

Ο ρόλος των Sales Managers στην εκπαίδευση πωλητών

Του Γιώργου Δρακουλάκου*



Ένας ή και περισσότεροι πωλητές της ομάδας σας δεν αποδίδουν όπως ενδεχομένως θα θέλατε. Το πρόβλημα είναι προφανές, δεν νομίζετε; Δεν έχουν εκπαιδευτεί σωστά. Σχεδιάζετε και υλοποιείτε μια εκπαίδευση 2-3 ημερών σε πωλησιακές ικανότητες, αλλά τρεις μήνες μετά οι πωλητές σας εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν τα ίδια προβλήματα στην αγορά. Καταλήγεται να πείτε ότι «η εκπαίδευση δεν είχε αποτέλεσμα». Όταν οι πωλητές μας, ειδικά μετά την εκπαίδευση, αποτυγχάνουν να αποδώσουν τα αναμενόμενα, οι Sales Managers προσθέτουν στην εξίσωση της αποτυχίας και την εκπαίδευση. Οι πλέον σημαντικοί παράγοντες για την περιορισμένη επιτυχία της εκπαίδευσης είναι ότι οι συμμετέχοντες δεν έλαβαν την υποστήριξη ΠΡΙΝ, ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑ. Γιατί ο ρόλος των Sales Managers είναι βασικός παράγοντας επιτυχίας στην εκπαίδευση. Ας ξεκινήσουμε με μια παραδοχή: η εκπαίδευση έχει κόστος. Τόσο σε χρήμα όσο και σε χρόνο. Γι' αυτό και θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως επένδυση. Εσείς ως Sales Manager καθώς και η εταιρεία σας, ενδιαφέρεστε η επένδυσή σας να έχει ανταπόδοση - ROI (Return on Investment). Ο οργανισμός σας αγοράζει μηχανήματα και μετά τα βάζει να λειτουργήσουν, έτσι δεν είναι; Το ίδιο πρέπει να ισχύσει και για την εκπαίδευση. Θα πρέπει να μπει σε εφαρμογή! Άρα ο πρώτος λόγος είναι ότι θέλετε να βεβαιωθείτε ότι η επένδυσή σας έχει αξιοποιηθεί καλά και ότι δεν χάθηκε. Ένας δεύτερος λόγος είναι επειδή έχει αντίκτυπο στη φήμη σας ως ηγέτη καθώς και στην επιτυχία σας. Τα στελέχη της ομάδας σας αναζητούν από εσάς κατεύθυνση και καθοδήγηση. Εάν πιστεύετε στην αξία της εκπαίδευσης και την υποστηρίζετε, θα το κάνουν και τα στελέχη σας. Σε αντάλλαγμα, οι άνθρωποί σας θα συμμετέχουν περισσότερο κατά τη διάρκεια του προγράμματος, θα μάθουν περισσότερο, θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τη μάθηση πιο αποτελεσματικά και θα είναι πιο επιτυχημένοι στις πωλήσεις τους. Τέσσερα εύκολα βήματα για να οδηγήσετε τη μάθηση.

1 Ξεκινήστε με τον εαυτό σας
Βεβαιωθείτε ότι γνωρίζετε και έχετε

κατανοήσει πλήρως τις ανάγκες των ανθρώπων σας (δυνατά και τα προς βελτίωση σημεία).
Θέστε στόχους μάθησης για τον καθέναν από τους ανθρώπους σας ξεχωριστά (π.χ. ο Χ πωλητής μου πρέπει να αναπτύξει την ικανότητά του στη διερεύνηση αναγκών και στη σύνδεση αυτών με τα οφέλη των δικών μας προϊόντων ή υπηρεσιών)

2 Προετοιμάστε τον πωλητή σας για την εκπαίδευση

Αφιερώστε χρόνο για να συναντήσετε τον πωλητή σας ώστε να συζητήσετε τι καλύπτεται στην εκπαίδευση. Συζητήστε ποια είναι τα αναμενόμενα αποτελέσματα και πώς η εκπαίδευση θα ωφελήσει εσάς, τον πωλητή σας καθώς και τον οργανισμό. Ελέγξτε τους στόχους με τον πωλητή σας. Ζητήστε του να εκφράσει αυτό που ελπίζει να κάνει διαφορετικά όταν επιστρέψει από την εκπαίδευση.

