

طراحی تیم فروش موفق

تیم فروش موفق آرزوی هر سازمانی است؛ پس لازم است تا در طراحی آن، نکات مختلف و فراوانی که تأثیرگذار هستند را مورد استفاده قرار دهیم. اما در این مقاله تیم فروش موفق از [سیمیل اچ آر](#) با دید منابع انسانی به این موضوع می‌پردازیم و خصوصیات و ویژگی‌هایی که تیم‌های برتر در بازار دارند را نشان می‌دهیم تا بتوانیم با مقایسه آن با تیم خودمان و متناسب‌سازی این ویژگی‌ها، باعث بهبود شرایط در تیم خودمان شویم.

ویژگی های تیم فروش موفق

در ادامه این مطلب، به ۵ ویژگی تیم فروش موفق اشاره خواهیم داشت که در [تیم سازی](#) باید به آن توجه کرد.

۱. ایمان دارند

تیم فروش موفق سازمان خود را در مقایسه با سایر رقبا بسیار قوی‌تر امتیاز دهید. به عبارت دیگر، یکی از شروط برای اینکه تیم فروش، موفق شود این است که باور داشته باشند محصولات و خدماتی که به بازار ارائه می‌کنند، در مقایسه با سایر رقبا قوی‌تر است.

بیش از ۷۵ درصد از اعضای تیم‌های فروشی که موفق هستند، سازمان خود را قوی‌تر از سازمان‌های دیگر می‌دانند. این نکته از جهات مختلفی برای واحد منابع انسانی می‌تواند اهمیت داشته باشد. برای مثال، در [طراحی فرایند آنبردینگ](#)، که برای اعضای تازه‌وارد به مجموعه ایجاد می‌شود، یکی از قسمت‌های حیاتی که باید در آن دیده شود، بیان تاریخچه سازمان، ارزشی که ایجاد می‌کند و مزیت‌های رقابتی سازمان است. یا به طور کلی، در سازمان باید جلساتی با تیم فروش طراحی و برگزار شود که در آن‌ها به بیان تفاوت‌ها و ارزش‌هایی که خدمات و محصولات سازمان دارد، اشاره کند و این احساس باور و برتری را به تیم القا کند.

۲. ساختارمند هستند

بعضی از مدیران فروش بیان می‌کنند که «فروشنده باید بفروشه دیگه؛ حالا هر طوری که بلده!» اما این جمله، خلاف اتفاقی است که در تیم فروش موفق رخ می‌دهد. بیش از ۵۰ درصد از [تیم کاری موفق](#) در این تحقیق، که توسط دانشگاه مارشال کالیفرنیا انجام شده، اعلام کردند که پروسه فروشی را طی می‌کنند که به شدت بررسی می‌شود و سازمان تمام تلاشش را می‌کند که تا جای ممکن فرآیندها به صورت اتوماتیک طی شوند. درحالی که در تیم‌های فروش، زیر ۲۵ درصد آن‌ها اعلام داشتند که پروسه مشخص فروشی را طی می‌کنند.

از جنبه [منابع انسانی](#) این نکته در جذب و استخدام مدیر فروش حائز اهمیت است که بدانیم مدل فروش «فروشنده باید بفروشه» جواب‌گوی ساختن یک تیم فروش نیست و «سیستم و فرآیند» است که در مجموعه باید باعث ایجاد فروش شود. ممکن است بتوانیم به صورت موقت با استفاده از مهارت‌های شخصی افراد، «فروش» انجام دهیم، اما این فروش «موقت» است و سیستم‌سازی برای ادامه‌دار کردن آن انجام نداده‌ایم.

۳. مسئولیت‌پذیر هستند

مسئولیت‌پذیری نسبت به مشتری در تیم فروش موفق از مسائل تعیین‌کننده است. شما ممکن است بتوانید بهترین سیستم‌های CRM را در بازار خریداری کنید و در اختیار تیم فروش خود قرار دهید؛ ولی درنهایت، شخصی که تصمیم می‌گیرد اطلاعات مشتری را به صورت کامل وارد سیستم کند یا خیر، فروشنده مجموعه است و تنها چیزی که می‌تواند فروشنده را مجبور به این کار کند، وجود فرهنگ مسئولیت‌پذیری در سازمان است.

