

# Где взять людей для отдела продаж

Довольно распространенная ситуация, когда в отдел продаж приходит молодой менеджер с нулевым стажем и откровенно намекает на зарплату в 400-500 у.е. Очень часто коммерческий директор идет навстречу такому предложению: платит деньги, вкладывает душу, передает опыт, открывает секреты в продажах. А по итогу через три месяца оперенный сотрудник уходит. Почему так происходит и что с этим делать, поясняет наш эксперт Максим БАРТАШЕВИЧ, консультант в области развития продаж, бизнес-тренер Консалтинговой группы «Здесь и Сейчас».

Действительно часто так случается, что, «научившись» продавать, сотрудники уходят.

## *Почему же уходят продавцы?*

Точный ответ на этот вопрос можно получить, лишь «погрузившись» в компанию, проведя диагностику компании или хотя бы службы продаж. Ответу на вопрос, опираясь на практический опыт решения данного вопроса. (Любое совпадение примеров с вашей компанией является случайностью.)

Любую проблему легче решить, зная причину. Возможные причины ухода новых сотрудников:

**БЛОК 1.** Изначально неверные требования к соискателям

Пример: 95% работающих у вас в возрасте, скажем, 20-25 лет, а ищем 50-летних. Общих интересов нет. Как следствие – уход из компании. Кроме возраста обращаем внимание на пол, уровень образования и другие критерии.

**БЛОК 2.** Ошибки во время прохождения испытательного срока

Пример: отсутствие вводного обучения и поддержки на этапе адаптации или же одни критерии оценки применяются к новичкам и опытным сотрудникам (например, одинаковый план продаж).

**БЛОК 3.** Ошибки в управлении

Пример: несовершенство системы планирования и контроля (план продаж формируется, опираясь на «так захотелось руководству», может меняться задним числом, отсутствуют контрольные точки).

**БЛОК 4.** Нездоровый климат в коллективе (отчасти объединяет второй и третий блоки)

Пример: опытные сотрудники негативно настроены по отношению к компании, товару, который продают. Тем самым уже на испытательном сроке новичок формирует негативное отношение к работодателю.

**БЛОК 5.** Мотивация. Вы постоянно



### Максим БАРТАШЕВИЧ

Консультант в области развития продаж, бизнес-тренер Консалтинговой группы «Здесь и Сейчас»

- Опыт активных продаж по телефону в канале b2b
- Разработка и внедрение системы обучения торгового персонала в производственных и торговых компаниях (b2b, b2c)
- Опыт реализации консалтинговых проектов по оптимизации системы продаж
- Реализация проектов различной сложности для компаний мелкого, среднего и крупного бизнеса (производство, ритейл, оптовая торговля)
- Опыт преподавания – более 7 лет
- Более 200 сборных и корпоративных тренингов и семинаров в Беларуси и России (2500 учебных часов) в телекоммуникационной, производственной, издательской, транспортной, металлургической, торговой сферах (b2b, b2c)

платите ниже уровня рынка. Помните, что продавец, как правило, – хороший контактер, и ему поступает множество предложений. Ваше предложение должно быть конкурентоспособным.

#### Что делать?

Во-первых, формирование уверенности и стабильности. Четко прописанные правила игры сотрудника и компании. Сотрудник понимает, сколько и за что получает (причем мотивационные факторы, только те, на которые есть у него влияние), у него есть все, что нужно для работы, и он знает, к кому обратиться по решению того или иного вопроса. Плюс атмосфера и микроклимат, который формируется в отделе посредством традиций и ритуалов.

Во-вторых, развитие. Причем речь не только о карьерном росте, но и о профессиональном развитии. Сотрудника обучают не только во время испытательного срока, а и в последующей деятельности (разбор сложных ситуаций в общении с клиентом должен стать регулярным мероприятием в отделе продаж).

И, завершая, в-третьих, постоянно анализируйте причины ухода сотрудников и принимайте соответствующие меры для решения ситуации. ■



Полиграфия для комплексного решения бизнес-задач!

Для вас — удобно, быстро, качественно:

- ✓ представительская полиграфия;
- ✓ рекламные материалы;
- ✓ журнальная продукция.

Для вас — широкий спектр услуг:

- ✓ допечатная подготовка;
- ✓ офсетная печать;
- ✓ послепечатная обработка.

Яркость каждого дня!

www.aquarell.by  
Тел./факс (+375 17) 245-00-33  
e-mail: info@aquarell.by



ЛП № 02330/0552673 от 08.04.2009 до 30.04.2014 выдано Министерством информации Республики Беларусь. 000 «Промкомлекс», УНП 101262916.