

**11-12 grudnia 2018**

Centrum Konferencyjne  
Golden Floor Tower  
budynek Warsaw Trade Tower

# OPTYMALIZACJA KONTRAKTÓW HANDLOWYCH I KALKULOWANIE OFERT W OPARCIU O MATEMATYKĘ SPRZEDAŻY



**MATERIAŁY  
SZKOLENIOWE**



**CERTYFIKAT  
UCZESTNICTWA**



**DOŚWIADCZONA  
TRENERKA**





## MAŁGORZATA WARDA

### MBA

Posiada ponad 20 lat praktycznego doświadczenia w sprzedaży, marketingu, zarządzaniu zespołami, projektami oraz organizacjami na rynkach B2B i B2C. Wiele lat pracowała na stanowiskach **Dyrektora Handlowego i Zarządzającego w korporacjach**. Negocjowała warunki współpracy z większością sieci handlowych na polskim rynku, dostawcami usług marketingowych i finansowych i innymi podmiotami rynkowymi - **ma na koncie ponad 2000 wynegocjowanych kontraktów**.

Zarządzała sprzedażą produktów w sklepach

- wielkopowierzchniowych (hipermarketach, supermarketach, dyskontach)
- specjalistycznych
- internetowych
- detalicznych (w tym własną siecią detaliczną)

Ma doświadczenie w prowadzeniu sprzedaży w koncepcie omnichannel, poprzez call center (inbound & outbound), a także w tworzeniu i sprzedaży programów lojalnościowych w obszarze B2B i B2C. Wprowadzała na rynek szereg innowacyjnych produktów jak i nowych marek.

Ukończyła w wyróżnieniu lingwistykę stosowaną, zarządzanie finansami oraz studia Executive MBA. Jest także absolwentką programów managerskich INSEAD oraz École de Management Lyon. Jest wykładowcą w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej z obszaru marketingu i strategii sprzedaży.

### JEJ WYBRANE OSIĄGNIĘCIA ZAWODOWE TO:

- ▶ Poprawa profitowości i wskaźnika EBIDTA +46% r/r
- ▶ Poprawa średniego koszyka zakupowego + 75% r/r
- ▶ Poprawa cross-sellu + 96% r/r
- ▶ Osiągnięcie rekordowych udziałów rynkowych w bardzo konkurencyjnej kategorii
- ▶ Optymalizacje warunków handlowych podnoszących profitowość

## CEL SZKOLENIA

Uczestnicy szkolenia nauczą się jak efektywnie kalkulować oferty handlowe, zwiększać rentowność sprzedaży we współpracy z klientami oraz świadomie kształtować realizację celów firmy poprzez zawierane kontrakty.



### NAUCZYSZ SIĘ

- ▶ Jak unikać pułapek w kalkulacji ofert
- ▶ Jak wyliczać koszty współpracy z klientem
- ▶ Jak realizować swoje cele sprzedażowe poprzez negocjacje rabatów i bonusów
- ▶ Jak negocjować korzystne kontrakty handlowe i roczne
- ▶ Jak skrócić termin płatności z klientem

### PRZEĆWICZYSZ

- ▶ Nowe metody kalkulacji rabatów i zasady ich stosowania
- ▶ Jak bronić swojej oferty cenowej
- ▶ Obliczanie opłacalności promocji handlowych
- ▶ Jak negocjować inwestycje pozakontraktowe
- ▶ Wyliczanie średnich ważonych warunków dla grupy klientów

### OTRZYMASZ

- ▶ Konkretnie praktyczne rozwiązania
- ▶ Narzędzia do wykorzystania w pracy
- ▶ Tricky negocjacyjne z praktyki prowadzącego
- ▶ Zestaw materiałów szkoleniowych
- ▶ Materiały - niespodziankę po szkoleniu

### SZKOLENIE DEDYKOWANE:

wszystkim osobom, które prowadzą negocjacje cen sprzedaży i warunków sprzedaży z klientami

- ▶ Key Account Managerów
- ▶ National Account Managerów
- ▶ Dyrektorów Sprzedaży
- ▶ Kierowników Sprzedaży

### METODOLOGIA PROWADZENIA ZAJĘĆ:

- ▶ Wiedza przekazana w przystępny sposób przez praktyka
- ▶ Przykłady rozwiązań z biznesu
- ▶ Ćwiczenia warsztatowe z wykorzystaniem kalkulatora

# PROGRAM

## DZIEŃ I

### 9:00 Rejestracja i poranna kawa

### 9:30 Elementy ceny wpływające na finalną marżę - czyli jakie są rodzaje rabatów oraz kosztów współpracy z klientem i jak je kształtować?

