

Padėka

I dalis. Pardavimo paslaptis

Kodėl taip yra, kad kai kuriems žmonėms sekasi parduoti, o kiti sunkiai dirba, bet jiems nesiseka? Kuo geriausiai skiriasi nuo visų likusiųjų? Kokias savybes reikia turėti geram pardavėjui?

1. Galimybė ir iššūkis

Skubantiems, norintiems užsidirbti daugiau pinigų negu kolegos, siekiantiems didesnio savarankiškumo ir nekantraujantiems užimti aukštesnį postą, galime pasiūlyti pasirinkti pardavimą. Bet, kad ir kaip patraukliai tai beskampėtų, pardavėju gali būti ne kiekvienas.

2. Kodėl darbuotojai nuolat keičiasi?

Jeigu pardavėjo profesija iš tiesų tokia patraukli – galima gerai uždirbti, suteikiama asmeninė laisvė, neišsenkamos galimybės, kurias aptarėme pirmajame skyriuje, tai kodėl taip sunku pasamdyti ir išlaikyti labai produktyvius, profesionalius pardavėjus?

II dalis. Gero pardavėjo portretas

Penki gero pardavėjo asmenybės bruožai.

3. Motyvacija

Tik suprasdami individo vidinę motyvaciją, žinosime, ko reikia, kad sektųsi parduoti ar dirbti bet kurį kitą darbą.

4. Empatija: orientacijos sistema

Individualių klientų poreikių supratimo, tinkamo sprendimo pardavimas yra viena iš pardavimo proceso sudedamųjų dalių. Tai empatija – klausymasis to, kas sakoma ir mokėjimas atpažinti potencialaus kliento poreikius, taip pat ir neaiškius jo ketinimus bei tikslus.

5. Egoizmas: motyvuojanti jėga

Jei individas tikrai turi egoizmo, jam reikia išgirsti „taip“, kad ir kas tai būtų. Tai paglosto jo savimeilę.

6. Aptarnavimo motyvacija: atsirandantis faktorius

Ilgalaikius ryšius geriausiai sukuria pardavėjai, siekiantys pritarimo ir patiriantys pasitenkinimą išgirdę: „Ačiū. Jūs mane išgelbėjote. Negaliu apsaityti, koks esu dėkingas, kad dėl manęs taip stengėtės“.

7. Sąžiningumas: vidinė disciplina

Mes padarėme išvadą, kad sąžiningumas yra ypač svarbi pardavimo sėkmės sąlyga, kaip ir empatija, mokėjimas įtikinti, paslaugumas ir sugebėjimas

atgauti pusiausvyrą nepavykus sandoriui. Kai kuriose pardavimo srityse, sąžiningumas yra svarbesnis nei vidinis noras įtikinti.

#### 8. Asmenybės stiprumas: atsparumo raktas

Kas nutinka įtikinėtoji (žmogui, kuriam išgautas sutikimas gyvenimą paverčia gražesniu), kai jį išstinka neišvengiama nesėkmė?

#### 9. Asmenybės lankstumo pritaikymas sėkmei

Niekas, nepriklausomai nuo jo asmenybės dinamiškumo, negali vienodai gerai dirbti visose pardavimo srityse. Reikia atskleisti individo savybes tinkamas tam tikram pardavimui.

#### III dalis. Darbų parinkimas

Kad galėtumėte sugretinti savybes, reikalingas darbo pareigoms atlikti ir asmenines idealaus jūsų ieškomo kandidato savybes, teks nueiti ilgą kelią renkantis kitą geriausią darbuotoją – jį mes aprašėme dviejose studijose, kurias išspausdinome „Harvard Business Review“.

#### 10. Pardavėjo darbo supratimas

Nors akivaizdu, kad visų pardavimo darbų esmė yra įtikinėjimas, jų įvairovė iš esmės neribota. Kokia yra gaminio ar paslaugos prigimtis? Kaip dažnai tikimasi juos parduoti? Iš kur gaunama informacija? Koks yra tipiškas klientas? Tai tik keletas klausimų, kurių negalima pamiršti.

