

Tabel:
Conceptul desfășurării cursului de instruire Oktrainings SRL

Denumirea modulului	Obiectivele modulului	Conținutul modulului (ce vor învăța participanții. Dezagrați conținutul programului din caietul de sarcini)	Metode de instruire utilizate	Resurse	Rezultate obținute la final de instruire	Livrabile	Riscuri de implementare	Recomandări
VÂNZĂRI CU REZULTAT (16 ore academice)	La nivel de cunoaștere și înțelegere: La finalul acestui modul, participanții vor putea: - Explica în ce constă procesul de vânzare și rolul acestuia în atingerea obiectivelor comerciale; - Descrie etapele esențiale ale procesului de vânzare, de la primul contact până la încheierea tranzacției și serviciile	Conținutul modulului <i>(Ce vor învăța participanții – detaliera temelor conform cerințelor din program)</i> 1.Introducere în domeniul vânzărilor - Înțelegerea rolului vânzărilor în dezvoltarea afacerii - Diferența dintre vânzările tranzacționale și cele consultative - Competențele cheie ale unui profesionist în vânzări 2.Ciclul complet al procesului de vânzare Participanții vor învăța cum să gestioneze eficient fiecare	Programul de instruire este conceput pe baza principiilor de învățare activă și experiențială, îmbinând teoria cu aplicabilitatea imediată. Participanții vor fi implicați într-o varietate de activități dinamice care stimulează gândirea critică, schimbul de experiență și dezvoltarea abilităților practice. Metodele utilizate includ: Prezentări interactive cu suport vizual (PPT): livrarea conceptelor teoretice prin explicații	Pentru asigurarea unei experiențe de învățare eficiente, interactive și adaptate standardelor actuale de formare profesională, programul de instruire va beneficia de următoarele resurse: Formator acreditat și cu experiență practică în vânzări, capabili să combine teoria cu realitățile de zi cu zi din piață; Sală de instruire spațioasă și luminoasă,	La finalul modulului de formare, participanții vor dobândi competențe și cunoștințe aplicabile imediat în activitatea lor profesională. Concret, aceștia vor fi capabili să: Identifice și utilizeze metode eficiente de creștere a vânzărilor, adaptate tipului de produs sau serviciu oferit; Aplice strategii pentru menținerea și extinderea cotei de piață, inclusiv în	Pe parcursul instruirii, participanții vor beneficia de un set complet de materiale didactice și instrumente de lucru, menite să sprijine învățarea activă, aplicarea practică și evaluarea progresului. La finalul programului, fiecare participant va primi: Prezentările PowerPoint utilizate de formatori – în format digital, structurat	Deși programul este bine structurat și planificat în detaliu, pot exista anumite riscuri care ar putea influența buna desfășurare a instruirii. Acestea includ: Probleme tehnice sau de infrastructură – Deconectarea neașteptată a curentului electric, defecțiuni ale echipamentului tehnic (proiector, internet, sistem audio), care pot afecta livrarea fluentă a conținutului;	Pentru a asigura un impact maxim al instruirii și atingerea obiectivelor de dezvoltare profesională, se recomandă respectarea următoarelor bune practici organizaționale și metodologice: Stabilirea unui număr optim de participanți – Grupele să fie formate din maximum 25–30 de persoane pentru a permite interacțiune

