

ROZVOJOVÝ PROGRAM ZVÝŠENÍ VÝKONU OBCHODNÍHO ODDĚLENÍ

Máte potíže s prodejem? Kdo za to může? Vaši obchodníci, jejich vedoucí, marketéři nebo situace na trhu? Nehleďte viníky, tím si příliš nepomůžete.

Hledejte výkonnostní křižovatky. To jsou ta místa, kde dochází k selhávání stávajících pracovních postupů.

Prodejní výkony jsou měřitelné, bohudík i bohužel

A to je důvod, proč by měl obchodní ředitel a manažery tento rozvojový program zajímat. Tady nejde o „nějaké školení“. Tady jde o výkon. Cílem tohoto rozvojového programu je: odhalit nefunkční pracovní postupy, vytvořit nové, a dosáhnout reálného zvýšení prodejního výkonu.

Výkonnostní křižovatky obchodníků

Realitou je, že se skoro vždy ve firmách začíná od konce, od posledního článku řetězu. Máme potíže s prodejem, necháme tedy proškolit obchodníky. Ale v čem? Přece ve znalosti produktů, nabídek nebo softskills. Zlepšíme jejich komunikační dovednosti a zvýšené prodeje se dostaví. A co myslíte, dostaví se? Ke všeobecnému zármutku se ve valné většině případů žádný dramatický nárůst prodejů nekoná.

Důvod? Obchodníci obvykle na školení dostanou spoustu obecných rad a návodů, ale jen málokdy jim někdo pomůže odhalit a vyřešit ta místa, kde reálně selhávají. Ale to není vše. Hlavní potíže je v tom, že většinu výkonnostních křižovatek nemohou obchodníci sami ani odhalit ani vyřešit. Nemají k tomu znalosti, pravomoci ani potřebný odstup.

Výkonnostní křižovatky manažerů

Prodejní výkon obchodníků je těsně spojený s výkonem jejich nadřízených. I oni selhávají, ovšem na svých vlastních výkonnostních křižovatkách. Nejčastěji na těch, kterých si vůbec nejsou vědomi. Z mnoha a mnoha příkladů víme, že vedoucí prodejních týmů mívají velké potíže s tvorbou řídicí strategie, problémy s výrobou nových prodejních a vyjednávacích postupů, s tvorbou obchodně motivačních stimulů. A zvláště pak mají potíže s odhalováním a řešením takzvaných pokusů o únik z tlaku na výkon, tedy těch situací, kdy se je jejich podřízení snaží různými manipulativními způsoby zbavit vůle nebo schopnosti prosazovat realizaci pracovních úkolů.

Co tedy navrhuje

Vytvořili jsme pracovní postup (program), jehož cílem je dosáhnout reálného pokroku v oblasti zvýšení prodeje. Program má tři vývojové fáze:

První fáze Odhalujeme výkonnostní křižovatky, vyhledáváme zejména ty, kde dochází k selhávání obchodníků a manažerů.

Druhá fáze Vyvíjíme nové zvládací postupy, nové řídicí taktiky a strategie, vyrábíme nové obchodní nabídky nebo motivační stimuly.

Třetí fáze Trénujeme obchodníky a manažery v použití nově vytvořených pracovních postupů nebo nástrojů.

Jak při práci postupujeme

Výkonnostní křížovky vyhledáváme zejména během testování v zátěžových situacích. Vývoj nových pracovních postupů, nabídek, obchodních stimulů, řídicích taktik a strategií, provádíme v manažerských dílnách (workshopech), a použití nově vyvinutých pracovních postupů trénujeme na individuálních nebo skupinových školeních.

Celek nebo jen některou část programu

Vyplatí se realizovat celý program nebo stačí jen jeho část? K částečné změně myšlení a postojů dochází už po té, co se nám podaří odhalit třeba i jen několik skrytých výkonnostních křížovatek. Před manažery a obchodníky se náhle objeví nový horizont. Uvidí cestu, po které se mohou posunout dál, za což bývají nesmírně vděční. Na druhou stranu, management by se asi neměl spoléhat na to, že si obchodníci dokáží sami vytvořit nové funkční pracovní postupy. Dle našich zkušeností to bývá pouhé zbožné přání, jehož naplnění je vysoce nepravděpodobné.

Naše doporučení

Obchodníci i manažeři, bývají i při své nejlepší vůli zajatci svých osobních i firemních stereotypů. A z tohoto vězení si obvykle sami ven pomoci nemohou. Nečekejte, že se potíže s prodejem vyřeší samy. Nemuseli byste se dočkat. **Pusťte se s námi hned do práce.**

A kdo by vám s odhalováním a řešením výkonnostních křížovatek pomáhal?

Na tuto oblast se specializuje Mgr. Hynek Choleva.

V jedné osobě v sobě spojuje znalosti odborníka na komunikaci s mnohaletými praktickými zkušenostmi manažera pracujícího ve vrcholných pozicích. Je výkonnostně orientovaný, propagátor školy ne-naivního managementu.

S vyhledáváním výkonnostních křížovatek a výrobou nových zvládacích postupů pomáhal manažerům a majitelům firem působících v mnoha oborech: od finančního sektoru, přes výrobní firmy, služby, až po obchodní společnosti.

Chcete-li nahlédnout do jeho profesního myšlení, nejkratší cesta může vést skrze přečtení některých z jeho článků a studií, které publikuje zejména v odborných časopisech Moderní řízení, HR forum a Marketing a Media.

Více informací naleznete na www.focusmarketing.cz
nebo na telefonním čísle: +420 720 651 328

