סילבוס
קורס ניהול סחר

מטרת הקורס
להעניק למנהלים בענף הקמעונאות ידע וכלים מקצועיים, בהבנה קמעונאית, במטרה לשפר יכולות מסחריות, שיגדילו את המכירות וישפרו את הרווחיות.

האמצעים
הקניית ידע ושיפור מיומנויות באמצעות קורס מעמיק הכולל 10 מפגשי קורס של למידה פיזית בכיתת לימוד (יש אפשרות גם להשתתפות באופן מקוון מרחוק, בשידור חי)

- מבוא לסחר קמעונאי
  - מפגש 1 - יסודות הקמעונאות, מודלים לגיבוש אסטרטגיה וטקטיקות קמעונאיות
- ניהול קטגוריות בחנות/רשת קמעונאית
  - מפגש 2 – כלים לניהול קטגוריה בחנות/רשת קמעונאית
  - מפגש 3 - תכנון מבצעים בקטגוריה (ידיעון מבצעים), סחר מול אתר קניות אונליין
- ניהול רווחיות מסחרית
  - מפגש 4 – היבטים כלכליים לניתוח מבצעי קידום מכירות ורווחיות הקטגוריה
- ניהול משא ומתן מסחרי
  - מפגש 5 – כלים ל'פיצוח' סגנון התנהגות של הצד השני במשא ומתן מסחרי
  - מפגש 6 – כלים להובלת שיחה מסחרית מוצלחת בין ספק-לקמעונאי
  - מפגש 7 – כיצד להתמודדות עם התנגדויות, ניהול משברים וקונפליקטים מסחריים
- ניהול מסחרי ברצפת המכירה (מנקודת ראות הקמעונאי)
  - מפגש 8 - עקרונות לפריסת קטגוריות, סידור מדפים ותצוגות חוץ מדף (מנקודת ראות הקמעונאי)
  - מפגש 9 - התנהגות קונים במרחב קמעונאי (למה ואיך אנשים קונים?)
  - מפגש 10 – מצוינות תפעולית בניהול קמעונאי

מבוא לסחר קמעונאי
מפגש 1 - יסודות הקמעונאות, מודלים לגיבוש אסטרטגיה וטקטיקות קמעונאיות
את המפגש נתחיל עם הכרת 'מחזור חיים של קמעונאי טיפוסי' ומה המשמעות שנגזרת מכך. נחשף למורכבות שמאתגרת כל קמעונאי ונתייחס ל'פירמידת הצרכים' שלו. נלמד כיצד מגבשים אסטרטגיה עסקית. המפגש יכלול גם הרצאה מעניינת על מגמות וטרנדים קמעונאיים בעידן הדיגיטלי בישראל ובעולם.
- נבין את צרכיו ומחזור חייו של קמעונאי טיפוסי ומה הן המשמעויות התפעוליות שנגזרות מכך
- נקבל כלים שיעזרו לנו לנתח אסטרטגיה בסביבה התחרותית.
- נחשף למגמות וחדשנויות טכנולוגיות בענף הקמעונאות בעידן החדש

ניהול קטגוריות בחנות/רשת קמעונאית
מפגש 2 – כלים לניהול קטגוריה בחנות קמעונאית
מפגש בו נכיר את העקרונות הבסיסיים לניהול קטגוריה בחנות/רשת שיווק קמעונאית. נחקור את תפקידי הקטגוריות בחנות ונבחן שיקולים בניהול קטגוריה. המפגש יכלול ניתוח קטגוריה מרכזית של רשת שיווק.
- נלמד מה הם העקרונות לניהול קטגוריה בחנות/רשת קמעונאית.
- נבין מה הם תפקידי מגוון הקטגוריות שנמכרות אצלנו בחנות
- נבין מה הם השיקולים המרכזיים בניהול קטגוריה (ננתח קטגוריה באחת מרשתות השיווק)

מפגש 3 - תכנון מבצעי קידום מכירות (ידיעון מבצעים), כלים להתנהלות מול/עם מותג פרטי
נכיר מודל לקידום מכירות ממוקד קונים המגביר מכירה מ-3 מנועי צמיחה: הגדלת חדירה (חדירת קונים חדשים לרשת/לחנות/לקטגוריה), הגדלת תדירות קניה (הגדלת נאמנות קונים) והגדלת סל קניה (ממוצע).

