

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.