

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV

15 POPULĀRĀKĀS PĀRDOŠANAS SISTĒMU KĻŪDAS

MIKUS TIMOFEJEVS
Pārdošanas sistēmu speciālists

www.pardosana.lv



Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV

SATURA RĀDĪTĀJS

3. 3 populārākās pārdošanas komponentu kļūdas

10. 5 lietas, kas reāli motivē pārdošanas speciālistus

14. 5 pazīmes, kas liecina, ka pārdošanas vadītājs nav īstajā vietā vai laikā

18. 7 pazīmes, kas liecina, ka pārdošanas speciālistā ir vērts ieguldīt + BONUS

MIKUS TIMOFEJEVS

Pārdošanas sistēmu speciālists

www.pardosana.lv



Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV

3 POPULĀRĀKAS PĀRDOŠANAS KOMPONENTU KĻŪDAS



Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

MIKUS TIMOFEJEVS

Pārdošanas sistēmu speciālists

www.pardosana.lv

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV

Pārdošana- tā ir sistēma!
Un šai sistēmai ir 5 komponenti. Katrs no tiem veido apmēram 15-30 % no kopējā rezultāta. Veicot uzlabojumus tikai vienā komponentā, **jūs uzlabosiet pārdošanas rezultātus par 15–30 %!**



Mikus Timofejevs
Pārdošanas sistēmu speciālists

5 pārdošanas komponenti



Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV

Efektīvu pārdošanas sistēmas pārveidi ir iespējams īstenot, loģiskā secībā, pārmaiņas veicot pakāpeniski.

Nosakiet savas šī brīža prioritātes un tikai tad veiciet uzlabojumus visā pārdošanas sistēmā vai kādā no tās komponentiem.

> Atcerieties- sistēmas galvenais mērķis ir pasargāt sevi pašu no pārveides!



Pārdošanas process

- Plānošana
- Darbības rādītāji
- Motivācijas sistēma
- Pārdošanas darbinieki

PĀRDOŠANAS PROCESSA 3 BIEŽĀKĀS KĻŪDAS

1 Pārdošanas stratēģija uzņēmumā aprobežojas ar skanīgu frāzi „Ejiet un tirgojiet!” **Patiesībā lielā daļā uzņēmumu pārdošanas stratēģija nemaz nepastāv.** Katrs pārdevējs pārdod, kā māk un var. Tieši tādēļ dažreiz pārdevēji, kas ir lielos uzņēmumos veiksmīgi un sistemātiski pildījuši pārdošanas plānus, atnākot strādāt uz uzņēmumu bez pārdošanas stratēģijas, neko nevar pārdot.

Stratēģija atbild uz jautājumiem: Ko mēs pārdodam? Kam to pārdodam? Kā mēs to pārdodam? Bez skaidrām atbildēm uz šiem jautājumiem arī talantīgiem un pieredzējušiem pārdevējiem pārdot ir ļoti sarežģīti.

2 **Pārdošanas struktūras atbildības sadalījuma trūkums** jeb galveno pārdošanu veic uzņēmuma vai pārdošanas vadītājs, bet visi pārējie ir piedēkļi. Ir būtiski, lai katram darbiniekam pārdošanas komandā ir sava loma un kompetence, citādi pārdošanas komanda vairs nav komanda

3 **Pārdošanas sistēma ir aprakstīta apjomīgos dokumentos.** Tā ir sarežģīta un līdz ar to pārdošanas vadītājs un speciālisti to nemaz neizmanto savā ikdienā.

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV



Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

PĀRDOŠANAS PLĀNOŠANAS
3 BIEŽĀKĀS KĻŪDAS

1 Ideālā pārdošanas modeļa izstrāde notiek, pamatojoties uz pašreizējiem uzņēmuma resursiem. **Ideālais pārdošanas modelis ir jāizstrādā kā sasniedzamais mērķis**, uz kuru tiekties, nevis kā ielāps, kas ir derīgs, balstoties uz pašlaik uzņēmuma rīcībā esošajiem resursiem. Uzņēmuma rīcībā esošie resursi ir ļoti relatīvs mainīgais. Jūs spētu atrast un piesaistīt vairāk resursu, ja zinātu, ka rezultāti no pārdošanas palīdzēs uzņēmumam pelnīt vairāk!

