



Виктория Мельник

Бизнес-тренер, бизнес-консультант, кандидат исторических наук
Основные направления обучающих программ и курсов:

- Тренинги активных продаж
- Тренинги по работе с клиентами
- Обучение персонала торгового зала
- Переговоры
- Холодные звонки
- Отношения с клиентами – эмоциональные продажи
- Team building
- Развитие эмоционального интеллекта

Работа со страхами, шаблонами, ограничивающими убеждениями
В прошлом - директор компаний с различными видами деятельности, руководитель отделов продаж, профессиональный активный продавец.

Специалист по построению системы отделов продаж, увеличению продаж в компаниях малого и среднего бизнеса.

Организатор и ведущий онлайн-мероприятий – конференций, обучающих курсов, вебинаров.

Автор онлайн-курсов по продажам.

Коуч личностного роста.

Примеры программ:

<http://business-to-business.ru/treningi/>

<http://business-to-business.ru/lichnostnyj-rost/>

Подробное резюме:

Основное образование:

- Уральский Государственный Университет, филологический факультет.
- Государственная Публичная Научно-Техническая Библиотека Сибирского Отделения Российской Академии наук. Аспирантура.

Дополнительное образование:

Более 20 тренингов и курсов по продажам, тренерству, личностному росту, интернет-маркетингу.

Опыт работы:

ИП Мельник Виктория Викторовна (январь 2012 – наст. вр.)

Бизнес-тренер, бизнес-консультант.

Проведение масштабных консалтинговых проектов по увеличению продаж в компаниях малого и среднего бизнеса.

Бизнес-консультирование собственников малого и среднего бизнеса.

Коучинг личностного роста.
Разработка и проведение рекламных кампаний.
Обучение персонала.
Тренинги по продажам, командообразованию, работе с клиентами.
Тренинги личностного роста.
Построение отделов продаж.

ИД «Сибирь-Пресс»

Директор по медиапланированию и работе с VIP-партнерами (февраль 2008 – июль 2008)

Общественно-политический блок (еженедельник «Аргументы и факты», газета «Метро-Новосибирск», журнал «Метро-Сити»)

Функциональные обязанности: Формирование и организация работы отдела продаж. Работа с редакциями изданий – участие в разработке и проведении тематических проектов, круглых столов по направлению (финансовые, страховые компании, обучающие организации).
Работа с VIP-партнерами, прямые продажи, обучение персонала.

МПА «Рекламист»

Директор (май 2007 – февраль 2008)

(Агентство комплексного рекламного обслуживания)

Задачи: общее руководство компанией, оптимизация бизнес-процессов, развитие и продвижение основного направления деятельности компании - *разработки и проведения рекламных кампаний*, продвижение собственной торговой марки.

Стратегическое, тактическое и оперативное планирование бизнеса, внедрение новых технологий, формирование и развитие ресурсов.

Планирование и прогнозирование продаж, руководство ключевыми проектами.
Работа со стратегическими заказчиками.

МПА «Рекламист»

Заместитель генерального директора (май 2006 – май 2007)

Основные задачи: увеличение объемов продаж, ведение переговоров, развитие ключевых клиентов, формирование клиентской базы, внедрение технологий реализации проектов, формирование эффективной команды, подбор профессиональных кадров. Оптимизация структуры компании.

В прямом подчинении - руководители клиентского, дизайнерского, креативного, аналитического отделов, отдела размещения в СМИ и работы с подрядчиками. Формирование стратегических планов развития отделов и компании, осуществление их реализации.

Общее руководство проектами по разработке рекламных кампаний для компаний-заказчиков. Анализ рынка, конкурентов, руководство маркетинговыми исследованиями. Стратегическое, оперативное планирование.

Участие в разработке творческих концепций и их воплощении. Анализ и выявление наиболее эффективных рекламных носителей, написание бизнес-планов, продвижение и реализация предложений по отдельным направлениям рекламной деятельности компаний – СМИ, наружная реклама, выпуск корпоративных изданий, BTL, аудио, видео, интернет и пр.

Руководство отделами по проведению рекламных кампаний. Работа с ключевыми клиентами, разными видами бизнеса – FMCG, B2B, B2C.
Продвижение торговых марок, увеличение объемов продаж компаний-заказчиков, развитие рынков.

«Центр корпоративных стратегий и решений» (управленческий консалтинг, обучение персонала)

Директор по развитию бизнеса (апрель 2005 – май 2006)

Исследование и анализ рынка, выбор приоритетных направлений развития, стратегическое и оперативное планирование. Осуществление и контроль продвижения продукта, реклама, формирование системы сбора и анализа маркетинговой информации.

Формирование и структурирование системы продаж в компании – организация производства, формирование и разработка принципов пополнения базы, прямые продажи, работа с ключевыми заказчиками.

Креатив Бюро «ВИКТОРИЯ»
(филиал ООО «Типография Сибири»)
Директор (ноябрь 2003 – март 2005)

Специализация филиала – рекламная полиграфия, дизайнерские разработки, организация и проведение рекламных акций, верстка, печать периодических и продолжающихся изданий. Издательская деятельность.

Общее руководство филиалом. Стратегическое и оперативное управление. Формирование отдела продаж, дизайнерского отдела. Организация производственного процесса, работы с поставщиками. Контроль соблюдения технологических норм печати, допечатной и послепечатной обработки продукции.

Работа с ключевыми заказчиками.

Административно-хозяйственная деятельность.

Отчетность перед головной организацией – предоставление планов, отчетов, результатов.

Финансовая отчетность.

«Типография Сибири»

Руководитель представительства (июль 2001 – ноябрь 2003)

Все функции руководителя самостоятельного подразделения, включая организацию представительства «с нуля», формирование производственного и технологического процесса, подбор и обучение персонала; прямые продажи; формирование рекламной политики подразделения и компании в целом; маркетинговые исследования рынка; административно-хозяйственная деятельность.

«Издательство «Февраль»

Начальник отдела маркетинга (июль 2000 – июль 2001)

Общее руководство отделом.

Подбор, обучение менеджеров по продажам. Изучение и анализ рынка.

Планирование и организация продвижения продукта. Организация PR-мероприятий, рекламных акций. Прямые продажи, работа с ключевыми заказчиками.

Начисление з/платы по отделу. Составление и подписание договоров и иной документации.

«Издательство «Февраль»

Менеджер по продажам (январь 1998 – июль 2001)

Прямые активные продажи. Контроль за выполнением заказов, соблюдением технологии печатного и послепечатного производства.