

Przetwarzanie danych sprzedażowych, planowanie sprzedaży - warsztaty z wykorzystaniem MS Excel.

Informacje o usłudze

Czy usługa może być dofinansowana?	Tak
Sposób dofinansowania	<ul style="list-style-type: none">wsparcie dla osób indywidualnychwsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników
Rodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Podrodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Dostępność usługi	Otwarta
Termin rozpoczęcia usługi	Terminy ustalamy indywidualnie
Usługa z możliwością dofinansowania	Tak
Liczba godzin usługi	20
Maksymalna liczba uczestników	12
Kategoria główna KU	Usługi
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	Certyfikaty: Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	Nie
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	Nie
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	Tak

Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu	SNH Magdalena Kaźmierczak - Polowczyk		
Osoba do kontaktu	Magdalena Kaźmierczak-Polowczyk	Telefon	601458848

Cel usługi

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest uzupełnienie (lub nabycie) wiedzy na temat organizacji sprzedaży oraz udoskonalenie kompetencji osób odpowiedzialnych za sprzedaż oraz obsługę klienta w swoich firmach.

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

1. WPROWADZENIE cz. 1. Omówienie typów danych. Dobre praktyki w zakresie organizacji danych i ich właściwego przypisania do zdarzenia (np. sprzedaż, zakup). Przechowywanie danych
2. ORGANIZACJA DANYCH Kompresja danych i zabezpieczenia dostępu do danych w tabelach, powiązania między zbiorami danych.
3. POZYSKIWANIE DANYCH Wprowadzanie danych do zbiorów danych, import danych z różnych źródeł, bezpośrednio wprowadzanie danych. Omówienie źródeł zagrożeń i błędów.
4. PRZETWARZANIE DANYCH: Sortowanie proste i wielokolumnowe, filtrowanie proste i z wykorzystaniem zewnętrznego zestawu kryteriów, analiza wielowymiarowa danych, tworzenie zapytań do zbioru danych.
5. PPRZYGOTOWANIE RAPORTÓW: graficzna reprezentacja danych, tworzenie zestawień, integracja obiektów z dokumentami
6. WPROWADZENIE cz.2. Omówienie aktualnej sytuacji na rynku, analiza strategii firmowej, kanały dostawców, kanały odbiorców, segmentacja.
7. ANALIZA KLIENTÓW Sprzedaż wartości oferty, analiza klientów , odpowiednia alokacja zasobów, budowanie strategii.
8. POTENCJAŁ RYNKU Oszacowanie popytu rynkowego - lokalnie i regionalnie, analiza atrakcyjności rynku, decyzje strategiczne.
9. PROGNOZOWANIE SPRZEDAŻY Czym jest prognozowanie, metody, sukces firmy? Zastosowanie Analizy Procesu Sprzedaży (pipeline).
10. ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ PRODUKTÓW Zarządzanie klientem przez cele, plany sprzedaży, podział planów na produkty, regiony, handlowców, zarządzanie celami a jej realizacją.
11. PLANOWANIE SPRZEDAŻY - Budowa pełnego planu sprzedaży – warsztat. Narzędzia: arkusze kalkulacyjne i bazodanowe. Elementy składowe procesu i planu, strategia sprzedaży określenie wielkości działu sprzedaży, polityka cenowa, obszary sprzedaży, kanały sprzedaży.
12. Dyskusja i analiza przygotowanych planów sprzedażowych.

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnik szkolenia zapozna się z możliwościami wykorzystania Ms Excel do analizy danych sprzedażowych. Dowie się jak przygotować właściwy zestaw danych, jak skutecznie analizować dane i budować raporty. Celem uczestnictwa w warsztatach jest usprawnienie zarządzania stanem magazynowym, marketingiem sprzedaży.

Grupa docelowa

Szkolenie jest skierowane do osób zajmujących się sprzedażą pośrednią i bezpośrednią. Osób zainteresowanych przetwarzaniem danych oraz analizowaniem danych a także osób pracujących z programem MS Excel

Materiały dydaktyczne

- materiały szkoleniowe opracowane przez szkoleniowca

Sposób walidacji usługi

Ankieta oceniająca

Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	Magdalena Kaźmierczak-Polowczyk
-----------------	--