Piemēram, lai sasniegtu mūsu pārdošanas pieaugumu, pārdošanas nodaļā ir jāstrādā 6 pārdevējiem ar vidējo konversiju 30 %, bet reāli pašlaik mūsu komandā ir tikai 3 pārdevēji, kuru konversija ir 20 %. Tātad uzdevuma prioritātes ir skaidras- jākāpina pārdošanas konversija un tadā pieņem papildu darbinieki.

2 **Pārdošanas plānošanā tiek ņemta vērā tikai finanšu puse un netiek aprēķināts ieguldītais laiks vienas pārdošanas izdarīšanai.** Ir būtiski, ka pārdošanas plānošanā tiek aprēķināts un iekļauts arī laiks un finanses, kas tiek ieguldītas līdz darījumam: tikšanās ar klientu, prezentācijas,sagatavošanās,mkonsultācijas u. c

3 **Pārdošanas rīcības plāns nav zināms vai saprotams pārdošanas nodaļas darbiniekiem**. Rīcības plāns, ko komanda nesaprot un/vai nepieņem, ir nederīgs. Tā būs tikai laimīga sagadīšanās, ja kādam izdosies to ievērot. Pārdošanas rīcības plāns ir jāizstrādā pārdošanas komandai kopā, balstoties uz visu komandas dalībnieku pieredzi un zināšanām, ko pēc tam pārdošanas vadītājs var noformulēt un nokomunicēt visai komandai tādā formā, kādā komanda to vislabāk izpratīs

> Pārdošanas sistēmas audits ir iespēja uzņēmumam iegūt neatkarīgu un detalizētu vērtējumu, kā sistēma darbojas kopumā un kā darbojas katrs tās atribūts. Tā ir iespēja saņemt neatkarīgu pārdošanas speciālistu ieteikumus, kādus uzlabojumus veikt- atklāti un godīgi!

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV



Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

PĀRDOŠANAS DARBĪBAS RĀDĪTĀJU 3 BIEŽĀKĀS KĻŪDAS

1 **Tiek vērtēti tikai monetārie galvenie darbības rādītāji**. Arī norunātās tikšanās, demonstrējumi, jaunu kontaktu iegūšana un citas darbības, kas ir vērstas uz klientu piesaisti ir būtiski galvenie darbības rādītāji, kas ir jāiekļauj un jākontrolē. Tās ir darbības, kuras šodien nesniedz monetāru ieguvumu, tomēr tās jau pavisam drīz noteikti palīdzēs īstenot nākamos pārdošanas darījumus

2 **Pārdevējam ir jāraksta papildu pārskati par kārtējiem darbiem, lai pārdošanas vadība varētu kontrolēt pārdevēja rezultātus.** Kontrole ir laba lieta, ja tā tiek īstenota ar mēru, atstājot pēc iespējas vairāk laika pārdevēja tiešajiem darba pienākumiem — pārdošanai. Daudzos uzņēmumos pārdevēji pavada daudz vairāk laika, nevis veicot pašu pārdošanas procesu, bet gan sagatavojot dažādus pārskatus: klientu apmeklējumi, maršrutu lapas, rezultativitātes tabulas, naudas izlietojums, pārdošanas prognozes, finanšu plānošana, pārskati par interesējošām precēm u. c. Atskaites ir laba lieta, kad tās tiek automatizētas un veidotas sistemātiski

3 **Galvenie darbības rādītāji nav definēti vai netiek mērīts būtiskais posms, kas nākotnē nesīs 90 % rezultativitāti.** Šis galvenais darbības rādītājs ir būtiski atšķirīgs dažādu veidu uzņēmumos: izmēģinājuma nodarbība sporta klubā, bezmaksas logu nomērīšana, degustācija u. c. Lai pārdotu, klientiem ir jāsajūt, jāizmēģina utt., tad viņi ir gatavi iegādāties produktu vai pakalpojumu. Turklāt šāda veida galvenie darbības rādītāji sniedz ļoti augstus pārdošanas rezultātus.

> Labi pārdošanas rādītāji nav dažādu nejaušību sakritība. Tas ir nozīmīgu elementu un darbību kopums, kas sistemātiski atkārtojas.

