



## **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.