

Advanced Sales Force Development

Mastering the ability to assess, manage, motivate and develop your sales force to maximise sales excellence initiatives in your organisation during a time of economic turmoil

Renaissance Seoul Hotel
Seoul, Korea

16th & 17th April 2009

“Outstanding leaders go out of their way to boost the self-esteem of their personnel. If people believe in themselves, it's amazing what they can accomplish.”

Sam Walton

Effective sales force development will help the organisation reach at the maximum benefit and also, help organisation alive in this bitterly contested present and future business



Facilitated by international consultant:

Frank Belzer Sales Strategist and Associate
Kurlan and Associates

Attend this two-day course to secure expert advice on:

- **Building** a strong sales team during economic turmoil
- **Learning** the best sales force management practice in current mature market
- **Increasing** sales performance as a team through development of individual sales force
- **Maximising** sales leadership skills
- **Designing** and **developing** an approach tailored to your organisation
- **Implementing** sales force development strategies while avoiding common mistakes
- **Considering** many interesting case study examples through the programme
- **Obtaining** the latest techniques that can be applied at different stages of the sales force development

marcus evans training courses are thoroughly researched and structured to provide intense practical training applicable to your organisation. Benefits include:

- Combinations of educational presentations, productive in-session assignments and participant collaboration to provide actionable learning
- Strictly limited seats to allow for greater one-on-one interaction with the trainer
- Detailed pre-course questionnaires to allow us to tailor the program to address your individual concerns
- Comprehensive course materials, action plans and checklists
- Utilisation of the skills, learning, experiences and knowledge of the participants and workshop leader through interactive plenary and small group discussions

Pre-course questionnaire

To ensure that you gain maximum benefit from this event, a detailed questionnaire will be sent to you to establish exactly what your training needs are. The completed forms will be analysed by the course trainer. As a result, we ensure the course is delivered at an appropriate level and that relevant issues will be addressed. The comprehensive course material will enable you to digest the subject matter in your own time.

Testimonials:

“I've used other sales development techniques in the past, but none of them worked well because they all tried to change things in people without bothering to find out what, specifically, each individual needed to do to improve, or if they even belong in sales to begin with.”

District Manager
Sherwin Williams

“I would like to thank you for the tremendous effort your training has had on our organization. Not only have our new sales doubled, but also our salespeople are enjoying their jobs more than ever. Their new found excitement is energizing every level of our company. I have recommended Frank and the Kurlan program to several other life sciences companies - just not my competition.”

President
CardioCore Medical Systems

“The coaching I receive from Kurlan & Associates helps me to overcome my own limitations and has been the critical ingredient to help me grow and develop my sales organization. It has also made me a much more effective coach for my people.”

VP Sales
Bassett

“Kurlan & Associates integrated sales management program quickly helped me grow my company from its infancy to a \$50 million dollar operation. Their sales management program, training, coaching, recruiting and screening tools have enabled me to avoid the types of costly mistakes that so many others make. I now have an excellent selling system that I am duplicating across the U.S and now internationally.”

President
Progressive Gourmet

“The Kurlan Sales Force Profile enabled me to understand where my team needed the most help in the development of their selling skills. OMG's Express Screens also provided me with a tool for determining whether or not I had the right people. My hiring efficiency has improved dramatically. Now we have Frank working with our sales team and management staff and the results are staggering.”

President
ARC Technology Group

“All I can say is WOW! It is absolutely amazing. Express Screens are a very useful and wonderful business tool that any president or CEO involved in the hiring process would not want to go without. It also makes the process move more quickly - you know what you're in store for before the candidate walks through the door.”

President
PENTA Communications, Inc.

“...I interviewed her with the additional questions that the screening recommended to ask. It was almost incredible that she answered questions exactly like the screening said she would! It really adds some new light to interviewing!”

GM
Minolta Printer Products

***Early Bird & Group Discounts**
Ask about our savings

Thursday 16th April 2009

Session One

Power of Evaluating Your Sales Force

Every President or CEO we talk to says that they would love their sales force to perform at a higher level - but better than "what"? Until you know clearly the condition and strength of the current sales group it is impossible to get better.

