

Дорошев Д.В.
Учреждение образования «Гомельский
государственный университет им. Ф. Скорины»
Республика Беларусь, г. Гомель

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОДАЖАМ

Аннотация: В статье рассмотрены основные способы профессиональной подготовки менеджеров по продажам, затронуты критерии оценки деятельности специалиста, подчеркнута необходимость постоянного обучения и совершенствования навыков.

Ключевые слова: менеджер по продажам, внутрикорпоративное обучение, наставничество, тренинг.

Doroshev D.
Gomel State University of Francisk Skorina
Republic of Belarus, Gomel

FEATURES OF TRAINING OF THE PROFESSIONAL SALES MANAGER

Annotation: The article considered the ways of vocational training of sales managers, affected the evaluation criteria, emphasized need of continuous professional training and improvement of skills.

Keywords: sales manager, internal training, mentoring, professional training.

В условиях современного рынка и изменившегося подхода клиентов к выбору товара или услуги, роль менеджера по продажам в получении прибыли многократно возрастает. На этот процесс влияет множество факторов. Именно в настоящее время высокая квалификация продавца является сравнительно простым и понятным инструментом увеличения прибыли. В то же время слабая подготовка специалиста может не просто отрицательно сказаться на финансовых результатах, но и создать негативную репутацию организации, что может привести к еще большим потерям. Считается, что появление одного недовольного клиента приводит к потери сразу восьми клиентов организации.

Чтобы КПД менеджера по продажам приближался к 100%, и работа с клиентами организации велась максимально эффективно, необходимо тщательно подходить к вопросу развития его профессиональных качеств. Повышение практических навыков – это залог продуктивной работы, которая является одним из основополагающих факторов успешности организации на рынке.

Рассмотрим основные способы подготовки менеджера по продажам, которые позволят реализовать весь его потенциал [1].

Во-первых, это внутрикорпоративное обучение, которое проводится

опытными специалистами и руководителями отделов. Внутрикorporативное обучение заключается в закреплении важных навыков «холодных» звонков, личных встреч, работы с возражениями, успешном закрытии сделок. Следует помнить, что такое обучение должно проводиться действительно профессионалами своего дела, которые также постоянно совершенствуют и свои навыки.

Вторым способом является наставничество опытных специалистов, которое может носить постоянный характер до того момента, пока менеджер сам не станет опытным профессионалом и не начнет передавать свои знания молодежи. Поддержка молодых сотрудников в первые дни работы – это задача старших товарищей. Обмен опытом, разбор конкретных ситуаций из практики, наблюдение за действиями во время работы, необходимы для скорейшего роста молодого специалиста.

Третий способ – это профессиональные тренинги. Существует мнение, что специалист, который не проходил обучение на тренингах работает на треть своих возможностей. Обучение под руководством опытного тренера позволяет молодому специалисту раскрыть своих способности. В свою очередь, отличительной особенностью тренера должен выступать практический опыт работы. Тогда он сможет дать знания не только в практических навыках, но и в дополнительных направлениях, которые также важны – это финансы, маркетинг, психология и многое другое.

Основными критериями оценки успешности менеджера по продажам считаются:

- профессиональные знания и навыки;
- знания о продаваемом продукте.

Чем сложнее продаваемый товар или услуга, тем полнее должны быть знания о нем. Однако, и при продаже даже самой, на первый взгляд, незначительной мелочи, существует множество нюансов, знание которых поможет продавцу успешно решить задачу клиента. А это и является ключом к успешной продаже и выстраиванию длительных отношений с клиентом.

Для максимальной эффективности работы отдел продаж, даже если он состоит из двух сотрудников, должен функционировать как механизм швейцарских часов: четко, слаженно, точно, не отставать и не давать сбоев. Достичь высокого результата возможно, если специалисты обладают такими умениями и навыками, как понимание финансовой и маркетинговой сторон продаж, знание товара и механизмов продаж, работа с возражениями, понимание психологии клиентов и первопричин их действий, умение просчитывать последствия своих действий и максимально быстро адаптироваться под информацию, полученную от клиента.

Сильным психологическим фактором менеджера по продажам является личный порог – это максимальный чек, который закрыл специалист. В пределах этой суммы последующие сделки не будут проблемой, но с увеличением суммы они обычно возникают. Например, если максимальная сумма сделки для специалиста составила 50 тыс. рублей, то

из-за низкого личного порога переговоры на 250 тыс. рублей вызовут определенные трудности, а сделка на 1 млн. рублей с большой вероятностью будет провалена. Поэтому, личный порог необходимо постоянно повышать [2].

Чтобы лидировать в продажах, менеджер должен быть в курсе всех новостей и изменений рынка, читать тематическую литературу и смотреть видео, совершенствовать навыки, посещать курсы и не останавливаться на достигнутом. На профессиональном росте специалиста положительно скажутся активное участие в организуемых тренингах, разбор своих успешных и неудачных действий, обмен опытом с коллегами.

Как видно, постоянное обучение является неотъемлемой составляющей успешности менеджера по продажам. При этом важно, чтобы обучение было комплексным, охватывающим различные стороны работы специалиста по продажам.

Использованные источники:

1. Обучение менеджеров по продажам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.oy-li.ru/obuchenie-menedzherov-po-prodazham>.
2. Учим продавать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zhazhda.biz/base/plan-obucheniya-menedzhera-po-prodazham>.