- ▶ Od ceny wyjściowej do ceny 4 x net
- ▶ Rodzaje rabatów i sposoby ich wyliczania - procentowe, wartościowe, progowe, liniowe, od nadwyżki i inne
- ▶ Kaskadowo czy sumarycznie, frontowe czy potransakcyjne czyli sposoby naliczania rabatów i ich wpływ na zyskowność współpracy

### 11:00 Przerwa kawowa

### 11:15 Elementy ceny wpływające na finalną marżę c.d.

- ▶ Rodzaje bonusów i inwestycji - zależne lub niezależne od obrotu
- ▶ Inwestycje pozakontraktowe i ich wpływ na rentowność współpracy
- ▶ Zapisy dodatkowe np. kary - na co zwracać uwagę, jak je negocjować i minimalizować ich negatywny wpływ na wynik finansowy na kontrakcie

### 13:00 Lunch

### 14:00 Zarządzanie warunkami klientów

- ▶ Suma warunków na kliencie - do czego jest potrzebna ta wiedza w firmie?
- ▶ Jak zarządzać warunkami na grupie klientów?
- ▶ Jak wyliczyć:
  - Średnie warunki dla grupy klientów i do czego wykorzystać tę wiedzę?
  - Marżę na projekcie, promocji, grupie produktów?
  - O ile więcej muszę sprzedać aby odrobić dodatkowy rabat?
  - Rentowność - czyli ile muszę sprzedać aby zarobić?

### 16:00 Zakończenie pierwszego dnia szkolenia

## DZIEŃ II

### 9:00 Rozpoczęcia drugiego dnia szkolenia

### 9:30 Struktura warunków handlowych i główne elementy finansowe w relacjach handlowych

- ▶ Na czym zarabia klient, co będzie negocjował i dlaczego?
- ▶ Modele warunków handlowych - korzyści dla sprzedającego i kupującego
- ▶ Główne typy kosztów rzutujące na rentowność współpracy
- ▶ Procent czy masa marży - co jest ważniejsze?

### 11:00 Przerwa kawowa

### 11:15 Struktura warunków handlowych i główne elementy finansowe w relacjach handlowych c.d.

- ▶ Warunki liczone „od dołu” i „od góry”
- ▶ Konstrukcja cennika w dobie internetu
- ▶ Podstawowe argumenty finansowe w rozmowach klientem
- ▶ Termin płatności nic nie kosztuje?
- ▶ Jak skrócić termin płatności i poprawić wskaźnik DSO? - ważne elementy zapisów kontraktowych

### 13:00 Lunch

### 14:00 Negocjacje kontraktów i zmiana warunków handlowych

- ▶ Jak zaplanować tzw. negocjacje roczne?
- ▶ Back to Front czy Front to Back- jak zmienić warunki i kiedy warto to zrobić?
- ▶ Jak wprowadzić bezboleśnie podwyżkę cennika?

### 16:00 Zakończenie szkolenia i wręczenie certyfikatów



*Każdy uczestnik otrzyma certyfikat  
poświadczający udział w szkoleniu*



## KONTAKT W KWESTIACH MERYTORYCZNYCH

### NATALIA PIASECKA

Senior Trainings Organization Specialist  
Trainings Department  
T: +48 22 379 29 40  
e-mail: n.piasecka@mmcpolska.pl

## BENEFITY

- ▶ pobieranie materiałów w wersji elektronicznej
- ▶ kameralne grupy
- ▶ 14 godzin szkoleniowych
- ▶ lunch i przerwy kawowe
- ▶ certyfikat uczestnictwa