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV



Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

PĀRDOŠANAS MOTIVĀCIJAS SISTĒMAS
3 BIEŽĀKĀS KĻŪDAS

1 **Motivācijas sistēma ir tikai monetāra.** Pieredze un pētījumi rāda, ka pārdošanas ikdienas darbs ir rutīna, kas arī ir jāatalgo. Bieži pārdošanas rezultāti ir atkarīgi no tā, cik ļoti tiek atbalstīts pārdevējs tieši rutīnas darbā, kad nenotiek reāla pārdošana, bet tiek sagatavota vide darījumam

2 **Motivācijas sistēma ir tik sarežģīta, ka pārdevējs nespēj pat aptuveni aprēķināt kārtējā mēneša atalgojumu**. Šādas motivācijas sistēmas tiek veidotas vairāku iemeslu dēļ, tomēr tās nekad nekalpo nosaukumā minētajam mērķim. Pārdevēji drīzāk nejūt vajadzību, izaicinājumu un interesi pārdot vairāk, jo viņi nezina, vai un kā par to tiks atalgoti

3 **Motivācijas sistēmas pienesums ir tik niecīgs, ka labāk maksātu vienkārši algu.** Niecīgs pienesums neļauj pārdevējam justies novērtētiem. Tas rada lielu stresu, kas netiek pienācīgi atalgots. Saņemot stabilu mēneša atalgojumu, pārdevējs būtu spiests darīt tik daudz, lai uzņēmums vēlētos viņu paturēt viņa amatā. Tādējādi neliels atalgojums kombinācijā ar nelielu procentuālo pienesumu no pārdošanas ir neizdevīgs gan uzņēmumam, gan pašam pārdevējam.

> Empīriskie dati liecina, ka pārdevēji, kuri ir koncentrējušies uz darbības plānu, sasniedz augstākus pārdošanas rezultātus nekā pārdevēji, kuri koncentrējas uz ieņēmumiem un peļņu.

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV



PĀRDOŠANAS DARBINIEKU JOMĀ
3 BIEŽĀKĀS KĻŪDAS



1 **Pārdošanas komandai nav spēcīga un kompetenta pārdošanas vadītāja**. Pārdošanas vadītājam ir jāvada sava komanda un ir jābūt atbildīgam par to, lai tiktu izpildīts pārdošanas plāns, tiktu īstenota pārdošanas stratēģija un tiktu sasniegti galvenie darbības rādītāji. Ja pārdošanas vadītājs nav savā vietā, tad pārdošanas komanda, lai arī cik spēcīgi individuāli būtu tās pārdošanas speciālisti, nespēs sasniegt augstus rezultātus

2 **Kāds no pārdošanas speciālistiem nav īstajā laikā vai vietā.** Tam var būt daudz dažādu iemeslu, jo katrs pārdošanas speciālists var būt izcils tieši viņam piemērotos apstākļos, tādēļ, veidojot komandu, ir būtiski ņemt vērā ne tikai pārdevēja iepriekšējo pieredzi un rezultātus, bet arī to, cik viņš ir piemērots konkrētā uzņēmuma pārdošanas sistēmai

3 Pārdošanas komandā katrs speciālists un tās vadītājs zina savu lomu, atbildību un pienākumus

VĒLATIES UZZINĀT, KURĀ SAVAS SISTĒMAS KOMPONENTĀ VEIKT UZLABOJUMUS?



PIESAKIETIES

PĀRDOŠANAS E-AUDITAM

Tas aizņems ne vairāk kā 1 h jūsu laika. Jums būs jāatbild uz aptuveni 70 jautājumiem, izvēloties atbilžu variantu.

Pavisam vienkārši!

Tā rezultāti palīdzēs jums identificēt, kuras pārdošanas sistēmas komponentes ir Jūsu uzņēmuma vājās vietas

PIETEIKTIES



Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV

5 LIETAS KAS REĀLI MOTIVĒ PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTUS

- Pārdošanas process
- Plānošana
- Darbības rādītāji
- Motivācijas sistēma
- Pārdošanas darbinieki

MIKUS TIMOFEJEVS
Pārdošanas sistēmu speciālists

www.pardosana.lv

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV

> Cilvēki, kuri uz darbu iet ar prieku, ilgterminā sasniedz daudz augstākus rezultātus nekā tie, kuri strādā zem spiediena un lupas. Viņiem nauda nebūs motivators, bet gan palīdzīgs rīks, lai izaicinātu sevi sasniegt augstākus rezultātus un attīstīties



Mikus Timofejevs

Pārdošanas sistēmu speciālists

- Vai kādu ir iespējams motivēt?
- Vai vienīgais motivēšanas instruments mūsdienās ir nauda?



