов.
- Структура телефонной продажи.
- Что такое положительный результат?
- Как расположить клиента?
- Интонации и темп речи.
- Связь жестикуляции и интонации.
- Как узнать имя?
- Управление беседой.
- Корректный перехват инициативы.
- Что надо узнать от клиента, прежде чем сделать предложение?
- Типы вопросов.
- Смысловая четкость сообщения: интонация и паузы.
- Смысловая насыщенность речи.
- Основные аргументы «за».
- Характеристики, преимущества и выгоды Вашего предложения.
- Сбор и анализ возможных аргументов.
- Тактика аргументации.
- Метафора и сравнение как метод аргументации.
- Отвечаем на сложные вопросы.
- Общая модель работы с возражениями.
- Определение типичных возражений.
- Сбор и анализ контраргументов для работы с возражениями.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Навыки продаж

## Цели:

- Обучить менеджеров по продажам технологии продаж.
- Отработать с менеджерами по продажам навыки по каждому этапу продаж.
- Изучить и отработать приёмы работы с возражениями.
- Определить и сформулировать с менеджерами по продажам понятие эффективности в продажах.
- Дать инструменты менеджерам по продажам по анализу «собственной воронки продаж».
- Изучить и отработать навыки активного слушания.
- Отработать структуру контакта по телефону.

## ПРОГРАММА:

- Стандарты продаж.
- «Воронка продаж».
- Эффективность продавца.
- Структура контакта по телефону.
- Активное слушание.
- Этап «Первый контакт».
- Этап «Выявление потребностей».
- Этап «Презентация автомобиля».
- Этап «Тест-драйв».
- Этап «Предложение».
- Работа с возражениями.
- Этап «Закрытие сделки».
- Этап «Выдача».
- Этап «Поддержание контакта».
- Работа с клиентской базой.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 4 дня.

# Приверженность клиентов. CSS

## Цели:

- Изучить понятия удовлетворенности и приверженности клиента.
- Рассмотреть ключевые этапы продаж с позиций удовлетворенности клиентов.
- Освоить принципы оценки удовлетворенности клиентов.

## ПРОГРАММА:

- Роль и задачи менеджера по продажам.
- Особенности современного клиента.
- Жизненный цикл клиента.
- Удовлетворенность клиента.
- Причины ухода клиента.
- Повторные покупки.
- Развитие отношений с клиентом.
- Разновидности лояльности клиентов.
- Методика проведения оценки удовлетворенности клиентов.
- CSS (Customer Survey Satisfaction).
- Ключевые процессы продаж.
- Эффективность менеджеров.
- Влияние на удовлетворенность и приверженность клиентов.
- Мероприятия по удержанию клиентов.
- Разбор сложных и нестандартных случаев.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

# Коммуникация.

## Работа с рекламациями

### Цели:

- Освоить правила обмена информацией с клиентами.
- Сформулировать и отработать различные способы влияния и убеждения.
- Изучить методы работы с претензиями клиентов и конфликтными ситуациями.

### ПРОГРАММА:

- Общие вопросы коммуникации.
- Аксиомы коммуникации. Модель коммуникации.
- Влияние и убеждение. Психологические принципы влияния.
- Конфликт. Основные причины возникновения. Поведение, ведущее к конфликту и помогающее его избежать.
- Какие положительные и отрицательные последствия могут иметь конфликты (или их отсутствие) для организации.
- Структура конфликтной ситуации и динамика его развития.
- Профилактика конфликтов в организации.
- Особенности различных психологических типов. Характеристики и взаимодействие.
- Работа с обоснованными претензиями, работа с необоснованными претензиями.
- Преимущества и недостатки различных стратегий поведения в конфликте.
- Определение своего профиля стратегии поведения в конфликте.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление конфликтами

## Цели:

- Отработать основные навыки коммуникаций.
- Определить основные возражения и аргументацию.
- Отработать навыки работы с возражениями.
- Отработать основные навыки реагирования на конфликты.
- Отработать основные приёмы по управлению эмоциями.

## ПРОГРАММА:

- Основные навыки коммуникации.
- Приёмы активного слушания.
- Разница между слушать и слышать.
- Работа с возражениями.
- Работа с конфликтами.
- Причины возникновения конфликтов.
- Способы реагирования на конфликты.
- Основные ошибки.
- Управление эмоциями.
- Управление эмоциями клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС



# Навыки продаж автомобилей с пробегом

## Цели:

- Оценить с МП важность бизнеса автомобилей с пробегом.
- Обучить МП технологии продаж.
- Отработать с МП навыки по каждому этапу продаж.
- Изучить и отработать приёмы работы с возражениями.
- Изучить и отработать навыки активного слушания.
- Отработать структуру контакта по телефону.