- Defining the five hidden weaknesses - who has them and to what extent? Can they be fixed? How do these weaknesses affect their ability to prospect or cold call?
- Defining four crucial success factors - why are your best sales people successful? What does it take to succeed in your industry? Can those qualities be duplicated in others? Who else on my team has hidden potential?
- Effectively aligning the data with your current strategic plan - developing the effective systems and process. Are your people on the same page as you? Do they feel the same way about your product, service or go to market strategy? Are they resistant to management or do they need more?
- Are they Trainable? - do you really want to spend money investing in people that will never be able to learn how to sell for you? Have you been frustrated by countless failed attempts at teaching them specific techniques without success?

Session Two

Understanding the Crucial Elements and Weaknesses for effectively managing your sales organisation

This will Impact your ability to Manage. As a manager you also have weaknesses and strengths - by understanding your own weaknesses you will be able to work on them and equipped to overcome them. Knowing your strengths will enable you to maximise your abilities.

- Identifying how their hidden weaknesses will affect the way they respond to supervision, accountability, coaching and motivation.
- Where should you be spending 80% of your time - not doing their job, not selling, not motivating but holding your team accountable!
- Why your own personal strengths and weaknesses will influence your management style - is it difficult to raise expectations. Are you uncomfortable coaching someone that needs help? Do you avoid certain tasks because they make you feel nervous?
- **Exercise - group break out session**
- Overcoming the barriers to success - if you have some of the weaknesses what are the methods and keys to putting them behind you?

Session Three

Building a Stronger Team

Now you know where your team is strong and where they are weak, you also know about your own inadequacies and are aware of problems that need addressed - how will you translate that knowledge into meaningful goals and expectations. What methods will you utilise to make sure your team is on board and behind you?

- Charting your course - setting goals and raising expectations. Personal goals translated into team objectives.
- Defining daily accountability - establishing exactly what is expected on a daily basis. Daily standards that will ensure hitting the mark. How do you know if a goal is too high or low?
- **Exercise - group break out session**
- **Case Study - Hypertronics Corporation**

Who should attend

Vice Presidents, Directors, GMs, Regional Managers, Managers involved in:

- Retail sales, sales directors/senior managers/Managers
- Sales
- Key Account
- Channel Marketing
- Trade Marketing
- From across industries
- IT Services
- Retail
- Travel & Transportation
- Aviation
- Oil & Gas
- Electronics / Electrical
- Real Estate & Property Development
- Financial institutions including banks & insurance companies
- Marketing
- Business Development
- Promotion Marketing
- Telecommunications
- FMCG
- Manufacturing
- Automotive
- Chemicals & petrochemicals
- Pharmaceutical & Medical Suppliers

Session Four

Motivation and Coaching

Every day your sales people are beaten up and abused by prospects and clients. The role of a sales person often involves dealing with internal struggles, like wrestling with weaknesses. Then they face the pressure of providing for themselves and their families in a commission based pay structure. How can you as a manager help counter those pressures with effective mentoring? How will you help them improve and reach for the stars? Where and when will you find the time to make them better? How does making them better make you better?

- The "curbside critique" - knowing how to effectively de-brief after a call provides an excellent opportunity for coaching. Three questions unlock the secret of a five minute debriefing conversation
- Daily calls or huddles will allow you to impart encouragement and drive successful mental patterns.
- Affirmations - the most powerful and underutilised way of providing ongoing coaching for personal improvement.

Session Five

Leadership and Execution

It is one thing to be called a manager or vice president and it is quite another to actually be thought of as a leader by those who report to you. What is the difference between being a boss and being a leader? Are you able to inspire your team and individuals within the team?

- Leadership principles - review the principles of leadership and how those can be translated into your role as manager. Select some specific action items to start using today.
- Training - who, what, where, when and how often? True leaders believe in having the best trained sales force and providing all the tools that their people need.
- How will you implement - How many and how soon
- Understanding the importance of synergy and maximising synergy
- Developing personal growth strategy - what is your program for personal growth? Are you setting an example for your team to follow?

Session Six

Recruiting your sales force

Finding the right people is more difficult than ever. How do you know someone can really sell? How do you know if they can sell your product, new business or big ticket items? How can the interview be more effective and turned into an audition?

- How do you identify the right candidates?
- Who has the skills and strengths you need for your business model and industry?
- **Exercise - group break out session**
- Finding the right fit for your team - more than just skills and abilities and experience - where will they do well? Will they get along with each other? Will they add or detract?
- The interview - phone interview and short first interviews that help separate the men from the boys?
- Selling the opportunity
- On boarding a new team member
- **Case Study - Financial Service Group**

Program schedule

Day One & Two

0830	Registration and Coffee
0900	Morning Session One
1030	Morning Refreshments & Networking Break
1050	Morning Session Two
1300	Networking Luncheon
1400	Afternoon Session One
1530	Afternoon Refreshments & Networking Break
1550	Afternoon Session Two
1730	Course Concludes

In-House Training Solutions

If you have a number of delegates with similar training needs, then you may wish to consider having an In-House Training solution delivered locally on-site. Course can be tailored to specific requirements.