Nekāda nauda nespēs motivēt darbinieku, kuru absolūti neinteresē viņa darbs, kurš nevēlas pārdot. Tādēļ motivācijas sistēma uzņēmumā drīzāk ir nevis cēlonis, lai pārdevējs rīkotos un sasniegtu rezultātus, bet gan sekas — apbalvojums par sasniegtajiem rezultātiem

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV



Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

5 LIETAS, KAS REĀLI MOTIVĒ PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTUS

1 LABS PAMATALGOJUMS

Lai pārdošanas speciālists vai vadītājs varētu pildīt savus tiešos darba pienākumus, viņam ir jājūtas komfortabli. Tas nozīmē, ka viņam ir jābūt piekļuvei svarīgākajiem resursiem, kas viņam ir nepieciešami, lai veiktu savus tiešos darba pienākumus, kā arī labam pamatatalgojumam, kas varētu būt vidējais atalgojums valstī.

2 MOTIVĒJOŠS/ LIELS PROCENTS NO DARĪJUMIEM

Protams, viss ir atkarīgs no darījuma summas un citiem faktoriem, tomēr procentam no pārdotā ir jābūt pietiekami lielam, lai pārdevējs sajustu atšķirību, pārdodot vienu, desmit vai simt vienību utt. Bieži tiek uzskatīts, ka 20 % no peļņas ir ļoti labs pārdevēja procents. Tāpat tiek uzskatīts, ka dažkārt ir vērts atdot pārdevējam 100 % peļņas, ja tas pēc tam var izraisīt atkārtotus pirkumus, turpmāko apkalpošanu u. tml. Tādējādi motivējoša samaksa par darbu, rēķinot prēmijas par pārdoto, būtu aptuveni 2–3 reizes lielāka par pamatalgu

3 MOTIVĀCIJAS SISTĒMAS VIENKĀRŠĪBA UN SKAIDRĪBA: BEZ ZEMŪDENS AKMENIEM

Bieži vien medijos parādās stāsti, ka pārdevējiem tika solīts liels atalgojums un lieli procenti, tomēr tad, kad pārdevējs sāk strādāt un saņem pirmo algu, viņš redz, ka viņa veiktie aprēķini nesakrīt ar uzņēmuma grāmatvežu veiktajiem aprēķiniem.
Izrādās, ka ir daudz dažādu „bet", kas ir jāņem vērā. Šādi gadījumi tīri emocionāli demotivē pārdošanas speciālistu, tieši tāpat kā nespēja aptuveni prognozēt savu atalgojumu. Piemaksu sistēmai no pārdošanas ir jābūt pietiekami vienkāršai, lai pārdošanas speciālists varētu ar pārdesmit eiro precizitāti pats aprēķināt savas piemaksas apmēru.

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV



5 LIETAS, KAS REĀLI MOTIVĒ PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTUS

Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

4 ATALGOJUMS PAR VEIKTAJĀM DARBĪBĀM

Lielākā daļa uzņēmumu paredz prēmijas tikai par sasniegtajiem rezultātiem, tomēr pārdevējs veic ļoti daudzas darbības, kas nenes konkrētu monetāru rezultātu šodien, bet tās noteikti nesīs nākotnē. Ir ļoti svarīgi identificēt šīs darbības katrā uzņēmumā un izstrādāt atbilstošu atalgojuma sistēmu par veiktajām darbībām,

Piemēram, par novadītajiem demonstrējumiem vai par noņemtajiem logu mēriem (logu uzstādīšanas uzņēmumā), jo katrs otrais mērījums kļūst par darījumu.

