



Satış Grubunuzu İyi Yönetin !

İyi yönetemediğiniz bir satış ekibi, başınızı derde sokabilir. Hem de tek yönlü değil, çok yönlü. Satıcılar yapısı gereği genellikle hareketli ve zeki kişilerdir. Yöneticilerinin zayıf yönlerini belirlemekte hiç geç kalmazlar ve en çok sevdikleri ise kendi dediklerini eksiksiz olarak yöneticilerine yaptırır !

Eğer, yöneticileri olarak siz bunu fark etmezseniz, çok kısa bir süre sonra kontrol sizden çıkar, iş, bir oyun haline gelir ve kendi meydanınızda oyuncu olursunuz.

Şimdi, tüm satış yöneticisi meslektaşlarımı düşünmeye davet ediyorum :

- Kendinizin güçlü ve zayıf olduğunuz yönlerinizi ne zaman tespit etmek için, kendinize en son ne zaman vakit ayırdınız ?
- Kendi başınıza en son saha ziyaretini ne zaman gerçekleştirdiniz ?
- Satış ekibinizle düzenli olarak müşteri ziyaretlerine ne sıklıkta gidiyorsunuz ?
- Siz, sadece masanızda oturarak, satıcılarınızın iş getirmesiniz bekleyenlerden misiniz?



Bu soruların cevaplarını bir düşünün. Büyüklerimiz hep söylerler ya "kişi kendini bilir!" bizler de yöneticiler olarak kendimizi biliriz. Eksik olduğumuzu düşündüğümüz yönlerimizi biraz düşünmemiz gerekiyor. Neden mi ? Nedeni gayet basit : başarılı bir yönetici, başarılı bir iş adamı olabilmek için.

Yurtiçi ve yurtdışında ünlenmiş ve büyük başarılar kazanmış iş adamlarını biraz takibe alın ve göreceksiniz ki başarılı olmaları için, bir şeyi hep yapmışlar :

- kendilerini sürekli tanımaya zaman ayırmışlar,
- sürekli gelişimi ve değişimi yakından takip edip, çağa uyum sağlamışlar...

Bizler de yöneticiler olarak bu oyunun kurallarına uyum sağlarsak, başarıya biraz daha yaklaşırız.

Satış grubunun yönetimi dediğimiz sadece kontrol formlarından oluşan bir düzenek değildir.

- Tabii ki görüşme yapılan müşterinin kayıtları tam olarak tutulmalı,
- Tabii ki satış kotaları / hedefleri verilmeli,
- Ve pek tabii ki de satış grubundan performans almak için, satıcı arkadaşlarımı motive etmeli,

Bunlar çok kısa yazdığım ve nerdeyse standart olarak bilinen işler veya süreçler olarak nitelendirilebilir.

Benim satış yöneticileri için düşündüğüm ve geliştirmek üzere sürekli çalışmalar yaptığım iş ise satış gruplarının bir bütün olarak müşteri kattığı değer üzerinde yoğunlaşmaktadır.

- Müşterilerine göre ayarları yapılmayan bir satış grubu, uzun süreli başarı sağlayamaz !
- Satıcılarını dinlemeyen bir satış yöneticisi , onların problemlerini hissetmediği sürece başarılı olamaz,
- Vee en önemlisi ise satış sürecini hazırlık aşamasından, takip aşamasına kadar bir bütün olarak görmeyen satış grupları ne yazık ki başarılı olamaz !

Satış yönetimine tek bir parça olarak bakmak, işi zayıflatır. Satış bölümleri, şirketler için dinamodur ve şirketin bir bütünü olarak görülmesi gerekir. Ki danışmanlık yaptığım şirketlerdeki, sızlanmaların en başında, satış bölümlerindeki yöneticilerin ve çalışanların, diğer çalışanlara karşı, son derece yıpratıcı bir tutum sergiledikleri yönündedir. Satış gruplarındaki bu özerklik, şirkete para girdileri sağladıkları içindir. Bu kesinlikle çok ama çok önemlidir. Ama diğer bölümlerle herhangi bir olumsuz tavır takınmalarını gerektirmez. Kısa bir süre sonra, satışlarını yapan satış grubu, psikolojik olarak şöyle bir havaya girer "ben olmazsam bu şirket yok olur!" Peki, şirket çalışanlarına ne için para öder ? Tanımlanan ve talep oldukları işi yapmaları için ! O halde, çalışanlar, işlerini yapmakla yükümlüler tezinde hem fikir miyiz ?

