

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
«РЕЗАЛТИНГ»**

**Утверждено  
Генеральный директор  
ООО «Резалтинг»**



**/Гребенюк М. С.  
16 августа 2024 г.**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**«РеОП. ТРАЕКТОРИЯ ОБУЧЕНИЯ БИЗНЕС-ИНЖЕНЕРОВ 5.0»**

Возраст обучающихся от 18 лет  
Срок реализации – **270,72 часов**

**г. Москва  
2024 год**

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

1. Пояснительная записка .....	3
2. Учебный план .....	6
3. Календарный учебный график.....	7
4. Учебно-тематический план.....	8
5. Содержание программы.....	13
6. Формы контроля и оценочные материалы .....	46
7. Методические материалы.....	47
8. Организационно - педагогические условия реализации Программы.....	48

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «РеОП. Траектория обучения бизнес-инженеров 5.0» (далее – Программа) разработана организацией, осуществляющей образовательную деятельность, в соответствии с:

- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»,
- Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013г. № 499,
- Постановлением Правительства РФ от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»,
- и другими нормативными документами, регламентирующими деятельность организации дополнительного образования.

Программа повышения квалификации «РеОП. Траектория обучения бизнес-инженеров 5.0» составлена на основе профессионального стандарта 08.037 «Бизнес-аналитик» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25.09.2018 № 592н).

Программа нацелена на подготовку слушателей, включенных в процесс организации тренингов и практикумов «Реальный отдел продаж 2.0», созданных и реализуемых ООО «Резалтинг», направленных на развитие предпринимательских компетенций, а также осуществляющих консультирование по построению деятельности в отделе продаж коммерческой организации.

По завершении программы и успешному прохождению итоговой аттестации слушателям выдается удостоверение о повышении квалификации.

### **Формы и сроки освоения программы**

Программа преподается на русском языке.

Трудоемкость программы: 270,72 часа, в том числе практической части 73,42 час.

Продолжительность обучения по программе — 45 рабочих дней (9 недель).

Режим занятий — до 6 часов в день.

Форма реализации программы: заочное обучение с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

### **Требования к поступающим**

На обучение по Программе принимаются лица старше 18 лет с высшим или средне-специальным образованием.

### **Цель и планируемые результаты обучения**

Целью Программы является формирование навыков управления продажами в стабильной и развивающейся организации, обеспечение методологической подготовки, организации и сопровождения тренингов и практикумов по продажам, а также сопровождение прохождения клиентами практикума «Реальный отдел продаж 2.0»,

созданного и реализуемого ООО «Резалтинг» (далее именуется - компания Резалтинг или Резалтинг), направленного на развитие предпринимательских компетенций в сфере построение отдела продаж у клиентов; освоение основных навыков, **необходимых для осуществления профессиональной деятельности в качестве бизнес-инженеров (бизнес-консультантов)**, в том числе при сопровождении собственников организаций и их команд при реализации программы реорганизации отдела продаж в рамках прохождения практикума «Реальный отдел продаж 2.0».

**В результате освоения Программы у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции (образовательные результаты по программе):**

- Знания стилей и инструментов бизнес-консультантов;
- Базовые знания работы с построением эффективной работы отдела продаж;
- Навыки по выявлению, регистрации, анализу и классификации рисков и разработке комплекс мероприятий по их минимизации;
- Навыки анализа степени участия заинтересованных сторон;
- Навыки применения теории межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии;
- Навыки по формированию стратегии продаж для развития компании клиента;
- Навыки консультирования по разработке программы выгодной продажи клиентам и плана роста компании;
- Навыки консультирования по формированию налаженной системы продаж и выбору оптимального типа продаж и его внедрение в компании клиента;
- Навыки по работе с персоналом: найму, обучению, созданию инструкции для сотрудников, выстраиванию стажировки и созданию стажировочных листов;
- Знание порядка выстраивание работы и способов контроля отдел продаж с помощью ключевых показателей;
- Знание способов постановки игр в отделе продаж.

С целью овладения указанными профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы **должен:**

- освоить практический опыт по построению отдела продаж в коммерческой организации;
- приобрести навыки сбора и регистрации информации о заинтересованных сторонах;
- приобрести навыки анализа и классификации информации;
- освоить варианты стратегий вовлечения заинтересованных сторон во взаимодействие и построения сотрудничества;
- научиться управлению взаимодействием с заинтересованными сторонами (удовлетворенность, степень вовлеченности);
- научиться управлению рисками, обусловленными проводимыми в организации изменениями;
- научиться анализу и оценке эффективности реализованного решения, разработке путей адаптации организации к использованию нового решения; анализу решений с точки зрения достижения целевых показателей решений, оценке эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и ожидаемой ценностью.

Обучающийся должен **приобрести умения:**

- планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;
- использовать техники эффективных коммуникаций;
- выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации;
- анализировать степень участия заинтересованных сторон, использовать техники выявления заинтересованных сторон;
- проводить изменения в соответствии с выбранным решением;
- анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами;
- проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев;

Обучающийся должен **получить знания:**

- теории заинтересованных сторон;
- теории межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии;
- теории конфликтов;
- теории построения реального отдела продаж;
- методов планирования деятельности организации в сфере продаж.

**Содержание программы** определяется учебным планом и календарным учебным графиком программы дисциплин (модулей), требованиями к итоговой аттестации и требованиями к уровню подготовки лиц, успешно освоивших Программу. В период обучения обеспечивается постоянный доступ обучающихся к материалам курса, а также ежедневно с помощью дистанционных технологий проводятся групповые встречи обучающихся с преподавателем для прояснения имеющихся у слушателей вопросов по содержанию программы. Курс обеспечен комплектом учебно-методических материалов с возможностью его использования после обучения образовательной организацией, осуществившей набор слушателей по программе.

*При успешном завершении программы обучения по завершении курса выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образовательной организацией образца.*

## 2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Дисциплина	кол-во часов	Количество часов		Форма контроля
			Теория	Практика	
1	1 Курс. Погружение в 1й модуль практикума Реальный отдел продаж 2.0	68,24	39,35	28,89	Наблюдение, Тестирование, Рефлексия, Защита
2	2 Курс. Погружение в 2й модуль практикума Реальный отдел продаж 2.0	62,72	34,30	28,42	Наблюдение, Тестирование, Рефлексия, Защита
3	3 Курс. Погружение в 3й модуль практикума Реальный отдел продаж 2.0	62,92	38,07	24,85	Наблюдение, Тестирование, Рефлексия, Защита
	Исследовательская работа	43,17		43,17	
	Личный проект (кейс)	33,67		33,67	
	<b>Итого</b>	<b>270,72</b>	<b>111,72</b>	<b>159</b>	



#### 4. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Название раздела, темы	Количество минут			Формы аттестации/ контроля
		Всего	Работа на платформе	Самостоятельная работа	
<b>1 Курс. Погружение в 1й модуль практикума Реальный отдел продаж 2.0</b>					
<b>1.</b>	<b>День первый</b>	378	378		Наблюдение, выполнение заданий, тестирование
1.1.	Корпоративный фон Резалтинг				
1.2.	Как учиться.				
1.3.	Компания Резалтинг (видео про историю компании от Михаила)				
1.4.	Сотрудник Резалтинг				
1.5.	Видео обзор стандарта квал клиента и задание по нему				
1.6.	Инструкции и положения по ТК РФ.				
1.7.	Резалтнинг: База знаний по нишам				
1.8.	Полезности для работы со статьей (и не только)				
1.9.	Папка студента Университета				
<b>2.</b>	<b>День второй</b>	368	95	273	Наблюдение, выполнение заданий, тестирование
2.1.	Бизнес-инженер РеОП				
2.2.	Обзор ГФД Бизнес-инженера				
2.3.	Мотивация бизнес-инженера				
2.4.	Задание по папке должности и папке сотрудника				
2.5.	Просмотр первого модуля РеОП. Часть 1				
<b>3.</b>	<b>День третий</b>	293	98	195	Наблюдение, выполнение заданий, тестирование
3.1.	Обучение от Михаил по установлению контакта с собеседником				
3.2.	Просмотр первого модуля РеОП. Часть 2				
<b>4.</b>	<b>День четвертый</b>	360		360	Наблюдение, тестирование
4.1.	Просмотр первого модуля РеОП. Часть 3				
<b>5.</b>	<b>День пятый</b>	260	95	165	Наблюдение, тестирование, защита
5.1.	ОСВК				
5.2.	Просмотр первого модуля РеОП. Часть 4				
<b>6.</b>	<b>День шестой</b>	350		350	Наблюдение, тестирование
6.1.	Просмотр первого модуля РеОП. Часть 5				
<b>7.</b>	<b>День седьмой</b>	390		390	Наблюдение
7.1.	Просмотр первого модуля РеОП. Часть 6				
<b>8.</b>	<b>День восьмой</b>	177	177		Наблюдение, выполнение заданий
8.1.	Активное слушание				
8.2.	Прием внедрений 1 модуля				
<b>9.</b>	<b>День девятый</b>	280	280		Наблюдение,



9.1.	Задание по темам «Рынок» и «CRM»				выполнение заданий, рефлексия
9.2.	Суть разговора				
9.3.	Пример встречи-знакомства 1го модуля				
<b>10.</b>	<b>День десятый</b>	291	291		Наблюдение, выполнение заданий, тестирование, защита
10.1.	Задание по CustDev, квал лид, ККЦ и УТП				
10.2.	Урок: сложное простым языком				
<b>11.</b>	<b>День одиннадцатый</b>	110	110		Наблюдение, выполнение заданий
11.1.	Задание по Аватар, КЭВ и оффер на КЭВ				
<b>12.</b>	<b>День двенадцатый</b>	195	195		Наблюдение, выполнение заданий
12.1.	Задание по теме «Модель продаж и оргструктура»				
12.2.	Задание по теме «Метрики и Мотивация»				
<b>13.</b>	<b>День тринадцатый</b>	200	200		Наблюдение, выполнение заданий, рефлексия
13.1.	Примеры установочных сессий 1ого модуля				
13.2.	Пример еженедельной консультации 1ого модуля				
<b>14.</b>	<b>День четырнадцатый</b>	352	352		Наблюдение, рефлексия
14.1.	Защита экзамена и карьерный рост БИ				
14.2.	Как записать компанию на экзамен по 1му модулю РеОП				
14.3.	Примеры экзаменов 1ого модуля				
<b>15.</b>	<b>День пятнадцатый</b>	90	90		Наблюдение, тестирование, защита
15.1.	Другие продукты Резалтинг				
	<i>ИТОГО первый курс</i>	<i>4094</i>	<i>2361</i>	<i>1733</i>	
<b>2 Курс. Погружение в 2й модуль практикума Реальный отдел продаж 2.0</b>					
<b>16.</b>	<b>День шестнадцатый</b>	295		295	Наблюдение, тестирование
16.1.	Просмотр второго модуля РеОП. Часть 1				
<b>17.</b>	<b>День семнадцатый</b>	330		330	Наблюдение, тестирование
17.1.	Просмотр второго модуля РеОП. Часть 2				
<b>18.</b>	<b>День восемнадцатый</b>	350	20	330	Наблюдение, тестирование
18.1.	Какие люди принимают участие в создании практикума, каков их продукт и как с ними взаимодействовать (по каким вопросам)				
18.2.	Просмотр второго модуля РеОП. Часть 3				
<b>19.</b>	<b>День девятнадцатый</b>	250		250	Наблюдение, тестирование
19.1.	Просмотр второго модуля РеОП. Часть 4				
<b>20.</b>	<b>День двадцатый</b>	300		300	Наблюдение, защита
20.1.	Просмотр второго модуля РеОП.				