5 ATALGOJUMA PALIELINĀJUMS TIKAI UZ AUGŠU (NAV GRIESTU)

Noteikti esat dzirdējis par motivācijas sistēmām, kur, ja pārdevējs sāk pārdot ļoti daudz, viņa komisija samazinās. Līdz ar to pārdevējs kļūst neieinteresēts veltīt vairāk laika un enerģijas, lai pārdotu vairāk, jo viņa prēmijas atšķirība, sākot no apjoma X, kļūst niecīga un neadekvāta ieguldītajai enerģijai. Pilnīgi pretēji notiek uzņēmumos, kur nav atalgojuma griestu un pārdevējs var nopelnīt prēmiju pat 5 algu apmērā.

Šāda motivācijas sistēma ir izdevīga gan uzņēmumam, gan pārdevējam, jo lieliski nopelna visi. Līdz ar to izvairieties no šīs bieži pieļautās kļūdas: noteikt pārdevējiem atalgojuma griestus. Pārdošanas griesti jums liegs redzēt īsto pārdošanas komandas un Jūsu uzņēmuma potenciālu! Tas būs arī būtisks trūkums jūsu uzņēmuma pārdošanas sistēmā, attiecībā pret konkurentiem, kuriem, iespējams, šādu pārdošanas griestu nav.

VĒLATIES UZZINĀT, KĀ DARBOJAS/ NEDARBOJAS PĀRDOŠANAS MOTIVĀCIJAS SISTĒMA JŪSU UZŅĒMUMĀ?

PIESAKIETIES

PĀRDOŠANAS MOTIVĀCIJAS SISTĒMAS AUDITAM

Motivācijas sistēma ir viens no pārdošanas sistēmas atribūtiem. Tās uzlabošana un sakārtošana var pacelt pārdošanas rādītājus par 20–30 %, neveicot izmaiņas citās jomās

Atklāti, godīgi un neatkarīgi!

PIETEIKTIES

Pārdošanas panākumu atslēga

www.pardosana.lv



Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV

5 PAZĪMES

KAS LIECINA, KA PĀRDOŠANAS VADĪTĀJS NAVĪSTAJĀ

VIETĀ VAI LAIKĀ

Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

MIKUS TIMOFEJEVS
Pārdošanas sistēmu speciālists

www.pardosana.lv

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV

> Izcili pārdošanas vadītāji nemāca pārdošanas speciālistiem, kā pārdot.
> Viņi vada pārdošanas nodaļu un palīdz komandai sasniegt izvirzītos mērķus



Mikus Timofejevs
Pārdošanas sistēmu speciālists



Pārdošanas process
Plānošana
Darbības rādītāji
Motivācijas sistēma
Pārdošanas darbinieki

5 PAZĪMES, KAS LIECINA, KA PĀRDOŠANAS VADĪTĀJS NAV ĪSTAJĀ LAIKĀ VAI VIETĀ

1 PĀRDOŠANAS PLĀNS NETIEK IZPILDĪTS UN TAM IR 101 IEMESLS

Pārdošanas plāna neizpildes iemesli var būt dažādi, tomēr parasti vien no primārajiem iemesliem ir pārdošanas vadītājs. Ikviens pārdošanas vadītājs var būt izcils, ja viņš zina, kādi ir viņa mērķi un uzdevumi, un māk vadīt pārdošanas nodaļas darbiniekus. Ja pārdošanas vadītājs uzskata, ka neviens no 101 iemesla nav saistīts ar viņu, tad secinājums ir viens— pārdošanas vadītājs nav īstajā vietā un laikā!

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV



Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

5 PAZĪMES, KAS LIECINA, KA PĀRDOŠANAS VADĪTĀJS NAV ĪSTAJĀ LAIKĀ VAI VIETĀ

2 PĀRDOŠANAS NODAĻAS PROBLĒMAS ATRODAS ĀRPUS PĀRDOŠANAS NODAĻAS

Vēl viens veids, kā pārdošanas nodaļas vadītājs neuzņemas atbildību par savu nodaļu, ir visu citu nodaļu un ārējo faktoru vainošana, jo pārdošanas nodaļa un tās vadītājs taču izcili veic savu darbu! Problēma ir meklējama mārketinga, servisa, ražošanas un citās nodaļās, respektīvi, visur, ja vien tas ir ārpus pārdošanas nodaļas. Šāda pārdošanas vadītāja vienīgā pozitīvā īpašība ir tā, ka viņš aizstāv savu komandu, kas bieži liecina, ka viņš ir komandas spēlētājs. Tādējādi ir iespējams, ka īstajos apstākļos — laikā un vietā — šis vadītājs var būt izcils, tomēr, saskaroties ar problēmām, viņš nespēj uzņemties atbildību par tām un virzīt komandu pretī rezultātiem un šo problēmu pārvarēšanai

