

Értékesítők

képzési programjának előkészítése

SalesMax kérdőíves vizsgálattal

Háttér

A piaci környezet és a vállalat elvárásainak változásai időről időre a cég **értékesítési, ügyfélkezelési stratégiájának módosítását** vonja maga után. Ezek a változtatások a leginkább a cég kereskedelmi munkatársaival kapcsolatos elvárások elmozdulásában érhetők tetten.

Annak érdekében, hogy ezek a megváltozott elvárások, értékesítési viselkedésbeli hangsúlyok az egész eladással, ügyfélkiszolgálással foglalkozó szervezetben egységesek, jól, pontosan meghatározottak és érthetők, viselkedésben kivitelezhetőek legyenek, a stratégia módosítását érdemes egy átfogó képzési programmal indítani, nyomatékosítani. Így gondolkodtak egy, a telekommunikációs szolgáltató piacon jelentős szerepet játszó cég vezetői is, amikor piaci stratégiájuk jelentős módosításáról döntöttek.

Megváltozott üzleti stratégia

Az eddigi ügyfélszerzést és megtartást előtérbe állító értékesítési stratégiát a magas színvonalú, jól megtérülő szolgáltatások értékesítésére való törekvés váltja fel, amellyel párhuzamban a jelenleg élő szerződések felülvizsgálata is megtörténik.

Az eddig elvárt értékesítési viselkedés fókuszában az ügyféligények és elvárások maximális figyelembe vétele és kielégítése és ezáltal a piaci jelenlét erősítése volt. Az azonnali üzleti eredményesség szempontja tudatosan háttérbe szorult. A várt elmozdulás az értékesített szolgáltatások gyorsabb megtérülése és a proaktív üzleti szemlélet irányába mutat. Tehát az ügyfelek gondozását középpontba helyező „farmer” típusú értékesítéstől fokozatosan el kell jutni a proaktív, „hunter” mintázatú értékesítői viselkedésig.

Felmerülő kérdések

Ennek a folyamatnak a következményeként az értékesítők több olyan szituációval szembesülnek, amelyek eddig ritkán, vagy nem fordultak elő, más képességek, készségek mozgósítását várva el tőlük.

De vajon rendelkeznek-e ezzel a munícióval?

Egyáltalán hogyan fordítható le a stratégia változása elvárt képességekre, készségekre, tudásra?

Az eszköz

A **SalesMax** kérdőív három területet vizsgál:

- a. képet kapunk az **értékesítői személyiségről** (magyar sztenderdekhez hasonlítva), arról is, hogy a profil lefedi-e a farmer, illetve a hunter típusú viselkedést
- b. információt ad az **értékesítési ismeretek** színvonaláról és
- c. segít feltérképezni a vizsgált személy **motiválási lehetőségeit**.

A SalesMax kérdőívet tudjuk kiválasztási és fejlesztési céllal is alkalmazni a rendszerből lekérhető kimenetek függvényében. Ebben a projektben fejlesztési riportokkal dolgoztunk, amely a vizsgálati személy profilján kívül fejlesztési javaslatokat is tartalmaz a kritikusnak tekintett faktorok esetében.

A felmérés

A kérdőívet **58** értékesítésben dolgozó ügyfélmenedzser töltötte ki.

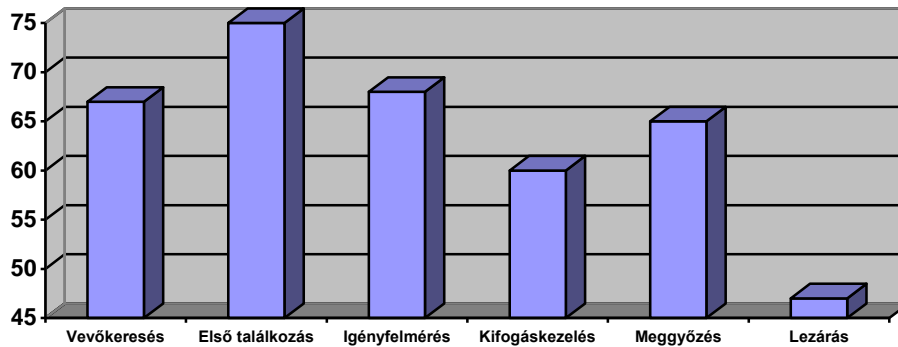
A megbízóval történt egyeztetést követően a teszt eredményei több területen kerültek felhasználásra:

- Egyrészt a személyiség kép alapján áttekintettük a munkaköri megfeleléseket, tehát megnéztük, hogy a főként ügyfélszolgálati jellegű munkát végzők, illetve az értékesítés mély vizében úszók profilja megfelel-e az adott munkakörnek.
- Az eltérő esetekben a vezető munkakörcserékre tett javaslatot, természetesen a munkatárssal egyeztetve.
- Mind a csoportra jellemző személyiségképet, mind az értékesítési ismeretek szintjét figyelembe véve képzési irányokat jelöltünk ki.
- A csoportvezetők betekintést és információt kaptak munkatársaik fejlesztési lehetőségéről és motivációs érzékenységéről.
- A felső vezetők számára a teszt hasznos információkat nyújtott a különálló szervezeti egységek

A legfontosabb eredmények

A képzési igények felmérése során a három mért terület közül az értékesítési ismeretek a leginkább hangsúlyos. Ezen esetben a következő területek bizonyultak a legkritikusabbnak:

- Kifogáskezelés
- Az értékesítés zárása



Ez a kép összhangban van az eddigi értékesítés szellemével, hiszen az elsődleges cél az ügyfél kívánságának maximális kielégítése volt, ahol a felmerülő kifogások az ügyfél pozíciójának erősítését vonták maguk után. Láthatóvá vált, hogy az értékesítőket fel kell készíteni arra, hogy jó előkészítéssel egyrészt előzzék meg a kifogásokat, másrészt olyan egyéni kifogás kezelési megoldásokat találjanak, amely saját értékesítői személyiségüknek, stílusuknak a legjobban megfelel. Tapasztalataink szerint az eladás lezárása, mint ismeret és tudás nemcsak ezen vizsgálat során, de általában is az értékesítési ismeretek egyik gyenge területe szokott lenni, noha fontossága megkérdőjelezhetetlen.

További eredmények

Az értékesítési ismereteken túl természetesen az értékesítői személyiséggel és a motivációkkal kapcsolatban is nagyon fontos vizsgálati eredmények születtek, de ezen esettanulmánynak nem célja ezek részletezése.

A felmérés eredményeinek összegzését erőforrás tükröként használták megbízóink. Visszajelzéseik alapján koncentráltabban tudtak a változtatáshoz elengedhetetlen képzésekben, egyéni fejlesztésekben gondolkodni, a szükséges erőforrásokat meghatározni. A vizsgált munkatársak gazdagabbak lettek egy visszajelzéssel, amely megmutatta, milyen kihívásokra tudnak leghatékonyabban reagálni.

Külön hozadéka volt a helyzetnek, hogy a vezetők számára a visszajelző beszélgetések lehetőséget teremtettek a munkatársakkal való kapcsolat átkeretezésére és a változással kapcsolatos kérdések, problémák tisztázására.