	Часть 5				
<b>21.</b>	<b>День двадцать первый</b>	354	354		Наблюдение, тестирование, рефлексия
21.1.	Прием внедрений 2ого модуля				
21.2.	Урок про мотивацию от Михаила				
21.3.	Пример экскурсии в наш отдел				
<b>22.</b>	<b>День двадцать второй</b>	205	205		Наблюдение, тестирование, рефлексия
22.1.	Ячейка масштабирования				
22.2.	Декомпозиция 2й модуль				
22.3.	Задание: ГФД				
<b>23.</b>	<b>День двадцать третий</b>	265	265		Наблюдение, тестирование, рефлексия
23.1.	Задание: Вакансии				
23.2.	Как найти недостающую информацию, используя ресурсы компании				
23.3.	Задание: Метрики				
<b>24.</b>	<b>День двадцать четвертый</b>	150	150		Наблюдение
24.1.	Работа с воронками и триггерами в АМО и Битрикс				
<b>25.</b>	<b>День двадцать пятый</b>	205	205		Наблюдение, рефлексия, защита
25.1.	Стандарты (линейных сотрудников в ОП и стандарты руководителей)				
25.2.	Корпоративный университет (2 модуль)				
<b>26.</b>	<b>День двадцать шестой</b>	327	327		Наблюдение, рефлексия, выполнение заданий
26.1.	Пример установочных сессий 2й модуль				
26.2.	Пример обязательных встреч 2й модуль				
26.3.	Урок: деловая переписка с клиентом				
<b>27.</b>	<b>День двадцать седьмой</b>	257	257		Наблюдение, выполнение заданий
27.1.	Как записать компанию на экзамен по 2му модулю РеОП				
27.2.	Урок про позиционирование				
27.3.	Примеры экзаменов по 2му модулю оффлайн (часть 1)				
<b>28.</b>	<b>День двадцать восьмой</b>	205	205		Наблюдение, выполнение заданий
28.1.	Про нетерпимость к несдаче внедрений				
28.2.	Примеры экзаменов по 2му модулю (часть 2)				
28.3.	Примеры экзаменов по 2му модулю оффлайн (часть 3)				
<b>29.</b>	<b>День двадцать девятый</b>	200		200	Наблюдение
29.1.	Самостоятельное изучение пройденного материала и работа над исследовательской работой и кейсом.				
<b>30.</b>	<b>День тридцатый</b>	70	70		Наблюдение, рефлексия, защита
30.1.	Урок: Причинность				
	<i>ИТОГО второй курс</i>	3763	2058	1705	
<b>3 Курс. Погружение в 3й модуль практикума Реальный отдел продаж 2.0</b>					

<b>31.</b>	<b>День тридцать первый</b>	341		341	Наблюдение, тестирование
31.1.	Просмотр третьего модуля РеОП. Часть 1				
<b>32.</b>	<b>День тридцать второй</b>	325		325	Наблюдение, тестирование
32.1.	Просмотр третьего модуля РеОП. Часть 2				
<b>33.</b>	<b>День тридцать третий</b>	165	45	120	Наблюдение, выполнение заданий, тестирование
33.1.	Навыки планирования (+ боевые планы)				
33.2.	Просмотр третьего модуля РеОП. Часть 3				
<b>34.</b>	<b>День тридцать четвертый</b>	310		310	Наблюдение, рефлексия
34.1.	Просмотр третьего модуля РеОП. Часть 4				
<b>35.</b>	<b>День тридцать пятый</b>	320	125	195	Наблюдение, защита
35.1.	Прием внедрений 3ого модуля РеОП				
35.2.	Третий модуль РеОП. Часть 5				
<b>36.</b>	<b>День тридцать шестой</b>	130	130		Наблюдение, выполнение заданий, рефлексия, тестирование
36.1.	Урок: как БИ влияет на NPS				
36.2.	Как и когда подключать РОБИ для консультации с клиентами и по каким вопросам вообще обращаться к РОБИ				
36.3.	Задание: Метрики				
36.4.	Стандарт закрытия на КЭВ (сам скрипт)				
<b>37.</b>	<b>День тридцать седьмой</b>	255	255		Наблюдение, выполнение заданий, рефлексия
37.1.	Стандарт проведения КЭВа (сам скрипт)				
37.2.	Нематериальная мотивация				
37.3.	Игры				
37.4.	Стандарт передачи клиента от хантера к фермеру				
37.5.	Стандарты по точкам касания				
<b>38.</b>	<b>День тридцать восьмой</b>	205	205		Наблюдение, выполнение заданий, рефлексия
38.1.	Настройка точек касания в АМО и Битрикс				
38.2.	Прозвон отказников ( и найм реаниматолога)				
38.3.	Стандарт отработки возражений				
38.4.	Как брать в работу новую компанию (подготовка к первой установочной сессии)				
38.5.	Как брать в работу компанию от другого бизнес-инженера				
<b>39.</b>	<b>День тридцать девятый</b>	290	290		Наблюдение, выполнение заданий, рефлексия
39.1.	Университет для продавцов				
39.2.	Отчет ОКК (и найм сотрудника ОКК)				
39.3.	РФМ анализ (упрощенный)				
39.4.	Задание: презентация				
39.5.	Полномочия БИ и реанимация с паузы				

<b>40.</b>	<b>День сороковой</b>	315	315		Наблюдение, выполнение заданий, рефлексия, защита
40.1.	Пример установочных сессий по 3му модулю				
40.2.	Пример встреч 3 модуль (оффлайн)				
40.3.	Как работать с компанией в загасе				
<b>41.</b>	<b>День сорок первый</b>	348	348		Наблюдение, выполнение заданий
41.1.	Как записать компанию на экзамен по 3му модулю (оффлайн)				
41.2.	Примеры экзаменов по 3му модулю РеОП 2.0				
41.3.	Как нативно поднимать авторитет владельца перед его командой				
<b>42.</b>	<b>День сорок второй</b>	60	60		Наблюдение, выполнение заданий
42.1.	Как финалить практикум с учениками				
<b>43.</b>	<b>День сорок третий</b>	200		200	Наблюдение
43.1.	Самостоятельное изучение пройденного материала и работа над исследовательской работой и кейсом				
<b>44.</b>	<b>День сорок четвертый</b>	335	335		Наблюдение, выполнение заданий, рефлексия
44.1.	Тайные покупки				
44.2.	Как вести компанию четко в заложенных временных рамках и достигать результатов, выполняя свою ключевую метрику				
44.3.	Фишки по успешному прохождению ИС				
44.4.	Карта прохождения практикума				
44.5.	Разбор воронки производства				
<b>45.</b>	<b>День сорок пятый</b>	176	176		Наблюдение, защита
45.1.	Прием внедрений 1, 2, 3 модулей				
45.2.	Пинчеры — партнеры по АМО/Битрикс				
45.3.	Бонус блок: разборы от Михаила				
	<i>ИТОГО третий курс</i>	<i>3775</i>	<i>2284</i>	<i>1491</i>	
	<b>Исследовательская работа</b>	<b>2590</b>		<b>2590</b>	<b>Защита</b>
	<b>Личный проект (кейс)</b>	<b>2020</b>		<b>2020</b>	<b>Защита</b>
	<b>ИТОГО минут</b>	<b>16 242</b>	<b>6 703</b>	<b>9 539</b>	
	<b>ИТОГО часов</b>	<b>270,72</b>	<b>111,72</b>	<b>159,00</b>	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### 1 Курс. Погружение в 1й модуль практикума Реальный отдел продаж 2.0

#### **1. День первый.**

##### 1.1. Как учиться.

В этом блоке обучающийся изучает основные успешные действия для того, чтобы круто учиться и усваивать информацию, пишет желаемые итоги своего обучения.

##### 1.2. Компания Резалтинг (видео про историю компании от Михаила).

Стажер изучает историю создания практикума, замыслы Михаила, замысел должности, какие еще есть должности в производстве и какие перед нами стоят цели. Стажер изучает вектор развития компании Резалтинг, какие планы и перспективы. Также проводится тестирование по видео «Компания Резалтинг. Продукт РеОП. Сотрудники производства» (4 вопроса). Выполняются задания к видео «Компания Резалтинг. Продукт РеОП. Сотрудники производства»:

1) Изучить компании и их историю:

- McKinsey & Company
- Ernst & Young
- Boston Consulting Group

2) Выписать свои инсайты после изучения компаний.

##### 1.3. Сотрудник Резалтинг

Стажер изучает документ, описывающий то, какие знания и навыки должен освоить стажер, чтобы иметь возможность сопровождать наших клиентов на практикуме Реальный отдел продаж 2.0. Также изучается папка, которая содержит документы, в которой описаны правила, имеющие отношение ко всем сотрудникам компании Резалтинг.

##### 1.4. Видео обзор стандарта квал клиента и задание по нему

Урок, раскрывающий основные смыслы того, кто является нашим клиентом на практикуме РеОП и как понимать каждый из тезисов внутри стандарта (сам стандарт находится в папке "Сотрудник Резалтинг"). Проводится тестирование (10 вопросов)

##### 1.5. Инструкции и положения по ТК РФ.

Изучается папка, в которой закреплены основные инструкции и положения по ТК РФ, имеющие отношение ко всем сотрудникам компании.

##### 1.6. Резалтинг: База знаний по нишам

В этой базе знаний находятся все ранее написанные статьи по исследованию различных ниш. Изучается факультативно.

##### 1.7. Полезности для работы со статьей (и не только)

Этот блок предназначен для того, чтобы стажер мог воспользоваться наработками предыдущих стажеров и подчеркнуть для себя прикольные фишки, упрощающие его работу. Список материалов:

Полезности для работы со статьей (и не только).

Как считать рынок (документ на платформе ispringlearn.ru)

##### 1.8. Папка студента Университета

Содержит полезные обучающие материалы для самостоятельного изучения:

#### **2. День второй**

## 2.1. Бизнес-инженер РеОП

Папка, которая содержит документы, в которой описаны правила, имеющие отношение ко всем бизнес-инженерам компании Резалтинг:

- Стандарт «Эмоциональная вовлеченность бизнес-инженера в диалоге с учениками».
- Стандарт «Бизнес-инженер, успешно закончивший стажировку, который имеет право брать в работу 1-ю компанию».
- Стандарт «Бизнес-инженер, который выпустился с 1 курса университета».
- Стандарт «Бизнес-инженер, который выпустился со 2 курса университета».
- Стандарт «Статья про нишу».
- Стандарт «Проведение встречи бизнес-инженера с учеником».
- Стандарт «Заполнение примечаний в CRM».
- Стандарт «Подготовка к первой встрече с новой компанией».
- Стандарт «Подготовка к первой встрече с переданной или восстановленной компанией».
- Алгоритм «Как записать компанию на экзамен».
- Стандарт «Проведение тайной покупки».
- Стандарт по сдаче корректировок экзаменатору.
- Стандарт «Постановка компании на паузу».
- Стандарт «Работа с кейсами для БИ»

## 2.2. Обзор ГФД Бизнес-инженера

Стажеры просматривают видео о ГФД (главный файл должности) бизнес-инженера компании Резалтинг, а также выполняют по результатам просмотра задание - написать в чат Университета, как они поняли, кто такой бизнес-инженер, в чем его ключевая задача, а так же ключевой инсайт (основную мысль), который зацепил их после просмотра видео.

## 2.3. Мотивация бизнес-инженера

Обучающий блок, который позволяет освоить то, как считается заработная плата бизнес-инженера. Стажер просматривает видео про мотивацию бизнес-инженера, а также изучает документ с описанием мотивации + калькулятор расчет мотивации бизнес-инженера.

Также выполняются задания по результатам изучения материала.

Задание 1:

Вы - джуниор бизнес-инженер. В вашем портфеле 10 участников.

В этом месяце вы выводите на экзамен 3 компании 1го модуля и 2 компании 2го модуля.

В следующем месяце - 2 компании 2го модуля и 3 компании 3го модуля. Вы ожидаете, что компании 3го модуля пройдут практикум (каждая из) за 4,5 месяца, все 3 компании станут кейсами, NPS по одной компании - 85%, по другой - 100%, по 3й - 97%.

Еще через месяц вы планируете вывести на экзамен 3 компании 1го модуля, 1 компанию 2го модуля и 1 компанию 3го модуля. По 3му модулю ожидается NPS в 100%, она будет кейсом и практикум вы зафиналите за 4 месяца.

Задача: посчитать свою за ближайшие 3 месяца, отталкиваясь от указанных данных.

Задание 2:

Вы - мидл бизнес-инженер. В вашем портфеле 10 участников.

В этом месяце вы выводите на экзамен 2 компании 1го модуля и 3 компании 2го модуля.

В следующем месяце - 3 компании 2го модуля и 2 компании 3го модуля. Вы ожидаете, что компании 3го модуля пройдут практикум (каждая из) за 4,5 месяца, обе компании станут кейсами, NPS по одной компании - 80%, по другой - 100%.

Еще через месяц вы планируете вывести на экзамен 2 компании 1го модуля, 2 компании 2го модуля и 1 компанию 3го модуля. По 3му модулю ожидается NPS в 100%, она будет кейсом и практикум вы зафиналите за 4 месяца.

Задача: посчитать свою за ближайшие 3 месяца, отталкиваясь от указанных данных.

### Задание 3:

Вы - синьор бизнес-инженер. В вашем портфеле 10 участников.

В этом месяце вы выводите на экзамен 3 компании 1го модуля и 3 компании 2го модуля.

В следующем месяце - 2 компании 2го модуля и 3 компании 3го модуля. Вы ожидаете, что компании 3го модуля пройдут практикум (каждая из) за 4,5 месяца, все компании станут кейсами, NPS по одной компании - 85%, по другой - 100%, третьей - 95%.

Еще через месяц вы планируете вывести на экзамен 4 компании 1го модуля, 1 компанию 2го модуля и 1 компанию 3го модуля. По 3му модулю ожидается NPS в 100%, она будет кейсом и практикум вы зафиналите за 7 месяцев.

Задача: посчитать свою ЗП за ближайшие 3 месяца, отталкиваясь от указанных данных.

#### 2.4. Задание по папке должности и папке сотрудника

Выполняется тестирование по документам, изученным в папке должности и папке сотрудника (21 вопрос). Тест принимается исключительно при его прохождении на 100 %.

#### 2.5. Просмотр первого модуля РеОП. Часть 1

Стажер должен запросить доступ к платформе Get Course у тренера. Далее перейти по ссылке из письма, подписать соглашение о конфиденциальности и приступить к просмотру 1 модуля практикума Реальный отдел продаж 2.0 «Строим фундамент и формируем ОП». Стажер должен изучить следующие блоки:

- Введение (полностью) + тестирование
- Позиционирование (полностью) + тестирование
- Воронка продаж и квалификация клиентов (до урока: «Чек-лист квал.лида» включительно).