3 PĀRDEVĒJUS NEIEDVESMO PRECE VAI PAKALPOJUMS, KO VIŅI PĀRDOD

Lielā mērā tā ir pārdošanas vadītāja atbildība un cēlonis ir tajā, ka pārdošanas vadītājs neuzņemas atbildību (vai baidās uzņemties atbildību) par rezultātu un tāpēc atļauj pārdošanas komandā destruktīvas sarunas par produkta kvalitāti, tādejādi meklējot atbalstu saviem pārdošanas rādītājiem.

Nedaudz retāk ir tā, ka pārdošanas vadītājs nesaprot produktu un patstāvīgi nespēj uztaisīt SVID (*stiprās, vājas puses, iespējas, draudi*) analīzi. Tas gan ir ļoti sarežģītos nišas produktos, bet būtību tas nemaina.

Lai arī kāds būtu iemesls, kāpēc tas notiek, tas degradē pārdošanas nodaļas noskaņojumu un pārdošanas vadītājs nav savā vietā, ja viņš nespēj pārdot produktu sev un saviem kolēģiem.

4 VIŅŠ PLĀNO LAIKU, SĀKOT AR STEIDZAMĀKO

Ir ļoti būtiska atšķirība starp steidzamām un svarīgām lietām. Steidzamais ne vienmēr ir svarīgs-tāds, kas tiešām sniegs īstermiņa vai ilgtermiņa rezultātus. Tādēļ pārdošanas speciālisti, kas par savām prioritātēm izvirza steidzamos, nevis svarīgos darbus, visu laiku ir skrējienā, it kā aktīvi strādā, bet rezultāti varētu būt labāki.

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV



Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

5 PAZĪMES, KAS LIECINA, KA PĀRDOŠANAS VADĪTĀJS NAV ĪSTAJĀ LAIKĀ VAI VIETĀ

5 VIŅŠ NEVAR 5 MINŪŠU LAIKĀ ATRAST UN PARĀDĪT VISUS SAVUS GALVENOS DARBĪBAS RĀDĪTĀJUS

Pārdošanas komanda ikdienas darbu un rīcības stratēģiju pakārto sasniedzamajiem rezultātiem, kas ir tā mēraukla, kura ļauj izvērtēt gan pārdošanas vadītāja, gan visas komandas sniegumu. Tādēļ, ja pārdošanas vadītājs dažu minūšu laikā nevar parādīt/saprast visus galvenos darbības rādītājus, tad rodas jautājums, ko viņš var? Ar ko viņš nodarbojas? Kā izvērtē darba rezultātu? Šāds pārdošanas vadītājs noteikti nav īstajā vietā vai laikā!

VĒLATIES UZZINĀT, VAI JŪSU PĀRDOŠANAS VADĪTĀJS IR ĪSTAJĀ VIETĀ UN LAIKĀ?

PIESAKIETIES

PĀRDOŠANAS VADĪTĀJA IEMAŅU AUDITAM

Jūs saņemsiet atbildes uz jautājumu, kā ir iespējams uzlabot pārdošanas vadītāja ikdienas darbu, lai sasniegtu augstākus rezultātu.
Šis audits ir ieprasīts arī nelielu uzņēmumu vidū, kur uzņēmuma īpašnieks ir galvenais pārdošanas vadītājs.

Atklāti, godīgi un neatkarīgi!

PIETEIKTIES



Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV

7 PAZĪMES

KAS LIECINA, KA PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTĀ IR VĒRTS IEGULDĪT

- Pārdošanas process
- Plānošana
- Darbības rādītāji
- Motivācijas sistēma
- Pārdošanas darbinieki

MIKUS TIMOFEJEVS
Pārdošanas sistēmu speciālists

www.pardosana.lv

Pārdošanas panākumu atslēga
WWW.PARDOSANA.LV

> Vai zināji, ka ikviens pārdevējs, kas tiešām to vēlas, var kļūt par izcilu pārdošanas speciālistu? Vai zināji, ka to, cik izcils ir pārdošanas speciālists, nenosaka ne viņa talants, ne ilggadēja pieredze? Daudz būtiskāka ir šī speciālista atbilstība uzņēmuma pārdošanas sistēmai, kā arī šīs 7 pazīmes.