Please contact **Sarah Faradilla** on +603 2723 6600 or email sarahf@marcusevanskl.com to discuss further possibilities.

Friday 17th April 2009

Session One

Some Tactical Help for your Sales Force

Being an effective manager means "walking the talk" - so you must know how to help your sales people find, track and close business when they need to.

- Where to find suspects? - are you exploring every avenue of lead generation? Where can they go and look to find potential business?
- Help them to get more appointments
- Better qualification leads to higher margins - questions, questions, questions, questions, questions, questions...
- Eliminate objections by changing their perspective.
- The power of positioning
- **Case Study - Genome Quest**

Session Two

Strategic Tools for the Advanced Sales Person

Once you have your sales people past the basics or perhaps you have acquired a more experienced group - how do you continue to help them improve? Where can they put that experience to work and generate more revenue?

- Understanding the buying criteria - every client has their own method of buying that your people need to understand - do they?
- Mastering relationships - if your sales people have a clear understanding of the personality types they are dealing with they will be able to care for your customers and attract new clients.
- Strategic account management - your competitors are trying to take your customers away! Do your people have the skills needed to maintain the base and fight off the enemy?
- Referrals - the lost art of generating referral business is even more important in a tough economy

Session Three

Systems and Processes that Result in Performance

Everyone on the team needs to speak the same language and understand the terminology that is used. Forecasts and projections and your sanity depend on being able to understand each other. A clear and well defined sales process helps us to do that.

- The fundamentals of a selling system - do you have one? What is it composed of and how reliable is it?
- Introduction to the Baseline Selling Model
- Will they be able to Close? Do you have a sales pipeline or is it more of a pipedream?

Session Four

Improving your negotiation skills in sales

As your prospects tighten their budgets or institute spending freezes the need to effectively negotiate is becoming more and more important. Buyers are reading books to learn how to negotiate, buyers find it entertaining and empowering. Additionally the markets are more competitive and the consumers are more educated. Are your people prepared to negotiate effectively or will you simply lose the business?

- Going in prepared - pre call/meeting planning is essential to strong negotiating
- Bargaining chips - what are you prepared to give? Often it is not the deal the prospect gets that matters as much as the deal they think they get.
- Knowing when to walk - rejecting the customer. Have you defined a clear line in the sand?
- Optimising your negotiation skills and strategies in cross-border sales
- Case studies - how to prepare for a negotiation with organisations from emerging and developing markets

Session Five

Negotiations know-how for minimising conflicts in your organisation

Your people negotiate with you? You negotiate with them? Be cautious of too much internal time wasting negotiations.

- Getting the team to focus on your core business
- Getting buy in support from top management to ensure that long term sales strategies are properly implemented
- Bridging the generation gap among sales forces and raise their sales capability as a team
- Building a sound working environment and relationship among organisation

About your course trainer

Frank Belzer is Sales Strategies and an Associate for Kurlan Associates. Kurlan and Associates have been helping companies improve the performance of their sales people for over 25 years. The sales force assessment developed by Kurlan and Associates is now recognized as the industry standard and has been instrumental for some of the most reputable sales organisations in the world. Companies like Oracle, Stanley Tool, Lucent Technologies, Pentax, Prudential, GTE and Toyota have all utilised these tools as a way to improve the skills and success of their sales teams

Frank's combined his successful sales and sales management experience for over 20 years in different industries that include both B2B and B2C. He is a great team builder, coach, and mentor who translates his experience into meaningful "real world" coaching and training. Frank is energised by his work and appreciates the satisfaction that comes from helping salespeople overachieve.

Frank Belzer who lived in Great Britain and went to school there studying Business at the University of Liverpool, later moving to the U.S. in 1988. He started selling business to business as soon as he was out of school for a screen printing company and knew right away that he was going to succeed in sales. The next step in his career brought him into the role of sales management for a floor covering manufacturer (Shaw Industries) where he was able to drive sales in his particular region to the point where his team was selling more than the other two combined. After successfully managing and mentoring an overachieving sales team there for 12 years he moved into the realm of technology as a Manager for Konica Minolta. Responsible for managing and leading a sales team for his eight years there - his team sold business products and software - they surpassed their sales goals for the entire eight years and finished in the top 10 every year. Having been recognized nationally eight years in a row at the Presidents Club Winners Circle rewards trips he joined the Kurlan team.