### **3. День третий**

#### 3.1. Обучение от Михаил по установлению контакта с собеседником.

Обучающий блок, который позволяет изучить смыслы в структуре коммуникации с собеседником и то, как именно устанавливается контакт при общении с людьми. Состоит из следующих уроков:

1. Структура коммуникации — видео.
2. Установление контакта — видео.
3. Тренировка по блоку: Установление контакта

Задача стажера - объединиться в пару с одним из студентов из своего потока и отработать навык "установление контакта". Задача: найти как можно больше общих реальностей в тет-а-тет диалоге. Стажеры созваниваются на 20 минут для отработки задания.

#### 3.2. Просмотр первого модуля РеОП. Часть 2

Стажер должен изучить следующие блоки 1 модуля практикума Реальный отдел продаж 2.0 «Строим фундамент и формируем ОП»:

- Воронка продаж и квалификация клиентов (полностью) + тестирование.
- КЭВ и оффер на КЭВ (до урока: «Разборы: КЭВ и оффер на КЭВ» включительно).

### **4. День четвертый**

#### 4.1. Просмотр первого модуля РеОП. Часть 3

Стажер должен изучить следующие блоки 1 модуля практикума Реальный отдел продаж 2.0 «Строим фундамент и формируем ОП»:

- КЭВ и оффер на КЭВ (полностью) + тестирование.
- Модели продаж (полностью) + тестирование.
- Метрики и система мотивации (до урока «Принципы при разработке системы мотивации» включительно).

## **5. День пятый**

### **5.1. ОСВК**

Обучающий блок, который позволяет освоить то, как правильно давать обратную связь высокого качества.

Состоит из следующий пунктов:

1. Урок про ОСВК — видео.
2. Забор на миллион - ссылка на выпуск на Ютуб, канал Михаила Гребенюка.
3. Задание по разбору «Забор на миллион»:
  - Посмотреть разбор
  - Написать, на каких минутах были допущены ошибки Михаилом.
  - Предложить варианты, как можно было выйти из ситуации и улучшить контакт.

### **5.2. Просмотр первого модуля РеОП. Часть 4**

Стажер должен изучить следующие блоки 1 модуля практикума Реальный отдел продаж 2.0

«Строим фундамент и формируем ОП»:

- Метрики и система мотивации (полностью) + тестирование.
- Планерки (полностью) + тестирование.
- CRM (полностью) + тестирование.

## **6. День шестой**

### **6.1. Просмотр первого модуля РеОП. Часть 5**

Стажер должен изучить следующие блоки 1 модуля практикума Реальный отдел продаж 2.0

«Строим фундамент и формируем ОП»:

- Сдача ЕГЭ (тестирование).
- Разборы. Введение (полностью).
- Разборы. Рынок (до урока Часть 4 включительно).

## **7. День седьмой**

### **7.1. Просмотр первого модуля РеОП. Часть 6**

Стажер должен изучить следующие блоки 1 модуля практикума Реальный отдел продаж 2.0

«Строим фундамент и формируем ОП»:

- Разборы. Рынок (полностью).
- Разборы. CustDev и аватар (полностью).
- Разборы. Воронки продаж (полностью).
- Разборы. Модели продаж и система мотивации (полностью).

## **8. День восьмой**

### **8.1. Активное слушание**

В этом блоке стажер осваивает навык активного слушания, изучает материал и сразу же выполняет практическое задание.

Структура блока:

1. Урок про активное слушание — видео.
2. Тренировка по блоку: Активное слушание

Задача стажера - объединиться в пару с одним из студентов из своего потока и отработать навык «активное слушание». Один рассказывает любую тему, которую считает нужным, второй применяет все полученные инструменты активного слушания. Потом меняются.

По итогу проведенной тренировки стажеры отправляют свою рефлекссию в чат Университета (текстовое сообщение).

### **8.2. Прием внедрений 1 модуля**



В этом блоке стажер изучает то, как правильно и по стандарту, работая с компанией, принимать внедрения 1го модуля в практикуме Реальный отдел продаж 2.0.

Блок состоит из следующих пунктов:

1. Направляющая форма по приему внедрений 1го модуля — документ.
2. Разбор по направляющей 1го модуля - видео с ответом на вопросы.
3. Таблица внедрений для компаний, у которых нет ОП — текстовый документ.
4. Таблица внедрений для компаний, у которых есть ОП - текстовый документ.
5. Шаблон Брифа компании — текстовый документ
6. Задания, которые необходимо реализовать в своем кейсе на 1м модуле - документ, который содержит основные пункты, которые должны быть выполнены студентом в рамках своего личного проекта до конца 1го курса.
7. Как пользоваться листом внедрений — видео.

## **9. День девятый**

### **9.1. Задание по темам «Рынок» и «CRM»**

В этом блоке стажер выполняет практические задания по блокам «Рынок» и «CRM», опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 1го модуля».

Задание по CRM:

Задание 1.

Изучить примеры воронок и дать минимум по 4 воронкам обратную связь:

1. Соответствует ли воронка параметрам, которые должны быть учтены в воронке (завершенный вид, обязательные этапы и т. д.)
2. Готовы ли вы принять эту воронку, будучи бизнес инженером? Обосновать ответ.

Задание 2:

Взять в работу 2 любых кейса и составить 2 примера правильной воронки привлечения и удержания, а также условный отказ.

Кейс №3:

Ниша: Аренда и продажа элитной недвижимости в новостройках Москвы.

Целевая аудитория: мужчины и женщины с доходом от 500 000 руб в месяц, желающие приобрести квартиру в элитных районах Москвы

Бизнес-процессы: агент по недвижимости делает подбор под запрос клиента, показывает ему квартиры, сразу после показа осуществляет подписание договора (агентский). После этого проводит сделку с клиентом и застройщик, ведет клиента вплоть до оформления права собственности.

Кейс №4:

Ниша: офисное оборудование и дизайн помещений.

Целевая аудитория: компании, которые хотят обустроить офис.

Бизнес-процессы: менеджер по продажам делает звонки, по необходимости едет на замер помещения, рассчитывает коммерческое предложение для клиента, отправляет его и потом уже клиент либо покупает либо нет. Затем идет подписание договора.

Кейс №5:

Ниша: Мониторинг транспорта.

Целевая аудитория: компании которые занимаются грузоперевозками, каршеринг, машины в аренду на сутки.

Бизнес-процессы: заявки приходят с сайта и инстаграма, менеджеры работают через amoCRM, обзванивают заявки, консультируют о наших услугах и продают. Потом уже после продажи подключается отдел сопровождения.

Кейс №6:

Ниша: строительство таунхаусов.

Целевая аудитория: бизнес, it и жители города, которые хотят жить в таунхаусе.

Бизнес-процессы: сейчас продаем только горячим (им просто не нужно мешать), есть кладбище лидов. Работает один менеджер, лиды приходят с сайта и рекламного агентства.

Кейс №7:

Ниша: аренда коммерческой недвижимости в г. Барнаул.

Целевая аудитория: b2b

Бизнес-процессы: организовываем показы помещений в наших бизнес-центрах. Заявки приходят с сайта и по рекомендациям. После показа помещений еще созваниваемся с клиентом, высылаем КП на почту, потом сделка и заключаем договор на аренду. Далее уже в отделе предоставления с клиентами работают.

Кейс №8:

Ниша: продажа электросамокатов, розница.

Целевая аудитория: клиенты покупают себе и детям.

Бизнес-процессы: лиды приходят с рекламы и сайта. Сейчас работают операторы, они закрывают супер-теплых клиентов, по факту с возражениями не работают. Заявки приходят с сайта, операторы их обрабатывают по телефону, потом созваниваются если надо и показывают самокаты. Если клиент покупает то потом оформляем доставку.

Кейс №9:

Ниша: Внедрение amoCRM.

Целевая аудитория: b2b.

Бизнес-процессы: клиенты приходят с сайта и по рекомендации от наших партнеров. Потом связывается менеджер, проводит диагностику текущей системы и предлагает наши услуги, потом договор и сопровождение.

Кейс №10:

Ниша: импорт кожи из Италии.

Целевая аудитория: оптовые продажи на фабрики.

Бизнес-процессы: рекламируются через интернет, основной трафик с основного сайта, но также есть офлайн офис и склад, куда можно приехать и купить на месте. Сейчас есть 2 менеджера (1 в офлайн магазине, второй в онлайн обрабатывает заявки).

Кейс №11:

Ниша: видеопродакшн.

Целевая аудитория: создают продающие рекламные ролики для компаний  
Бизнес-процессы: клиенты приходят с интернет рекламы и по рекомендациям. После с ними связываются уже наши продажники и подбирают услугу и соответственно рассчитывают стоимость.

Кейс №12:

Ниша: автошкола, г. Новосибирск.

Целевая аудитория: физ лица, которые хотят получить водительское удостоверение на управление ТС разных категорий.

Бизнес-процессы: новые клиенты приходят (обычно с сайта или оффлайн трафик), администратор обрабатывает заявку, может продемонстрировать автопарк и если договор заключаем - составляет расписание обучения.

Кейс 13:

Ниша: школа единоборств.

Целевая аудитория: начинающие спортсмены, любители.

Бизнес-процессы: лиды приходят с рекламного трафика, с яндекса (по месторасположению школы), приходят на бесплатный первый урок и потом либо покупают абонемент либо нет.

## Кейс 14:

Ниша: подбор авто (вторичка).

Целевая аудитория: физ лица, желающие приобрести авто на вторичке и в хорошем состоянии.  
Бизнес-процессы: трафик приходит в основном с инстаграма или ютуб канала, сейчас обрабатывает заявки менеджер, собирает анкету (желаемые характеристики), потом назначается подборщик, который специализируется на нужных марках авто, потом идет процесс подбора и показа авто. Мы получаем фиксированную сумму с подбора в зависимости от авто (от 30-50 тыс руб).

Задание по рынку:

Задание 1

Взять в работу задачи по рынкам и ответить на поставленные вопросы (минимум 3). Ответы прикрепите файлом к этому уроку.

Задание 1.1

Компания Ромашка занимается мебелью. Среди направлений:

1. Кухни по индивидуальному замеру. Делают в Питере, области, планируется открытие филиала в Москве и области. Доля рынка в Питере - 5%, Ленинградская области — 1%.
2. Кресла, диваны, кровати - новое направление, уже запустили. Доля рынка в Питере - 0,5%, области — 0,01%.

Опишите план действий компании по захвату рынка исходя из данных.

Задание 1.2

Компания Парус - стоматология. Есть клиники в Москве (2 шт), Московской области (3 шт).

Направления:

1. Семейная стоматология, сегмент - средний+ - 20% дохода
2. Протезирование, импланты для клиентов 50+, сегмент - средний+ - 70% дохода.
3. Другие услуги - 10% дохода.

Планируют открывать филиалы по стране: Новосибирск, Тверь, Самара.

В Москве занимают 7% рынка по протезированию, 3% по семейной стоматологии и 0,5% по другим услугам.

В Московской области - 1% по семейной стоматологии, 3% по протезированию и 1% о другим услугам.

Опишите план действий компании по захвату рынка исходя из данных.

Задание 1.3

Компания занимается секс игрушками оптом. Продажи - Питер и вся территория РФ.

Целевая аудитория:

1. Перепродажники - 5% дохода, ЛПР — закупщики.
2. Люкс точки - 40% дохода, ЛПР - собственник бизнеса или менеджер по закупкам.
3. Средний+ - 30% дохода, ЛПР - собственник бизнеса или менеджер по закупкам.
4. Бюджетные точки - 25% дохода, ЛПР - собственник бизнеса.

Доля рынка в Питере:

1. Перекупы — 0,1%
2. Люкс — 3%
2. Средний — 1%
3. Бюджет — 1%.

Доля рынка в РФ:

1. Перекупы — 0,001%
2. Люкс — 0,02%
3. Средний — 0,02%
4. Бюджет — 0,01%

Опишите план действий компании по захвату рынка исходя из данных.

Задание 1.4.

Компания Сигнал - продажа автозапчастей. Продают в Туле и области.

Направления и целевая аудитория:

1. Бюджетные автомобили, доход - 70%, покупатели - физ лица для себя.
2. Люкс автомобили - 30%, покупатели - физ лица (10%) и перекупы (20%).

Доля рынка в Туле:

1. Бюджетные автомобили — 1%.
2. Люкс автомобили — 0,05%.

Доля рынка в области:

1. Бюджетные автомобили — 5%.
2. Люкс — 1%.

Опишите план действий компании по захвату рынка исходя из данных.

Задание 1.5

Компания Экстрим - продажа товаров для активного зимнего отдыха (сноуборды, лыжи, костюмы и так далее). Рынок - Москва и область.

Направления и целевая аудитория:

1. Лыжи: Для женщин - 70% дохода, для мужчин - 10% дохода, для детей - 20% дохода (зачастую ЛПП - мама, покупающая для ребенка и для себя).
2. Сноуборды: Для женщин - 80% дохода, для мужчин - 10% дохода, для детей - 10% дохода (зачастую ЛПП - мама, покупающая для ребенка и для себя).