İşte tam bu noktada satış grubunun yönetilmesi işi devreye giriyor. Satış yöneticileri için de en çok satan, O'nun işini yapmasına en çok katkıda bulunduğu için zaman zaman kayırlır ve önceliklendirilir. İşte yine bu noktada, satış yöneticisi güç kaybetmeye başlar.

Tüm satıcılarınıza eşit uzaklıkta bulunun !

Bu çok ama çok önemli. İç dinamikleri sağlıklı tutmak için tüm satıcılarınıza eşit uzaklıkta durun. Durmadığınızda, sizin de yerinize bir süre sonra durmadığınızı görebilirsiniz. Veya durmadığınızda, yönetici olduğunuzu düşündüğünüz bölümün başkası tarafından resmen ele geçirildiğini görebilirsiniz. İşte bu belirtiler sizin, grubunuzun üzerindeki etkinizi yitirdiğiniz andır. Az önce yukarıda söylediğim gibi satış yönetimi ve grubun yönetimi sadece ziyaret raporlarının çıkarmak ve görüşmeleri bilgisayara kaydetmek değildir.

Size küçük tavsiyelerim var, beğendiklerinizi uygulayın veya benimle görüşlerinizi paylaşın ;

- Satış bölümünüzü, şirketin bir bütünü olarak düşünün, düşündürün ve böyle hareket edin. İç dinamikler sağlıklı olur, yani iç çatışmalar azalır.
- Kotaları ve diğer hedefleri verin ama gerçekçi hedefler verin, bu hedefleri vermeden önce, önceki ayları iyi bir araştırın. Geçtiğimiz 3 sene boyunca Mart ayındaki satışlar 100.000 / 107.000 / 111.000 Lira iken, bu Mart ayı için 250.000 istemeden önce, gerekli altyapıyı araştırın. Sonrasında size gelen sonuçlarla kendi pozisyonunuzu sakın yıpratmayın.
- Satış görüşmelerini mutlaka kayıt altına alın ama hepsini bir yerde toplayın. Lütfen bütçenizden 5000\$'ı güzel bir müşteri ilişkilerinizi kaydedip, müşterilerinize manevra yapabileceğiniz bir program için ayırın. Şunu da kesinlikle garanti ederim, program size, ödediğinizden çok daha fazlasını kazandırır.
- Kısa raporlar alın ve sizler de üstlerinize kısa raporlar verin. Görüşme detaylarını, lütfen düzenli olarak yaptığınız toplantılarda kısaca dinleyin. Hatta çok uzun anlatan satıcınız varsa, kısaca anlatmasını rica edin. Unutmayın ! vakit, nakittir. Ofiste oturduğunuz süre, müşteri ve para kaybıdır.
- Müşterilerinize tekliflerinizi, ciddi bir biçimde, kurumsal yapınıza uygun bir şekilde e-posta veya faksla gönderin. Gönderdim ve işim bitti demeyin, üşenmeyin. Bir zahmet telefonla arayıp, teklifinizin ilgili kişiye ulaşmış olduğunu teyid edin.
- Az önce bahsettiğim satış toplantılarını düzenli ve gündemli olarak yapın. Toplantı kayıtlarını mutlaka tutun.
- Himm, bir de motivasyon kısmı var, bu da çok önemli. Motivasyon olmadan olmaz değil mi ? Ben bu konuda şöyle düşünüyorum. Kimsenin, kimseyi özellikle motive etmesi gerekli değil. Öncelikle bizler kendimizi motive etmekte yükümlüyük. Bu kapsamda da bizi ekstra motive eden birileri veya bir takım olaylar varsa, işte bu "ekstra motivasyondur."

Çok değerli okuyucularım;

Vakit ayırıp, bu makalemi de okuduğunuz için çok teŖekkür ederim. Herhangi bir sorunuz veya paylaşmak istediğiniz bir konunuz olursa lütfen bana yazın:

fiat@fiatcapkin.com.tr

Sevgi ve saygılarımla,

FIRAT ÇAPKIN
eğitmen / danışman