He also serves as a senior Sales Advisor and Board Member to a large Russian Business Consortium.

At Kurlan he has been helping a number of companies with their sales force development. These companies include a variety of industries - CardioCore - Life sciences, AGM - Energy, Pyramid Technology - Computer Hardware, Arc Technology - Engineered Testing Solutions, Atlantic Comp - Medical, to name just a few.

Current and Prior Clients Include:

- | | |
|-----------------------------------|----------------------|
| • Oracle | • Toyota |
| • John Deere Tractors | • GTE |
| • Lucent Technologies | • Honeywell |
| • General Electric & Stanley Tool | • CardioCore |
| • AGM | • Pyramid Technology |
| • Arc Technology | • Atlantic Comp |
| • GenomeQuest | • Terracon |
| • Perceptis | • Gabriel Group |
| • Smith Medical | • Scoros |
| • Northern Lights | • Soap Opera Digest |
| • Peter Pan | |

Why you cannot miss this event

As current economic conditions continue to worsen on an almost daily basis, the importance of having the right people performing the right tasks and saying the right things to your clients and prospects has never been more important or timely.

Additionally the responsibility to manage a group of sales professionals has become increasingly more and more difficult. Unlike other leadership roles within an organisation the sales leader needs to not only manage time and activities - they also need to motivate, mentor, coach, inspire, teach and most importantly drive two of the most crucial numbers to any company; revenue and profit margins.

This two day training is designed for the sales professionals that find themselves in the crucial role of bringing true leadership and excellence to a sales organisation. The act of simply being a professional business person or an extremely hard worker will no longer suffice! Those who are responsible for revenue and margins need to be providing the right strategies, monitoring the required activities, expecting optimum performance from every team member and understanding your sales force so that they can be managed effectively.

This training will provide you with practical guidance on how to become the best sales manager, allow your success to improve the performance of the organisation and develop the equivalent sales leaders afterwards.

marcus evans would like to thank everyone who has helped with the research and organisation of this event, particularly the trainer, who has kindly committed and supported the event.

Advanced Sales Force Development

영업 직원을 평가하고, 관리하고, 고무시키며 발전시킬 수 있는 능력 함양을 통해 경제 불황의 시기에 조직의 영업 우수성을 극대화 할 수 있다.

Renaissance Seoul Hotel
Seoul, Korea

16th & 17th April 2009

"Outstanding leaders go out of their way to boost the self-esteem of their personnel. If people believe in themselves, it's amazing what they can accomplish."

Sam Walton

효과적인 영업력 개발은 조직에 최고의 이득을 가져올 뿐 아니라 경쟁이 치열한 비즈니스 환경에서 조직의 생존을 가능하게 한다



Facilitated by international consultant:

Frank Belzer Sales Strategist and Associate
Kurlan and Associates

본 프로페셔널 트레이닝 프로그램을 통해 다음의 영업력 강화 개발 전략을 마스터한다:

- 경제적인 불황기에 강력한 영업팀을 개발한다
- 현재의 성숙한 시장에서 최고의 영업력 관리 기량을 익힌다
- 각 개인별 영업력의 발전을 통해 팀 전체의 영업 성과를 증진한다
- 영업 리더십 기량을 극대화 한다
- 당신의 조직에 맞춤형 접근방식을 기획하고 개발한다
- 흔히 발생하는 실수를 방지하면서 영업력 강화 전략을 실행한다
- 전체 프로그램을 통해 흥미로운 사례연구 예제를 고찰한다
- 영업력 강화의 다양한 단계에서 활용할 수 있는 최신의 방법과 테크닉을 익힌다

마커스에반스 트레이닝 코스는 실무에 직접 활용할 수 있는 고밀도의 집중 과정으로 구성은 다음과 같다:

