

# ОГЛАВЛЕНИЕ

---

<b>Благодарности</b> .....	7
<b>Список принятых сокращений</b> .....	12
<b>Введение</b> .....	14
<b>Глава 1. ЛЮДИ, КОТОРЫЕ НАПОЛНЯЮТ СТРУКТУРУ КОМПАНИИ</b> .....	17
1.1. Учения о людях .....	18
1.2. Классификация и типология .....	30
1.3. Какие люди и на какой позиции нам нужны? .....	47
Итоги главы 1 .....	65
<b>Глава 2. ВИДЫ ПРОДАЖ И ПРОДАВЦОВ</b> .....	66
2.1. «Породы» продавцов .....	66
2.2. Как подобрать специалиста под конкретный вид продаж? .....	69
2.3. Стратегия превосходства на рынке .....	73
Итоги главы 2 .....	75
<b>Глава 3. ДОЛЖНОСТЬ. «АВАТАР» ДОЛЖНОСТИ</b> .....	77
3.1. ЦКП должности .....	79
3.2. Функциональные обязанности должности .....	81
3.3. Личные качества «аватара» должности .....	82
3.4. Необходимые компетенции .....	82
3.5. Интенсивность труда для каждого вида .....	83
3.6. «Аватар» должности .....	86
Итоги главы 3 .....	89

<b>Глава 4. ОТБОР И НАЕМ ПРОДАВЦОВ</b> .....	91
4.1. Методы отбора и найма. Какой выбрать? .....	92
4.2. Собеседование .....	93
4.3. Поточковый метод .....	95
4.4. Вербовка .....	97
4.5. Конкурс .....	100
4.6. 8 советов руководителям .....	104
4.7. План закрытия вакансии .....	113
Итоги главы 4. Задания на внедрение .....	133
<b>Глава 5. СТАЖИРОВКА И РАЗВИТИЕ ПРОДАВЦОВ</b> .....	135
5.1. Обзорный день .....	136
5.2. Книга продаж .....	142
5.3. Тестовая неделя .....	147
5.4. Стажировка .....	149
5.5. Тестирование .....	169
5.6. Испытательный срок .....	172
5.7. ИПР — индивидуальный план развития .....	176
5.8. Особые приемы эффективного введения в должность .....	182
Итоги главы 5. Задания на внедрение .....	185
<b>Глава 6. УПРАВЛЕНИЕ И МОТИВАЦИЯ</b> .....	189
6.1. Должностные инструкции, регламенты .....	193
6.2. Внедрение должностных инструкций и регламентов .....	200
6.3. Материальная мотивация. Виды и схемы .....	203
6.4. Нематериальная мотивация .....	227
6.5. Годовое планирование продаж .....	243
6.6. Увольнение продавцов .....	255
Итоги главы 6. Задания на внедрение .....	256
<b>Глава 7. КОНТРОЛЬ И ОТЧЕТНОСТЬ В ПРОДАЖАХ</b> .....	264
7.1. Виды отчетов .....	270
7.2. Внедрение замеров и отчетов .....	286
7.3. Виды контроля .....	287
Итоги главы 7. Задания на внедрение .....	289
<b>Глава 8. ПЕРИОДИЧЕСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ С ПРОДАВЦАМИ</b> .....	297
8.1. Ежедневные мероприятия .....	299
8.2. Еженедельные мероприятия .....	303
8.3. Ежемесячные мероприятия .....	308
8.4. Ежеквартальные, ежегодные и периодические мероприятия .....	310
Итоги главы 8. Задания на внедрение .....	323

<b>Глава 9. ЛИЧНАЯ И КОМАНДНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ</b> .....	326
9.1. Как успевать вдвое больше за то же время? .....	329
9.2. ВКК — внутрикорпоративные коммуникации .....	336
9.3. Взаимодействие между коммерческим департаментом и другими подразделениями .....	340
Итоги главы 9. Задания на внедрение .....	347
<b>Глава 10. КОМАНДА И КОЛЛЕКТИВ. ЗАДАНИЯ</b> .....	351
10.1. Культура, ценности и принципы .....	353
10.2. Внедрение ценностей и принципов .....	360
Итоги главы 10. Задания на внедрение .....	362
<b>Заключение</b> .....	366
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	
Приложение 1. 7 систем управления продавцами .....	370
Приложение 2. Интервью с продавцом .....	379
Приложение 3. Должностная инструкция .....	381
Приложение 4. Отчет по встрече (вариант 1) .....	391
Приложение 5. Отчет по встрече (вариант 2) .....	393