

გაყიდვების გუნდის მართვის კურსი

ლექტორი

დავით ჭიაბერაშვილი

კურსის დრო

14 შეხვედრა (28 საათი)

კურსის მიზანი

გაყიდვების გუნდის მართვის კურსის მიზანია მონაწილეებს განუვითაროს თანამედროვე გაყიდვების გუნდის მართვისთვის საჭირო ცოდნა და პრაქტიკული უნარები. კურსი მოიცავს გაყიდვების პროცესის, Pipeline-ის, პროგნოზირების, მეტრიკების, კომპენსაციის, ქოუჩინგის, გუნდის განვითარებისა და RevOps-ის მართვას, ასევე AI-სა და თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენებას გაყიდვების მართვაში. მონაწილეები შეძლებენ ააწყონ ეფექტიანი გაყიდვების მართვის სისტემა, მიიღონ მონაცემებზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებები და მართონ გუნდის შედეგიანობა.

სასწავლო კურსის შინაარსი

ლექცია 1: თანამედროვე გაყიდვების მენეჯერი, როლი, მიდგომები და ახალი რეალობა

- დანინაურების ხაფანგი
- თანამედროვე გაყიდვების მენეჯერის სამი ძირითადი როლი
- ახალი რეალობა: მყიდველები შეიცვალენ, ამიტომ სამუშაო შეიცვალა
- ახალი რეალობა: AI, როგორც ახალი ინსტრუმენტი

ლექცია 2: მენეჯმენტის საფუძვლები და ლიდერობა

- მენეჯმენტი VS ლიდერობა
- მოლოდინების დაწესება, როგორც ყველაფრის საფუძველი
- ერთი-ერთზე შეხვედრა: თქვენი ყველაზე მაღალშედეგიანი ინსტრუმენტი
- სიტუაციური ლიდერობა: ინდივიდუალური მიდგომა

ლექცია 3: რა არის გაყიდვა? საერთო განსაზღვრებისა და ტერმინოლოგიის ჩამოყალიბება

- გაყიდვების ძველი განსაზღვრება და რატომ აღარ მუშაობს ის
- თანამედროვე განსაზღვრება: ღირებულების შექმნა და გადაწყვეტილების გამყარება
- გაყიდვები, როგორც შემოსავლის მთავარი წყარო

ლექცია 4: გაყიდვების ტიპები, მოდელები და ბაზრისთვის შესაბამისი მოდელის შერჩევა

- გაყიდვების ტიპის ძირითადი მახასიათებლები
- ტრანზაქციული VS საკონსულტაციო VS ენტერპრაის გაყიდვები

- პროდუქტზე ორიენტირებული და ჰიბრიდული მოდელები
- მოდელის სეგმენტზე და ბაზარზე მორგება

ლექცია 5: გაყიდვების პროცესი და PIPELINE-ის არქიტექტურა

- პროცესი, რომელსაც განსაზღვრავს მყიდველი და არა თქვენ
- Pipeline-ის მნიშვნელობა და ანატომია
- კონვერსიის მათემატიკა და Bottleneck-ის დიაგნოსტიკა

ლექცია 6: მოტივაცია, კომპენსაცია და გეგმების დიზაინი

- გაყიდვების კომპენსაციის ანატომია
- მოტივაციის სტრუქტურები და აქსელერატორები
- კვოტის დიზაინი: The Make-or-Break რიცხვი
- SPIFF-ები და არამატერიალური მოტივაცია

ლექცია 7: შედეგზე ორიენტირებული ქოუჩინგი, როგორც ყველაზე მნიშვნელოვანი უნარი

- რა არის და რა არ არის ქოუჩინგი
- ქოუჩინგ სესიის სტრუქტურა
- ფაქტებზე ანყობილი ქოუჩინგი: ზარის განხილვა და მონაცემების ანალიზი
- ქოუჩინგის კულტურის აშენება

ლექცია 8: პროგნოზირება და PIPELINE-ის განხილვები

- Pipeline-ის განხილვა VS პროგნოზირება, როგორც ორი განსხვავებული პროცესი
- პროგნოზირების მეთოდები
- მნიშვნელოვანი გარიგებების მონიტორინგი
- AI პროგნოზირება და მენეჯერის შეფასება