- נקבל כלים לתכנון מבצעים ופעילות מסחרית בחנות/ברשת
- נבין כיצד ניתן להגדיל מכירות באמצעות שלושה מנועי צמיחה: הגדלת חדירה, הגדלת תדירות קניה (נאמנות קונים) והגדלת סל קניה (ממוצע)

סחר באתר קניות אונליין

- מסע הלקוח (Customer Journey) בחנות אונליין מתאר את כל שלבי האינטראקציה של הלקוח עם הפלטפורמה, מרגע החיפוש ועד לקבלת המשלוח. ניהול נכון של המסע ישפר את חוויית משתמש, יגביר נאמנות וימקסם מכירות. במפגש נתייחס לשאלה, איך להפוך את מסע הלקוח לחוויית קנייה מושלמת.

» **ניהול רווחיות מסחרית**

מפגש 4 – היבטים כלכליים לניתוח מבצעי קידום מכירות ורווחיות הקטגוריה
המפגש יחשוף את המשתתפים למתודולוגיות מתקדמות בניתוח מבצעים. במפגש ילמדו המשתתפים כיצד לנתח כדאיות מבצעים ויקבלו כלים לייעול השימוש במשאב ההנחות

- ניתוח כדאיות מבצע באמצעות מתודולוגיית ROI

היבטים כלכליים לניתוח רווחיות הקטגוריה ניתוח רווחיות קטגוריות ובחינת פרמטרים המשפיעים על הרווח והרווחיות, בדגש על ניתוח רגישות כמות/מחיר ונקודת האיזון שביניהם.

- בחינת השפעת סטיית כמות/מחיר על המכירות ועל הרווח

» **ניהול משא ומתן מסחרי (מול קמעונאי/ספק)**

מפגש 5 – כלים ל'פיצוח' סגנון התנהגות של הצד השני במשא ומתן מסחרי
במפגש יינתנו כלים למיפוי ולניתוח התנהגויות של ממשקים (קמעונאים/ספקים) מסגנונות תקשורת שונים, זאת במטרה לשפר את יכולת ההתאמה שלנו לטיפוסים השונים במהלך המשא ומתן. במפגש המשתתפים יתרגלו תרחישים בהם יידרשו להגמיש ולהתאים עצמם אל מול סגנונות ההתנהגות השונים. משתתפי הקורס ימלאו שאלון אבחון אישי שיאפשר להם לזהות מה הן העוצמות שלהם בכל אחד מ-4 סגנונות התקשורת.

מפגש 6 – כלים להובלת שיחה מסחרית מוצלחת בין ספק-לקמעונאי
במפגש תקבלו כלים פרקטיים לתכנון ולהובלת שיח מנצח מול בין ספק וקמעונאי (וממשקים נוספים). נתרגל שיח של בירור צרכים באופן של שאילת שאלות והקשבה אקטיבית. תקבלו כלים להצגת הצעה באופן משכנע כך שתצליחו להרחיב את בסיס שיתוף הפעולה, בין אם אתם קמעונאים או ספקים.

- כלים פרקטיים לתכנון והובלת שיח מנצח בין ספק וקמעונאי
- תרגול שיח של בירור צרכים באופן של שאילת שאלות והקשבה אקטיבית
- תרגול בניית סיפור מכירה והצגת הצעה משכנעת לספק/לקמעונאי

מפגש 7 – כיצד להתמודדות עם התנגדויות, ניהול משברים וקונפליקטים מסחריים
במפגש נתרגל טיפול בהתנגדויות של ספקים/קמעונאים ותקבלו כלים לניהול קונפליקטים. המפגש יכלול גם תרגול סימולציות בהתמודדות מול טקטיקות שכיחות ומאתגרות במיוחד.

- תרגול התמודדות עם התנגדויות של ספקים/קמעונאים (נעזר במודל אפרת)
- כלים להתמודדות עם קונפליקטים במשא ומתן (נעזר במודל תומס קילמן)
- שאלון אבחון אישי לכל משתתף בקורס לקבלת פרמטרים לשימור ולשיפור בניהול קונפליקט

» **ניהול רצפת המכירה מנקודת ראות הקמעונאי**

מפגש 8 - עקרונות לפריסת קטגוריות, סידור מדפים ותצוגות חוץ מדף

עקרונות לפריסת קטגוריות (Layout) וכללי 'ברזל' לסידור מדפים (Planogram), מתוך הבנת התנהגות הקונים במרחב קמעונאי והתובנה כיצד הם מקבלים החלטות קניה כשהם מתהלכים ו/או נעמדים מול המדפים. בסוף המפגש נגבש תובנות לפריסת קטגוריות בחנות, ו-'כללי ברזל' לסידור פלנוגרמות.