([مقاله مسئولیت‌پذیری کارمندان](#) می‌تواند در زمینه افزایش مسئولیت‌پذیری پرسنل شما کمک کند.)

اگر واحد منابع انسانی بتواند در سازمان این احساس را ایجاد کند که وقتی مشتری با یک نفر از اعضای فروش ارتباط گرفت، تا لحظه‌ای که کارش انجام شود، متعلق به آن شخص است و باید کارش را به بهترین شکل انجام دهد، می‌تواند بگوید که در راستای ایجاد این فرهنگ گامی برداشته است.

۴. بلندپرواز هستند!

تیم فروش موفق در تارگت‌گذاری که برای خود انجام می‌دهد، بلندپروازانه عمل می‌کند و از در نظر گرفتن اهدافی بیش از توانشان، نمی‌ترسند. درواقع، یک انگیزه درونی در این تیم‌ها برای شکستن رکوردهای قبلی وجود دارد که آن‌ها را سال به سال بیش از سال پیش، پیشرفت می‌دهد. این نکته می‌تواند در **جذب و استخدام** مورد استفاده قرار گیرد که ما در تیم فروش به دنبال افرادی هستیم که دارای انگیزه درونی باشند و خودشان برای خودشان هدف‌گذاری کنند. علاوه بر این‌ها، باتوجه به این حقیقت، این مدیرعامل سازمان است که باید تلاش کند تارگت‌های مدیرفروش را معقول‌تر کند و کاهش دهد؛ زیرا شناخت عمیق‌تری نسبت به بازار دارد. اما اگر مشاهده کردیم که در سازمانی، این مدیرفروش است که در تلاش بوده تا اهداف فصلی و سالانه خود را کاهش دهد، احتمالاً با شخص اشتباهی مشغول به همکاری هستیم.

۵. اخراج می‌کنند!

۱۸ درصد از تیم‌های فروش موفق اعلام کردند که اگر شخصی با عملکرد نامناسب وارد تیم شود، در طول مدت کمتر از سه ماه از تیم اخراج خواهد شد. این عدد در تیم‌های فروش با عملکرد معمولی ۲ درصد و در تیم‌های ضعیف ۵ درصد است. علاوه بر این‌ها، در طولانی‌مدت نیز ۸۰ درصد تیم‌های فروش موفق اعلام کردند که اگر شخصی عملکرد ضعیف داشته باشد، در سال اول اخراج خواهد شد؛ در حالی که این عدد در تیم‌های ضعیف، چیزی حدود ۵۰ درصد است. با توجه به این اعداد، جدیت تیم فروش موفق مثال‌زدنی است و این رویکرد، که گاهاً می‌بینیم با هر شخصی در تیم سازش می‌شود، در تیم‌های قوی وجود ندارد.

درواقع جذب و استخدام در سازمان‌هایی که تیم فروش موفق دارند، یک واحد استراتژیک و پارتنر جدی، تیم فروش است و رابطه خوب این دو واحد ضروری است که بتواند افراد را با سرعت و کیفیت مناسبی به این واحد معرفی کند. همچنین در استخدام نیز توجه کردن به این نکته که مدیرفروش سازمان بداند در چه زمانی باید اخراج کند و اینکه روحیه انجام این کار را داشته باشد، بسیار ضروری است. بسیار دیده‌ایم که شخصی در سازمان با وجود عملکرد ضعیف مشغول به کار است؛ زیرا مدیران از اینکه آن شخص را اخراج کند، خجالت می‌کشند.

به سادگی، تیم فروش خود را موفق کنید

در طراحی تیم فروش موفق، بیشتر مدیرفروش و مدیرعامل مجموعه درگیر می‌شوند و واحد منابع انسانی سازمان را دور از این می‌بینند که بتواند در این طراحی، نقشی ایفا کند. اما شما باید با توجه به دانش و تجربه‌ای که دارید، وارد این پروسه شوید و باید بتوانیم رفته‌رفته، خود را به میز هیئت‌مدیره در سازمان و فعالیت‌های جدی‌تر نزدیک کنیم، علاوه‌بر این‌ها، در نظر گرفتن این پنج نکته در طراحی تیم فروش، که تماماً نکاتی هستند که واحد منابع انسانی تأثیر مستقیمی در آن دارند، می‌تواند در این طراحی به شما کمک کند.