ლექცია 9: ტალანტების დაქირავება, ადაპტაცია და პროდუქტიულობა

- დაქირავება Scorecard-ის მიხედვით და არა ინტუიციით
- ფაქტებზე დაფუძნებული ინტერვიუ
- ადაპტაცია და Ramp
- შეცდომის ფასი

ლექცია 10: გაყიდვების სტრატეგია, ტერიტორია, სეგმენტაცია და ბაზარზე გასვლა

- ბაზარზე გასვლის სტრატეგიები
- ტერიტორიის დიზაინი
- Land-and-Expand და კლიენტზე დაფუძნებული სტრატეგია
- პრიორიტეტიზაცია: სად ხარჯავს გუნდი ენერგიას

ლექცია 11: გაყიდვების მეტრიკები, ანალიტიკა და REVOPS

- ლიდერი VS მდევარი ინდიკატორები

- მნიშვნელოვანი მეტრიკები
- მონაცემებზე დაფუძნებული საოპერაციო რიტმის აშენება
- RevOps და CRM დისციპლინა

ლექცია 12: ცვლილებების მენეჯმენტი, კულტურა და მოტივაცია

- რატომ ვერ ხერხდება ცვლილების განხორციელება და როგორ დავწეროთ ისინი
- მაღალი შედეგიანობის კულტურის აშენება
- მოტივაცია და კულტურა

ლექცია 13: გუნდის განვითარება თანამედროვე ტექნოლოგიურ ეპოქაში

- განვითარება, როგორც მუდმივად განმეორებადი სისტემა და არა როგორც ერთჯერადი აქტივობა
- რა უპირატესობები აქვს გუნდის განვითარებას
- AI-ისა და ტექნოლოგიების გამოყენება მმართველობასა და ადაპტაციაში

ლექცია 14: ფინალური გამოცდა

სასწავლო კურსის შედეგები

კურსის დასრულების შემდეგ მონაწილეები შეძლებენ:

- განსაზღვრონ გაყიდვების მენეჯერის როლი და განასხვავონ ის წარმატებული გაყიდვების წარმომადგენლის როლისგან;
- გამოიყენონ სამი ძირითადი უნარი: ქოუჩინგი, პროგნოზირება და სისტემის აშენება;
- განსაზღვრონ მიზნები და მოლოდინები;
- შეარჩიონ სწორი გაყიდვების მოდელი ბაზრის სეგმენტის მიხედვით;
- ააგონ Pipeline მყიდველის მიერ განსაზღვრული ეტაპებით და გამოიყენონ კონვერსიის მათემატიკა;
- შეიმუშავონ კომპენსაციის გეგმა და კვოტები;
- ჩაატარონ პროგნოზირება მრავალი მეთოდით;
- შეიმუშავონ გაყიდვების სტრატეგია;
- აირჩიონ და გამოიყენონ სწორი მეტრიკები და ააგონ RevOps სისტემა.

სასწავლო კურსის მოთხოვნები

- კურსი განკუთვნილია საშუალო და მაღალი დონის მენეჯერებისთვის, რომლებიც ხელმძღვანელობენ გაყიდვების გუნდებს;
- მონაწილეებს უნდა ჰქონდეთ გაყიდვების პრაქტიკული გამოცდილება და ამჟამად უნდა მართავდნენ გაყიდვების გუნდს;
- მონაწილეები უნდა მოემზადონ საკუთარი გუნდის რეალური მონაცემების გამოყენებისთვის სავარჯიშოების შესასრულებლად.

ლექტორის შესახებ

- დავით ჭიაბერაშვილი არის Public Sector Account Director კომპანია „Huawei“-ში;
- მანამდე იყო სატელეკომუნიკაციო კომპანიის „სქაიტელის“ კომერციული დეპარტამენტის დირექტორი;
- 2023 წელს იკავებდა საოპერაციო დირექტორის პოზიციას Extra.ge-ში;
- 2018-2023 წლებში მუშაობდა Microsoft-ში ისეთ პოზიციებზე, როგორებიცაა:
 - MW SSP | Country Representative
 - MW Solution Specialist Education
 - BDM (Business Development Manager) Education
- დავითს აქვს გაყიდვების, ბიზნესის მართვისა და სატელეკომუნიკაციო ბიზნესში მუშაობის 15+ წლიანი გამოცდილება, მათ შორის კავკასუს ონლაინსა და ჯეოსელში;
- დავითი არის მოწვეული ლექტორი კავკასიის უნივერსიტეტში.