- נלמד מה הם העקרונות לפריסת חנות כולל פריסת מחלקות וקטגוריות בחנות (Layout)
- נלמד מה הם העקרונות לסידור מוצרים על מדפי הקטגוריה בחנות (Planogram)
- נלמד מה הם העקרונות לפריסת תצוגות חוץ-מדף ואמצעי נראות

מפגש 9 - התנהגות קונים במרחב קמעונאי (למה ואיך אנשים קונים?)

נחקור התנהגות קונים בנקודת מכירה קמעונאית, נבין 'למה ואיך אנשים קונים ומהי הפסיכולוגיה שתומכת בהחלטות הקניה שלהם. בשעה האחרונה נבצע סיור ותרגול באחת מנקודות המכירה הקרובות לכיתה.

- נחקור את התנהגות הקונים במרחב הקמעונאי (בחנות)
- נבין כיצד קונים מקבלים החלטות קניה כשהם מתהלכים או נעמדים מול המדפים בחנות
- נצא לסיור שטח ונתרגל מול המדפים בנקודת מכירה קרובה לכיתה

מפגש 10 – מצוינות תפעולית בניהול קמעונאי

נתחיל את המפגש בניתוח SWOT , מודל שמסייע בקבלת החלטות לניהול החנות/הרשת. נתעכב על מדידת משולש ההצלחה בעסק קמעונאי והקשר בין כמות לקוחות, ממוצע סל קניה, ופדיון החנות. נתייחס להשפעת עלויות השכר בחנות, נבין כיצד מנתחים תפוקות עובדים וכיצד מחשבים משרות ותקנים בחנות קמעונאית. נחשב גם ימי מלאי ונבין את ההשלכות שלהם על תזרים המזומנים של החנות/הרשת.

- נבין כיצד לנהל סחר קמעונאי שמתחשב ב'מדדי ניהול' (KPI's) של עסק קמעונאי.
- נקבל כלים שיעזרו לנו לנהל ולתפעל את מגוון מוצרים והקטגוריות שנמכרות בחנות

לאחר 10 מפגשי הקורס תצאו עם ערך ממשי ומה שיצא לכם מזה...

- ✓ תבינו כיצד מוגדרת אסטרטגיה קמעונאית וכיצד היא מיושמת באמצעות טקטיקות פעולה
- ✓ תבינו מה הם השיקולים המרכזיים בניהול קטגוריות בחנות
- ✓ תבינו כיצד לנהל סחר קמעונאי ע"י שימוש ב'מדדי ניהול' מסחריים (KPI's)
- ✓ תקבלו כלים לתכנון מבצעים ופעילות מסחרית לקידום המכירות בחנות/ברשת
- ✓ תקבלו כלים כיצד להתנהל מול/עם מותג פרטי בקטגוריה
- ✓ תקבלו כלים שיסייעו לכם לקדם מכירות של מוצרים באתר אונליין של קמעונאי
- ✓ תדעו לזהות סגנונות התנהגות של קמעונאים טיפוסיים ולקבל החלטה כיצד להתנהל מולם
- ✓ תשפרו את השיח מול הקמעונאי ותדעו לשאול את השאלות הנכונות כדי לקדם עסקה
- ✓ תשפרו את השיח שלכם מול הקמעונאי ותציגו לו הצעה מסחרית בצורה משכנעת יותר
- ✓ תשפרו את השיח שלכם מול הקמעונאי ותדעו להתמודד טוב יותר עם התנגדויות וקונפליקטים
- ✓ תשפרו את השיח שלכם מול הקמעונאי ותדעו לנהל משא ומתן מסחרי מיומן ואפקטיבי יותר
- ✓ תקבלו החלטות על בסיס נתונים ולא על בסיס תחושות בטן ובכך תשפרו את התוצאות
- ✓ תתכננו פעילות מסחרית (מבצעי קידום מכירות) בראיה מפוקחת, יעילה וכזו שתמקסם תוצאות
- ✓ תתנהלו מסחרית טוב יותר תוך שיפור רווחיות הקטגוריות שבתחום אחריותכם
- ✓ תבינו מה הם העקרונות לפריסת קטגוריות בחנות וכיצד לסדר מדפים ותצוגות חוץ-מדף
- ✓ תבינו כיצד קונים מקבלים החלטות קניה כשהם מתהלכים או נעמדים מול המדפים בחנות
- ✓ תבינו למה הכוונה מצוינות תפעולית מנקודת ראות הקמעונאי (דבר שיסייע בשיח המסחרי)

073-2046622 , www.israel-retail-college.com , מייל: crm@israel-retail-college.com
משרדים: מגדל אלון 1, יגאל אלון 94, תל אביב , כיתות לימוד: קמפוס מופת, שושנה פרסיץ 13, תל אביב