

РУКОВОДСТВО

Как сделать так, чтобы продавал каждый сотрудник



Как сделать так, чтобы продавал каждый сотрудник

Обычно в компаниях продажи ведет узкий круг сотрудников: менеджеры по продажам и некоторые руководители. Но продавать может каждый. Любой компании это выгодно.

Экономите рекламный бюджет

Чем больше сотрудников знает о продуктах компании и способны про них правильно рассказать, тем больше людей понимает пользу вашего бизнеса.

Стимулируете сарафанное радио

К вашим сотрудникам обращаются за советом друзья и знакомые. Юристы, финансисты и техники превращают подрядчиков в клиентов.

Как сделать, чтобы в компании продавали все

Шаг 1. Очертите круг знаний, который должен быть у каждого.

Как правило, сотрудники считают, что знают компанию, миссию и продукты. На деле бывает по-разному. Чтобы выяснить реальную картину, проведите тестирование. Про что важно спросить:

- Чем занимается компания?
- Какой основной продукт компании? Сколько стоит?
В чем его преимущество перед конкурентами?
- Какие еще продукты может приобрести клиент?
В чем их польза?
- Какие услуги оказывает ваша компания: упаковка, доставка, дизайн, брендинг под клиента, техсопровождение.
- Какие услуги компания не оказывает?
- Где можно узнать подробнее о продуктах и услугах компании: сайт, телефон, группы в соцсетях?
- Кто ваши топовые клиенты и почему?
- Как будете действовать, если ваш знакомый захочет приобрести товар компании? Напишите развернутый ответ.

Это базовый список вопросов, который поможет понять, как думает сотрудник и насколько хорошо разбирается в нюансах вашего бизнеса. При желании список вопросов можно сократить или, наоборот, расширить.

Важный момент. Чтобы сотрудники понимали зачем это происходит, лучше если первое лицо компании предварительно все объяснит. Тогда у всех будет осмысленность и единое понимание.

Шаг 2. Проведите тестирование.

Чтобы установить пробелы в знаниях, пройти тест должны все: от линейных специалистов до руководителей. Идеально – в одно время, чтобы никто не списал друг у друга и результаты были достоверными.

Зачастую тестирование проводят в офлайн-формате – бизнес-тренер раздает опросники, а потом их проверяет вручную. Это может занять много времени, согласований и ресурсов бизнес-тренеров или отдела кадров. К тому же велик риск манипуляций: ответственный за тестирование сотрудник может помочь коллеге выполнить тест хорошо.

Чтобы тестирование было точным и беспристрастным, лучше провести его в онлайн-формате.

Это дает бизнесу ряд преимуществ. Во-первых, вы получаете результаты в реальном времени: программа сама проверяет ответы. Во-вторых, сложно списать. Для этого можно ограничить время теста, чтобы сотрудники не отвечали сообща. В-третьих, сотрудникам удобнее, ведь они могут пройти тест с телефона в любое время.

Шаг 3. Расскажите всем о результатах.

Например, вывесите общий рейтинг по должностям в холле компании, загрузите результаты на корпоративный портал или сделайте рассылку по сотрудникам. Такой элемент соревнования может побудить отстающих подтянуть знания, чтобы в будущем занять лидирующие строчки в шорт-листе.

Бывает, что результаты руководителей ниже, чем у линейных сотрудников. Тогда обнародовать результаты целиком не стоит – это может подорвать авторитет топ-менеджеров. Лучше показать среднюю температуру по компании.

Шаг 4. Запустите продуктивное обучение.

Когда видны проблемные зоны, остается их устранить: рассказать сотрудникам о продуктах компании, миссии и ключевых преимуществах перед конкурентами, акцентируя внимание на областях, где выявлено наибольшее количество ошибок

Если сотрудников много, можно запустить онлайн-обучение. Они смогут изучить всю информацию в свободное время с любого устройства. А вы сразу увидите по отчетам, кто добросовестно учиться, а кто саботирует обучение.

Шаг 5. Проведите итоговое тестирование, чтобы сравнить «было/стало».

Вот тут можно вывесить общие рейтинги, так как компания инвестировала в обучение всех сотрудников. И теперь имеет право отметить чемпионов и даже наградить их.

Далее можно внедрить процедуру обучения и тестирования на постоянной основе: для новичков при поступлении на работу, для всех сотрудников, например, раз в полгода.

Бесплатная консультация

Поможем запустить продуктивное обучение для ваших сотрудников

Чтобы записаться на бесплатную консультацию, напишите sales@ispring.ru или позвоните по телефону 8 800 333 78 73. Звонок по России бесплатный.

Решение для запуска
продуктового обучения

₽ 22 700

на 3 месяца

- ✓ iSpring Learn (50 пользователей)
- ✓ Customer Success (1 месяц)
- ✓ iSpring Free