

24 марта 2010

Слишком «дружный» коллектив вредит бизнесу

К такому выводу пришли участники тренинга «Управляемый отдел продаж», который провели «КОРУС Консалтинг» и консалтинговый центр «Бюро Технологий Сервиса».

Тренинг был посвящен вопросам построения правильной политики продаж и мотивации сотрудников отдела продаж в компании. Как считает директор «Бюро Технологий Сервиса» Светлана Калабина, вопреки распространенному мнению о том, что хороший продавец может продавать все, что угодно – белье в магазине или сложное промышленное оборудование, - практика показывает, что для разных типов продаж нужны разные люди. Например, в B2B секторе будут менее успешны продавцы, ранее работавшие в рознице, т.к. они нацелены на быстрый результат и не привыкли терпеливо «отрабатывать» клиента в течение нескольких месяцев, а то и лет. Для разных сфер продаж нужны люди с различными личностными качествами, при этом и мотивация должна быть более разнообразной, а четкие регламенты работы отдела продаж – вообще «краеугольный камень» успеха.

«Почему, приходя в McDonalds, посетители уверены в том, что их обслужат быстро и вежливо? Именно потому, что в данном заведении есть чётко сформированные регламенты обслуживания клиентов, разработаны



инструменты мотивации и контроля сотрудников. И, несмотря на то, что можно скептически относиться к той или иной кухне, люди выбирают именно то место, где уровень сервиса имеет определённые стандарты качества, а результат – заранее предсказуем», - отмечает Светлана Калабина.

Не менее важная вещь – выстраивание коммуникаций внутри коллектива. «Если переусердствовать со сплочением коллектива в компании, и коллектив превратится в компанию лучших друзей, то они будут управлять бизнесом, а не наоборот», - предостерегает Светлана Калабина.

Эффективная система продаж – это технология, считает тренер. Результатом рационально выстроенной системы продаж является поточное, прогнозируемое установление качественных связей с клиентами, позволяющее гарантировать продажи от средних до высоких, несмотря даже на сезонные колебания, а в итоге - побеждать в конкурентной борьбе и расширять долю рынка.

«Тренинг явился интересным методом трансляции нашего собственного опыта продаж и консалтинга специалистам других компаний», - отметила Мария Бар-Бирюкова, директор направления CRM «КОРУС Консалтинг». – «Важно донести до руководителей отделов продаж мысль о том, что автоматизация и внедрение передовых ИТ-технологий не поможет там, где необходимо сначала перестроить и наладить процессы внутри отдела. Мы будем и в дальнейшем развивать практику бизнес-тренингов – как стадию, предшествующую консалтингу в области внедрения CRM – систем управления взаимоотношениями с клиентами».

Тренинг «Управляемый отдел продаж» состоял из четырех секций. Вначале обсуждались вопросы построения современной эффективной системы продаж, алгоритмы создания или реорганизации отдела. Затем участники определили оптимальный набор «компетенций», необходимых для руководителя отдела продаж. Две последние секции были посвящены рассмотрению различных методик повышения эффективности продаж на «живых» примерах, а также современных ИТ-инструментов, которые могут помочь в достижении поставленных целей.