	post-vânzare; - Identifica și caracteriza segmentele de piață relevante pentru produsele sau serviciile companiei; - Recunoaște factorii interni și externi care influențează succesul în vânzări (comportamentul consumatorului, tendințele pieței, competiția, etc.). La nivel de aplicare: Participanții vor fi capabili să: - Utilizeze în mod practic instrumente și tehnici de vânzare eficiente (prospectare, întrebări, prezentare,	etapă a procesului: ○ 2.1. Prospectarea clienților: identificarea publicului țintă și tehnici moderne de generare a lead-urilor ○ 2.2. Stabilirea contactului: primele interacțiuni cu potențialii clienți și cum să creezi o impresie pozitivă ○ 2.3. Identificarea nevoilor: cum să descoperi adevăratele dorințe și priorități ale clientului ○ 2.4. Tehnologia întrebărilor: formularea întrebărilor deschise, închise, de explorare și de confirmare ○ 2.5. Ascultarea activă: ascultarea cu intenție pentru a înțelege nu doar ce spune clientul, ci și ce nu spune ○ 2.6. Prezentarea soluției: adaptarea ofertei	clare, exemple relevante și imagini explicative; Exerciții practice individuale și de grup: pentru aplicarea imediată a tehnicilor de vânzare în contexte reale; Simulări de vânzare și jocuri de rol: recrearea situațiilor reale de interacțiune cu clienții pentru dezvoltarea încrederii și rafinarea abilităților; Studii de caz concrete: analizarea și rezolvarea unor situații inspirate din realitatea de business, adaptate la domeniul participanților; Sesiuni de brainstorming: generarea	cu amenajare flexibilă pentru lucru individual și activități de grup; Echipamente tehnice moderne: – Videoproector de înaltă rezoluție pentru prezentări vizuale atractive – Ecran de proiecție sau perete alb – Sistem audio performant pentru claritate în comunicare – Flipchart cu foi și markere colorate pentru notițe vizibile și lucrul interactiv Materiale auxiliare: – Hârtie A4, pixuri, post-it-uri pentru activitățile practice – Mape de lucru pentru participanți – Fișe de	contexte concurențiale și dificile; 3. Analizeze preferințele și comportamentele consumatorilor, pentru a ajusta oferta în funcție de cerințele reale ale clienților; 4. Integreze inovații și tehnici moderne în procesul de vânzare, crescând eficiența și calitatea interacțiunii cu clientul; 5. Construiește o strategie personalizată de vânzare pentru produsele sau serviciile companiei, bazată pe obiective clare, segmente țintă și	ate logic și ilustrate cu exemple concrete; Materiale de sprijin și resurse suplimentare, inclusiv fișe de exerciții, ghiduri de întrebări, tabele și template-uri utile pentru aplicare a celor învățate în activitatea profesională; Chestionar de evaluare inițială (pre-training) – pentru identificarea	Indisponibilitatea formatorilor – Situații neprevăzute precum îmbolnăvirea trainerilor sau alte urgențe care pot necesita reprogramare a sesiunilor; Nivel scăzut de implicare din partea participanților – Lipsa de motivație, absențe nemotivate sau participare formală, care pot reduce eficiența învățării și dinamica grupului; Grupe prea mari – Depășirea numărului optim de participanți (peste 25–30 persoane/grup), ceea ce poate limita interactivitatea, implicarea individuală și	activă, aplicabilitate și feedback individualizat. 2. Selectarea atentă a participanților – Implicarea persoanelor direct implicate în activitatea de vânzări sau în gestionarea echipelor comerciale, pentru a asigura relevanța conținutului și transferul rapid în practică. 3. Pre-gătirea spațiului și a logisticii tehnice din timp – Asigurarea unei săli adecvate, cu lumină naturală, echipamente funcționale (proiector, flipchart, internet
--	--	--	--	---	---	--	--	---