#### 11. Medžiotojai ir valstiečiai

Pardavėjus galima suskirstyti į dvi plačias kategorijas – „medžiotojus“ ir „valstiečius“. Klasikiniai medžiotojai yra motyvuoti, greitai sandorius pasirašantys žmonės. O valstiečiai su klientais dirba iš lėto, sukurdami ryšį, jie parduoda rečiau, bet pasirašo didesnius kontraktus.

#### 12. Kiti asmenybės bruožai ir darbų parinkimas

Suprantant pardavimo darbo specifiką, galima pamėginti nustatyti asmenybės bruožus, reikalingus gerai parduoti.

#### 13. Darbų parinkimas: išvados

Darbuotoją sėkmingai parinksite, palygindami pagrindines asmenybės stipriąsias puses su savybėmis, reikalingomis darbui atlikti. Jūs ieškosite stipriųjų pusių, o taip pat ir trūkumų, kurie gali būti lemtingi.

#### IV dalis. Stiprios pardavimo komandos sukūrimas

Komandinis darbas reikalauja sustyguotų pastangų ir nuoseklaus rūpesčio tinkamų darbuotojų samdymui, esamos komandos stiprinimui, sferų suradimui, kuriose mokymas ir ugdymas gali duoti gerų rezultatų.

#### 14. Komandos sudėtis

į komandą privalome žiūrėti kaip į visumą, o ne kaip į paprastą individualų elementą. Kiekviena komanda turi savo stipriąsias ir silpnąsias puses.

#### 15. Pardavimas ir sportas: psichologinis ryšys

Noras laimėti ir sugebėjimas atgauti pusiausvyrą pralaimėjus – tarp sporto ir pardavimo yra ir daugiau psichologinių ryšių, negu galime pastebėti iš pirmojo žvilgsnio.

#### 16. Remkitės geriausiu

Noras pasamdyti gabius pardavėjus – tai tik pradžia. Visų svarbiausia yra išaiškinti savybes, kurios skiria jūsų geriausius pardavėjus nuo likusiųjų.

#### 17. Neproduktyvus pardavėjas

Vidurinė pardavėjų komandos grupė yra gausiausia. Su šia grupe sunkiausia dirbti. Jie parduoda, bet jų rezultatai labai svyruoja, o darbuotojai nesijaučia gerai. Kaip padaryti, kad investicijos į juos atsipirktų?

#### 18. Mokymai ir atlygis, reikalingi maksimaliam produktyvumui pasiekti

Kodėl didžioji dalis mokymų užmirštama? Todėl, kad dauguma mokytojų nežino kiekvieno asmens unikalių poreikių. Kiekvieno besimokančio asmens stipriųjų ir silpnųjų pusių išmanymas gali turėti lemiamos svarbos.

#### 19. Netradiciniai pardavimo talentų šaltiniai

Kur rasti individų, trokštančių įtikinti, galinčių atspėti kitų mintis, sugebančių atsigauti po nesėkmės ir siekiančių užsibrėžto tikslo? Jūs galite juos rasti daugybėje vietų apie kurias net nepagalvojote.

#### 20. Produktyvių talentų radimas

Perspektyvius kandidatus galime verbuoti per rekomendacijas, karjeros dienas ir kandidatų bankus.

#### 21. Netinkamų kandidatų atmetimas

Dėl daugybės priežasčių trys iš keturių kandidatų yra netinkami jūsų produkto ar paslaugos pardavėjai. Kaip greitai ir neskausmingai juos pašalinti iš samdymo proceso?

#### 22. Psichologinis testas: objektyvios informacijos gavimas

Daugelis samdymo etapų yra subjektyvūs, tai reiškia, kad kandidatai mokantys sudaryti gerą įspūdį apie save, gali suklaidinti jus ir priversti manyti, kad jie yra tinkami darbui. Psichologiniai testai gali suteikti įžvalgų, į kurias verta atsižvelgti analizuojant net jūsų daugiausia žadančius kandidatus.

#### 23. Nuodugnus pokalbis

Kaip nustatyti keletą vertų tyrimo sričių, užduoti teisingus klausimus, įsiklausyti į geriausius atsakymus ir efektyviausiai išnaudoti laiką, skirtą paskutiniam interviu?

