

kod szkolenia: ZP-AgSale / PL DL 2 d

Agile i Sprzedaż - jak skutecznie korzystać z podejścia zwinnego w rozwijaniu sprzedaży



Przeznaczenie szkolenia

Szkolenie skierowane jest do osób pracujących w działach sprzedaży, promocji i public relations, zajmujących się komunikacją z klientami oraz osób zarządzających takimi działami. Najwięcej skorzystają na szkoleniu osoby odpowiedzialne za sprzedaż internetową, relacje z klientami, osoby tworzące nowe lub rozwijające obecne produkty i/lub usługi.



Korzyści wynikające z ukończenia szkolenia

- poznanie frameworku zwinnego
- nabycie umiejętności iteracyjnego, przyrostowego budowania rozwiązań
- nabycie umiejętności wykorzystywania informacji zwrotnej w projektowaniu i rozbudowie rozwiązań
- nabycie umiejętności budowania wymagań biznesowych w oparciu o zasady Agile
- nabycie umiejętności w wykorzystywaniu modeli biznesowych z użyciem podejścia zwinnego



Oczekiwane przygotowanie słuchaczy

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie słuchaczy.



Język szkolenia

- Szkolenie: polski

- Materiały: polski



Czas trwania

2 dni / 14 godzin

Agenda szkolenia

Szkolenie prowadzone jest technikami opartymi o prace warsztatowe oraz ćwiczenia grupowe i indywidualne.

Program szkolenia:

1. Zwinność, jako element sukcesu firmy
 - przewaga firm zwinnych nad prowadzonymi klasycznie
 - dlaczego zwinność jest w modzie
 - wyznaczniki zwinności
2. Co to znaczy być zwinnym
 - ciągle doskonalenie się
 - na czym polega praca iteracyjna
 - jak planować poszczególne iteracje
 - co wziąć pod uwagę w planowaniu pracy zwinnej
3. Rola komunikacji w podejściu zwinnym do rozwoju
 - analiza interesariuszy
 - zasady komunikacji oraz feedbacku
4. Znaczenie środowiska, otoczenia biznesowego w projektowaniu i rozwoju sprzedaży
 - narzędzia do analizy zewnętrznej
 - zasady wprowadzania zmian do projektu na podstawie zmieniającego się otoczenia
5. Zasady ustalania zakresu poszczególnych iteracji – budowanie wymagań
 - czym są wymagania biznesowe
 - jak poprawnie szacować czas trwania planowanych zmian
 - jak decydować o priorytecie proponowanych kierunkach rozwoju produktów/usług
6. Rola informacji zwrotnej w planowaniu rozwoju
 - jak zbierać informacje zwrotne od użytkowników i klienta
 - wykorzystanie informacji zwrotnych do rozwoju usług/produktów
7. Modele biznesowe w sprzedaży
 - najpopularniejsze modele biznesowe w podejściu zwinnym
 - jak wykorzystywać modele do rozwoju usług/produktów