- 최신 콘텐츠와 실무에 직접 적용할 수 있는 자료, 과제를 바탕으로 프로그램을 구성하여 적극적인 참여를 유도한다
- 소수그룹으로 자리를 배치하여 진행자와 참석자의 양방향 소통의 밀도감이 매우 높다
- 참석예정자를 대상으로 철저한 사전 리서치를 통해 공통된 이슈를 수령, 분석하고 실제 참가자의 개별 요구사항을 프로그램에 직접 반영한다
- 정교하고 포괄적인 시뮬레이션 자료와 실행 중심의 액션 플랜을 제공한다
- 진행자와 참가자들의 고유 직무스킬, 현장 경험을 전체 세션과 그룹토론을 통해 공유한다

사전 질의서:

참가자의 행사참석 효과의 극대화를 위해 참석 예정자를 대상으로 상세한 설문을 실시한다. 작성된 사항은 PD와 트레이너의 철저한 분석을 거쳐 구체적이고 특정한 커리큘럼의 제작과 프로그램의 편성에 사용된다. 설문 분석을 토대로 제작된 정교한 시뮬레이션 자료는 참가자들이 실무에서 부딪치는 제반 문제의 해결에 도움이 된다.

Testimonials:

"나는 과거에 영업 개발에 대한 다른 테크닉을 활용했습니다. 하지만 그 어느것도 그다지 효과가 없었습니다. 왜냐하면 그것들은 모두 각 개인이 증진해야 할 것이 무엇인지 혹은 그것들이 진실로 영업에 관한 것인지를 발견하기 위한 노력이나 탐구가 없이 그저 사람들에게 내재된 것들을 변화시키려고 했기 때문입니다."

District Manager
Sherwin Williams

"당신이 트레이닝을 통해 우리 조직에 해 준 엄청난 노력에 대하여 진심으로 감사 드립니다. 우리의 새로운 영업 실적이 배가 되었을 뿐만 아니라, 우리 영업인들은 자신의 일을 그 어느때 보다도 즐기고 있습니다. 그들에게서 새롭게 발견되는 자극은 우리 기업의 모든 단계에 활력을 주고 있습니다. 나는 Frank와 Kurlan 프로그램을 다른 몇몇의 생명 과학 기업들에 소개하기도 했습니다."

President
CardioCore Medical Systems

"Kurlan & Associates로부터 받은 코칭은 나로 하여금 나 자신의 한계를 극복하는데 도움이 되었고, 나로 하여금 성장하고 나의 영업 조직을 발전시키는 데 핵심적인 요소가 되었습니다. 그것은 또한 나로 하여금 나의 직원들을 위해 보다 효과적인 코치가 되도록 하였습니다."

VP Sales
Bassett

"Kurlan & Associates의 조직화된 영업 관리 프로그램은 나의 회사를 유아기 적인 단계에서 5천만 달러 규모의 조직으로 빠르게 성장시키는 데 많은 도움을 주었습니다. 그들의 영업 관리 프로그램, 트레이닝, 코칭, 리크루팅 및 스크리닝 툴은 우리로 하여금 다른 많은 사람들이 저지르는 값비싼 실수 유형을 방지할 수 있도록 하였습니다. 나는 현재 미국 및 전 세계적으로 활용하고 있는 탁월한 영업 조직 및 체계를 갖추고 있습니다."

President
Progressive Gourmet

"Kurlan 영업력 프로파일은 나의 팀이 영업 기술 개발을 위해 어디에서 가장 많은 도움을 필요로 하는지를 이해시켜 주었습니다. OMG의 Express Screens 는 또한 내가 적절한 직원을 가지고 있는지 아닌지를 결정하는 툴을 제공하였습니다. 나 자신의 고용 능률성은 놀랍게 향상 되었습니다. 지금 프랭크는 우리 영업팀 및 관리팀 직원들과 함께 일하고 있으며 그 결과는 경이적입니다."

President
ARC Technology Group

"감탄사밖에 나오지 않습니다. 정말 놀랍습니다. Express Screens는 고용 단계에 관여하고 있는 그 어느 대표 이사나 CEO도 놓칠 수 없는 매우 유용하고 놀라운 비즈니스 툴입니다. 이것은 프로세스 자체를 보다 빠르게 관리할 수 있습니다 - 여러분들은 후보자가 문을 통과하기도 전에 무슨 일이 대기하고 있는지 이미 알게 될 것입니다."

President
PENTA Communications, Inc.

"나는 그 스크리닝이 질문하도록 추천한 추가의 질문을 준비하여 그녀를 면접하였습니다. 그녀가 정확하게 스크리닝이 예측한 대로 질문에 대한 대답을 했을 때 그것은 정말 믿을 수 없을 정도였습니다. 그것은 정말 면접에 대한 새로운 관점을 더하는군요."

