آیا نیازمند ایجاد یک تیم فروش هستید

**3 راهکار ساده برای افزایش تاثیرگذاری فروشندگان**

به عنوان موسس یک شرکت وظیفه شما فراهم سازی ابزار و منابع موردنیاز هرکدام از بخش های شرکت به منظور دستیابی به موفقیت است. در این راستا توجه ویژه ای به بخش فروش باید داشت. به طور معمول مدیران شرکت به اعضای این بخش کمترین امکانات را داده و در عوض انتظار نتیجه بهینه و حداکثری را دارند. براین اساس به جای بررسی پرسش هایی نظیر «چگونه می توان در انجام معاملات فروش به تیم شرکت کمک کرد؟» یا «بخش فروش چه منابع و ابزارهایی را برای موفقیت نیاز دارد؟» مدیران شرکت دائما یک پرسش تکراری را مطرح می کنند: «چرا بخش فروش توان انجام معاملات بیشتر را ندارد؟».

در این مقاله علاوه بر تلاش برای تغییر رویکرد مدیران شرکت ها به بحث فروش در پی بررسی سه راهکار ساده و آسان برای افزایش موفقیت و تاثیرگذاری بخش فروش هستیم.

از باور اعضای تیم فروش به محصول شرکت اطمینان حاصل کنید

ابزارها، نرم افزارهای کمکی، روش های فروش، کنفرانس های آموزشی و الگوهای ارتقای جایگاه فروشندگان، همگی در اولویت دوم قرار می گیرند. در ابتدای کار تک تک اعضای تیم فروش باید «شربت ویژه شرکت» را بنوشند. به این ترتیب همه آنها باید از علت حضورشان در آن تیم مطلع باشند. همچنین باید از دلیل انتخاب شان به عنوان یکی از اعضای تیم نیز آگهی کامل داشته باشند. در حقیقت آنها باید احساس مهم بودن به دست آورند. مهم تر از همه اینکه آنها باید بدانند فروش محصول شرکت به مشتریان سبب بهبود وضع زندگی آنها خواهد شد. به این ترتیب هرکدام از اعضای تیم فروش دقیقا با کارویژه گروهی و فردی اش آشنایی پیدا می کند.

مطلب مرتبط: یادآوری تکنیک‌ هایی ساده جهت تقویت تیم فروش / بهبود عملکرد تیم فروش

به عنوان موسس شرکت القای آگاهی هایی که در سطر بالا بیان شد، برعهده شما خواهد بود. بدین ترتیب شما در نقش یک رهبر کسب و کار ظاهر می شوید. وظیفه اصلی تان نیز ایجاد هماهنگی میان اعضای هر بخش و بین هرکدام از بخش ها به عنوان یک سازمان منسجم است.

به عنوان یک کارشناس حوزه کسب وکار همیشه شیوه مدیریت ورزشی بیل بلیچیک را ستایش کرده ام. وی به عنوان سرمربی تیم نیو انگلند پتروتس در لیگ برتر فوتبال آمریکایی ایالات متحده به خوبی از شیوه تاثیرگذاری روی بازیکنان و شرح وظایف تک تک شان آگاهی دارد. در واقع وی علاوه بر مهارت بالا نوعی استعداد ذاتی در برقراری ارتباط با بازیکنان تیمش نیز دارد. به این ترتیب همه بازیکنان وی را به عنوان مرجع بالاتر قبول دارند. به علاوه بیل به خوبی از نحوه هماهنگ سازی شرح وظایف فردی بازیکنان با اهداف تیمی اطلاع دارد. در حقیقت این برترین مزیت بیل در مقایسه با سایر مربی های حرفه ای در لیک ایالات متحده به حساب می آید.

ایجاد یک شرکت موفق نیز دقیقا مشابه سازماندهی یک تیم ورزشی است. براین اساس بخش فروش نیز مانند یکی از بازیکنان تیم است که باید شرح وظایفش را دریافت کند.

