



VAŠ PRODEJNÍ TÝM MŮŽE DOSAHOVAT JEŠTĚ LEPŠÍCH VÝSLEDKŮ

**Pomůže mu více řízení
nebo více podpory?**

Odborný článek Mercuri International

Strana 1 (2)

Prakticky všechny průzkumy, analýzy, audity a „assessments“ poukazují na značný prostor pro zvýšení výkonnosti prodejních týmů a jednotlivých obchodníků. I ty nejlepší týmy se pomyslné „sales excellence“ pouze přibližují. Rozdíly v dosahovaných výsledcích mezi pobočkami nebo obchodníky ze stejné společnosti prodávajícími ve srovnatelné situaci (nabídka, trh), jsou někdy až zarážející.

Způsobů a cest ke zvýšení výkonnosti prodeje existuje celá řada. Někdy je řešením zásadní transformace prodeje nebo optimalizační projekt. Pokud má prodejní organizace konkurenceschopnou nabídku, relativně fungující prodejní procesy a postupy, může k podstatnému zvýšení výkonnosti i výsledků prodejního týmu přispět především sám manažer prodeje... tím, že týmu a hlavně jednotlivým obchodníkům poskytne potřebné řízení a podporu. Ale jak a co konkrétně?

Obecně se dá říci, že obchodník potřebuje pro úspěch obojí - řízení i podporu. Co mu pomůže víc a co hlavně brání ještě lepším prodejním výsledkům – to už záleží na konkrétní situaci. Ve své konzultační praxi se setkáváme i s případy, kdy chybí obojí. Nejčastější je ale situace, kdy se manažer prodeje zaměřuje především na jednu z těchto dimenzí. A to obvykle k úspěchu nevede.

Námět na to, čemu se více věnovat a co může vašemu týmu přinést ještě lepší prodejní výsledky, najdete ve stručném popisu, co typicky řízení a podpora prodeje zahrnuje.

Řídit prodejní tým znamená

- Určit jasnou prodejní strategii, cíle a priority – celkové i pro každého obchodníka
- Určit prodejní procesy a postupy a specifikovat potřebné aktivity
- Zajistit potřebné zdroje, pomůcky a nástroje
- Sledovat a reagovat na celkovou i individuální situaci obchodníků v různých úrovních:
 - výsledky
 - zákaznická platforma (u zákaznického prodeje)
 - „pipeline“ a jednotlivé obchodní příležitosti (u projektového prodeje)
 - produkty
 - prodejní aktivity
 - potřebné kompetence
- Komunikovat a vést obchodníky (individuální rozhovory, porady apod.)

www.mercuri.cz

Pro více informací kontaktujte: Jiří Šedivý
jiri.sedivy@mercuri.cz



Podporovat prodejní tým znamená také dodržovat tato doporučení

- Nemyslete na to, co váš tým může udělat pro vás, ale především na to, co můžete udělat pro váš tým vy
- Lidé mají tendenci spíš dělat to, co sami děláte, ne to, co jim říkáte - buďte příkladem
- Raději pomáhejte týmu prodat, než abyste prodávali sami
- Motivujte i jinými způsoby než jen platem a bonusem
- Dobré zaškolení nových obchodníků zajistí jejich rychlejší produktivitu a vyšší motivaci
- Zajistěte pro vaše obchodníky potřebný rozvoj (obsah, rozsah, kvalita)
- Trénink rozvíjí potřebné znalosti a dovednosti, realizace v praxi a chování obchodníků „v terénu“ závisí ale především na vás
- Při vedení „řídících rozhovorů“ i na poradách věnujte kromě zjišťování stavu, určování priorit apod. dostatek času i přímé podpoře obchodníků a plánování dalších podpůrných aktivit
- Vaše přímé koučování obchodníků „v terénu“ nebo v kanceláři je nenahraditelné, při koučování méně mluvejte a více se ptejte
- Výpověď by nikdy neměla být překvapením, udělejte vše proto, aby k ní zbytečně nedošlo

