

Η επιλογή και η εκπαίδευση ως συστατικά επιτυχίας των πωλήσεων

Στην εποχή του ψηφιακού μετασχηματισμού, οι εταιρείες χρειάζονται δραστήριους και αποτελεσματικούς πωλητές, οι οποίοι με επαγγελματική νοοτροπία να επιδιώκουν και να επιτυγχάνουν τους στόχους που τους αναλογούν.

*Γράφει ο Σωτήριος Ησαΐας, Professor Webster University,
Sales Trainer / Public Speaker*

Στο πλαίσιο αυτό, το τμήμα HR, που διαχειρίζεται το σημαντικότερο κεφάλαιο μιας εταιρείας, καλείται να επιλέξει, να εκπαιδεύσει, να αναπτύξει και να συγκρατήσει τα καταλληλότερα στελέχη τα οποία, ως πωλησιακή ομάδα, θα εξασφαλίσουν εντυπωσιακά αποτελέσματα με τους λιγότερο δυνατούς πόρους.

Από την άλλη πλευρά, οι πελάτες και οι δυνητικοί αγοραστές απαιτούν πωλητές με άριστες γνώσεις, εμπειρία και τεχνογνωσία. Ολοένα και περισσότερο γίνονται πιο απαιτητικοί, επιθυμούν εξατομικευμένη εξυπηρέτηση, ενώ ταυτόχρονα δεν ανέχονται τεχνικές πιέσεις. Επιζητούν συνεργασία με πωλητές εμπιστοσύνης, ενώ οι εταιρείες επιζητούν πωλητές «αποτελεσμάτων».

Προκαλεί εντύπωση το πόσο μικρή έμφαση εξακολουθούν να δίνουν πολλές επιχειρήσεις στην ποιοτική επιλογή του πιο σημαντικού πόρου τους, τη στιγμή που όλοι συναισθάνονται πλήρως ότι ο ρόλος του πωλητή είναι τόσο ζωτικός για την επιτυχία μιας εταιρείας. Πολλές φορές, συμβαίνει να αποτυγχάνουν πωλητές που έχουν παρακολουθήσει δαπανηρά εκπαιδευτικά προγράμματα και μάλιστα μεγάλης χρονικής διάρκειας. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι αρμόδιοι διευθυντές αναφέρουν ότι φταίει ο εκπαιδευτής ή το ίδιο το πρόγραμμα, το οποίο μερικές φορές καταργείται. Ουσιαστικά, όμως, ευθύνεται η κακή επιλογή των στελεχών πωλήσεων.

Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΕ ΠΡΩΤΟ ΠΛΑΝΟ

Σήμερα, οι εταιρείες καλούνται να αναθεωρούν συνεχώς τα κριτήρια επιλογής και να αναζητούν πωλητές με ακαδημαϊκές γνώσεις, εμπειρία στη συγκριμένη αγορά των προϊόντων και άριστη τεχνογνωσία. Οι πολυεθνικές εταιρείες όλο και περισσότερο επιζητούν πωλητές, οι οποίοι είναι αποφασισμένοι να εργαστούν με έντονο προσωπικό ενδιαφέρον και τη διακαή επιθυμία να επιτύχουν. Πραγματοποιούν τις συνεντεύξεις με ιδιαίτερη επιμέλεια, για να εξασφαλίζουν τη μεγαλύτερη δυνατή βεβαίωση ότι οι

νεοπρολαμβανόμενοι είναι αυτοπαρακινούμενοι, διαθέτουν από τη φύση τους καλό εργασιακό ήθος και είναι προσανατολισμένοι προς την επιτυχία.

Κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας και ταυτόχρονα με την πρωτοφανή Ελληνική κρίση, οι μικρές καθώς και οι περισσότερες από τις μεσαίες επιχειρήσεις, άρχισαν να αντιλαμβάνονται ότι τα πράγματα άλλαζαν και ότι το ανταγωνιστικό περιβάλλον γινόταν οξύτατο.

Αντελήφθησαν επίσης, ότι η εκπαίδευση των πωλητών ήταν πλέον μια αναγκαία συνθήκη. Τα στελέχη στα τμήματα πωλήσεων χρειάζονταν μια έστω και στοιχειώδη εκπαίδευση των πωλησιακών δεξιοτήτων, για να είναι σε θέση να προωθούν τα προϊόντα τους. Οι πωλητές είχαν ανάγκη για εξοικείωση με τις πωλησιακές διαδικασίες προβλέψεως και προγραμματισμού. Κλήθηκαν να μάθουν νέους τρόπους για να συλλέγουν εκ των προτέρων, χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τους πελάτες ή δυνητικούς αγοραστές, να προγραμματίζουν την παρουσίασή τους, να τους προσεγγίζουν καλύτερα, να προσφέρουν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας και να εξηγούν με τεκμηριωμένα επιχειρήματα, ότι καμία αγορά δεν πρέπει να γίνεται έχοντας ως μοναδικό κριτήριο επιλογής την τιμή του προϊόντος.