تیم تان را به فرایندهای دو مرحله ای عادت دهید

در این بخش هدف من توصیه شما به تمرین تیم تان در راستای مهارت افزایی در تعامل با دو مدل مختلف از چالش هاست. چالش اول افزایش سرعت در شناخت و معرفی محصول شرکت است. براین اساس باید به یک پرسش کلیدی پاسخ دهید: آنها چقدر از ماهیت محصولی که در حال فروشش هستند، اطلاع دارند؟ در موسسه LendingOne ما مبالغ سرمایه گذاری کلان برای متقاضیان تهیه می کنیم. براین اساس بخش مهمی از فرآیند آموزشی فروشندگان آشنایی شان با اصول و قوانین حاکم بر دنیای نقل و انتقال پول های کلان است. همچنین در مورد نرخ های تخفیف، شیوه تعامل با مشتریان و همچنین الگوهای ارائه اطلاعات مورد نیاز متقاضیان باید آموزش لازم صورت پذیرد. هدف از طی چنین مراحلی آشنایی کامل و فهم دقیق تمام جزئیات امور است. به این ترتیب هنگامی که مشتری سوالی را مطرح کند، فروشنده شرکت از قبل پاسخ آن را در ذهن دارد. شاید برای شما نیز پیش آمده باشد که هنگام طرح پرسشی از فروشنده یک شرکت با مکث طولانی وی مواجه شوید. این نوع واکنش در ذهن مخاطب سیگنال های بسیار منفی از شرکت مورد نظر ایجاد می کند. برهمین اساس آمادگی هرچه بیشتر فوشندگان ضروری است. در حقیقت در چنین لحظه های کلیدی سرنوشت معامله مشخص می شود.

چالش دوم ارتباط کمتری با محصول دارد. در این بین باید روی تکنیک های فروش تمرکز کنیم. آیا شما در حال فروش از طریق تلفن، مراجعه به در منزل یا با استفاده از اینترنت هستید؟

به طور معمول هر شرکتی شیوه خاص خود را برای جوش دادن معاملات دارد. همچنین در شرایط مختلف از شیوه های متفاوتی نیز برای تعامل با مشتری استفاده می شود. به عنوان مثال به هنگام فروش تلفنی از شیوه های متفاوت از فروش اینترنتی پیروی خواهد شد. براین اساس در این مرحله بخشی از کار باید آموزش شیوه های برخورد با مشتری هنگام استفاده از ابزارهای ارتباطی مختلف

بی تردید آموزش یکی از مهم ترین کارویژه های هر موسس و مدیر کارآمدی به حساب می آید. به یاد داشته باشید چنین آموزش هایی در عرض یک یا دو جلسه مختصر خاص نمی شود. در اغلب شرکت ها کارمندان برای حداقل یک ماه، به صورت کامل، مورد آموزش قرار می گیرند. تنها پس از طی این دوره یک کارمند اجازه صحبت با مشتری را خواهد یافت. حتی پس از این مرحله نیز به هنگام تعامل با مشتریان یک مشاور همیشه در کنار تیم فروش حضور دارد.

من سراسر زندگی حرفه ای خود را براساس این جمله ساماندهی کرده ام: مردم آنچه را انتظار می رود انجام نمی دهند، بلکه آنچه را القا شود انجام خواهند داد. بدین ترتیب به عنوان یک مدیر باید نحوه فعالیت اعضای تیم فروش تان را به طور مداوم تحت نظر داشته باشید.

اهمیت توجه به تکنولوژی مورد استفاده و بهبود آن در صورت نیاز

اگر تیم فروش شرکت در ماه گذشته عملکرد خوبی را در معاملات فروش داشته است، این تضمینی برای موفقیت در ماه بعد به حساب نمی آید. در بیشتر موارد فروشندگان هر ماه با چالش های جدید مواجه می شوند. بر این اساس سطح تکنولوژی در دسترس شان از اهمیت بالایی برخوردار است.امروزه برخلاف دهه های گذشته ابزارهای بسیار مفیدی برای بهبود روند فروش در بازارهای مختلف وجود دارد. به عنوان مدیر یک شرکت همیشه نیم نگاهی به این ابزارها و تکنولوژی های نوین داشته باشید. بی تردید بدون استفاده از برخی تکنولوژی های ضروری انجام معاملات بزرگ غیرممکن خواهد شد. به علاوه با ورود ابزارهای جدید باید به سرعت اقدام به اخذ آنها کرد. در غیر این صورت در میدان رقابت از رقبا عقب خواهید افتاد.