

Да, есть проблемы, которые продавца не касаются. Но вот все проблемы клиента, которые есть от момента его прихода в магазин или первого контакта с компанией до того момента, когда он принимает решение и платит деньги или уходит в хорошем настроении - все эти проблемы решает продавец. По крайней мере, должен решать.

Посмотрите, какие ответы вы получите в ответ на вопрос «Почему маленькие продажи?» Они могут быть самые разные. Вот варианты:

- У нас дороже, чем....
- Большая конкуренция!
- У людей нет денег (люди говорят, что у них нет денег – это было бы правильнее).
- Они сами не знают, чего хотят.
- Высокие цены.
- Мало людей, у нас магазин в плохом месте.
- Никому ничего не нужно, у всех все уже есть.
- Всё везде одинаковое, людей только цены интересуют и прочее, и прочее, и прочее...

Ну что здесь можно сказать... Да, это так. И что? Это, как для того, кого хочет научиться плавать - вода мокрая, нужно отдать этому должное.

Да, такова ситуация на рынке.

Но, простите, а зачем тогда продавец? Да, это все правда и это то, что сейчас происходит на рынке. Это и есть то, с чем продавец должен работать.

Если бы всех этих проблем не было, то зачем продавцы вообще были бы нужны?

Они именно для того и нужны, чтобы РЕШАТЬ ЭТИ ПРОБЛЕМЫ ИЛИ ИСКАТЬ РЕШЕНИЯ, ЕСЛИ ИХ НЕТ.

Деньги в компании ТОЛЬКО от решений и действий, а не от рассказов о сложностях и том, что невозможно. И понимание этого является условием для получения дохода и выплаты достойной зарплаты. Другого не дано.

Вот тут-то и появляется на сцене и, очень часто на первом плане, та роль руководителя, которая заключается в том, чтобы отдать продавцам их работу и настаивать на том, что это именно их работа. Часто это сделать труднее всего.

Некоторые продавцы, причем не всегда глупые или плохие, будут брать «на излом», проверяя, как руководитель реагирует на их предложения согласиться с тем, что «это не наша работа – решать проблемы цен, конкурентов и прочее. Это проблемы компании.

Мы здесь совершенно ни при чем». Они смотрят на руководителя и ждут, как он отреагирует.

И если руководитель дрогнет в этот момент и начнет «как бы нехотя так» не соглашаться – «Ну конечно, это так, но все равно работать надо, вы уж как-нибудь, вы уж где-нибудь, потихоньку, кто-то вдруг да купит». Что-то вроде этого.

Это может быть завуалировано и не так заметно, но любая неуверенность руководителя отдела продаж будет воспринята «умными» продавцами, как невыраженное согласие с тем, что да, эти проблемы НЕ СОВСЕМ НАШИ и МЫ ПРОСТО ДОЛЖНЫ ДЕЛАТЬ ХОТЯ БЫ ЧТО-НИБУДЬ. Ну, не можем же мы вообще ничего не делать!

Не допускайте такого в своем бизнесе!