

## ИНТЕРВЬЮ С ПАСЕКУНОВЫМ А.Е. ПОСЛЕ КОНФЕРЕНЦИИ «ФОРМИРОВАНИЕ ЭЛИТНОГО СПЕЦНАЗА ПРОДАЖ»

### ФОРМИРОВАНИЕ ЭЛИТНОГО СПЕЦНАЗА ПРОДАЖ. ПОМОГИТЕ СВОИМ ЛУЧШИМ ПРОДАЖНИКАМ ВЫЙТИ НА РЕКОРД

Спасибо за приглашение на конференцию Уилсон Лернинг, посвященную старту проекта «Элитный спецназ продаж» в России. Как и обещала, я познакомилась с руководителями продающих подразделений своей компании с материалами и собрала их вопросы. Буду признательна, если бы вы уделили нам еще немного внимания. Заранее благодарю за ответы.  
Светлана Мельник, HR директор

### ПОЧЕМУ В ПРОЕКТЕ ВЫ ДЕЛАЕТЕ АКЦЕНТ ТОЛЬКО НА ЛУЧШИХ СОТРУДНИКАХ?

Вы, наверняка, знаете, что по закону Парето 20% сотрудников зарабатывают 80% дохода компании. Именно этих менеджеров нужно выделить и помочь им раскрыть все свои таланты.  
При этом текущая работа с остальными сотрудниками ни в коем случае не прекращается.  
Элитная часть персонала будет выступать в качестве первопроходцев, обеспечивая наработку самых эффективных приемов продаж, которые будут транслироваться всем сотрудникам.

### ЧТО НОВОГО МОЖЕТ ПРЕДЛОЖИТЬ ПРОЕКТ СИЛЬНЫМ СОТРУДНИКАМ? ОНИ, КАК ПРАВИЛО, ОБУЧЕНЫ И ПЕРЕОБУЧЕНЫ ПО МНОГУ РАЗ.

Вы совершенно справедливо отметили несколько проблемных зон в обучении продавцов. На мой взгляд, самые главные из них две: первое, соответствует ли содержание обучения текущему моменту и, второе, что является мерилем качества обучения.  
По вопросу содержания обучения хочу отметить, что на рынке коренным образом изменилась ситуация. Мы наблюдаем сильнейший сдвиг в усилении позиции покупателя. Со старыми приемами продавец, зачастую, даже не может попасть на встречу с заказчиком. Покупатель очень чувствительно относится к вопросу цены и ведет переговоры с позиции силы.  
Мы включили в проект самые последние наработки нашей материнской компании по активизации контактов с клиентами, по усилению ценностноориентированных продаж, по навыкам презентации преимуществ своих продуктов и услуг, по укреплению личностных отношений с ключевыми заказчиками, по умениям противостоять попыткам клиентов добиться лучших условий за счет поставщика.  
По маркерам качества обучения я всегда настаивал на том, что не количество посещенных тренингов и не уровень «фана» в обучении является главным показателем. Самое главное, что вынесли участники из аудитории, и каких новых результатов они добились, используя изученные приемы.

### ЧТО ПРЕДУСМОТРЕНО В ПРОЕКТЕ, ЧТОБЫ ДОСТИГНУТЬ НАИБОЛЬШЕГО ПРОЦЕНТА УДЕРЖАНИЯ МАТЕРИАЛА ПОСЛЕ ТРЕНИНГА?

Все тренинговые программы сопровождаются пост-тренинговыми активностями, такими как онлайн тренажеры, совместными полевыми визитами, большой совместной работой с руководителями отделов продаж, коучинговыми активностями. Каждый тренинг в среднем сопровождается двумя месяцами пост-тренинговой работы.

Хочу обратить ваше внимание, что акцент этой работы состоит не в простом закреплении материала, полученного на тренинге, а в достижении новых результатов через использование изученного материала.

**ИНТЕРЕСНО, А КАКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ УЖЕ УДАЛОСЬ ПОЛУЧИТЬ ВАШИМ КЛИЕНТАМ?**

Проект направлен не просто на мизерное, а на существенное увеличение продаж. Грамотное сочетание лучших мировых программ по продажам, сильная пост-тренинговая работа, а самое главное, правильный отбор кандидатов в проект позволил уже в первых наших опытах в России (продажи программного обеспечения, медицинских приборов, оргтехники, продуктов питания, фармацевтических товаров) увеличить продажи до 30%.

Я согласен, что рынок сейчас непростой. Он непростой, потому что еще не поняты новые правила игры на нем. Главное- не останавливаться и не опускать руки. Если ничего не менять на входе, то не стоит ждать изменений на выходе. Данный проект вносит сильные и результативные изменения к подготовке сотрудников отдела продаж. Опытные и профессиональные менеджеры по продажам иногда и сами не подозревают, насколько больше они могут принести в компанию. Помогите им сделать рывок.