3 Υποστηρίξτε τον πωλητή σας κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης

Το πιο σημαντικό πράγμα που μπορείτε να κάνετε τώρα είναι να συνεχίσετε να διευκολύνετε τη μάθηση του πωλητή σας. Αυτό σημαίνει να διασφαλίσετε ότι η εκπαίδευση δεν διακόπτεται συνεχώς από θέματα που ουσιαστικά μπορούν να περιμένουν. Εκτός φυσικά αν συντρέχει σοβαρός λόγος απώλειας ενός σημαντικού πελάτη.

4 Δεσμεύστε τον πωλητή μετά την εκπαίδευση

Ο στόχος είναι να έχετε μια συζήτηση με τον πωλητή και να ελέγξετε τι έχει μάθει και πώς θα εφαρμόσει τη μάθηση. Μερικές ενδεικτικές ερωτήσεις σχετικά με την αποστολή σας για να ξεκινήσετε αυτή τη συζήτηση, είναι οι εξής:
► Τι διαφορετικό έμαθες από αυτά που ξέρεις ή αυτά που κάνουμε εδώ;
► Ποια ήταν τα πιο σημαντικά πράγματα που έμαθες;
► Πώς σκοπεύεις να τα εφαρμόσεις αυτά;
Θέλετε να βεβαιωθείτε ότι συνεχίζετε να ενισχύετε και να υποστηρίζετε τον πωλητή έως ότου έχετε ευρήματα-αποδείξεις ότι έχει ενσωματώσει τη μάθηση στις καθημερινές του δραστηριότητες.

*Ο Γιώργος Δρακουλάκος είναι Partner, Head of Commercial Learning & Development Response και Av. Μέλος Δ.Σ. ΙΠΕ.

Τα νέα της αγοράς

► Θετική εικόνα παρουσιάζει η ελληνική οικονομία, με τη βιομηχανική παραγωγή και τις εξαγωγές να κινούνται ανοδικά και τις λιανικές πωλήσεις να ανακάμπτουν μετά την αποδυνάμωσή τους το τελευταίο τρίμηνο του 2017. Σύμφωνα με το μηνιαίο δελτίο οικονομικής δραστηριότητας του **ΣΕΒ**, ο όγκος των λιανικών πωλήσεων παρουσίασε μικτή εικόνα τον Φεβρουάριο του 2018, καθώς οι σημαντικές αυξήσεις στα μεγάλα καταστήματα τροφίμων (+2,4%), τα φαρμακεία και καταστήματα καλλυντικών (+4,6%), τα καταστήματα ειδών ένδυσης και υπόδησης (+2%) και επίπλων και οικιακού εξοπλισμού (+7,7%), αντισταθμίστηκαν από μειώσεις στα εξειδικευμένα καταστήματα τροφίμων (αρτοποιαεία, κρεσπωλεία, οπωροπωλεία κ.λπ., -11,1%), τα πολυκαταστήματα (-4,3%) και τα βιβλιοπωλεία - καταστήματα ειδών τεχνολογίας (-6,1%).

► Την επικύρωση της συμφωνίας εξυγίανσης που υπέγραψαν ο **Όμιλος Φάις** με τις τράπεζες **Alpha Bank, Eurobank** και **Πειραιώς**, τις εταιρείες leasing **Eurobank** και **Κύπρου** και την εταιρεία **Λεμονής Α.Ε.** και τους μετόχους της, επικύρωσε το Πολυμελές Πρωτοδικείο Πειραιώς, στις 11 Μαΐου, με στόχο την υπαγωγή της **Λεμονής Α.Ε.** στο άρθρο 106δ του Πτωχευτικού Κώδικα. Ο Όμιλος Φάις, σε αμοιβαία συνεργασία με τις τράπεζες, τους προμηθευτές εσωτερικού και εξωτερικού, τα στελέχη και τους μετόχους της εταιρείας **Λεμονής Α.Ε.** καθώς και τα **Απτικά Πολυκαταστήματα Α.Ε.** (ΑΤΤΙΚΑ), κατάφερε να υλοποιήσει ήδη ένα πολύ μεγάλο κομμάτι της απαιτούμενης αναδιάρθρωσης, με σημαντικότερα βήματα προς την εξυγίανση της ιστορικής εταιρείας, όπως η ριζική περιστολή δαπανών, η επαναλειτουργία του συνόλου των καταστημάτων που είχαν κλείσει κατά τη διάρκεια των πρώτων μηνών του 2017, η ριζική ανακαίνιση σημαντικού αριθμού καταστημάτων, καθώς και το άνοιγμα νέων καταστημάτων **Καλογήρου** και **Χαραλά** στη Σταδίου (City Link) και **Καλογήρου** στη Μύκονο.