Έγινε αντιληπτό ότι οι πωλητές θα μπορούσαν να δημιουργούν και να αναπτύσσουν αποτελεσματικές και επιτυχημένες

**Οι καλοί πωλητές
δεν γεννιούνται,
αλλά δημιουργούνται.
Εκπαιδεύονται και με την
εξάσκηση, εξελίσσονται**



Σωτήριος Ησαΐας

επαγγελματικές σχέσεις, μόνον εφόσον διέθεταν μια σωστή επαγγελματική εκπαίδευση, προσαρμοσμένη για κάθε επιχείρηση, ανάλογα με την καθημερινή πραγματικότητα που αντιμετώπιζαν στο επαγγελματικό τους περιβάλλον.

Συνειδητοποιήσαν ότι επί της ουσίας, οτιδήποτε δεν είναι έμφυτο, διδάσκεται. Οι καλοί πωλητές δεν γεννιούνται, αλλά δημιουργούνται. Εκπαιδεύονται και με την εξάσκηση, εξελίσσονται.

ΒΗΜΑΤΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Οι εκπαιδευτές από την πλευρά τους τα τελευταία χρόνια κλήθηκαν να αφιερώσουν πριν από την εκπαίδευση, όσο χρόνο χρειαζόταν για να γνωρίσουν τους εκπαιδευόμενους πάνω στην εργασία τους. Να εξακριβώσουν από κοντά, ποιες είναι οι εκπαιδευτικές τους ανάγκες. Να κατανοήσουν και να καταγράψουν με ποιους τρόπους προσεγγίζουν τους πελάτες ή δυνητικούς αγοραστές, πώς αναπτύσσουν επαγγελματικές σχέσεις, πώς πουλάνε, με ποιες τεχνικές κλείνουν την πώληση.

Σήμερα, μια επιτυχημένη μορφή εκπαίδευσης μπορεί να προκύψει τηρώντας τα ακόλουθα στάδια:

1. Στο πρώτο στάδιο, η προϊοντική εκπαίδευση πραγματοποιείται μέσα στην εταιρεία.
2. Στο δεύτερο στάδιο για την εξάσκηση, οι περισσότερες μορφές εκπαίδευσης πωλησιακών ιδιοτήτων βασίζονται σε σκηνοθετημένες παρουσιάσεις προσομοίωσης, μεταξύ εκπαιδευομένων και εκπαιδευτών, ή εξάσκηση στην πραγματική κατάσταση ζωής, παράλληλα με ομιλίες, συζητήσεις, μελέτες ειδικών πραγματικών περιπτώσεων, βίντεο, κ.ά.
3. Στο τρίτο στάδιο για τη σφαιρική κατανόηση όλων των λειτουργιών της εταιρείας, εφαρμόζονται τεχνικές για την

αποκάλυψη και ανάπτυξη των μελλοντικών ταλέντων στο management.

4. Στο τέταρτο και τελευταίο στάδιο, οι ασκήσεις προσομοίωσης γίνονται σε πραγματικά σενάρια, όπου οι πωλητές δεν κατάφεραν να αντιμετωπίσουν με επιτυχία τις αντιρρήσεις των δυνητικών αγοραστών, με αποτέλεσμα να μην ολοκληρωθεί ο κύκλος πώλησης.

Επίσης, η εξ αποστάσεως εκπαίδευση μέσω διαδικτύου σε πραγματικό χρόνο χρησιμοποιείται μόνο για τις ημέρες ομιλιών και συζητήσεων, ώστε οι πωλητές από διαφορετικά μέρη να μην αφήνουν τους χώρους εργασίας τους και οι εταιρείες να μην επιβαρύνουν τους προϋπολογισμούς τους.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Κατά κύριο λόγο, τα προγράμματα επαγγελματικής εκπαίδευσης προσφέρονται σε εργαστήρια με περιβάλλον προσομοίωσης, όπου οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να κάνουν πρακτική εξάσκηση σε τεχνικές διαλεκτικής επικοινωνίας με τους εκπαιδευτές τους. Αυτές οι εργασίες είναι μία εξάισια εκπαιδευτική εμπειρία, διότι οι σκηνοθετημένες παρουσιάσεις μαγνητοσκοποούνται. Ως εκ τούτου, οι εκπαιδευόμενοι και οι εκπαιδευτές μπορούν με επακόλουθα σχόλια, να αναλύουν και να αξιολογούν τόσο τους διαλόγους που είναι απαραίτητοι, όσο και τις πωλησιακές δεξιότητες, καθώς επίσης και τις εναλλακτικές προτάσεις σχετικά με το πώς κάθε αντιμετώπιση θα μπορούσε να ήταν καλύτερη.

Εν κατακλείδι, οι πωλητές που είναι προσανατολισμένοι προς την αποδοτικότητα και την επιτυχία, αξιοποιούν δημιουργικά το βίντεο ως εκπαιδευτικό εργαλείο που τους προσφέρει την ευκαιρία να βελτιώσουν την πωλησιακή τους αποτελεσματικότητα. 