	lucrul cu obiectii); • Elaboreze și aplice indicatori de performanță (KPI) pentru monitorizarea rezultatelor individuale și de echipă în procesul de vânzare; • Măsoare și analizeze eficiența activităților de vânzare în raport cu obiectivele comerciale stabilite.	la profilul și nevoile clientului – beneficii clare, diferențiatori ○ 2.7. Gestionarea obiectiilor: metode practice pentru a transforma obiectiile în oportunități 3. Modalități eficiente de lucru cu obiectiile ○ Tipologii de obiectii și tehnici pentru fiecare tip ○ Cum rămâi calm, profesionist și convingător în fața rezistenței 4. Greșeli frecvente în procesul de vânzare ○ Conștientizarea erorilor care duc la pierderea vânzărilor ○ Instrumente pentru prevenirea și corectarea acestor greșeli ○ 4.1. Închiderea vânzării: semnale de cumpărare, timing și metode de finalizare elegantă ○ 4.2. Serviciile post-vânzare: cum să construiești	de soluții și idei inovatoare în vânzări, încurajând colaborarea între participanți; • Jocuri de business și exerciții gamificate: pentru creșterea angajamentului și învățarea prin experiență directă; • Mini-prelegeri tematice: introducerea unor concepte esențiale într-un format scurt, clar și aplicat; • Discuții ghidate și feedback în timp real: explorarea situațiilor întâlnite de participanți și identificarea celor mai bune practici; • Activități de auto-reflecție și autoevaluare: pentru	exerciții, chestionare pre/post-instruire, grile de evaluare Sprijin digital de instruire: – Prezentări PowerPoint bine structurate – Materiale adiționale în format electronic (PDF-uri, template-uri, tabele etc.) Condiții tehnice suplimentare: – Calculatoare/laptopuri (acolo unde este necesar pentru exerciții sau simulări) – Conexiune stabilă la internet pentru acces la resurse online și activități interactive Acces la platformă de training (la cerere):	canale relevante; 6. Evaluează performanța proprie sau a echipei prin indicatori (KPI-uri) relevanți, în scopul optimizării rezultatelor comerciale.	nivelul de cunoștințe și așteptările lor • Chestionar de evaluare finală (post-training) – pentru măsurarea progresului și a gradului de asimilare a conținutului; • Tabele de analiză și aplicații practice, care vor fi completate în timpul activităților de grup sau individuale, contribuind la	feedbackul personalizat; • Nepotrivirea conținutului cu nivelul real al participanților – Diferențe mari de experiență, funcții sau domenii, care pot crea dificultăți în livrarea unui conținut echilibrat și relevant pentru toți;	stabil) și aranjament flexibil pentru lucru în grupuri. 4. Implementarea activă a participanților – Încurajarea dialogului, a întrebărilor și a schimbului de experiență între colegi, pentru a crea o atmosferă de învățare deschisă și colaborativă. 5. Furnizarea materialelor de instruire la timp – Prezentările, fișele de lucru și materialele adiționale să fie oferite în format fizic sau electronic pentru a sprijini
--	--	--	--	--	---	--	--	---

		loialitate și recomandări 5. Pâlnia vânzărilor ○ Cum să construiești o pâlnie eficientă și să monitorizezi conversia clienților de la interes la achiziție ○ Indicatori esențiali în fiecare fază a pâlniei 6. Strategii și modele de vânzări ○ Compararea principalelor modele de vânzări (SPIN, SNAP, Challenger, etc.) ○ Alegerea strategiei potrivite în funcție de produs, piață și client 7. Marca comercială și promovarea acesteia pe piețele internaționale ○ Cum influențează brandul percepția și decizia de cumpărare ○ Tactici de poziționare și diferențiere pentru piețele externe	conștientizare a propriului stil de vânzare și zonele de creștere; • Lucru în echipă: dezvoltarea cooperării, ascultării active și a persuasiunii constructive între colegi.	pentru livrare blended sau hibrid (fizic + online) Ambianță prietenoasă și profesională, care încurajează participarea activă, comunicarea și implicarea.		dezvoltarea gândirii strategice; • Fișe de autoevaluare și reflecție , menite să ajute participanții să-și conștientizeze punctele forte și ariile de dezvoltare;		procesul de învățare activă și revizuirea ulterioară. 6. Oferirea de feedback individual și de grup – Încurajarea reflecției și clarificarea punctelor cheie în timpul și la finalul instruirii, prin feedback constructiv, atât din partea formatorului, cât și între participanți. 7. Adaptarea conținutului la realitățile participanților – Integrarea de exemple, studii de caz și exerciții din domeniile în care activează participanții pentru a
--	--	---	--	---	--	---	--	--

		○ Rolul vânzătorului ca ambasador al brandului 8.Studierea și analiza situațiilor reale din vânzări ○ Simulări de vânzări și studii de caz adaptate industriei participanților ○ Exerciții aplicative pentru dezvoltarea gândirii strategice și luarea deciziilor rapide în vânzări						asigura aplicabilitatea imediată a celor învățate. 8. Monitorizarea progresului și evaluarea rezultatelor – Utilizarea chestionarelor pre- și post-instruire, a exercițiilor aplicative și a autoevaluării pentru a măsura progresul și impactul formării.
--	--	---	--	--	--	--	--	--

Semnat: _____ Numele, Prenumele: Olga Colesnicova În calitate de: Administrator

Ofertantul: Oktrainings SRL Adresa: or. Chisinau str. Trandafirilor 29/1, 95