6 practici de excelență în vânzările B2B

Indiferent de sectorul de activitate sau modelul de afaceri al companiei, creșterea continuă necesită excelență în vânzări și o echipă care se îmbunătățește în mod constant. Oamenii de vânzări cu performanțe superioare au abilitățile necesare pentru a se adapta rapid la cerințele pieței și la schimbarea comportamentelor consumatorilor. Dar este nevoie de mai mult decât metode și tehnici de vânzare. Excelența în vânzări necesită, de asemenea, o înțelegere profundă a culturii, proceselor și evoluției companiei.

Care sunt vânzările cel mai dificil de realizat, cele B2C sau cele B2B? Desigur ambele, atunci când organizația nu are resurse, nu are o strategie de vănzări și nu înțelege care sunt factorii care conduc la excelență în acest domeniu. De aceea, având în vedere experiența mea de peste 15 ani în vânzările B2B, voi prezenta în acest articol cele 6 practici care pot conduce la excelență în vânzările B2B.

1. **Imaginea vânzărilor în companiei – Excelentă!**

Nu sunt multe companii care se pot mândri cu această realizare. Prea mulți dintre noi consideră procesul de vânzare ca fiind dificil, neplăcut și obositor. Acest lucru se reflectă în felul în care procesul de vânzare este perceput în interiorul organizațiilor. Desigur, rezultatele companiei depind 100% de rezultatele acestui proces, dar oamenii adesea, nu consideră vânzarea altceva decât ”o mare bătaie de cap” și, desigur, ”un rău necesar”. Iată de companiile care ajung să creeze excelență în vânzări reușesc să transforme această percepție și să genereze o imagine pozitivă, valorizantă, energizantă a vânzărilor în companie, care sparge barierele preconcepțiilor generale și accesează zona de potențial a tuturor oamenilor. Iar aici totul ține de tonul dat de lideri

și de coachingul oferit de companie tuturor membrilor echipei de vânzări.

2. **Strategia de vânzări – Documentată în scris**

Studiile gobale arată că numai 14% dintre toți oamenii dintr-o companie cunosc strategia acesteia. Poate părea nesemnificativ ca argument pentru excelența în vânzări, dar nu este. În momentul în care fiecare om din echipa de vânzări are acces la un document sintetic care punctează în mod relevant direcțiile strategice ale companiei, se simte implicat și împuternicit. Rolul liderilor este acela de a crea o cultură organizațională bazată pe integritate și încredere pentru ca acest demers să fie plantat într-un context fertil și să dea rezultate. Atunci când liderii unei organizații își fac treaba bine, comunicarea transparentă a informațiilor în companie este un proces normal, care nu face decât să susțină excelența și colaborarea.

3. **Etapele procesului de vânzare – Documentate în scris**

Execuția impecabilă este semnul distinctiv al echipelor de vânzări excelente. Pentru a ajunge acolo oamenii au nevoie ca etapele procesului de vănzare să fie documentare în scris. Nu este un amănunt, este diferența care face diferența. Companiile de top au descrieri detaliate ale proceselor de vânzări și ale fluxurilor de lucru principale și adiacente. Ce se schimbă prin acest demers? În primul rând, din punct de vedere psihologic, oamenii vor avea oricând acces la aceste materiale pentru clarificări și se vor simți în siguranță. În plan secundar vor avea claritate și un depozitar de know-how pe care să îl folosească atunci când vin noi membri în echipă. Aici este esențial ca documentele să fie atăt în formă sintetică, vizuală, căt și în formă detaliată, însă nivelul de detaliere să nu le facă inutilizabile.

4. **Membrii echipei de vânzări – Experți în account management**

Firmele cu performanțe înalte în vânzări alocă resurse semnificative pentru fiecare dintre clienții lor, ca parte a procesului de vânzare. În B2B competențele de gestionare a conturilor fac diferența – de la stabilirea relației, la cartografierea matricei decidenților din compania client, până la stabilrea unui nivel de încredere și colaborare care să implice consultantul de vânzări în procesul de planificare strategică al clientului. În consecință, în B2B este imperativ necesar ca toți membrii echipei de vânzări să fie pregătiți continuu pentru a avea toate competențele necesare (soft, funcționale și hard) pentru a fi experți în account management.

5. **Module de instruire – Pentru fiecare etapă a procesului de vânzare**

Un proces este atât de bun cât este de bună implementarea sa. Firmele care au atins excelența în vânzările B2B nu se opresc după ce au definit procesele de vânzări și au conceput fluxurile de lucru. În aceste companii cultura organizațională și mediul de lucru susțin oamenii pentru a trăi aceste procese. Iar pentru a realiza acest lucru au module de instruire, liste de verificare (check lists) și instrumente pentru fiecare etapă a procesului de vănzare. Mai mult, procesul de învățare nu este doar unul formal și rigid, ci este auto-determinat, continuu și susținut de tehnologie, dar și de managerii echipelor de vânzări, care îl recomandă și îl apreciază.

6. **Dezvoltarea continuă – Prin e-learning și training**

Companiile cu performanțe superioare în vânzări utilizează potențialul tehnologiei pentru a sprijini procesele de învățare continuă. Aceste companii preferă o abordare care să combine formarea în sala de clasă cu învățarea virtuală (e-learning) pentru a dezvolta competențele echipelor de vânzări. Un studiu de profil arată că dintre cele mai importante trei elemente/aspecte care s-au îmbunătățit semnificativ în nivelul

de pregătire al oamenilor de vânzări în ultimii 3 ani, respondenții au pus pe locul întâi abilitatea de comunicare (23%), pe locul doi nivelul de competențele și cunoștințele legate în mod direct de vânzări (19%) și pe locul trei viziunea de afaceri (11%). Același studiu arată că training-ul pentru îmbunătățirea abilităților/competențelor este considerat în continuare ca având cel mai mare impact pentru membrii organizațiilor. Acesta este urmat îndeaproape de coaching-on-the-job și de training pentru dezvoltare profesională extinsă.

Autor: Gabriela Streza, Business Development Director, Valoria

* * *

Despre autor

Gabriela Streza are peste 15 ani de experiență în echipe de marketing și business development ale unor mari companii multinaționale și afaceri de familie din România, liderii în domeniile lor de activitate. Gabriela a absolvit Universitatea Politehnică din București și are o expertiză solidă în marketing, comunicare și business development dobândită în decursul a sute de proiecte gestionate cu succes în carieră. Gabriela are de asemenea o vasta cunoaștere a relațiilor publice și a comunicării profesionale cu înaltă calificare în comunicări interpersonale, organizații și management de evenimente pentru a genera conștientizarea brandului companiei și a dezvoltarii de business.În ultimii ani a coordonat proiecte complexe de marketing și business development care au implicat antreprenori români, asociații non-profit și companii multinaționale.

Despre Valoria

Valoria Business Solutions este o companie de consultanță, training, și coaching. Misiunea companiei este aceea de a transforma în valoare potențialul echipelor și organizațiilor. Competența, încrederea, inovația și pasiunea sunt valorile pe

care le susținem prin tot ceea ce facem. Credem în oameni și în aspirația lor de împlinire personală și profesională și în dorința lor de a-și accelera potențialul. Aflați mai multe despre noi pe: www.valoria.ro.