## ПРОГРАММА:

- Рынок, автомобилей с пробегом в России. Преимущества бизнеса автомобилей с пробегом.
- Автомобили с пробегом одно из основных направлений бизнес дилерского центра.
- Стандарты продаж автомобилей с пробегом.
- Как создать правильное первое впечатление.
- Выявление потребностей.
- Презентация автомобилей, ХПВ, эмоциональные ключи.
- Основные возражения при продаже автомобилей с пробегом.
- Успешное завершение сделки.
- Приёмы активного слушания.
- Структура контакта по телефону.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Основы клиентоориентированности

## Цели:

- Раскрыть суть метода «клиентоориентированность».
- Сформировать устойчивые навыки в работе с клиентами, основанные на гостеприимстве и доверии.
- Определить основные принципы и методы повышения лояльности клиентов. Уметь применять их на практике.

## Программа:

- Клиентоориентированность как основа долгосрочных отношений.
- Инструменты формирования клиентоориентированности как корпоративной культуры.
- Кто наши клиенты?
- Завоевание доверия.
- Что такое удовлетворенность клиентов?
- "Hospitality" как основа нашей работы. Понятие "hospitality", как отношений, построенных на доверии.
- Инструменты самоанализа и контроля своей деятельности.
- Составление краткосрочных/среднесрочных планов своей работы.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.



## Менеджер по работе с корпоративными клиентами

- Навыки продаж услуг и запчастей корпоративным клиентам.
- Управление конфликтами.
- Основы клиентоориентированности.
- Коммуникация. Работа с рекламациями.
- Работа с базой клиентов и холодная аквизация.

# Навыки продаж услуг и запчастей корпоративным клиентам

## Цели:

- Освоить основные принципы работы с корпоративными клиентами.
- Получить навыки применения инструментов анализа и сбора информации о потенциальных клиентах.
- Получить навыки применения этапов и стандартов продаж услуг сервиса.
- Освоить техники ведения переговоров с корпоративными клиентами.
- Освоить инструменты поддержания долгосрочных отношений с корпоративными клиентами.

## Программа:

- Основные принципы продаж услуг юридическим лицам.
- Определение стратегических факторов развития взаимоотношений с корпоративными клиентами.
- Принципы, инструменты получения информации о потенциальном клиенте и анализ информационных потоков.
- Процессы и стандарты продажи услуг сервиса и запасных частей корпоративным клиентам.
- Прямой маркетинг и личные продажи корпоративных менеджеров.
- Методы выявления потребностей клиента.
- Формирование корпоративных предложений и тарифов.
- Переговоры, работа с возражениями, закрытие опасений потенциального клиента.
- Построение моделей успешного закрытия сделки, критерии статуса сделки.
- Построение долгосрочных отношений с клиентом.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление конфликтами

## Цели:

- Отработать основные навыки коммуникаций.
- Определить основные возражения и аргументацию.
- Отработать навыки работы с возражениями.
- Отработать основные навыки реагирования на конфликты.
- Отработать основные приёмы по управлению эмоциями.

## ПРОГРАММА:

- Основные навыки коммуникации.
- Приёмы активного слушания.
- Разница между слушать и слышать.
- Работа с возражениями.
- Работа с конфликтами.
- Причины возникновения конфликтов.
- Способы реагирования на конфликты.
- Основные ошибки.
- Управление эмоциями.
- Управление эмоциями клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Основы клиентоориентированности

## Цели:

- Раскрыть суть метода «клиентоориентированность».
- Сформировать устойчивые навыки в работе с клиентами, основанные на гостеприимстве и доверии.
- Определить основные принципы и методы повышения лояльности клиентов. Уметь применять их на практике.

## Программа:

- Клиентоориентированность как основа долгосрочных отношений.
- Инструменты формирования клиентоориентированности как корпоративной культуры.
- Кто наши клиенты?
- Завоевание доверия.
- Что такое удовлетворенность клиентов?
- "Hospitality" как основа нашей работы. Понятие "hospitality", как отношений, построенных на доверии.
- Инструменты самоанализа и контроля своей деятельности.
- Составление краткосрочных/среднесрочных планов своей работы.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Коммуникация.

## Работа с рекламациями

### Цели:

- Освоить правила обмена информацией с клиентами.
- Сформулировать и отработать различные способы влияния и убеждения.
- Изучить методы работы с претензиями клиентов и конфликтными ситуациями.

