



## مدیریت فروش

مدیریت فروش مناسب، یکی از ساده‌ترین روش‌های افزایش درآمد و سودآوری است. مدیریت فروش، هدایت نیروها و فرایندهایی است که شرکت شما از آن‌ها برای فروش به مشتریان بالقوه و ارایه‌ی خدمات به مشتریان فعلی استفاده می‌کند. مسئولیت مدیریت فروش موارد زیر را شامل می‌شود:

- تهیه‌ی استراتژی صحیح فروش
- استخدام نیروهای مناسب
- تهیه‌ی برنامه‌های صحیح جبران خدمت، مناطق فروش و قیمت‌ها
- انجام پیش‌بینی‌های درست
- انگیزه‌دهی به تیم خود
- ردگیری درآمدها در مقایسه با اهداف
- برطرف کردن اختلاف‌ها
- آموزش و سرپرستی نمایندگان فروش
- مدیریت فرایندها
- فروش!

چرا بخشی با عنوان مدیریت فروش در این سلسله مقالات در نظر گرفته شده است؟

- تیم فروش صدای شرکت شماست. در حقیقت، ممکن است نمایندگان فروش تنها افرادی باشند که به طور مستقیم با مشتری در تعامل باشند. آن‌ها می‌توانند مشتریان بالقوه ایجاد کنند، بفروشند و مشتریان کنونی را مدیریت کنند. آن‌ها گفت و گو با بازار را در اختیار دارند، بازخور را جمع می‌کنند و برنامه‌ی ارزش و نام تجاری شما را به بازار منتقل می‌کنند.
- این تیم فروش است که تلاش‌های بازاریابی شما را به ثمر می‌رساند. اگر شخصاً مسئول تیم فروش شرکت خود نیستید، باز هم مهم است که نقش آنان را بدانید و این دانش را داشته باشید تا برنامه‌های بازاریابی را بهتر تهیه کنید.
- فروش و بازاریابی به دنبال یک هدف است: ایجاد درآمد! فروش و بازاریابی باید هم سو برای فهمیدن نیاز مشتریان، پیام آنان، فرایندهایی که برای شناسایی مشتریان بالقوه، فروش و مدیریت استفاده می‌شود، باشند. فروش و بازاریابی باید با یکدیگر کارکنند و بازخورهای ارزش‌مندی را برای بهبود استراتژی‌ها فراهم آورند.
- وقتی بخش‌های سازمان به درستی سامان‌دهی نشده‌اند، شرکت زمان و فرصت‌ها را از دست می‌دهد. برای مثال، هنگامی که نیروهای فروش مستندات فروش را بسته به میل و آن طور که دوست دارند، بازنویسی می‌کنند، پیام سازمان کم‌رنگ می‌شود و فروشندگان کاری به جز فروش را انجام می‌دهند.

بهبود اندک مهارت‌ها و فرایندهای تیم فروش، اغلب نتایج قابل توجهی را در فروش ایجاد می‌کند. حتی بهترین فروشندگان نیز می‌توانند از سرپرستی فروش سود ببرند. اگر تیم فروش شما با هم در نزاع‌اند، زمینه‌هایی برای بهبود وجود دارد. با توجه صحیح به کانال‌های فروش و اهداف، می‌توانید مطمئن شوید در مسیری هستید که به اعداد خود می‌رسید و اصلاحات لازم را انجام خواهید داد.



بدترین حالت	حالت معمولی	بهترین حالت
<p>تیم فروش شما قوی نیست. آنان مدیر فروش تمام وقتی را برای کمک کردن ندارند. تجربه‌ی کافی هم ندارند (به خصوص اگر شرکت کوچکی هستید که نمی‌توانید فروشندگانی که اعداد بزرگ را به نتیجه می‌رسانند، استخدام کنید).</p> <p>آنان کانال‌هایی برای ورود مشتریان بالقوه دارند، اما نمی‌دانند چه بر سر این مشتریان می‌آید. نهایی کردن معامله‌ها بیش از حد طول می‌کشد. شما به این شک دارید که یک عملیات فروش کاملاً جدید نیاز دارید.</p>	<p>افراد قوی و ضعیف در تیم فروش هستند. بعضی از آن‌ها نیاز به کمک شما دارند، اما همیشه زمان کافی برای کمک کردن به آن‌ها وجود ندارد. در نتیجه، نرخ به ثمر رساندن معامله‌های آنان کم‌تر از دیگران است.</p> <p>آنها به اعداد و ارقام خود دست نمی‌یابند، اما آنان اعداد بزرگی از سازمان را در دست ندارند.</p>	<p>تیم فروش شما، ماشین درآمد است. آنان تجربه و مهارت‌های مناسبی دارند. آنان انگیزه دارند که هر روز معامله‌های جدیدی را به نتیجه برسانند.</p> <p>برای بهبود عملکرد آنان، به طور منظم آنان را سرپرستی می‌کنید.</p> <p>هر آینه که مشکلی روی می‌دهد، به سرعت به آن‌ها پرداخته می‌شود.</p> <p>تیم فروش، وظیفه‌ی مهم تحویل برنامه‌ی ارزش، استراتژی نام تجاری و پیام‌ها را بر عهده دارد.</p>