#### 24. Samdymo sprendimas

Jei samdymo sprendimas yra teisingas, jis bus naudingas abiem – ir kandidatui, ir darbdaviui.

V dalis. Pardavimo vadovas

Sugebėjimas užtikrinti, kad tikslai bus pasiekti, pardavėjai – motyvuoti, talentai – išugdyti, geriausi kandidatai – pasamdyti, o ateitis – suplanuota, prilygsta žongliravimui. Pardavimo vadovo darbas reikalauja ypatingo talentų ir asmeninių savybių rinkinio.

#### 25. Kodėl geriausi pardavėjai netampa gerais vadovais

Pernelyg dažnai tos pačios savybės, dėl kurių pardavėjai pranoksta kitus, gali tapti jų neveiksmingo vadovavimo priežastimi.

#### 26. Vadovai ar lyderiai

Jei tiek daug gerų pardavėjų juos paaukštinus tampa niekam tikusiais vadovais, kodėl kai kuriems iš jų vis dėlto pavyksta jais tapti? Kaip jie nugali sunkumus?

VI dalis. Konkrečioms ūkio šakoms reikalingos pardavėjo savybės

Ar gali geras pardavėjas parduoti bet ką? Ar reikia turėti unikalių savybių pardavimui tam tikrose ūkio šakose, jau nekalbant apie konkrečias kompanijas?

#### 27. Agentūrų žmonės: esminis pranašumas

Kokių savybių reikia draudimo agentūros paslaugų pardavėjui? Sužinokite iš mūsų išskirtinio tyrimo, pirmą kartą išspausdinto „Best's Review“.

#### 28. Ko reikia sėkmei gyvybės draudimo pardavime

Ar gyvybės draudimas – visiškai kitoks žaidimas? Atskleidžia mūsų išskirtinė studija išspausdinta „Best's Review“.

#### 29. Kaip sustabdyti didelę darbuotojų kaitą draudimo versle?

Kas yra tie penkiolika procentų pardavėjų, kurie nepalieka agentūros po trijų metų? Mūsų studija, išspausdinta „Real Estate Today“ pateikia atsakymus.

#### 30. Automobilių pardavimas: anksčiau ir dabar

Kokių savybių reikia pardavėjams besikeičiančioje šiandienos automobilių rinkoje? Mūsų jungtinė studija su „Automotive News“ išryškina reikalingas savybes.

### 31. Banko paslaugos: kaip pasiekti gerų rezultatų

Pardavimas finansų rinkose yra visiškai nauja sritis. Mūsų studija, išspausdinta „Bank Marketing“, išryškina šį naują pardavėjo tipą. [tparyskintas]32. Informacinių technologijų / konsultacinis pardavimas: nauja rūšis[/tparyskintas]  
Informacinės technologijos keičiančios mūsų pirkimo įpročius – nuo lėktuvo bilietų iki automobilių pirkimo – neišvengiamai turi gilų poveikį pardavėjų sėkmei. Mūsų studija, pirmą kartą išspausdinta „New York Times“ ir „Management Review“, pasakoja apie šį naują pardavėjų tipą.

### VII dalis. Geras pardavėjas šiandienos pasaulyje

Verslo požiūriu šalių sienos išnyko. Ką tai reiškia žmonėms, bandantiems siekti karjeros pardavime? Mūsų tyrimai rodo, kad gero pardavėjo apibrėžimas iš esmės yra toks pat Amerikoje, Japonijoje, švedijoje, Anglijoje, Brazilijoje, Kanadoje, Honkonge...

### 33. Motyvacija yra viskas

Pirma ir pagrindinė sėkmės sąlyga yra mėgti savo darbą. Jeigu jūs radote darbą atitinkantį jūsų prigimtį, jūs daugiau nebedirbsite nei vienos dienos savo gyvenime. Geram pardavėjui atsiveria neribotos galimybės, kadangi po saule nėra nieko (įskaitant pačią saulę), ko būtų negalima parduoti.

Terminai

Rodyklė