### ПРОГРАММА:

- Общие вопросы коммуникации.
- Аксиомы коммуникации. Модель коммуникации.
- Влияние и убеждение. Психологические принципы влияния.
- Конфликт. Основные причины возникновения. Поведение, ведущее к конфликту и помогающее его избежать.
- Какие положительные и отрицательные последствия могут иметь конфликты (или их отсутствие) для организации.
- Структура конфликтной ситуации и динамика его развития.
- Профилактика конфликтов в организации.
- Особенности различных психологических типов. Характеристики и взаимодействие.
- Работа с обоснованными претензиями, работа с необоснованными претензиями.
- Преимущества и недостатки различных стратегий поведения в конфликте.
- Определение своего профиля стратегии поведения в конфликте.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Работа с базой клиентов и холодная аквизиция

## Цели:

- Обеспечение стабильного трафика заинтересованных лиц и клиентов на дилерское предприятие как элемент эффективной работы дилера.
- Формирование профессионального инструмента для работы как средство формирования долгосрочных отношений с клиентами.
- Работа с базой как инструмент анализа эффективности работы с клиентами и выявления потенциалов развития дилерского центра.
- Адресное привлечение клиентов на дилерское предприятия с учетом их краткосрочных и долгосрочных потребностей, выявленных с помощью анализа базы.
- Управление деятельностью персонала через выявление потребностей клиентов при помощи анализа данных, полученных из DMS систем.

## Программа:

- Определение приоритетов работы дилера в рамках общения с клиентами для формирования принципов работы DMS системы.
- Построение DMS системы на основе потребностей дилера и факторов микрорынка, в котором работает дилерское предприятие.
- Организация работы по ведению клиентской базы: основные принципы работы и ввода данных.
- Порядок анализа данных, содержащихся в DMS системе дилерского предприятия с целью построения эффективной работы с клиентами и возможности анализа данных.
- DMS система как источник обеспечения стабильного потока клиентов на дилерское предприятие.
- «Холодная аквизиция», как элемент работы с клиентами на основе данных, содержащихся в DMS системе дилера.
- Порядок интеграции DMS систем в различные подразделения дилера с целью формирования единой системы управления работой с клиентами.
- Клиентская база дилера как основа работы в рамках маркетинговой активности предприятия и анализа её эффективности.
- Анализ системы DMS с целью определения стратегических задач и целей предприятия на основе анализа структуры клиентов.
- DMS система как элемент управления и построения мотивации в работе с персоналом.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.





## Маркетолог

- Управление проектами и антикризисный маркетинг.
- Креативный маркетинг.
- Мерчендайзинг. Продажа аксессуаров и запасных частей.
- Коммуникация. Работа с рекламациями.
- Управление конфликтами.
- Маркетинг автосервиса для маркетологов.
- Основы клиентоориентированности.

# Управление проектами и антикризисный маркетинг

## Цели:

- Выработать единый подход к планированию и целевому программному управлению.
- Изучить механику кризисных явлений и выработать единый подход к кризисному маркетингу.
- Обменяться опытом с коллегами.

## Программа:

- Представление о целевом программном управлении.
- Основные элементы планирования: оперативный аудит, горизонт планирования, vision (визуализация представления о будущем), декомпозиция, дерево целей, целевая комплексная программа.
- Проект, структура и организация управления проектом.
- Инструментарий и примеры управления проектами.
- Схемы, форматы и технологии планирования.
- Технологии личного планирования и повышения эффективности личной работы.
- История и механика мировых кризисных явлений.
- Кризис, как необходимый элемент рыночного механизма.
- Особенности российского кризиса и прогнозы его течения.
- Влияние кризиса на различные составляющие автомобильного рынка.
- Влияние кризиса на деятельность дилерской компании.
- Перечень мер и проект кризисной перестройки бизнеса.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

## Цели:

- Креативность.
- Обозначить важность маркетинга в премиум сегменте.
- Познакомиться со способами и идеями эффективного позиционирования в разных направлениях.
- Получить навык владения методами эффективной коммуникации.
- Познакомиться с правилами и структурой сбора информации.