GM
Minolta Printer Products

* Early Bird & Group Discounts
Ask about our savings

세션 1

세일즈 조직 평가의 힘: 4가지 핵심 성공 요소와 효과적인 시스템 개발 조직의 강점과 약점 파악을 통해 모든 CEO들이 원하는 불황 속에서의 영업 실적에 도달하기

- 5가지 숨겨진 약점 정의 및 체크 포인트 - 개인의 약점 파악과 극복 가능성 및 약점들이 cold call과 고객발굴 능력에 미치는 영향
- 4가지 핵심 성공 요소 정의 - 경제 위기 속에서 성공하기 위한 능력 발휘와 잠재력 파악
- 현 전략 계획과 데이터의 효과적인 연결 - 효과적인 시스템과 프로세스의 개발, 팀원의 눈 높이에 제품, 서비스, 마켓 전략 설정
- 조직의 영업력과 교육 투자대비 ROI 파악

세션 2

조직의 효과적인 운영 전략: 장단점 파악

리더들의 관리 능력과 직결되는 효율적인 조직 운영을 위한 약점파악 및 필수요소

- 관리, 책무, 코칭 및 동기부여에 대한 반응에 영향을 주는 숨겨진 약점들에 대한 정의
- 시간의 80%를 어디에 투자해야 하는가 - 조직 스스로가 책임을 다하도록 이끄는 방법
- 개인적인 장점과 약점이 관리 성향에 영향을 주는 이유 - 기대치와 코칭, 업무 회피 요인
- Exercise - 그룹별 과제 수행
- 조직운영 장애 요인 극복을 위한 Key Methods

세션 3

불황 극복을 위한 강력한 세일즈 조직 구축 전략

조직의 강점과약점 및 내부 문제점 파악

- 코스에 대한 계획 수립 - 목표 및 기대치 설정, 개인의 목표가 조직의 목표에 미치는 영향
- Daily 목표 설정 - 일일 계획과 기대치 설정 및 목표의 평가
- Exercise - 그룹별 과제 수행
- Case Study - Hypertronics Corporation

세션 4

동기부여 및 코칭: "curbside critique" 대화 테크닉

조직의 관리자로서 효과적인 멘토링을 통해 조직의 발전과 성장에 이바지하라

- The "curbside critique" - 5분의 디브리핑 대화의 비밀을 여는 3가지 질문
- 매일의 통화와 회의는 당신의 격려를 전달하고 성공적인 정신적 패턴을 이끌도록 해 줄 것이다
- 긍정의 힘 - 각각의 조직원들의 성장을 위한 꾸준한 최고의 코칭 방법 제공

세션 5

리더십 원칙 : 시너지 극대화, 구성원 성장 전략

진정한 리더로서의 역량 차이를 파악하라

- 리더십의 핵심 원칙 - 리더로서의 역할에 반영할 활용 가능한 구체적 행동 아이템 선택
- Training - 대상과 목적과 장소에 따른 트레이닝을 통한 베스트 세일즈 조직 갖추기와 조직에서 요구되는 적절한 툴들 제공하기
- 얼마나 많이, 얼마나 빨리, 어떻게 적용할 것인가?
- 시너지의 중요성 이해와 극대화 방안
- 개인 성장 전략 개발

세션 6

세일즈 조직 채용전략: 최적의 후보자 파악, 사업모델에 적합한 인재는?

불황기에서의 인재 선택과 효과적인 면접 법

- 후보자 파악 기준
- 기업 모델과 산업에서 요구되는 기술과 강점 파악
- Exercise - 그룹별 과제 수행
- 조직에 적합한 요소의 발견
- 인터뷰 - 전화인터뷰 및 준비된 인재를 구별하는 첫번째 인터뷰
- 기회 발굴 및 세일즈 능력
- 새로운 팀원 맞이하기
- Case Study - Financial Service Group

Why you cannot miss the event

경제 조건이 거의 하루가 다르게 악화되는 현재 상황에서 요구되는 업무를 수행하고 조직의 현재 및 잠재 고객에게 올바른 정보를 전달할 수 있는 합당한 인재 확보의 중요성은 그 어느때 보다도 강하게 부각되고 있다 .