Mikus Timofejevs
Pārdošanas sistēmu speciālists



7 PAZĪMES, KAS LIECINA, KA PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTĀ IR VĒRTS IEGULDĪT

Pārdošanas process
Plānošana
Darbības rādītāji
Motivācijas sistēma
Pārdošanas darbinieki

1 DISCIPLĪNA

Pārdošanas speciālists dienas neiedala veiksmīgās un neveiksmīgās. Ja viņš ir nolēmis sarunāt tikšanās, viņš tās sarunā. Ja pasaka, ka plāns ir jāizpilda, izpilda to, neīsinot distanci. Ja speciālistam ir jāsagatavo pārskats, viņš to arī izdara.

Disciplīna palīdz izpildīt pārdošanas uzdevumu konkrētos posmus, kas ir jāveic, lai sasniegtu mērķus. Konkrētos pasākumus pārdošanas speciālists var ieplānot savā dienas, nedēļas un mēneša darba plānā. Ja pārdošanas speciālists ievēro disciplīnu, viņš var sasniegt rezultātus! Viņš negaida iedvesmu, pēcpusdienu, saulainu laiku, neatliek būtiskus jautājumus, jo ir pirmssvētku nedēļa, kafijas pauze vai līst lietus.

Pārdošanas panākumu atslēga
WWW.PARDOSANA.LV



Pārdošanas process
Plānošana
Darbības rādītāji
Motivācijas sistēma
Pārdošanas darbinieki

7 PAZĪMES, KAS LIECINA, KA PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTĀ IR VĒRTS IEGULDĪT

> Ir pierasts uzskatīt, ka pārdošana sākas ar noraidījumu/ atteikumu no klienta puses.

2 ATBILDĪBA

Protams, ir grūti saņemt vairāk nekā 50 atteikumu dienā ar skaidrojumu par preces vai pakalpojuma trūkumiem. Tomēr, ja pārdevējs nevaino citus, bet gan uzņemas atbildību pats, noteikti ir vērts viņā ieguldīt. Ir ļaudis, kas katru reizi atrod dažādas atrunas, kāpēc darījums nav noticis, kāpēc klients ir izvēlējies konkurentus, kāpēc viņš nav veicis solītos uzdevumus u. c. Tomēr spēja uzņemties atbildību ļauj speciālistam arī pārrunāt šos jautājumus ar savu vadītāju, mārketinga speciālistiem, ražošanas daļu u. c.

3 PĀRDEVĒJS JAUTĀ

Pārdevējs, kurā ir vērts ieguldīt, uzdod jautājumus par preci vai pakalpojumu, par pārdošanas sistēmu, par klienta vēlmēm, par uzņēmuma iespējām u. c. Saņēmis atbildes uz jautājumiem, pārdevējs spēj izprast sakarības, piemēram, piedāvāt īsto preci īstajam klientam, pārzināt preces unikālās īpašības u. c.
Pat ja speciālistam ir ilggadēja pieredze, bet viņš apgalvo, ka visu zina un neko jaunu nevēlas uzzināt, viņš vairs nav ieguldījuma vērts. Šādiem pārdošanas speciālistiem vispirms ir jāmaina sava domāšana. Ja speciālists nevēlas ieguldīt pats sevī (tostarp iegūt jaunas zināšanas), kāpēc lai to darītu Jūsu uzņēmums?

4 PĀRDEVĒJS KLAUSĀS

Tāpat kā jautājumu uzdošana, arī klausīšanās ir prasme, kas atšķir tos pārdošanas speciālistus, kuros ir vērts ieguldīt, no tiem, kuros nav. Daudzi joprojām domā, ka pārdošanā lielākā nozīme ir runāšanai: stāstu stāstīšanai utt. Tomēr patiesībā labākos rezultātus sasniedz tie, kas prot klausīties! Pārdošanas speciālistam ir jāprot klausīties, izrādot empātiju, stāstītāja klausoties, nepārtraucot stāstītāju un pievēršot uzmanību stāstītāja emocijām. Ja pārdošanas speciālists prot klausīties un izmantot iegūto informāciju, uzdodot nākamo jautājumu, viņā noteikti ir vērts ieguldīt.