## KONTAKT DO KIEROWNIKA SPRZEDAŻY

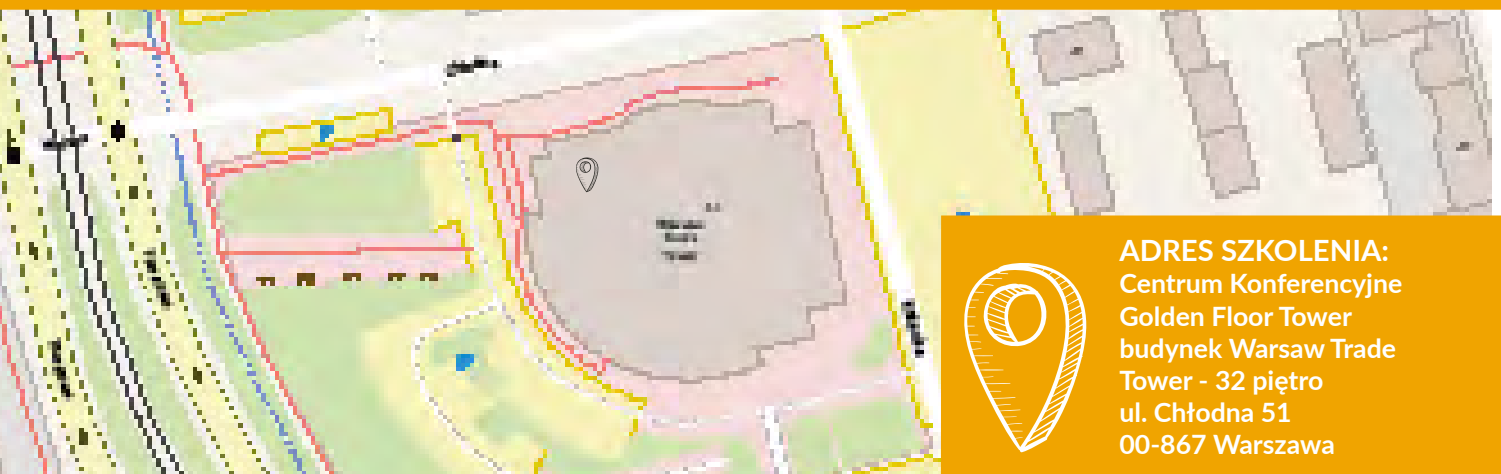
### NATALIA CZARKOWSKA

Junior Project Advisor  
Business Advisory Department  
T: +48 22 379 29 83  
F: +48 22 379 29 01  
e-mail: n.czarkowska@mmcpolska.pl



## ORGANIZATOR

MMC Polska jest niezależnym organizatorem spotkań biznesowych w Polsce. Spółka organizuje szkolenia, warsztaty oraz konferencje dedykowane specjalistom, kadry menadżerskiej oraz zarządom wiodących firm w Polsce. Szkolenia i warsztaty prowadzone są przez znanych praktyków, ekspertów posiadających wieloletnie doświadczenie w swojej branży. Konferencje mają charakter międzynarodowy, skupiają pełną reprezentację rynku, zarówno firm, jak i administracji centralnej i regulatora. MMC Polska organizuje również szkolenia zamknięte w pełni dopasowane do potrzeb klientów. Efektem organizowanych wydarzeń jest podniesienie kwalifikacji pracowników, zdobycie wiedzy praktycznej oraz zwiększenie przewagi konkurencyjnej. Współpracujemy m.in. z: Orange, T-Mobile, Play, Polkomtel, PKN ORLEN S.A, PGNiG, Tauron Polska Energia, Hawe SA, Emitel, KPMG, PwC, E&Y, Deloitte, UKE, URE, KNF, PKO BP, PEKAO SA, PZU, NBP, Asseco Poland, Intel, Comarch.



**ADRES SZKOLENIA:**  
Centrum Konferencyjne  
Golden Floor Tower  
budynek Warsaw Trade  
Tower - 32 piętro  
ul. Chłodna 51  
00-867 Warszawa

PATRON MEDIALNY

**REJESTRACJA UCZESTNICTWA**  
zgloszenia@mmcpolska.pl

**SARE**   
way to sell

**CAPITAL 24 TV**