

Trening prodavača daje rezultate preko noći



Piše:
mr. sc. **Anna Brajković**

Tvrtke u Hrvatskoj podijeljenog su stava oko ulaganja u treninge svojih prodavača, ponajviše zbog sveopće gospodarske krize, ali i zbog nepoznavanja načina na koji se adekvatnom obukom osoblja mogu postići vidljivi financijski rezultati. Ljubaznost i prodajne vještine utječu na kupca tako da se lakše odluči na kupovinu, ali često je nepoznanica koliko dugo treba trenirati prodavače da bi se postigli vidljivi rezultati

Dobro pripremljenim treningom, gdje su dobro postavljene ciljevi koji se treningom trebaju zadovoljiti, te uz dobre motivacijske metode, već nakon prvog treninga rezultat je vidljiv - većina prodavača uspijeva postići postavljene ciljeve, povratiti sredstva uložena u trening te nastaviti raditi s daleko boljim rezultatima, dugoročno ostvarujući znatno veći financijski rezultat od onoga prije obavljenog treninga. Ako vam nakon treninga prodaja poraste za 10 posto, jeste li spremni uložiti u trening jedan posto od tog iznosa? Svatko bi se svakako s tim odmah složio, a kod velikih tvrtki ulaganja u trening nisu čak ni tolika.

Postavite mjerljive ciljeve

Postavljanje pravih, mjerljivih ciljeva prije samoga treninga presudno je za efekt treninga. Ako ste odlučili uložiti u trening prodajnog osoblja, definirajte po svakom treningu najviše tri mjerljiva cilja. Primjerice, poboljšanje usluge prema kupcima, povećanje aktivne prodaje, povećanje

dotadne prodaje i sl. Fokusiranje na tako definirane ciljeve dovest će do rezultata znatno prije nego kroz općenite edukacije prodajnog osoblja. Nakon edukacije postavite kontrolne mehanizme koji će vam osigurati dugoročnost rezultata. Kontrolni mehanizmi najčešće su u osobama poslovođe, ili voditelja prodaje koji se redovito nalaze na prodajnim mjestima. Motivacijom zaposlenike adekvatnim sustavom nagrađivanja, primjerice - stimulacijom prodavača za dodatnu prodaju, postići ćete rezultate i bez kontrolnih mehanizama. Tako postavljen sustav dugoročno će davati željene rezultate.

Otpor usavršavanju

Prodavači u maloprodaji populacija je koja općenito pruža najviše otpora bilo kakvoj vrsti dodatnog usavršavanja. Iz tog razloga izuzetno je bitno pri odabiru trenera birati one koji imaju iskustva u radu baš s prodavačima tog tipa te posjeduju motivacijske vještine. S takvim trenerima vaši će prodavači s treninga izaći zadovoljni, željni postizanja postavljene

nih ciljeva te spremni na daljnja usavršavanja tima. Ako uspijete uz adekvatnog trenera postići sve navedeno, na putu ste da napravite prodajnu organizaciju potpuno orijentiranu vašim kupcima i prodajnom rezultatu.

Delegirajte odgovornost

Kako biste povećali rezultat prodaje, spustite odgo-

vornost za rezultat na niže razine - delegirajte je poslovođama i voditeljima prodaje. Čest je slučaj u praksi da je odgovornost za rezultat na višim menadžerskim pozicijama, a od nižih pozicija se očekuje da taj rezultat ostvare. Kada nekome postavite mjerljivi cilj i date mu alate s kojima će taj cilj postići, te ga ujedno i nagradite za ostvarenje cilja, znatno ste povećali mogućnost ostvarivanja rezultata, odnosno daleko dogurali u izgradnji organizacije orijentirane i osposobljene za postizanje zacrtanih rezultata.

Treninge prodajnog osoblja tako i strukturirajte -

usmjerite ih k postizanju ciljeva te u smjeru motivacije svih razina uključenih u proces.

Educirajte i poslovođe

Ako se odlučite za trening vaših prodavača, ne zaboravite da skupinu prodavača najčešće vodi poslovođa koji mora posjedovati vještine upravljanja ljudima, motivacije, komunikacije, rješavanja konfliktnih situacija i sl. Isto je i s voditeljima prodaje koji vode određeni broj prodajnih mjesta. Za njih predvidite proširene treninge s usavršavanjem dodatnih vještina. Česta je pogreška da tvrtka koja se bavi maloprodajom uloži u tre-

ning prodavača, ali pritom zaboravi educirati nadređene im osobe koje svakodnevno komuniciraju s tim prodavačima, zbog čega efekt treninga traje kraće. Osobe koje vode prodavače svojim znanjem i vještinama moraju biti primjer prodavačima pa ih zato nikako ne "preskačite" u edukacijama.

Edukacije i treninzi prodajnog osoblja nisi sami sebi svrha već im je cilj postizanje određenih rezultata. Kada imate mogućnost kreiranja treninga prema ciljevima vaše tvrtke, tada i rezultat koji ste ciljali neće izostati, a ulaganje u trening višestruko će se vratiti.