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

## ПРОГРАММА:

- Роль креативности в разработке рекламных кампаний.
- Области применения креативности при разработке рекламных кампаний.
- Креативность при разработке коммуникативной стратегии.
- Креативность при разработке креативной стратегии.
- Креативность при разработке медийной стратегии.
- Возможности интенсификации креативного сознания.
- Особенности управления креативными людьми и командами.
- Определение и Мишень Эффективного Позиционирования.
- Принцип двух позиционирований: имидж автомобиля и салона.
- Особенности сегментирования и описания покупателей в премиум сегменте.
- Эффективное позиционирование салона.
- Позиционирование марки.
- Лестница целей коммуникационной кампании. Бюджет компании от целей продаж.
- Матрица Комплексных Коммуникаций.
- Два ключевых принципа коммуникаций.
- Эффективности: искать места когда и где потребитель расположен к получению информации (в каких местах премиум аудитория наиболее доступна).
- Соответствия: характер и качество носителя должны соответствовать характеру и качеству продукта.
- Антикризисные решения: Кросс-промо и продвижение — места совместных покупок и использования.
- Процедура регулярного контроля позиционирования и удовлетворенности.
- Структура сбора информации.
- Бланк фиксирования посетителя/клиента.
- Анкета удовлетворенности краткая и полная.

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

# Мерчендайзинг.

## Продажа аксессуаров и запасных частей

### Цели:

- Определить ценность запасных частей и аксессуаров от производителя и дилера для нашего потребителя.
- Получить навыки в понимании мотивов совершения покупок клиентами дилерского центра.
- Получить практические навыки в понимании процессов принятия решения покупок клиентами, управлять принятием решений клиентами с помощью инструментов мерчендайзинга.
- Получить навыки анализа шоу-румов и определить какие решения с применением инструментов мерчендайзинга можно принять для увеличения эффективности продажи запчастей и аксессуаров.
- Получить навыки в проведении спец-акций и продвижения аксессуаров для клиентов.

### ПРОГРАММА:

- Мерчендайзинг — инструмент маркетинга в розничной торговле. Основные цели и задачи. Роли сотрудников в применении инструментов мерчендайзинга.
- «4Р» составляющие в мерчендайзинге.
- Внешнее оформление шоу-румов для продажи запчастей и аксессуаров. Эффективная планировка.
- Группировка товаров по покупательскому целевому спросу.
- Покупательское поведение клиентов: влияние неосознанных факторов на принятие клиентом решения о покупке.
- Правила эффективной презентации товара.
- Привлекаем внимание покупателей.
- Сезонный и акционный мерчендайзинг. Разработка идей промо-акций и спецпредложений.
- Анализ процессов продажи запчастей и аксессуаров. Выявление ошибок мерчендайзинга.
- Составление проектов размещения продукции в шоу-руме согласно принципам мерчендайзинга.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

# Коммуникация.

## Работа с рекламациями

### Цели:

- Освоить правила обмена информацией с клиентами.
- Сформулировать и отработать различные способы влияния и убеждения.
- Изучить методы работы с претензиями клиентов и конфликтными ситуациями.

### ПРОГРАММА:

- Общие вопросы коммуникации.
- Аксиомы коммуникации. Модель коммуникации.
- Влияние и убеждение. Психологические принципы влияния.
- Конфликт. Основные причины возникновения. Поведение, ведущее к конфликту и помогающее его избежать.
- Какие положительные и отрицательные последствия могут иметь конфликты (или их отсутствие) для организации.
- Структура конфликтной ситуации и динамика его развития.
- Профилактика конфликтов в организации.
- Особенности различных психологических типов. Характеристики и взаимодействие.
- Работа с обоснованными претензиями, работа с необоснованными претензиями.
- Преимущества и недостатки различных стратегий поведения в конфликте.
- Определение своего профиля стратегии поведения в конфликте.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление конфликтами

## Цели:

- Отработать основные навыки коммуникаций.
- Определить основные возражения и аргументацию.
- Отработать навыки работы с возражениями.
- Отработать основные навыки реагирования на конфликты.
- Отработать основные приёмы по управлению эмоциями.

## ПРОГРАММА:

- Основные навыки коммуникации.
- Приёмы активного слушания.
- Разница между слушать и слышать.
- Работа с возражениями.
- Работа с конфликтами.
- Причины возникновения конфликтов.
- Способы реагирования на конфликты.
- Основные ошибки.
- Управление эмоциями.
- Управление эмоциями клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР

НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Маркетинг автосервиса для маркетологов

## Цели:

- Обсудить роль и задачи менеджера по маркетингу в послепродажном обслуживании.
- Разобрать основные понятия сервисного маркетинга.
- Познакомиться со способами расчета уровня обслуживания.
- Проработать основные показатели для измерения успеха на рынке.

## Программа:

- Роль и задачи менеджера по маркетингу в послепродажном обслуживании.
- Основные понятия сервисного маркетинга.
- Концепции сервисного маркетинга.
- Основные и вспомогательные инструменты сервисного маркетинга.
- Ожидания клиентов в отношении сервиса.
- Основные сервисные процессы.
- Расчет уровня обслуживания.
- Основные показатели для измерения успеха на рынке.
- Расчет уровня использования рынка.
- Составление коммерческих предложений с ориентиром на конкретные целевые группы и их потребности.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.