Доля рынка в Москве:

1. Лыжи: Для женщин - 4%, для мужчин - 0,5%, для детей — 1%.
2. Сноуборд: Для женщин - 3%, для мужчин - 0,4%, для детей — 0,8%.

Доля рынка в области:

1. Лыжи: Для женщин - 6%, для мужчин - 2%, для детей — 2%.
2. Сноуборд: Для женщин - 5%, для мужчин - 1%, для детей — 1,5%.

Опишите план действий компании по захвату рынка исходя из данных.

Задание 2

Проанализировать 2 любых кейса из представленных с расчетом рынка, цели по захвату рынка и решение собственника, обосновать свою ОС - согласны ли с решением, почему да или же почему нет.

Ответы прикрепляются файлом к этому уроку.

## 9.2. Суть разговора

Стажер изучает то, как не терять суть разговора на протяжении беседы с собеседником, а так же как вернуть его в диалог. Видео лекция.

## 9.3. Пример встречи-знакомства 1го модуля

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят встречи-знакомства у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг, а также отработать полученного ранее навыка «суть разговора» на основе встречи-знакомства.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Кейс 1 — видео.
2. Кейс 2 — видео.
3. Кейс 3 — видео.
4. Структура знакомства с клиентом - документ, описывающий идеальную картину структуры проведения встречи (вопросы, блоки)

5. Стандарт - Проведение встречи бизнес-инженера с учеником - документ, описывающий то, каким критериям должна соответствовать любая встреча бизнес-инженера с клиентом.

6. Рефлексия по просмотру встреч-знакомств - задание:

Написать свою обратную связь по просмотренным кейсам:

- Соответствует ли формат проведенной встречи стандарту проведения встречи? Заданы ли все вопросы, необходимые на встрече-знакомстве?

- Какие нелогичности для себя выделили и почему?

- Какие крутые фишки для себя выделили?

7. Тренировка по блоку «Как поддерживать суть разговора» на основе встречи-знакомства

Задача стажера - объединиться в пару с одним из студентов из своего потока и отработать навык «суть разговора» на основе встречи-знакомства.

Один выступает бизнес-инженером и проводит встречу-знакомство, второй выступает собственником и уводит от темы. Потом меняются.

По итогу проведенной тренировки стажер отправляет свою рефлексию в чат Университета (текстовое сообщение).

## **10. День десятый**

### 10.1. Задание по CustDev, квал лид, ККЦ и УТП

В этом блоке стажер выполняет практические задания по блокам CustDev, квал лид, ККЦ и УТП, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 1го модуля».

Содержит следующие пункты:

Задание по CustDev, ККЦ и УТП

Изучите задания и ссылки, представленные ниже, ответы к заданиям прикрепите файлом к этому уроку.

Задание 1:

Изучить предоставленные каст девы (минимум 2). Написать по каждому из них итоговую обратную связь: как вы считаете, каст дев проведен качественно или нет. Почему?

Задание 2:

На основании выбранных вами Кастдевов выделить ККЦ. Раскрыть, в чем их суть. Обосновать, почему выбрали именно такие ККЦ.

Задание 3:

На основании разработанных ККЦ сформировать УТП компании, которое, на ваш взгляд, будет привлекать клиентов.

Тест квал лид - тестирование, 10 вопросов

### 10.2. Урок: сложное простым языком

Этот блок позволяет стажеру освоить навыки и инструменты донесения сложной информации простым языком своему собеседнику.

Содержит следующие материалы:

1. Сложное простым языком. Раскрытие ККЦ Резалтинг — видео.

2. Сложное простым языком. Метафоры — видео.

3. Задание по Метафорам:

Каждое из слов ниже объясните указанным способом. Файл с предварительными наработками прикрепите к заданию ссылкой на гугл:

- Метафора:

- КЭВ

- статистика

- квалификация

- диаграмма

- система
- кастдев
- исследование
- позиционирование
- УТП
- ККЦ

4. Сложное простым языком. Прояснение слов — видео.

5. Задание по прояснению слов:

Каждое из слов ниже объясните указанным способом. Файл с предварительными наработками прикрепите к заданию ссылкой на гугл:

Этимология слова:

- закадычный
- неокортекс
- тренч
- закрома
- скрижаль

6. Сложное простым языком. Декомпозиция — видео.

7. Сложное простым языком. Демонстрация — видео.

8. Задание по декомпозиции, демонстрации:

Каждое из слов ниже объясните указанным способом. Файл с предварительными наработками прикрепите к заданию ссылкой на гугл:

Декомпозиция:

- хороший человек
- честный подход
- исходный код
- бесконечное вечное
- актуальная тема

Демонстрация (разбор на зум созвоне с тренером).

Дополнительно каждый из блоков отрабатывается на парных тренировках.

## **11. День одиннадцатый**

### **11.1. Задание по Аватар, КЭВ и оффер на КЭВ**

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 1го модуля».

Содержит следующие пункты:

- КЭВы и офферы: теория на практике — видео.
- Ниши и КЭВы - тест 20 вопросов.
- Задание по КЭВ и оффер:

Прочтите задания представленные ниже и прикрепите ответы файлом к данному уроку.

Задание 1:

Взять в работу 2 любых аватара из представленных и ответить на следующие вопросы:

1. Описан ли аватар корректно, считаете ли вы, что информации в нем достаточно?
2. Вы бы приняли такой аватар, будучи бизнес инженером?
3. По выбранным аватарам вы должны написать, как вы считаете, идеальный КЭВ и оффер на КЭВ.

Задание 2:

Взять в работу 2 скрипта из представленных в кейсах и дать обратную связь:

1. Оформлен ли скрипт в соответствии со стандартом.

2. Согласны ли с КЭВом и оффером?

3. Вы бы приняли такой скрипт, будучи бизнес инженером? Обосновать ответ.

## **12. День двенадцатый**

### 12.1. Задание по теме «Модель продаж и оргструктура»

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 1го модуля».

Содержит следующие пункты:

Задание по теме «Модель продаж и оргструктура»:

Задание 1

Изучить предоставленные оргструктуры (минимум 5) и указать, как вы считаете, по каждой из них, оргструктура корректна или нет. Обосновать свою точку зрения и прикрепить файл с ответами к данному уроку.

Задание 2:

Взять в работу 10 кейсов из указанных и порекомендовать, как вы считаете, идеальную модель продаж, опираясь на бизнес процесс. Указать, почему именно такую модель выбрали. Файл с ответами прикрепить к данному уроку.

Кейс №3:

Ниша: Аренда и продажа элитной недвижимости в новостройках Москвы.

Целевая аудитория: мужчины и женщины с доходом от 500 000 руб в месяц, желающие приобрести квартиру в элитных районах Москвы

Бизнес-процессы: агент по недвижимости делает подбор под запрос клиента, показывает ему квартиры, сразу после показа осуществляет подписание договора (агентский). После этого проводит сделку с клиентом и застройщик, ведет клиента вплоть до оформления права собственности.

Кейс №4:

Ниша: офисное оборудование и дизайн помещений

Целевая аудитория: компании, которые хотят обустроить офис

Бизнес-процессы: менеджер по продажам делает звонки, по необходимости едет на замер помещения, рассчитывает коммерческое предложение для клиента, отправляет его и потом уже клиент либо покупает либо нет. Затем идет подписание договора

Кейс №5:

Ниша: Мониторинг транспорта.

Целевая аудитория: компании которые занимаются грузоперевозками, каршеринг, машины в аренду на сутки

Бизнес-процессы: заявки приходят с сайта и инстаграма, менеджеры работают через amoCRM, обзванивают заявки, консультируют о наших услугах и продают. Потом уже после продажи подключается отдел сопровождения.

Кейс №6:

Ниша: строительство таунхаусов

Целевая аудитория: бизнес, it и жители города, которые хотят жить в таунхаусе

Бизнес-процессы: сейчас продаем только горячим (им просто не нужно мешать), есть кладбище лидов. Работает один менеджер, лиды приходят с сайта и рекламного агентства.

Кейс №7:

Ниша: аренда коммерческой недвижимости в г Барнаул

Целевая аудитория: b2b

Бизнес-процессы: организовываем показы помещений в наших бизнес-центрах. Заявки приходят с сайта и по рекомендациям. После показа помещений еще созваниваемся с клиентом, высылаем

кп на почту, потом сделка и заключаем договор на аренду. Далее уже в отделе предоставления с клиентами работают.

Кейс №8:

Ниша: продажа электросамокатов, розница

Целевая аудитория: клиенты покупают себе и детям

Бизнес-процессы: лиды приходят с рекламы и сайта. Сейчас работают операторы, они закрывают супер-теплых клиентов, по факту с возражениями не работают. Заявки приходят с сайта, операторы их обрабатывают по телефону, потом созваниваются если надо и показывают самокаты. Если клиент покупает то потом оформляем доставку.

Кейс №9:

Ниша: Внедрение amoCRM

Целевая аудитория: b2b

Бизнес-процессы: клиенты приходят с сайта и по рекомендации от наших партнеров. Потом связывается менеджер, проводит диагностику текущей системы и предлагает наши услуги, потом договор и сопровождение.

Кейс №10:

Ниша: импорт кожи из Италии

Целевая аудитория: оптовые продажи на фабрики

Бизнес-процессы: рекламируются через интернет, основной трафик с основного сайта, но также есть офлайн офис и склад, куда можно приехать и купить на месте. Сейчас есть 2 менеджера (1 в офлайн магазине, второй в онлайн обрабатывает заявки)

Кейс №11:

Ниша: видеопродакшн

Целевая аудитория: создают продающие рекламные ролики для компаний

Бизнес-процессы: клиенты приходят с интернет рекламы и по рекомендациям. После с ними связываются уже наши продажники и подбирают услугу и соответственно рассчитывают стоимость.

Кейс №12:

Ниша: автошкола, г Новосибирск

Целевая аудитория: физ лица, которые хотят получить водительское удостоверение на управление тс разных категорий.

Бизнес-процессы: новые клиенты приходят (обычно с сайта или оффлайн трафик), администратор обрабатывает заявку, может демонстрировать автопарк и если договор заключаем - составляет расписание обучения.

Кейс 13:

Ниша: школа единоборств

Целевая аудитория: начинающие спортсмены, любители

Бизнес-процессы: лиды приходят с рекламного трафика, с яндекса (по месторасположению школы), приходят на бесплатный первый урок и потом либо покупают абонемент либо нет.

Кейс 14:

Ниша: подбор авто (вторичка)

Целевая аудитория: физ лица, желающие приобрести авто на вторичке и в хорошем состоянии

Бизнес-процессы: трафик приходит в основном с инстаграма или ютуб канала, сейчас обрабатывает заявки менеджер, собирает анкету (желаемые характеристики) , потом назначается подборщик, который специализируется на нужных марках авто, потом идет процесс подбора и показа авто. Мы получаем фиксированную сумму с подбора в зависимости от авто (от 30-50 тыс руб)

12.2. Задание по теме «Метрики и Мотивация»



В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 1го модуля».

Содержит следующие пункты:

- Практический разбор метрик — видео.
- Задание по теме «Метрики и Мотивация»:

Задание 1:

На основе моделей продаж, которые вы порекомендовали в предыдущем задании, прописать, как вы считаете, ключевые метрики и то, какая будет мотивация (без сумм, указываем блоками: оклад + бонус за продукт, который производит должность). Берем минимум 5 моделей продаж в работу. Файл с ответами прикрепите к данному уроку.

Задание 2:

Изучить предоставленные метрики и дать по ним обратную связь файлом к этому уроку (берем минимум 3 в работу):

1. Что видите по показателям, какие рекомендации вы бы дали клиентам?
2. Что скажете насчет оформления?
3. Учтены ли все показатели, которые минимально рекомендуются в рамках практикума?

Задание 3:

Взять в работу 3 кейса и дать по ним обратную связь в файле и прикрепите к данному уроку:

1. Корректна ли оргструктура.
2. Соответствует ли мотивация запланированной модели продаж?
3. Вы, будучи бизнес инженером, готовы принять мотивацию? Обосновать ответ.

### **13. День тринадцатый**

#### 13. Примеры установочных сессий 1ого модуля

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят еженедельные консультации 1го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Кейс 1 — видео.
2. Кейс 2 — видео.
3. Стандарт - Проведение встречи бизнес-инженера с учеником
4. Рефлексия по просмотренным встречам 1 модуля

Написать свою обратную связь по просмотренным кейсам:

- Соответствует ли формат проведенной встречи стандарту проведения встречи?
- Какие нелогичности для себя выделили и почему?
- Какие крутые фишки для себя выделили?

#### 13.2. Пример еженедельной консультации 1ого модуля

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят еженедельные консультации 1го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Кейс 1 — видео.
2. Кейс 2 — видео.
3. Стандарт - Проведение встречи бизнес-инженера с учеником
4. Рефлексия по просмотренным встречам 1 модуля

Написать свою обратную связь по просмотренным кейсам:

- Соответствует ли формат проведенной встречи стандарту проведения встречи?
- Какие нелогичности для себя выделили и почему?
- Какие крутые фишки для себя выделили?

## **14. День четырнадцатый**

### **14.1. Защита экзамена и карьерный рост БИ**

Этот урок раскрывает для стажера основные смыслы о том, что такое экзамен ученика по практикуму Реальный отдел продаж 2.0, как к нему готовиться и то, как рост (в том числе финансовый) бизнес-инженера зависит от сдачи экзаменов его клиентами.

