

КАК ВЫЧИСЛИТЬ БУДУЩИХ ЧЕМПИОНОВ ПРОДАЖ?

Виталий Баранецкий

Ответить на этот вопрос просто, однако на практике вычислить лучших продавцов будет нелегко. Человек, отвечающий за подбор, сам должен обладать определенными личностными качествами и навыками.

Многие работодатели хотят видеть в своих отделах продаж звезд или чемпионов. Когда они звонят в кадровое агентство или приходят в свой отдел управления персоналом, чтобы заказать подбор менеджеров по продажам, зачастую они так и говорят: нам нужны звезды. А когда просишь описать, что это за звезда в их понимании, то самое большее, на что они способны, — сказать: «Ну, чтобы глаза горели».

Это верное направление, только здесь не все так просто, поскольку блеск в глазах бывает по разным причинам. Он может исходить от амбиций или от жадности (доллары в глазах мелькают). Может порождаться гордостью или тщеславием — в тех случаях, когда менеджер действительно много продает, умеет впарить клиенту все что нужно и не нужно. А бывают хитрые глаза, когда человек по характеру — проныр-

ливый и скользкий. Такие особенно хорошо умеют давать взятки, но и брать тоже. Все зависит от корпоративной культуры, ценностей компании и ее руководителя, от схемы продаж, где разные по своему характеру люди могут стать успешными.

Однако всем нам нравятся совсем другие продавцы. Те, после общения с которыми остается тепло на душе, поднимается настроение, появляется легкость или даже радость, ты что-то узнаешь новое о товаре или услуге. Или просто чувствуешь доброжелательное и уважительное отношение к себе. Чувствуешь, что тебе не продают, а пытаются помочь. У такого человека хочется купить или сотрудничать с ним, потому что с ним просто приятно общаться, даже если это разговоры по телефону. Ведь в продажах очень много телефонных переговоров. У таких менеджеров по продажам тоже све-

тятся глаза, но это свет их души. Ведь не зря в народе говорят, что глаза — зеркало души. И это правда.

Не секрет, что самый лучший сотрудник, в том числе и специалист по продажам, — тот, кто занимается своим любимым делом, делом по душе, кому нравится продавать, кто получает удовлетворение, когда ему удалось продать товар неразговорчивому или недовольному, сложному клиенту. Это тот, кому нравится сам процесс поиска, вовлечения, переманивания крупных клиентов, процесс общения с ними. Они чувствуют, видят в этом свое развитие и самореализацию. Значит, они нашли свое предназначение. Те, кто открыл свое призвание в торговле, и становятся чемпионами продаж.

КАК ЖЕ ВЫЯВЛЯТЬ ТАКИХ ЛЮДЕЙ?

Каждый человек рождается с определенными склонностями в характере, которые при развитии становятся талантами.

Существует 4 типа склонностей или 4 варианта пути:

1. Ученые или мудрецы.
2. Руководители или воины.

САМЫЙ ЛУЧШИЙ СОТРУДНИК,
В ТОМ ЧИСЛЕ И СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДАЖАМ, —
ТОТ, КТО ЗАНИМАЕТСЯ СВОИМ
ЛЮБИМЫМ ДЕЛОМ.



ВИТАЛИЙ БАРАНЕЦКИЙ

Автор электронного практического курса «Как получить желанную работу — 7 шагов».

Виталий прошел путь от ИТР (мастера цеха, начальника участка) до консультанта по подбору персонала, а затем — до директора и совладельца кадрового агентства, директора по персоналу. Последние 8 лет работает как частный карьерный консультант, рекрутер, тренер, коуч. Процесс трудоустройства ему известен досконально на всех уровнях, от секретаря до генерального директора. Равно как и подбор персонала для малого, среднего и крупного бизнеса.

Глубинная основа, фундамент его деятельности — это более 25 лет непрерывного обучения и самопознания. Итог этих лет — уникальный синтез опыта и знаний: практическая и процессуальная психология, менеджмент, философия, духовные практики, личностный и карьерный коучинг, энергетические практики, проведение тренингов и вебинаров, индивидуальное консультирование.

www.vitalybaranetsky.com

3. Торговцы или предприниматели.
4. Специалисты или рабочие.

Каждый из этих типов делится еще на 4 подтипа. Но нам главное — определить основной тип склонностей, к которому человек принадлежит.

Чемпионы продаж находятся в категории «торговцы». Они умеют хорошо общаться, быстро входят в контакт с другими людьми, умеют заинтересовать собой, легко находят возможности и видят свою выгоду. Им важно иметь достаток, получать или влиять на прибыль. Для таких людей существенно, чтобы не было «потолка» в возможности зарабатывать.

Это нужно понимать как руководителю компании, так и руководителю отдела продаж. Однажды я познакомился с коммерческим директором крупной иностранной компании. В своем отделе из 15 менеджеров она вырастила пять звездных продавцов, которые зарабатывали больше, чем она сама. Да, с такими чемпионами необходимо уметь работать. И очень важно свою гордыню держать под контролем, а лучше и вовсе ее не иметь. Когда такие чемпионы начинают много зарабатывать, часто руководство компании начинает менять систему мотивации в худшую сторону, а это-

го нельзя делать. Жадность и зависть только демотивирует людей.

Это отдельная тема — готовы ли руководители управлять чемпионами? Зачастую сами руководители хотят невозможного. Например, требуют, чтобы сотрудник был самостоятельным, активным чемпионом продаж и при этом исполнительным, как робот, удобным в управлении. Увы, таланты требуют к себе внимательного, человеческого отношения и признания. А самое главное — им необходима возможность реализации, что может обеспечить далеко не каждая компания. А руководителей, способных к общению и руководству такими талантами, и вовсе мало.