한편 전문 영업팀을 관리하는 책임은 점점 더 어려워 지고 있다. 조직내의 다른 리더십 역할과는 달리 영업팀 리더들은 영업원 시간과 업무의 관리만이 아니라, 그들에게 동기를 부여하고, 지도하고, 코칭하고, 고무하고, 교육하는 책임을 담당하고 있다. 또한 가장 중요하게는 조직의 소득과 수익 마진이라는 결정적인 두가지 숫자를 이끌어야 한다는 것이다.

이번 이들의 교육 코스는 영업 조직에 진정한 리더십과 우수성을 전달해야 하는 핵심 역할을 담당하고 있는 영업 전문가들을 위해 고안되었다. 단순히 전문적인 비즈니스 인재나 극도의 노력이 되기 위한 행동은 충분치 않다! 소득과 수익에 책임이 있는 사람이라면 올바른 전략을 전달하고, 필수적인 활동을 감독하며, 팀원 하나 하나로부터 최선의 성과를 끄집어 낼 수 있어야 한다. 또한 영업사원들을 효과적으로 관리할 수 있기 위해서는 당신 자신의 영업력을 파악할 수 있어야 한다.

이번 트레이닝은 여러분들에게 최고의 영업 관리자가 될 수 있도록 실용적인 지도를 하게 될 것이며, 당신의 성공을 통해 조직의 성과 향상에 공헌하게 될 것이며, 이 후 동격의 영업 리더 개발을 가능하게 할 것이다.

Who should attend

Vice Presidents, Directors, GMs, Regional Managers, Managers involved in:

- Retail sales, sales directors/senior managers/Managers
- Sales
- Key Account
- Channel Marketing
- Trade Marketing
- Marketing
- Business Development
- Promotion Marketing

From across industries

- IT Services
- Retail
- Travel & Transportation
- Aviation
- Oil & Gas
- Electronics / Electrical
- Pharmaceutical & Medical Suppliers
- Real Estate & Property Development
- Financial institutions including banks & insurance companies
- Telecommunications
- FMCG
- Manufacturing
- Automotive
- Chemicals & petrochemicals

세션 1

세일즈 조직을 위한 전술적인 팀 : 잠재 시장과 신사업 발굴 전략

“Walking the talk” - 사업발굴과 추진, 성취를 위해 세일즈조직에 필요한 가장 효과적인 전술적 지침

- 잠재시장과 신사업 발굴 전략: 조직이 과연 옳은 방향으로 가고 있을까?
- 고객과의 더 많은 계약을 이끌어내는 전술적인 도움말
- 월등한 수익으로 연결되는 사전검증 - 질문하고 질문하라
- 관점 변화를 통한 장애 요인 제거
- 포지셔닝 파워
- Case Study - Genome Quest

세션 2

고급 인력들을 위한 전략적 툴: 추천, 고객관리, 소비 트렌드

숙련된 세일즈 조직을 갖춘 상황에서 직원들의 지속적인 성장을 돕고, 경험을 반영하여 더 높은 수익 창출을 유도하라

- 구매 기준 파악 - 고객들의 다양한 구매 성향에 대한 이해
- 관계의 기술 마스터하기 - 새로운 고객 창출과 기존 고객의 효과적인 관리를 위한 고객 유형 파악
- 전략적 고객 관리 - 치열한 경쟁 시장에서의 기존 고객 유지 기술
- Referrals(추천) - 불경기 속에서 무엇보다 중요한 Referral Business (추천/소개 사업)

세션 3

성공적인 결과를 창출하는 시스템과 프로세스 : Baseline Selling Model 소개

성과 예측과 산출 및 판단의 공정성을 위해 명확하게 규정된 영업 프로세스를 갖추어라

- 판매 시스템의 기본적 지표 - 얼마나 신뢰 할 만한 근본 요소들을 갖추었나
- Baseline Selling Model 소개
- 직접적인 거래 성사를 위한 현실 가능한 세일즈 파이프라인을 갖추고 있는가

세션 4

협상의 기술: 신흥시장 및 개발도상국 핵심 협상기술

경기불황에서 오는 시장의 예산 감축과 동결 상황을 극복하고, 향상되는 고객 수준과 치열한 경쟁 속에서 살아남을 효과적인 협상력을 갖추어라

- 강력한 협상을 위한 사전 통화 및 미팅 계획의 준비
- Bargaining Chips(협상의 핵심 기술) - 양보의 기술 : 무엇을 줄 준비가 되어있나?
- 후퇴의 순간 포착 - 거절의 기술과 “clear line in the sand” (적절한 선긋기)
- 해외 영업에서의 협상기술과 전략 최적화
- 사례연구 - 신흥시장 및 개발도상국과의 협상 준비