### **14.2. Как записать компанию на экзамен по 1му модулю РеОП**

Этот блок раскрывает основные смыслы о том, как необходимо подготовить своего клиента к экзамену по 1му модулю Реальный отдел продаж 2.0, на что обращать особое внимание. Блок состоит из следующих материалов:

1. Как записать компанию на экзамен по 1му модулю РеОП — видео..
2. Алгоритм - Как записать компанию на экзамен - документ, описывающий то, как корректно бизнес-инженер должен записывать компанию на экзамен.

### **14.3. Примеры экзаменов 1го модуля**

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят экзамены 1го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Видео встреча с АНО ДПО «АОМ».
2. Видео встреча ИП Каракаш.
3. Видео встреча с ХанГоКар.
4. Видео встреча с ООО «Электронагреватели».
5. Видео встреча ООО «Кухни эксперт».
6. Задание

По факту просмотра всех экзаменов закрепите свою рефлексию с ссылкой на гугл док.

## **15. День пятнадцатый**

### **15.1. Другие продукты Резалтинг**

Этот блок показывает стажеру то, какие еще продукты есть у компании (на сегодняшний день), какие их смыслы, целевая аудитория и то, какие задачи они решают.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Гребень продаж — видео.
2. РОП500 — видео.
3. НСП — видео.
4. Клуб «Триллион».
5. РеHR: Введение — видео.
6. РеHR: основы, смыслы, модули — видео.
7. Гребень людей — видео.
8. Тестирование «Другие продукты Резалтинга» - тест 18 вопросов

## **2 Курс. Погружение в 2й модуль практикума Реальный отдел продаж 2.0**

## **16. День шестнадцатый**

### **16.1. Просмотр второго модуля РеОП. Часть 1**

На платформе геткурс необходимо приступить ко 2 модулю практикума «Реальный отдел продаж 2.0. «Помогаем нанять правильных людей». Стажер должен изучить следующие блоки:

- Вводный блок (полностью) + тестирование.
- Декомпозиция (полностью) + тестирование.
- Подготовка к найму (полностью) + тестирование.

- Найм HR-менеджера (полностью) + тестирование.

## **17. День семнадцатый**

### 17.1. Просмотр второго модуля РеОП. Часть 2

Стажер должен изучить следующие блоки практикума «Реальный отдел продаж 2.0. «Помогаем нанять правильных людей»:

- Найм РОПа (полностью) + тестирование.
- Найм продавцов (полностью) + тестирование.
- Корпоративный портал (до урока «Стандарты и алгоритмы» включительно).

## **18. День восемнадцатый**

### 18.1. Какие люди принимают участие в создании практикума, каков их продукт и как с ними взаимодействовать (по каким вопросам)

В этом блоке стажер изучает то, какие люди принимают участие в предоставлении практикума и по каким вопросам к ним можно обращаться.

1. Урок от руководителя бизнес-инженеров — видео.
2. Урок от руководителя экзаменаторов и экзаменатор — видео.
3. Урок от специалиста службы заботы — видео.
4. Урок от бизнес-инженера — видео.
5. Урок от архитектуры продукта — видео.
6. Урок от кейсолога — видео.

Памятка по работе с архитектурой продукта - текстовое описание коммуникации и списка вопросов, по которым можно обратиться к архитектуре

### 18.2. Просмотр второго модуля РеОП. Часть 3

Стажер должен изучить следующие блоки практикума «Реальный отдел продаж 2.0. «Помогаем нанять правильных людей»:

- Корпоративный портал (полностью) + тестирование.
- Сдача ЕГЭ (тестирование).
- Разборы. Саботаж сотрудников (до урока «Инсайты по саботажу» включительно).

## **19. День девятнадцатый**

### 19.1. Просмотр второго модуля РеОП. Часть 4

Стажер должен изучить следующие блоки практикума «Реальный отдел продаж 2.0. «Помогаем нанять правильных людей»:

- Разборы. Саботаж сотрудников (полностью).
- Разборы. Найм (полностью).
- Разборы. Ячейка масштабирования (до урока «Ячейка масштабирования. Часть 1» включительно).

## **20. День двадцатый**

### 20.1. Просмотр второго модуля РеОП. Часть 5

Стажер должен изучить следующие блоки практикума «Реальный отдел продаж 2.0. «Помогаем нанять правильных людей»:

- Разборы. Ячейка масштабирования (полностью).
- Разборы. Фокус развития (полностью).
- Обучение по тестам PIF(полностью).

## **21. День двадцать первый**

### 21.1. Прием внедрений 2го модуля

В этом блоке стажер изучает то, как правильно и по стандарту, работая с компанией, принимать внедрения 2го модуля в практикуме Реальный отдел продаж 2.0.

Блок состоит из следующих пунктов:

1. Направляющая форма по приему внедрений 2го модуля — документ.
2. Шаблон листа внедрений 2го модуля оффлайн практикума Реальный Отдел Продаж
3. Задания, которые необходимо реализовать в своем кейсе на 2м модуле - документ, который содержит основные пункты, которые должны быть выполнены студентом в рамках своего личного проекта до конца 2го курса.
4. Как пользоваться листом внедрений — видео.
5. Разбор по направляющей 2го модуля - видео с ответом на вопросы.

### 21.2. Урок про мотивацию от Михаила

В этом блоке стажер осваивает навык поднятия мотивации, изучает материал и сразу же выполняет практическое задание.

Структура блока:

1. Урок про мотивацию — видео.

2. Тренировка по блоку: Мотивация

Задача стажера - объединиться в пару с одним из студентов из своего потока и отработать навык «мотивация клиентов». Один играет собственника, который максимально приуныл или не желает что-то делать, второй применяет все полученные инструменты мотивации. Потом меняются.

По итогу проведенной тренировки стажер отправляет свою рефлекссию в чат Университета (текстовое сообщение).

3. Антипример вовлечения и мотивации учеников — видео.

4. Задание по факту просмотра:

После просмотра видео зафиксируйте ответы на следующие пункты:

1. В чем ошибка бизнес-инженера? Видит ли бизнес-инженер эмоции, которые испытывает команда?
2. Когда, как вы считаете, что-то пошло не так? Как можно было это исправить?

Ссылку на документ с ответом прикрепите в соответствующее поле.

### 21.3. Пример экскурсии в наш отдел

Этот блок показывает стажеру то, как проводится продажа нашего продукта реальный отдел продаж, через какие смыслы продается продукт, глубже понимать его смыслы.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Иван (медицинская клиника) — видео,.

2. Задание после просмотра экскурсии в наш отдел продаж

Напишите в чат Университета 3 ключевых момента, которые, как вы считаете, закрыли клиента на покупку.

## **22. День двадцать второй**

### 22.1. Ячейка масштабирования

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 2го модуля».

Блок состоит из следующих материалов:

1. Обзор таблицы декомпозиции — видео.

2. Задание

Написать эссе на тему того, как вы поняли, что такое - ячейка масштабирования, как ее определить и зачем это вообще нужно? Файл с ответами прикрепите к данному уроку.

### 22.2. Декомпозиция 2й модуль

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 2го модуля».

Блок состоит из следующих материалов:

1. Документ "Определение ячейки масштабирования"
2. Задание

Изучить предоставленные декомпозиции и дать обратную связь:

- адекватный ли расчет?

- приняли бы такую декомпозицию или нет? Почему? Обосновать свой ответ.

Файл с ответом прикрепить к данному заданию.

### 22.3. Задание: ГФД

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 2го модуля».

Блок состоит из следующих материалов:

Задание:

1. Изучить предоставленные ГФД должности (минимум 3) и дать обратную связь - готовы принять или нет. Обосновать свой ответ и прикрепить файлом к данному уроку.

2. Исходя из указанных данных порекомендовать, как вы считаете, идеальную модель продаж и на указанные позиции создать ГФД должностей (разобрать минимум 2 примера). Прикрепить файл с ответами к данному уроку.

## **23. День двадцать третий**

### 23.1. Задание: Вакансии

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 2го модуля».

Блок состоит из следующих материалов:

1. Разбор вакансий-примеров — видео.

2. Задание:

1. Найти на hh.ru 5 примеров хороших вакансий (которые вы бы приняли, будучи БИ) и 5 плохих и обосновать свои ответы, почему принято такое решение. Файл с ответами прикрепить к данному уроку.

2. Исходя из перечисленных данных, создать вакансии на все должности в отделе продаж.

Ниша - продажа фурнитуры для мебели оптом.

Модели - лидоруб (который чисто квали) - хантер и фермер + сметчик + РОП.

Лиды: входящие и исходящие звонки по базе

Выгоды работы в компании (ключевые): стандартный график работы, официальное трудоустройство, корпоративы за счет компании, корп библиотека, личная парковка и остановка метро в 2 минутах ходьбы.

Функционал должностей должен быть разработан вами самостоятельно.

Файл с ответами прикрепить к данному уроку.

### 23.2. Как найти недостающую информацию, используя ресурсы компании

Этот урок раскрывает для стажера основные смыслы о том, как себя вести в ситуации, когда ты столкнулся с проблемой и находишься в поиске ее решения. Отвечает на вопросы как понять, к кому из коллег идти, чтобы найти ответ на свой вопрос

Блок состоит из следующих материалов:

1. Урок: как найти недостающую информацию, используя ресурсы компании — видео.

2. Алгоритм по поиску недостающей информации в компании — документ.

3. Задания:

Задание 1.

У вас возник вопрос насчет своей ЗП. Опишите по предоставленному на уроке алгоритму, как вы найдете необходимую для вас информацию.

Задание 2.

У вас возникли технические сложности с ZOOM, не создается ссылка на конференцию из карточки сделки клиента. Что будете делать?

Задание 3.

Вы впервые столкнулись с кейсом, где присутствуют холодные продажи. Опишите, что будете делать?

Задание 4.

Ученик уточнил у вас возможность попасть в НСП. Опишите ваши действия.

Задание 5.

Ученик спросил, возможно ли приобрести сопровождение еще на 2 направления в его бизнесе. Опишите ваши действия.

Ответы на данные задачи необходимо прикрепить в виде ссылки на гугл документ

### 23.3. Задание: Метрики

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 2го модуля».

Блок состоит из следующих материалов:

Задание 1

Взять в работу задание 2, которое вы разобрали в блоке "ГФД должности" и под рекомендованные вами модели продаж указать основные метрики, которые необходимо отслеживать в общем по отделу и по каждому сотруднику. Файл с ответами прикрепить к данному уроку.

Задание 2

Изучить предоставленные метрики и дать по ним обратную связь:

1. Что видите по показателям, какие рекомендации вы бы дали клиентам?
2. Что скажете насчет оформления?
3. Учтены ли все показатели, которые минимально рекомендуются в рамках практикума?

Файл с ответами прикрепить к данному уроку.

## **24. День двадцать четвертый**

### 24.1. Работа с воронками и триггерами в АМО и Битрикс

В этом блоке стажер знакомится с crm, как определить, перед нами crm или нет, а так же изучает то, как настроить в распространенных crm системах (амо и битрикс) следующие моменты: настройка воронок, туннели, обязательное поле при переводе в ЗИН, биржа лидов, знание «интеграций» и аналитика.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Обзор воронок и туннелей в Битрикс24 — видео.
2. Обзор воронок и туннелей в АМО — видео.
3. Создание обязательных полей в Битрикс 24 - текстовый документ.
4. Создание обязательных полей в АМО - текстовый документ.
5. Работа со своим кейсом: воронки, триггеры, туннели, биржа лидов - текстовый документ.
6. Ответы на вопросы по CRM — видео.
7. Разбор аналитики АМО: список событий — видео.

## **25. День двадцать пятый**

### 25.1. Стандарты (линейных сотрудников в ОП и стандарты руководителей)

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 2го модуля».

Блок состоит из следующих материалов:

1. Изучить предоставленные стандарты для менеджеров ОП и дать обратную связь:

- соответствует ли стандарт параметрам идеального стандарта?

- приняли бы вы такой стандарт или нет? Почему? Обосновать ответ.

2. Изучить предоставленные стандарты для руководителей и дать обратную связь:

- соответствует ли стандарт параметрам идеального стандарта?

- приняли бы вы такой стандарт или нет? Почему? Обосновать ответ.

### 25.2. Корпоративный университет (2 модуль)

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 2го модуля».

Блок состоит из следующих материалов:

1. Изучить предоставленные структуры корпоративного университета в компаниях и дать обратную связь:

- заполнены ли корректно необходимые блоки корп универа?

- согласны ли вы с файлами/решениями/оформлением ВСЕХ документов, которые находятся в корп универе?

- приняли бы вы такой заполнение корп универа или нет? Почему? Обосновать ответ.

## **26. День двадцать шестой.**

### 26.1. Пример установочных сессий 2й модуль

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят установочные сессии 2го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Кейс 1 — видео.

2. Кейс 2 — видео.

3. Кейс 3 — видео.

4. Обязательные параметры проведения установочной сессии 2 модуля - текстовый документ.

5. Стандарт - Проведение встречи бизнес-инженера с учеником - текстовый документ.