Чемпионами не рождаются, ими становятся. Необходимо создавать условия, чтобы талант мог себя проявить. Нужна соответствующая атмосфера, система мотивации, возможность принимать самостоятельные решения, качественный продукт, его постоянное наличие на складе, логистика, быстрый документооборот и т. д. Например, для того коммерческого директора одним из важнейших факторов, повлиявших на выбор компании и ее судьбу, стало то, что нельзя было обманывать клиентов. Такая была корпоративная культура в компа-

нии. Она спокойно могла работать, не идя на сделку с совестью. И за 10 лет женщина из агента по продажам выросла в коммерческого директора крупной международной корпорации. Она сама была чемпионом продаж и впоследствии отбирала и воспитывала новых.

Что еще можно сказать о чемпионах продаж? Они интересные рассказчики, увлечены своей работой. Их мозг работает 24 часа в сутки, и они используют любую возможность, чтобы продавать себя, свою компанию и продукт. Они влюблены в продукт или услугу, которую продают. Да, они могли бы продавать то, что угодно, но им хочется продавать то, что им самим нравится. Поскольку они чувствуют, что это их призвание, они получают глубокое удовлетворение от своей работы, чувствуют потребность своей души и не размениваются на работу только из-за денег. Они думают не только о том, как продать, но чтобы их клиенты были действительно довольны. Еще очень важное качество таких сотрудников — они болеют за продажи, за компанию, как будто это их собственный бизнес. Просто они по-другому не умеют работать и жить. И этому нельзя научить на тренингах.

Большинство тренингов учат манипулировать сознанием людей,

ХОРОШИЕ ПРОДАВЦЫ ЛЕГКО ДЕРЖАТ УДАР, УМЕЮТ КРАСИВО ВЫЙТИ ИЗ ЛЮБОЙ НЕЛОВКОЙ СИТУАЦИИ.

а всякая манипуляция все равно чувствуется. Поэтому хороший менеджер по продажам — тот, у кого с детства привиты нравственные качества, доброжелательное отношение к другим, целеустремленность, настойчивость, терпимость, человечность, позитивное отношение к жизни. Это закладывается в семье. Плюс, как я уже сказал, необходимы природные склонности для реализации его призвания.

У рекрутеров есть целый арсенал техник для оценки кандидатов, начиная от простого анкетирования, интервью, проективных методик, интервью по компетенциям, кейсы и ассесмент-центр и т. д. Ну и конечно, проверка рекомендаций. Но если вы знаете, что ищите, знаете индикаторы, которые вам необходимо обнаружить, тогда можно просто вести неторопливую беседу на разные темы: от того, о чем мечтал человек в детстве, — до историй о путешествиях, хобби, семье, детях,

периодически возвращаясь к теме продаж, и наблюдать, наблюдать, наблюдать. Смотреть, как меняется голос, положение тела, энергия; отмечать, где она затухает, а где увеличивается. Только чемпионам продаж иногда я позволяю себе задавать стрессовые вопросы, в буквальном смысле прессовать. Хорошие продавцы легко держат удар, умеют красиво выйти из любой неловкой ситуации.

Если вернуться к тому, что глаза — это зеркало души, то вы получите еще один способ проверить, насколько человек подойдет на конкретную вакансию. Глаза не могут врать. Но смотрите не на цвет глаз или зрачки. Смотрите в его глубину, в его суть, и наблюдайте за своими ощущениями. Если вы почувствуете какой-то дискомфорт, начните задавать уточняющие вопросы, наблюдайте, как человек себя чувствует, как он себя ведет. И снова посмотрите в глаза. Если неприят-

ное ощущение не прошло, то лучше поискать другого кандидата. Доверяйте своей интуиции. Это тоже навык, который полезно тренировать.

Несколько слов о руководителях продаж. Не каждый хороший продажник способен быть руководителем. Звездного руководителя продаж надо искать среди той же категории торговцев, но со склонностью к руководству или среди категории руководителей со склонностью к предпринимательству.

Менеджеры из категории руководителей склонны к выстраиванию системы продаж и в целом — к систематизации бизнеса, к постоянному улучшению, увеличению масштабов, к завоевыванию территорий.

Хорошему продавцу на определенном этапе действительно уже не важно, что продавать. Для них это красивая игра, которая еще и хорошо оплачивается. Уровень компенсации становится для них уровнем оценки их мастерства. Но у каждого все равно есть свои предпочтения в отрасли или продуктах и услугах, где они предпочитают реализовываться и строить карьеру.

Главный вывод: для того, чтобы найти и разглядеть чемпиона продаж, ищите тех, кто не просто хочет продавать, а кто не может этого не делать, потому что это стремление заложено в его природе!

МНЕНИЯ ПО ТЕМЕ



ГАЛИНА ПОДОВЖНЯЯ,

*HR бизнес партнер коммерческой
функции по стране,
Coca-Cola HBC, Россия*

Школа продаж в системе компаний Coca-Cola HBC одна из самых сильных в мире, причем не только на рынке FMCG — это общепризнанный факт. Но для того, чтобы вырасти в квалифицированного торгового представителя, пройти программу подготовки недостаточно, необходимо изначально обладать набором определенных компетенций.

Прежде всего, это способность к обучению. Богатый опыт в сфере продаж — необязательное условие

при приеме на работу в компанию. Естественно, если человек раньше уже работал в этой сфере, это станет дополнительным плюсом. Но гораздо важнее, чтобы он стремился совершенствовать свои навыки и был открыт для получения новых знаний. Каждому новому сотруднику мы предоставляем возможность развиваться, учиться и обретать необходимый для дальнейшей работы опыт. Однако, чтобы результат был максимально эффективным, новые