세션 5

조직 내 갈등을 최소화 할 협상기술: 경영진의 전폭적인 지지 획득 방안

- 팀 내에서의 협상 소요 시간을 최소화하라
- 핵심사업에 전력할 수 있도록 이끌어내기
- 장기적인 영업 전략 시행을 위한 최고 경영진의 전폭적인 지지 획득 방안
- 조직 내 세대차 극복 및 영업 역량 강화
- 조직간의 최적 업무 환경 및 관계 수립

About your course trainer

Frank Belzer는 Kurlan Associates의 영업 전략가이자 공동 경영자이다. Kurlan and Associates는 지난 25년간 영업원들의 성과 향상을 위해 많은 회사들을 도와오고 있다. 전 세계 가장 명망 있는 영업 전문 기관들은 본 조직에 의해 개발된 영업원 평가를 산업적 견본으로 인정하고 채택하여 활용하고 있다. 오라클, 스탠리 툴(Stanley Tool), 루스드테크놀로지스, 펜탁스(Pantax), 푸르덴셜, GTE 및 토요타도 그들의 영업팀 기술과 성공을 향상 시키기 위한 방안으로 이 툴들을 활용하고 있다.

Frank는 B2B와 B2C를 아우르는 다양한 산업에서 지난 20여 년간 성공적인 영업 및 영업 관리 경험을 했다. 그는 자신의 경험을 “업무 현장”으로의 코칭과 트레이닝으로 전달할 수 있는 탁월한 팀빌더 (Team builder)이자 코치며 멘토이다. Frank는 자신의 일을 통해 격려될 뿐만 아니라, 영업원이 능력 이상의 성과를 올리도록 도움을 주는 것에서 오는 만족감의 진정한 의미를 알고 있다.

영국에서 생활했던 Frank Belzer는 리버풀 대학에서 비즈니스를 전공하였으며 이후 1988년 미국으로 옮겼다. 학교를 졸업한 후 Frank는 스크린 프린팅 회사에서 B2B영업을 시작했으며, 본인이 영업에서 성공하게 될 것이라는 것을 깨닫게 된다. 그의 경력의 다음 단계는 Shaw Industries라는 바닥재 제조사에서 영업관리 역할을 담당하는 것이었다. 그곳에서 Frank는 자신의 담당 영역에서 그의 팀이 두가지 품목 이상이 결합된 제품을 판매하는 정도에 이르기까지 판매 영업을 촉진하게 된다. 12년간 초과 달성의 성과를 내며 영업팀을 성공적으로 관리 및 지도한 이후, 그는 코니카 미놀타(Konica Minolta)라는 테크놀로지 영역으로 관리자로써 옮기게 된다. 그 곳에서 8년간 영업팀을 관리하고 지도하는 책임을 담당하면서 그의 팀은 비즈니스 제품과 소프트웨어를 판매하였으며 전체 8년에 걸쳐 영업 목표를 초과 달성하고 매년 Top10 성과팀으로 기록되었다. 미국 내에서 8년동안 매년 President Club Winners Circle 수상을 통해 명성을 높인 Frank는 영업의 guru라고 할 수 있는 Kurlan팀에 합류하게 된다.

Frank는 또한 러시아 비즈니스 컨소시엄 (Russian Business Consortium)에서 선임 영업 자문위원 및 위원회원으로 활동하고 있다.

Kurlan에서 그는 영업력 개발을 위해 많은 회사들을 도와 오고 있다. 이러한 회사들은 다양한 산업에 속해 있다. 몇몇의 예를 들자면, 생명과학의 CardioCore, 에너지 분야의 AGM, 컴퓨터 테크놀러지의 Pyramid Technology, 엔지니어링 테스트 솔루션의 Arc Technology 및 제약업의 Atlantic Comp등이 있다.

Current and Prior Clients Include:

- Oracle
- John Deere Tractors
- Lucent Technologies
- General Electric & Stanley Tool
- AGM
- Arc Technology
- GenomeQuest
- Perceptis
- Smith Medical
- Northern Lights
- Peter Pan
- Toyota
- GTE
- Honeywell
- CardioCore
- Pyramid Technology
- Atlantic Comp
- Terracon
- Gabriel Group
- Scoros
- Soap Opera Digest