6. Рефлексия по установочным сессиям 2го модуля

Написать свою обратную связь по просмотренным кейсам:

1. Соответствует ли формат установочной сессии тому, что описан в направляющей форме

2. Соответствует ли формат проведенной сессии стандарту проведения встречи.

3. Какие нелогичности для себя выделили и почему?

4. Какие крутые фишки для себя выделили и почему?

7. Тренировка в парах по установочным сессиям

Задача - объединиться в пары и отыграть ролевку по стандарту проведения установочной сессии.

Один - клиент, второй - бизнес инженер. После меняются.

### 26.2. Пример обязательных встреч 2й модуль

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят еженедельные консультации 2го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Кейс 1 — видео.

2. Кейс 2 — видео.

3. Стандарт - Проведение встречи бизнес-инженера с учеником - текстовый документ.

4. Рефлексия по просмотренным встречам 1 модуля

Написать свою обратную связь по просмотренным кейсам:

1. Соответствует ли формат проведенной встречи стандарту проведения встречи.
2. Какие нелогичности для себя выделили и почему?
3. Какие крутые фишки для себя выделили?

### 26.3. Урок: деловая переписка с клиентом

В этом блоке стажер осваивает навык деловой переписки для общения с участниками практикума в чатах со всеми членами команды в Telegram или в WhatsApp.

Блок состоит из следующих блоков:

1. Введение: Деловая переписка с клиентами — видео.
2. Разбор чатов и кейсов по переписке с действующим бизнес-инженером — видео.
3. Задание по факту просмотра материалов:

Разделиться на пары и отработать ситуации/ролевки с применением навыков деловой переписки (вы - бизнес-инженер, другой студент - ученик, и наоборот). В рамках ролевых ученик накидывает возражения и ситуации, бизнес-инженер отрабатывает. По итогу должно быть пройдено минимум по 2 ролевки (2 ситуации, которые вы отрабатываете как бизнес-инженер). Скриншоты с переписки прикрепить в соответствующее поле (прикрепляем ссылку на гугл документ).

## **27. День двадцать седьмой**

### 27.1. Как записать компанию на экзамен по 2му модулю РеОП

Этот блок раскрывает основные смыслы о том, как необходимо подготовить своего клиента к экзамену по 2му модулю Реальный отдел продаж 2.0, на что обращать особое внимание.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Как записать компанию на экзамен по 2му модулю РеОП — видео.
2. Алгоритм - Как записать компанию на экзамен - документ, описывающий то, как корректно бизнес-инженер должен записывать компанию на экзамен.

### 27.2. Урок про позиционирование

Этот блок раскрывает основные смыслы о том, как необходимо выстраивать коммуникацию с собственниками бизнеса, а также держать коммуникацию на равных в партнерском взаимодействии. Раскрывается понятие фрейма, а также его удержания с собеседником. А также формируется визитка для первого знакомства с собственником

Блок состоит из следующих пунктов:

1. Урок про правильное позиционирование — видео.
2. Пример визитки 1 - текстовый документ.
3. Пример визитки 2 - текстовый документ.
4. Пример визитки 3 - текстовый документ.
5. Лайхак для визитки - текстовый документ.
6. Задание: Формирование визитки

Подготовьте и отправьте вашу визитку тренеру в личные сообщения. После согласования прикрепите в урок итоговый вариант

Блок примеров и антипримеров

1. Кейс 1: Антипример по позиционированию — видео.
2. Кейс 2: Антипример по позиционированию — видео.
3. Кейс 3: Антипример по позиционированию — видео.

Задание:

После просмотра видео зафиксируйте ответы на следующие пункты:

1. В чем ошибка бизнес-инженера в позиционировании?
2. Видит ли бизнес-инженер невовлеченность участников? Пытается ли это исправить?
2. Когда, как вы считаете, что-то пошло не так? Как можно было это исправить.



Ссылку на документ с ответом прикрепите в соответствующее поле.

### 27.3. Примеры экзаменов по 2му модулю оффлайн (часть 1)

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят экзамены 2го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Видео встреча ООО «Смайл».
2. Видео встреча ООО «Хорошие закупки»
3. Задание

По итогам просмотра 2 экзаменов написать свою рефлекссию и прикрепить ссылку на гугл документ.

## **28. День двадцать восьмой**

### 28.1. Про нетерпимость к несдаче внедрений

В этом блоке стажер понимает, что именно от него зависит качество выполненных внедрений, а также насколько круто будут работать инструменты в компании клиента

А также приносит клятву бизнес-инженера.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Про нетерпимость к несдаче внедрений (смыслы от Михаила) — видео.
2. Задание:

Задание 1.

Записать в чат Университета БИ кружочек и рассказать о том, как вы понимаете, что такое нетерпимость к несдаче внедрений, как это влияет на результат клиентов и как влияет на нашу компанию.

Задание 2.

Записать в чат Университета БИ кружочек, в котором вы проговорите клятву бизнес-инженера.

Оба задания должны быть выполнены максимум в течение 20 минут после просмотра урока.

### 28.2. Примеры экзаменов по 2му модулю (часть 2)

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят экзамены 2го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Видео встреча ООО «ЕвроСмаз».
2. Видео встреча «СтройСклад Трейд».
3. Задание:

По итогам просмотра 2 экзаменов написать свою рефлекссию и прикрепить ссылку на гугл документ.

### 28.3. Примеры экзаменов по 2му модулю оффлайн (часть 3)

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят экзамены 2го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Видео встреча ООО «Трейд Сервис».
2. Задание:

По итогам просмотра экзамена написать свою рефлекссию и прикрепить ссылку на гугл документ.

## **29. День двадцать девятый**

### 29.1. Самостоятельное изучение пройденного материала и работа над исследовательской работой и кейсом, защита исследовательской работы

Исследовательская работа - это работа, которая выполняется стажером на протяжении 1 недели. Цель этой работы - собрать и структурировать информацию по полученной ранее теме (Ниши согласно ОКВЭД) и позже презентовать ее перед другими стажерами, которые вместе с ним проходят обучение.

Исследовательская работа выполняется в соответствии со стандартом: Стандарт — Статья про нишу (он находится в блоке Резалтинг: База знаний по нишам).

Время на выполнение исследовательской работы стажером - 280 минут (время заложено в расписание в течение недели).

По итогу стажер на общей ZOOM встрече в конкретно отведенное ему время защищает свое исследование, подготовив предварительно не только статью, но и презентацию для защиты. Время защиты 10 минут.

### **30. День тридцатый**

#### **30.1. Урок: Причинность**

Этот блок раскрывает понятие причинности и формирует мышление студентов из позиции причины, напоминает о том, что каждый человек несет ответственность за выборы и решения в его жизни.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Причинность: Часть 1 — видео.
2. Причинность: Часть 2 — видео.
3. Задание:

Ваша задача - ответить на вопросы в списке ниже. Файл с ответами необходимо прикрепить в соответствующее поле.

Вопросы:

1. Что такое - причинность?
2. Как причинность влияет на результат - положительный или отрицательный?
3. Как понять, что прямо сейчас ты не в причинной позиции?
4. Какие слова-триггеры выявляют непричинную позицию?
5. Назовите минимум 3 выгоды от того, чтобы быть причинным?
6. Может ли быть так, что вы были причинным в одной ситуации и не причинным в другой?
7. Назовите алгоритм действий работы с причинностью.
8. Какой царь-вопрос призывает клиента к причинности? Почему?
9. Что такое техника "щебень в окно"?
10. Как причинность влияет на ваш рост (личности, рост в карьере и т. д.).

## **3 Курс. Погружение в 3й модуль практикума Реальный отдел продаж 2.0**

### **31. День тридцать первый**

#### **31.1. Просмотр третьего модуля РеОП. Часть 1**

На платформе геткурс необходимо приступить к изучению 3 модуля практикума «Реальный отдел продаж 2.0» - «Внедряем усилители продаж». Стажер должен изучить следующие блоки:

- Введение (полностью) + тестирование.
- Фишки реанимации отказников (полностью) + тестирование.
- Фишки для роста повторных продаж (полностью) + тестирование.
- Фишки проведения КЭВа (полностью) + тестирование.
- Отработка возражений (до урока «Отработка возражений при входе в диалог» включительно).

## **32. День тридцать второй**

### 32.1. Просмотр третьего модуля РеОП. Часть 2

Стажер должен изучить следующие блоки 3 модуля практикума «Реальный отдел продаж 2.0» - «Внедряем усилители продаж»:

- Отработка возражений (полностью) + тестирование.
- Фишки для роста продаж после КЭВа (полностью) + тестирование.
- Фишки для роста продаж от лида до КЭВ (полностью) + тестирование.
- Нематериальная мотивация (полностью) + тестирование.
- Отдел контроля качества (полностью) + тестирование.
- Заключительное слово (полностью).

## **33. День тридцать третий**

### 33.1. Навыки планирования (+ боевые планы)

В этом блоке стажер изучает основные успешные действия для того, чтобы круто научиться планировать свой рабочий день и управлять своим расписанием

Блок состоит из следующих пунктов:

1. Лайфхаки от Давидович Валерии — видео.
2. Алгоритм работы с Платрум (заполнение боевых планов) - текстовый документ.
3. Работа с календарями в гугл (доп.лайфхаки) — видео.
4. Задание:
  1. Создайте свой гугл календарь и заполните повторяющиеся мероприятия. + Создайте минимум 3 задачи и зафиксируйте минимум 3 заметки (например, инсайты по просмотренному видео). Артефакт - скриншот календаря.
  2. Написать о том, как вы поняли, что такое - боевые планы, зачем они нужны и какой период планирования в них учитывается.
  3. Написать о том, как вы поняли, для чего используется платрум, какую информацию в нем можно найти.
  4. О каких еще инструментах вы узнали из видео? Зачем они нужны.Файл с ответом прикрепить к данному заданию.

### 33.2. Просмотр третьего модуля РеОП. Часть 3

Стажер должен изучить следующие блоки 3 модуля практикума «Реальный отдел продаж 2.0» - «Внедряем усилители продаж»:

- Сдача ЕГЭ (тестирование).

## **34. День тридцать четвертый**

### 34.1. Просмотр третьего модуля РеОП. Часть 4

Стажер должен изучить следующие блоки 3 модуля практикума «Реальный отдел продаж 2.0» - «Внедряем усилители продаж»:

- Разборы. Скрипты и работа с продуктом: Скрипт (полностью).
- Разборы. Работа с сотрудниками и инструментами продаж (до урока «Какого РОПа выбрать» включительно).

## **35. День тридцать пятый**

### 35.1. Прием внедрений 3го модуля РеОП

В этом блоке стажер изучает то, как правильно и по стандарту, работая с компанией, принимать внедрения 3го модуля в практикуме Реальный отдел продаж 2.0.

Блок состоит из следующих пунктов:

1. Направляющая форма по приему внедрений 3го модуля — документ.
2. Разбор направляющей формы 3-ого модуля — видео.
3. Задания, которые необходимо реализовать в кейсе - документ, который содержит основные пункты, которые должны быть выполнены студентом в рамках своего личного проекта до конца 3го курса
4. Шаблон листа внедрений 3-ого модуля
5. Как пользоваться листом внедрений — видео.

### 35.2. Просмотр третьего модуля РеОП. Часть 5

Стажер должен изучить следующие блоки 3 модуля практикума «Реальный отдел продаж 2.0» - «Внедряем усилители продаж»:

- Разборы. Работа с сотрудниками и инструментами продаж (полностью).
- Разборы. Рост и открытость (полностью).

## **36. День тридцать шестой**

### 36.1. Урок: как БИ влияет на NPS

В этом блоке стажер изучает, как правильно влиять на NPS и достигать высоких оценок от клиентов.

Блок состоит следующих пунктов:

1. Урок: Как БИ влияет на NPS — видео.
2. Задание:

Зафиксируйте следующие моменты:

1. Перечислите все пункты, на которые опирается БИ, чтобы положительно влиять на NPS
2. Какие ключевые смыслы из этого урока вынесли для себя?

Файл с ответом прикрепить к данному заданию.

### 36.2. Как и когда подключать РОБИ для консультации с клиентами и по каким вопросам вообще обращаться к РОБИ

В этом блоке стажер понимает с каким вопросом бизнес-инженер может прийти к своему руководителю, что он может решить вместе с руководителем.

Блок состоит из следующих пунктов:

1. Пошаговый алгоритм от Давидович Валерии — видео.
2. Задание:

Напишите, как вы поняли для себя, по каким вопросам обращаться к РОБИ (в общем и по клиентам). Почему важно не отпускать ситуации на самотек, если вы самостоятельно не справились?

Файл с ответом прикрепить к данному заданию.

### 36.3. Задание: Метрики

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание 1. Взять в работу 1 кейс и порекомендовать, как вы считаете, модель продаж и ключевые метрики, которые необходимо отслеживать в общем по отделу и по каждому сотруднику (пример не должен повторяться с тем, который вы выбрали на 2 курсе)

Файл с ответами прикрепить к данному уроку.

Задание 2:

Изучить предоставленные метрики и дать по ним обратную связь (минимум 3):

1. Что видите по показателям, какие рекомендации вы бы дали клиентам?
2. Что скажете насчет оформления?
3. Учтены ли все показатели, которые минимально рекомендуются в рамках практикума?