## مفاهیم و گام‌های کلیدی

### پیش از آغاز

همیشه زمان خوبی برای توجه بیشتر به مدیریت فروش است. فرایندهای فروش و CRM ابزارهای مهمی هستند که به مدیریت تیم، پیش‌بینی نتایج و ... کمک می‌کنند.

### برنامه‌ی جبران خدمت تهیه کنید و آن را به اهداف درآمدی وصل کنید

فروشندگان بزرگ، می‌خواهند پول ایجاد کنند. برنامه‌ی جبران خدمت آنان را به اهداف درآمدی وصل کنید و اطمینان کسب کنید که برای موارد صحیح به آنان پول پرداخت می‌کنید. به طور مثال اگر فروشندگان برای فروش در خطی از فعالیت، پول درستی نگیرند به سراغ خط‌های دیگر کسب و کار می‌روند.

### اهداف واقع‌گرایانه انتخاب کنید

درباره‌ی ارقامی که فروشنده می‌تواند در یک دوره‌ی زمانی به آن دست یابد، واقع‌گرا باشید. فروشندگان می‌توانند به خاطر غیر واقع‌گرا بودن اهداف سرخورده شوند.

### افراد مناسبی را استخدام کنید

برای تشکیل یک تیم مناسب، با تلاش‌های قدرت‌مند استخدام آغاز کنید. شرح شغل کاملی را تهیه کنید تا به دقت بدانید باید به چه چیزی در کاندیدهای خود نیاز دارید. از فرایند کاملی برای استخدام استفاده کنید و به دنبال کسانی باشید که واقعاً نیاز دارید.

### سرپرستی کنید و بازخور بگیرید

یک مدیر خوب، به طور فعال با تیم فروش کار می‌کند. به طور کامل نمایندگان فروش خود را آموزش دهید و برای آن که مهارت‌های خود را بهبود بخشند، آنان را سرپرستی کنید. تماس بگیرید، عملکردها را اندازه‌گیری کنید و بازخور بگیرید. اگر فروشنده‌ای در ناحیه‌ی مشخصی مشکل دارد، برنامه‌ی اجرایی برای این مشکل تهیه کنید و بهبود را اندازه‌گیری کنید.



### گزارش‌های خوب تهیه کنید

برای اندازه‌گیری پیشرفت‌های شخصی و تیمی، به گزارش‌های خوب فروش نیاز دارید. حال آن که نمی‌خواهید فروشندگان شما زمان ارزشمند فروش را صرف تهیه‌ی فهرست‌ها و گزارش‌های دستی کنند. در عوض، فرایندهای مکانیزه‌ی تهیه‌ی گزارش را راه بیاندازید، به عنوان مثال در سیستم CRM گزارش بسازید. با گزارش‌های خوب، مشکلات را سریع‌تر خواهید دید و سریع‌تر اقدام خواهید کرد.

### انگیزه بدهید!

فروشندگان بزرگ، می‌خواهند بهتر باشند. آنان را تشویق کنید تا بیش‌تر مطالعه کنند، در همایش‌ها شرکت کنند، با دیگران ارتباط برقرار کنند و مهارت‌ها خود را بهبود بخشند.

### گام بعدی چیست؟

با تیم فروش خود کار کنید، مهارت‌های آنان را بهبود بخشید و اگر نیاز به اصلاحی هست، اصلاح کنید. افراد مناسبی را استخدام کنید تا آنان را به خوبی مدیریت کنید و از موفقیت آنان لذت ببرید.