# Основы клиентоориентированности

## Цели:

- Раскрыть суть метода «клиентоориентированность».
- Сформировать устойчивые навыки в работе с клиентами, основанные на гостеприимстве и доверии.
- Определить основные принципы и методы повышения лояльности клиентов. Уметь применять их на практике.

## Программа:

- Клиентоориентированность как основа долгосрочных отношений.
- Инструменты формирования клиентоориентированности как корпоративной культуры.
- Кто наши клиенты?
- Завоевание доверия.
- Что такое удовлетворенность клиентов?.
- "Hospitality" как основа нашей работы. Понятие "hospitality", как отношений, построенных на доверии.
- Инструменты самоанализа и контроля своей деятельности.
- Составление краткосрочных/среднесрочных планов своей работы.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.





## Хостес

- Коммуникация. Работа с рекламациями.
- Управление конфликтами.
- Основы клиентоориентированности.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Коммуникация.

## Работа с рекламациями

### Цели:

- Освоить правила обмена информацией с клиентами.
- Сформулировать и отработать различные способы влияния и убеждения.
- Изучить методы работы с претензиями клиентов и конфликтными ситуациями.

### ПРОГРАММА:

- Общие вопросы коммуникации.
- Аксиомы коммуникации. Модель коммуникации.
- Влияние и убеждение. Психологические принципы влияния.
- Конфликт. Основные причины возникновения. Поведение, ведущее к конфликту и помогающее его избежать.
- Какие положительные и отрицательные последствия могут иметь конфликты (или их отсутствие) для организации.
- Структура конфликтной ситуации и динамика его развития.
- Профилактика конфликтов в организации.
- Особенности различных психологических типов. Характеристики и взаимодействие.
- Работа с обоснованными претензиями, работа с необоснованными претензиями.
- Преимущества и недостатки различных стратегий поведения в конфликте.
- Определение своего профиля стратегии поведения в конфликте.

### МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Управление конфликтами

## Цели:

- Отработать основные навыки коммуникаций.
- Определить основные возражения и аргументацию.
- Отработать навыки работы с возражениями.
- Отработать основные навыки реагирования на конфликты.
- Отработать основные приёмы по управлению эмоциями.

## ПРОГРАММА:

- Основные навыки коммуникации.
- Приёмы активного слушания.
- Разница между слушать и слышать.
- Работа с возражениями.
- Работа с конфликтами.
- Причины возникновения конфликтов.
- Способы реагирования на конфликты.
- Основные ошибки.
- Управление эмоциями.
- Управление эмоциями клиента.

## МАТЕРИАЛЫ К ТРЕНИНГУ:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 3 дня.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР  
СЕРВИСА

СЕРВИСНЫЙ  
МЕНЕДЖЕР  
НАЧАЛЬНИК  
ЦЕХА

МАСТЕР  
КОНСУЛЬТАНТ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА  
ЗАПЧАСТЕЙ

НАЧАЛЬНИК  
СКЛАДА  
ДИСПОНЕНТ

ПРОДАВЕЦ  
ЗАПЧАСТЕЙ

АССИСТЕНТ  
СЕРВИСА

ИНЖЕНЕР  
ПО ГАРАНТИИ

РУКОВОДИТЕЛЬ  
ОТДЕЛА ПРОДАЖ

МЕНЕДЖЕР  
ПО ПРОДАЖАМ

МЕНЕДЖЕР  
ПО РАБОТЕ  
С КОРПОРАТИВНЫМИ  
КЛИЕНТАМИ

МАРКЕТОЛОГ

ХОСТЕС

# Основы клиентоориентированности

## Цели:

- Раскрыть суть метода «клиентоориентированность».
- Сформировать устойчивые навыки в работе с клиентами, основанные на гостеприимстве и доверии.
- Определить основные принципы и методы повышения лояльности клиентов. Уметь применять их на практике.

## Программа:

- Клиентоориентированность как основа долгосрочных отношений.
- Инструменты формирования клиентоориентированности как корпоративной культуры.
- Кто наши клиенты?
- Завоевание доверия.
- Что такое удовлетворенность клиентов?
- "Hospitality" как основа нашей работы. Понятие "hospitality", как отношений, построенных на доверии.
- Инструменты самоанализа и контроля своей деятельности.
- Составление краткосрочных/среднесрочных планов своей работы.

## Материалы к тренингу:

- Презентация.
- Рабочая тетрадь участника.
- Тесты.
- Форма Обратной Связи (ФОС).

**Длительность:** 2 дня.