#### 36.4. Стандарт закрытия на КЭВ (сам скрипт)

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание. Взять в работу минимум 3 стандарта скриптов из представленных в кейсах и дать обратную связь:

1. Оформлен ли скрипт в соответствии с рекомендациями.
2. Согласны ли с КЭВом и оффером?
3. Вы бы приняли такой скрипт, будучи бизнес инженером? Обосновать ответ.

### **37. День тридцать седьмой**

#### 37.1 Стандарт проведения КЭВа (сам скрипт)

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание 1. Взять в работу минимум 3 стандарта скриптов из представленных в кейсах и дать обратную связь:

1. Оформлен ли скрипт в соответствии с рекомендациями.
2. Согласны ли с КЭВом и оффером?
3. Вы бы приняли такой скрипт, будучи бизнес инженером? Обосновать ответ.

#### 37.2. Нематериальная мотивация

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание 1.

Изучить предложенные варианты (минимум 3) нематериальной мотивации, которые ученики внедряют в своей компании и дать обратную связь: согласны ли вы принять это задание? Обосновать ответ.

#### 37.3. Игры

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание.

Изучить игры (минимум 3), которые ученики внедряют в свой ОП и дать обратную связь: согласны ли вы принять такие игры? Обосновать ответ

#### 37.4. Стандарт передачи клиента от хантера к фермеру

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Изучить предоставленные стандарты (минимум 3) для менеджеров ОП и дать обратную связь:

- соответствует ли стандарт параметрам идеального стандарта?

- приняли бы вы такой стандарт или нет? Почему?

#### 37.5. Стандарты по точкам касания

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание 1.

Изучить предоставленные точки касания по новым клиентам (минимум 3) и дать обратную связь:

1. Согласны ли вы с тем, как ученик собирается прогревать своих клиентов к первой покупке.
2. Вы бы приняли такие точки касания будучи бизнес инженером? Обосновать ответ

Задание 2.

Изучить предоставленные точки касания по действующим клиентам (минимум 3) и дать обратную связь:

1. Согласны ли вы с тем, как ученик собирается прогревать своих действующих клиентов.
2. Вы бы приняли такие точки касания будучи бизнес инженером? Обосновать ответ.

### **38. День тридцать восьмой.**

#### 38.1. Настройка точек касания в АМО и Битрикс

В этом блоке стажер знакомится с инструментом "точки касаний" в распространенных CRM системах (АМО и Битрикс), а также понимает то, как настроить в этих crm системах точки касаний на практике.

Блок состоит из следующих пунктов:

1. Настройка точек в АМО — видео.
2. Точки касаний в Битрикс — видео.
3. Дополнительная информация по кейсу - текстовый документ.

#### 38.2. Прозвон отказников ( и найм реаниматолога)

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание 1.

Изучить предоставленные отчеты по прозвону отказников (минимум 3) и дать обратную связь:

1. Заполнен ли отчет в полной мере.
2. Есть ли нелогичности? Какие?
3. Вы бы приняли такой отчет, будучи бизнес-инженером? Обосновать ответ.

#### 38.3. Стандарт отработки возражений

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание 1.

Изучить предоставленные стандарты отработки возражений (минимум 3) и дать обратную связь

1. Заполнен ли стандарт в полной мере.
2. Корректно ли отрабатываются истинные/ложные возражения.
3. Вы бы приняли такой стандарт, будучи бизнес-инженером? Обосновать ответ.

#### 38.4. Как брать в работу новую компанию (подготовка к первой установочной сессии)

Этот блок дает возможность стажеру понять, как проходят установочные сессии в самом начале работы с компанией.

Блок состоит из следующих пунктов:

1. Пошаговый алгоритм от Элины Оганисян - видео.
2. Важно! - текстовый документ, акцентирующий внимание на то, где хранится важная информация, которую необходимо изучить бизнес-инженеру перед первой установочной сессией.
3. Структура знакомства с клиентом - текстовый документ со структурой проведения встречи.
4. Стандарт - Подготовка к первой встрече с новой компанией - текстовый документ.
5. Задание:

Напишите поэтапно, как вы поняли для себя алгоритм работы с новым клиентом. В чем ценность каждого из этапов и почему нельзя пропустить ни один из них? Файл с ответом прикрепить к данному заданию.

### 38.5. Как брать в работу компанию от другого бизнес-инженера

Этот блок дает возможность стажеру понять, как начинать работу с переданной компанией от другого бизнес-инженера, чтобы правильно войти в коммуникацию и на что стоит обратить внимание.

Блок состоит из следующих пунктов:

1. Пошаговый алгоритм от РОБИ Анны Окумуш — видео.
2. Стандарт - Подготовка к первой встрече с переданной или восстановленной компанией - текстовый документ
3. Задание:

Напишите поэтапно, как вы поняли для себя алгоритм работы с клиентом, переданным от другого бизнес-инженера. В чем ценность каждого из этапов и почему нельзя пропустить ни один из них? Файл с ответом прикрепить к данному заданию.

## **39. День тридцать девятый**

### 39.1. Университет для продавцов

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание. Изучить предоставленные университеты должностей в ОП и дать обратную связь (берем в работу 1 кейс):

1. заполнены ли корректно необходимые блоки универа?
2. согласны ли вы с файлами/решениями/оформлением ВСЕХ документов, которые находятся в универе?
3. приняли бы вы такой Университет, будучи бизнес инженером, или нет? Почему?

Обосновать ответ.

### 39.2. Отчет ОКК (и найм сотрудника ОКК)

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание 1.

Изучить предоставленные отчеты ОКК и дать обратную связь (минимум 3):

1. Заполнен ли отчет в полной мере.
2. Есть ли нелогичности? Какие?
3. Вы бы приняли такой отчет, будучи бизнес-инженером? Обосновать ответ.

### 39.3. РФМ анализ (упрощенный)

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание 1.

Изучить предоставленные РФМ анализы и дать обратную связь (минимум 3): готовы ли вы принять данные РФМ? Обосновать ответ.

### 39.4. Задание: презентация

В этом блоке стажер выполняет практические задания по указанным блокам, опираясь на информацию из блока «Прием внедрений 3го модуля».

Блок состоит из следующих пунктов:

Задание 1. Взять в работу предоставленные учениками презентации и дать обратную связь - вы готовы принять эту презентацию и передать на согласование кейсологу или нет?

Обосновать ответ. Файл с ответом прикрепить к данному уроку.

#### 39.5. Полномочия БИ и реанимация с паузы

В этом блоке стажер изучает то, как правильно выставлять желтые карточки и коммуницировать с клиентом после.

А также понимает, как реанимировать клиентов, которые потеряли интерес к обучению.

Блок состоит из следующих пунктов:

1. Главный Файл Должности - текстовый документ.
2. Полномочия бизнес-инженеров и их смыслы — видео.
3. Как построить беседу с клиентом после получения желтой карточки (смыслы от Михаила) — видео.
4. Важное по желтой карточке - текстовый документ
5. Про общение с учеником после желтой карточки
6. Задание:

Объединяемся в пару с другим студентом и отрабатываем ролевки, где первый студент - бизнес-инженер, второй студент - собственник.

Бизнес-инженер не получил внедрение, задача - выставить собственнику желтую карточку и обсудить ее в звонке.

Каждый в паре должен побывать в роли бизнес-инженера.

Реанимация клиента с паузы

1. Как ставить клиента на паузу и реанимировать с паузы — видео.
2. Как воскрешать клиентов с паузы (смыслы от Михаила) — видео.
3. Задание:

Объединяемся в пару с другим студентом и отрабатываем ролевки, где первый студент - бизнес-инженер, второй студент - собственник.

Бизнес-инженер общается с клиентом, который завис на паузе и его задача - замотивировать ученика и вернуть его к обучению.

Каждый в паре должен побывать в роли бизнес-инженера.

### **40. День сороковой**

#### 40.1. Пример установочных сессий по 3му модулю

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят установочные сессии 3го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Пример установочной №1- видео.
2. Пример установочной №2 — видео.
3. Обязательные параметры проведения установочной сессии 3 модуля - текстовый документ.
4. Стандарт - Проведение встречи бизнес-инженера с учеником - текстовый документ.
5. Задание:

Написать свою обратную связь по просмотренным кейсам:

1. Соответствует ли формат установочной сессии тому, что описан в направляющей форме
2. Соответствует ли формат проведенной сессии стандарту проведения встречи.
3. Какие нелогичности для себя выделили и почему?
4. Какие крутые фишки для себя выделили и почему?

#### 40.2. Пример встреч 3 модуль (оффлайн)



Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят еженедельные консультации 3-го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Кейс 3 — видео.
2. Кейс 2 — видео.
3. Кейс 1 — видео.
4. Стандарт - Проведение встречи бизнес-инженера с учеником - текстовый документ
5. Задание:

Написать свою обратную связь по просмотренным кейсам:

1. Соответствует ли формат проведенной встречи стандарту проведения встречи.
2. Какие нелогичности для себя выделили и почему?
3. Какие крутые фишки для себя выделили?

#### 40.3. Как работать с компанией в загасе

Этот блок дает возможность стажеру понять, как выстраивать коммуникацию с компанией с наименьшей мотивацией к обучению, а также как не допустить такого, что клиент ушел в загас (игнорирование).

Блок состоит из следующих материалов:

1. Красные флаги перед загасом. Фишки от Анастасии Самохиной — видео.
2. Лайфаки по работе с загасом от Дарьи Девицыной — видео.
3. Задание:

Объединяемся в пару с другим студентом и отрабатываем ролевки, где первый студент - бизнес-инженер, второй студент - собственник.

Задача бизнес-инженера в ролевке - отработать загас, вывести ученика в адекват и замотивировать его на дальнейшую работу.

Каждый в паре должен побывать в роли бизнес-инженера.

## **41. День сорок первый**

### 41.1. Как записать компанию на экзамен по 3му модулю (офлайн)

Этот блок раскрывает основные смыслы о том, как необходимо подготовить своего клиента к экзамену по 3му модулю Реальный отдел продаж 2.0, на что обращать особое внимание. А также дает представление о том, какая компания может считаться кейсом по результатам практикума.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Как записать компанию на экзамен по 3му модулю — видео.
2. Какая компания считается кейсом - текстовый документ.
3. Алгоритм - Как записать компанию на экзамен - текстовый документ.

### 41.2. Примеры экзаменов по 3му модулю РеОП 2.0

Этот блок дает возможность стажеру на реальных примерах ознакомиться с тем, как проходят экзамены 3го модуля у действующих бизнес-инженеров компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Видео встреча ИП Скрипцов.
2. Видео встреча Мастер Кит.
3. Видео встреча Твоя безопасность.
4. Видео встреча Вертикаль.
5. Видео встреча Всем дом.
6. Задание:

Написать рефлекссию по просмотренным экзаменам: что было круто, какие нелогичности увидели? Обосновать ответ.

Файл с ответом прикрепить к данному заданию.

#### 41.3. Как нативно поднимать авторитет владельца перед его командой

Этот блок дает понимание стажеру о том, кто является его ключевым клиентом и как во время коммуникации поднимать его авторитет перед его командой.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Лайфхаки от Мозгунова Дениса — видео.
2. Задание:

Объединяемся в тройки с другими студентами и отработываем ролевки, где первый студент - бизнес-инженер, второй студент - собственник, третий студент - наемный сотрудник (РОП, Коммерческий). Задача БИ - применять инструменты поднятия авторитета владельца перед командой. Каждый в тройке должен побывать в роли бизнес-инженера.

### **42. День сорок второй**

#### 42.1. Как финалить практикум с учениками

Этот блок дает понимание, как завершать практикум с учениками, что ожидает собственников после выпуска с программы Реальный отдел продаж, а также дает четкий алгоритм действий по выпуску компании с обучения.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Чек-поинты от Юлии Тихомировой — видео.
2. Задание 1:

Рефлексия после урока

Напишите все шаги, которые необходимо сделать, чтобы круто зафиналить практикум с учеником.

Объясните ценность каждого из шагов.

Задание 2:

Объединяемся в пары в зуме.

1 студент - собственник, который не хочет выпускаться, хочет еще посидеть на модуле, дошлифовать все до идеала, а другой - БИ, который отработывает возражение и продает идею выпуска. Потом меняетесь.

Каждый должен побывать в роли бизнес-инженера и РЕАЛЬНО продать выгоду выпуска.

### **43. День сорок третий**

#### 43.1. Самостоятельное изучение пройденного материала и работа над исследовательской работой и кейсом, защита исследовательской работы

Исследовательская работа - это работа, которая выполняется стажером на протяжении 1 недели. Цель этой работы - собрать и структурировать информацию по полученной ранее теме (Ниши согласно ОКВЭД) и позже презентовать ее перед другими стажерами, которые вместе с ним проходят обучение.

Исследовательская работа выполняется в соответствии со стандартом: Стандарт — Статья про нишу (он находится в блоке Резалтинг: База знаний по нишам).

Время на выполнение исследовательской работы стажером - 285 минут (время заложено в расписание в течение 5 дней).

По итогу стажер на общей ZOOM встрече в конкретно отведенное ему время защищает свое исследование, подготовив предварительно не только статью, а и презентацию для защиты. Время защиты 10 минут.