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV



Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

7 PAZĪMES, KAS LIECINA, KA PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTĀ IR VĒRTS IEGULDĪT

> Pārdošana ir proaktīvs process/dialogs, kurā pircējs, atbildot uz pārdevēja jautājumiem, pats sev paskaidro, kāpēc šī prece ir nepieciešama.

5 PĀRDEVĒJAM SARUNĀTIES/ UZSĀKT SARUNU IR TIK PAT PIERASTI, KĀ ELPOT

Lai gan šo pazīmi daudzi labprāt saistītu ar talantu, tomēr arī šo prasmi ir iespējams izkopt. Kaut arī daudzi uzskata, ka uzsākt sarunu var tikai ekstraverti, tomēr uzsākt sarunu ir vienalieta... ir dažas tehnikas, kā to izdarīt. Vai atceraties iepriekšējo punktu? Pārdevējs pēc tam vairāk klausīsies nevis runās...

6 GODĪGUMS

Godīgums pret sevi un citiem iet roku rokā ar spēju uzņemties atbildību. Pārdošanas speciālists, kurā ir vērts ieguldīt, labāk saņems skaidru atbildi jau tagad, nevis gaidīs un iztēlosies, ka viņš prognozē pozitīvu atbildi no klienta, kaut arī zemapziņā apzinās, ka viņš vienkārši attālina negatīvās atbildes saņemšanas brīdi. Tādējādi viņš māna sevi un kolēģus, liekot cerības uz lietām un darījumiem, kas patiesībā jau sen ir noklusēts atteikums.

7 MOTIVĀCIJA

Pārdošanas speciālists, kurā ir vērts ieguldīt, skaidri zina, kas viņu motivē visvairāk. Viņš vēlas veikt savus tiešos darba pienākumus uzņēmumā, kurā viņš strādā. Viņa iekšējā pārliecība skaidri atspoguļo viņa motivāciju. Viņš nav šajā amatā vai uzņēmumā īslaicīgi, līdz atradīs citu darbu citā nozarē vai tml. Viņš vēlas pārdot, viņam patīk pārdot,un viņš lepojas ar faktu, ka ir pārdevējs!

Pārdošanas panākumu atslēga

WWW.PARDOSANA.LV



Pārdošanas process

Plānošana

Darbības rādītāji

Motivācijas sistēma

Pārdošanas darbinieki

7 PAZĪMES, KAS LIECINA, KA PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTĀ IR VĒRTS IEGULDĪT

BONUS

7 PAZĪMES, KAS LIECINA, KA PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTĀ **NAV** VĒRTS IEGULDĪT

- Pārdevējam 10 reižu ir jāatkārto viņa mērķi, darbības posmi un rīcības plāns, pirms viņš sāk rīkoties;
- Visi ir stulbi: preces, klienti un vadība;
- Pārdēvējam vienmēr viss ir skaidrs un zināms;
- Pārdevējs nemāk klausīties. Viņš vienmēr vēlas pārtraukt citus;
- Viņam sagādā grūtības sarunas uzsākšana ar citiem, jo stāvēt malā ir drošāk nekā uzsākt sarunu ar nepazīstamiem cilvēkiem;
- Viņš vienmēr nogaida un „novelk” līdz pēdējam nepatīkamas ziņas;
- Viņš „pārziemo” šajā vietā, jo nekur citur viņu neņem. Viņš izdara tieši tik daudz, lai viņu neatlaistu.

VĒLATIES UZZINĀT, VAI JŪSU PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTĀ IR VĒRTS IEGULDĪT?

PIESAKIETIES

PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTA IEMAŅU AUDITAM

Tas palīdzēs saskatīt pārdevēja stiprās un vājās puses, lai pārdošanas vai uzņēmuma vadītājs varētu palīdzēt speciālistam iegūt papildu iemaņas, zināšanas un rīkus, kas uzlabos viņa ikdienas darbu un uzņēmuma pārdošanas rezultātus

Atklāti, godīgi un neatkarīgi!

PIETEIKTIES