

Co menedżerowie wiedzą o sprzedaży?

Klasówka dla menedżerów

Tylko co czwarty menedżer zalicza test z „Technik sprzedaży”

Polscy menedżerowie wypełnili ponad 1800 testów wiedzy ze sprzedaży na trzech poziomach trudności. Jak przedstawiają się wyniki największej polskiej klasówki ze sprzedaży? Większość menedżerów posiada wiedzę na poziomie podstawowym, 50 proc. z nich dysponuje wiedzą profesjonalną, a 26 proc. to menedżerowie wyszkoleni teoretycznie i potrafiący tę wiedzę skutecznie wdrażać w życie. Sprzedaży można się nauczyć. Oczywiście jeżeli ma się do tego talent, nauka przychodzi o wiele łatwiej, ale musi upłynąć kilka lat, nim dobrze opanujemy sztukę sprzedawania.

Kandydat na wysokie stanowisko menedżerskie powinien posiadać odpowiednią wiedzę merytoryczną oraz całą gamę cech niezbędnych do zarządzania działem, firmą czy zespołem pracowników. Wśród nich są m.in. umiejętności sprzedażowe. W największej biznesowej klasówce Talent Clubu wypełnionych zostało aż 1809 testów z „Technik sprzedaży” na trzech poziomach trudności.

– Pierwszy etap testów zaliczyła duża grupa osób, co oznacza, że prawie wszyscy znają podstawowe techniki sprzedaży. Można się ich nauczyć na szkoleniach wewnętrznych lub po przeczytaniu książki czy kilku miesiącach praktyki zawodowej – wyjaśnia Dariusz Wilk, koordynator programu Talent Club. Dodaje, że testy wielokrotnego wyboru zawierające pytania o konkretne definicje zalicza mniej niż 50 proc. menedżerów startujących do pierwszego etapu.

Zaliczenie najtrudniejszego, trzeciego etapu testów ze sprzedaży wymaga rozwiązania studium przypadku (case study). Oprócz wiedzy teoretycznej, menedżer musi posiadać także doświadczenie zawodowe. Etap ten zaliczyło tylko 230 osób, czyli nieco ponad 26 proc. menedżerów, którzy przystąpili do klasówki. Jest kilka podstawowych cech, które powinny charakteryzować dobrego sprzedawcę. Są to m.in. znajomość oferty, umiejętność nawiązywania relacji, profesjonalizm, dobra organizacja pracy i zarządzanie własnym czasem. Równolegle ważne jest też przygotowanie teoretyczne, w tym umiejętne stosowanie technik sprzedaży czy odpowiadanie na potrzeby klientów.

– Jakie umiejętności ma dobry sprzedawca? Czy wystarczy, że potrafi dużo sprzedać? Zdecydowanie lepszym od tego, który najwięcej sprzedaje jest ten, który przynosi najwięcej zysku organizacji, dla której pracuje. Cechy, które charakteryzują dobrego sprzedawcę,

to z pewnością: długofalowe myślenie – cierpliwość i odpowiedź na potrzeby klienta, (a nie sprzedaż za wszelką cenę), odpowiednia komunikacja i budowanie relacji połączone z analitycznym myśleniem, a także umiejętność słuchania i analizy sytuacji, również z pozycji klienta. Najważniejsza jest wiara w oferowany produkt i usługę oraz to, że sprzedaż trzeba po prostu lubić – zauważa Tomasz Hoffmann z Learn Up, ekspert programu Talent Club.

W sumie aż 9777 menedżerów wzięło udział w klasówce Talent Clubu, wypełniając testy wiedzy z zakresu marketingu, technik sprzedaży, finansów oraz zarządzania (kompetencji menedżerskich). Cykl testów wiedzy, które dostępne są na platformie e-learningowej Talent Clubu, został opracowany przez specjalistów z Akademii Leona Koźmińskiego oraz z firm: Hoffmann Consulting i Learn Up (twórcy platformy). Najlepsze wyniki testów zostały opublikowane w rankingu wojewódzkim i ogólnopolskim. ®

Liczba osób, które przystąpiły i zaliczyły testy „Techniki Sprzedaży”