### **44. День сорок четвертый**

#### 44.1. Тайные покупки

В этом блоке стажер изучает, как правильно проводить тайные покупки для клиентов, а также на реальных примерах понимает важность проведения тайных покупок на регулярной основе. А также самостоятельно проводит первые тайные покупки у реальных компаний.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Стандарт - Проведение тайной покупки - текстовый документ
2. Примеры и Антипримеры тайных покупок
3. Список для совершения тайных покупок

#### 44.2. Как вести компанию четко в заложенных временных рамках и достигать результатов, выполняя свою ключевую метрику

В этом блоке стажер понимает, как влиять на скорость прохождения практикума качественно и тем самым выполняя свою ключевую метрику.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Лайфхаки от Александры Свиридовой — видео.
2. Задание:

Напишите ключевые лайфхаки, которые позволят пройти практикум с компанией в срок. В чем ценность каждого из лайфхаков.

Файл с ответом закрепить к этому заданию.

#### 44.3. Фишки по успешному прохождению ИС

В этом блоке стажер понимает, как круто зафиналить испытательный срок и быстро распаковаться, показав высокие результаты. А также понимает, как сформировать свою визитку для входа в производство.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Фишки от Александры Свиридовой — видео.
2. Обязательные параметры презентации о себе - текстовый документ.
3. Задание:

1. Написать ключевые фишки по тому, как успешно пройти ИС, описать, как вы поняли, ценность каждой из этих фишек.

2. Составить план того, как вы видите свое прохождение ИС. Данный план необходимо обсудить в парах со студентом из вашего потока.

3. Сделать свою самопрезентацию.

Ссылки с ответами прикрепить к данному заданию.

#### 44.4. Карта прохождения практикума

В этом блоке студент собирает в своей голове единую картину и тот путь, который проходит клиент, от момента запуска до момента выпуска с практикума Реальный Отдел Продаж.

Блок состоит из следующих материалов:

Карта прохождения от Юлии Тихомировой — видео.

2. Тест по уроку: Карта прохождения практикума - 12 вопросов

3. Задание:

Объединяемся в пары в ZOOM.

Первый студент - собственник, а второй студент - БИ задача которого - объяснить чек-поинты, которые будете проходить во время обучения. Потом меняетесь.

Каждый должен побывать в роли бизнес-инженера и четко объяснить путь, который ждет собственника.

#### 44.5. Разбор воронки производства

В этом блоке студент знакомится с воронкой, с какими этапами ему предстоит работать в воронке производства.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Разбор воронки продаж, производства и доп файл с участниками — видео.
2. Стандарт - Заполнение примечаний в CRM - текстовый документ.
3. Тест по CRM - 22 вопроса.

## **45. День сорок пятый**

### 45.1. Прием внедрений 1, 2, 3 модулей

В этом блоке стажер повторно изучает то, как правильно и по стандарту, работая с компанией, принимать внедрения 1-ого, 2-ого, 3-ого модулей в практикуме Реальный отдел продаж 2.0.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Направляющая форма по приему внедрений 1го модуля.
2. Есть ОП Таблица внедрений 1 модуль.
3. Нет ОП Таблица внедрений 1 модуль.
4. Бриф о компании.
5. Направляющая форма по приему внедрений 2го модуля Оффлайн.
6. Шаблон листа внедрений 2го модуля оффлайн РЕОП.
7. Направляющая форма по приему внедрений 3го модуля.
8. Шаблон листа внедрений 3го модуля.

### 45.2. Пинчеры — партнеры по АМО/Битрикс

В этом блоке стажер понимает, как взаимодействовать с партнерами нашей компании, предоставляющими услугу по внедрению CRM-систем в бизнесы.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Инфо по взаимодействию — видео.
2. Обучение для БИ Pinscher — Resulting.
3. Памятка по работе с Пинчерами - текстовый документ.

### 45.3. Бонус блок: разборы от Михаила

В этом блоке стажер узнает фишки о тенденциях, о развитии, о рекомендациях работы для трех ниш от Михаила Гребенюка - создателя компании Резалтинг.

Блок состоит из следующих материалов:

1. Аудио запись Логистика.
2. Аудио запись Бьюти сфера.
3. Аудио запись Онлайн-школа.

## **Исследовательская работа.**

Исследовательская работа - это самостоятельная работа, которая выполняется стажером на протяжении одной недели. Цель этой работы - собрать и структурировать информацию по теме (Ниши согласно ОКВЭД), полученной от преподавателя на усмотрение преподавателя, и позже презентовать ее перед другими стажерами, которые вместе с ним проходят обучение.

Исследовательская работа выполняется в соответствии с установленным компанией Резалтинг стандартом, и должна содержать следующую информацию:

- кто клиенты в заданной нише;
- какие бывают сегменты (вип, эконом, средний, гео, продуктовые или любые другие) — в чем их основные отличия;
- кто основные игроки (ключевые компании) и почему они скорее всего лидеры (на что они дают в своем позиционировании);
- как чаще всего клиенты в этой теме покупают продукт (как ищут, как сравнивают, на что смотрят, ККЦ);
- какие бывают продукты в этой теме и информация о них;

- размер рынка в деньгах, клиентах, дополнительных метриках;
- какая-то интересная статистика, которая может помочь сложить представление о нише;
- какие тренды и прогнозы в этой нише;
- история ниши (как зарождалась, основные этапы ее становления, игроки в прошлом, лидеры в прошлом);
- часто-упоминаемые нишевые термины, их объяснение;
- мнения экспертов об этой нише, какие-то интересные факты, наблюдения, статьи, выдержки, данные;
- фото, скриншоты, таблицы, графики, цитаты, фрагменты, ссылки на ютуб, что может помочь читателю статьи еще лучше понять ее материал.

Время на выполнение одной исследовательской работы стажером 270-280 минут (время заложено в расписание). По итогу стажер на общей ZOOM встрече в конкретно отведенное ему время защищает свое исследование, подготовив предварительно не только статью, но и презентацию для защиты. Время защиты 10 минут.

За время обучения студент делает девять исследований и совершает девять защит исследовательских работ.

### **Личный проект (кейс).**

Кейс — это самостоятельная проектная работа, которая выполняется обучающимся в период прохождения обучения по каждому курсу. В первую неделю курса стажер получает «легенду»: вымышленную информацию о компании, опираясь на которую он должен реализовать ключевые внедрения в своей проектной работе. Перечень необходимых внедрений, которые должны быть реализованы в проекте, предоставлен в блоке «Прием внедрений» каждого конкретного модуля. Время на подготовку кейса (заложено в расписании) - 600-650 минут.

По итогу прохождения курса стажер во время ZOOM созвона с преподавателем презентует свои решения в проектной работе и защищает их.

Время на защиту - 30 мин

## 6. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

В процессе обучения для оценки успеваемости обучающихся предусмотрены контрольные мероприятия - текущие практические и тестовые задания, а также еженедельная исследовательская работа и личный проект (кейс) по каждому курсу.

**Оценочными материалами** по Программе являются блоки контрольных вопросов по дисциплинам, формируемые образовательной организацией и используемые при текущем контроле знаний (тестирование), рефлексия, и защита обучающимся самостоятельных исследовательских и проектных курсовых работ.

**Промежуточный контроль знаний, умений и навыков** - оценка качества усвоения обучающимися содержания учебного материала. По ходу прохождения каждого курса предусмотрено несколько обязательных тестирований, которые помогают закреплению пройденного материала, без их прохождения невозможно перейти к дальнейшему изучению. Тестирования оцениваются по системе зачтено/не зачтено. Отметка «зачтено» выставляется слушателю, усвоившему материал и ответившему правильно на все вопросы теста. Отметка «не зачтено» выставляется слушателю, который ответил на все или часть вопросов теста неправильно. Слушателю предлагается повторить изученный материал и пройти тест повторно.

По ходу прохождения каждого курса обучающийся также проходит контроль знаний в форме рефлексии, которая подразумевает осознание обучающимся изученных материалов и выдача обратной связи на основании сформированных вопросов. Ответы направляются на учебную платформу и оцениваются преподавателем в индивидуальном порядке.

Еженедельно в процессе обучения обучающиеся выполняют исследовательские работы, в которых обучающийся собирает и структурирует информацию по полученной ранее от преподавателя теме и презентует ее перед другими обучающимся со своего потока. Темы выдаются обучающимся в произвольном порядке на усмотрение преподавателя. По результатам исследовательской работы преподавателем делается вывод об освоении пройденного материала и даются рекомендации.

**Итоговая аттестация** - процедура, проводимая с целью установления уровня знаний, умений и навыков слушателей с учетом прогнозируемых результатов обучения и требований к результатам освоения образовательной программы.

Итоговая аттестация обучающихся осуществляется в конце каждого курса обучения в форме защиты проектной работы, в которой обучающийся предлагает варианты реализации ключевых внедрений на основе данных о компании, выданных преподавателем в произвольном порядке. Проектная работа должна содержать описание внедрений по улучшению работы предприятия в целом и отдела продаж в частности на основании полученных обучающимся знаний с обоснованиями проведенных и отклоненных решений по внедрению. Оценка результатов осуществляется преподавателем в индивидуальном порядке по системе зачтено/не зачтено. Отметка «зачтено» ставится в случае, если обучающийся обосновал перечень и объем предлагаемых решений по внедрению инструментов. Оценка «не зачтено» ставится в случае если обучающийся не реализовал все необходимые внедрения и не обосновал, почему они не были реализованы. В этом случае проект отправляется на доработку.

В случае получения обучающимся отметки «зачтено» по результатам защиты проектной работы первого и второго курса обучающийся допускается до прохождения следующего курса. **При получении обучающимся отметки «зачтено» по результатам защиты всех трех проектных работ обучающийся признается освоившим образовательную программу в полном объеме и ему выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.**

## 7.МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

**Методическими материалами** к Программе являются сопроводительные материалы к лекциям в виде презентаций, которые используются при освоении дисциплин Программы, а также разработанных компанией Резалтинг стандартов и положений. Также используются следующие методические материалы:

### Список литературы:

1. Отдел продаж по захвату рынка/ Михаил Гребенюк. Электронный ресурс. URL: <https://www.litres.ru/book/m-grebenuk/otdel-prodazh-po-zahvatu-rynka-30483721/>
2. Яма: как научиться выбираться и стать победителем/Сет Годин: Эксмо; 2008. - 96 с.
3. Идеальный питч. Революционный метод заключения крупных сделок/ [Орен Клафф]; Манн, Иванов и Фербер; 2021 — 256 с.
4. Как разговаривать с кем угодно/[Марк Роудз]; Манн, Иванов и Фербер; 2015 — 192 с.
5. Принцип пирамиды Минто®. Золотые правила мышления, делового письма и устных выступлений/ [Барбара Минто]; Манн, Иванов и Фербер; 2018 — 322 с.

### Периодические издания:

- Контур Журнал – новости и статьи по продажам <https://kontur.ru/articles/prodazhi>
- Бизнес портал – новости, статьи <https://zhazhda.biz/>
- Бизнес портал – новости и полезные статьи [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru)

### Интернет-ресурсы:

- Ресурсы Google
- <https://kontur.ru/talk>
- <https://glvrd.ru/>
- <https://ru.padlet.com/>
- <https://kontur.ru/compass>
- <https://skbkontur-focus.ru/>

## **8. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

При реализации Программы в учебном процессе используются материалы, размещенные в сети Интернет.

Занятия построены на принципах обучения развивающего и информационного характера:

- доступности;
- наглядности;
- целенаправленности;
- результативности.

В работе используются разные методы обучения:

- наглядный (использование мультимедийных устройств, пакеты документов, использование интернет-ресурсов и т.д.);
- практический (выполнение практических заданий);
- самостоятельной работы (самостоятельное выполнение заданий).

Педагогическое наблюдение за усвоением материала с учетом категории обучающихся не осуществляется. Для проверки выполнения тестов, проведения (или участия в проведении) видеоконференций, предусмотренных Программой будут привлечены преподаватели, имеющие соответствующую квалификацию и опыт работы.

### **Материально-технические условия реализации Программы**

1. Обучение проводится посредством размещения обучающих материалов и заданий на электронной образовательной платформе <https://getcourse.ru/>, находящейся в сети Интернет. Платформа позволяет осуществлять контроль прогресса изучения обучающих материалов, количество выполненных заданий, а также проверять выполненные обучающимися задания.

2. Для освоения образовательной программы обучающийся должен иметь доступ в сеть интернет, а также персональный компьютер или смартфон. Используемое для обучения программное обеспечение и техника обучающегося должны соответствовать следующим техническим требованиям:

2.1. для персонального компьютера: процессор с частотой работы от 1.5ГГц, Память ОЗУ объемом не менее 4 Гб, Жесткий диск объемом не менее 128 Гб, Монитор от 10 дюймов с разрешением от 1440\*900 точек (пикселей), ОС Windows 7+ или Mac OS X от 10.7+, Браузер Google Chrome последней версии.

2.2. для смартфона: операционная система Android версии 5.0 и выше, а также ОС iOS версии 8 и выше. оперативная память от 1 гб и выше, экран от 720×1280 и выше, Браузер Google Chrome последней версии.