

ПРАЦІВНИКИ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК ЕФЕКТИВНИХ ПРОДАЖІВ

Одним із факторів, що спричиняє низький рівень продажів є невдало підібраний персонал. Інколи в магазинах і торгових точках продавці поведуться непрофесійно, пасивно і байдуже щодо клієнта; гордовито, зверхньо і навіть зухвало спілкуються з покупцями, не намагаються увійти в становище клієнта, не надають вичерпної консультації чи поради; вважають, що уваги потребує лише сталий клієнт, а потенційного можна ігнорувати. Це знижує рівень лояльності не лише конкретної людини, а й погіршує увесь імідж компанії, в якій працює продавець.

Працівники відіграють критично важливу роль у впливі на продажі компанії через якість обслуговування клієнтів, знання продукту, навички продажів, мотивацію та залученість, а також інноваційність і творчий підхід.

Аби дослідити рівень обслуговування варто розібратися, як продавці і бренд загалом спілкуються з клієнтами. Для цього можна послухати як у компанії консультують покупців, а також прослухати записи телефонних розмов колл-центру. Після цього проаналізувати відповіді працівників, наскільки вони ввічливі, компетентні, який у них настрій і з якою інтонацією вони розмовляють з клієнтами. Варто звернути увагу на те, які відповіді підштовхують до покупок, а які навпаки відлякують покупців [1].

Працівники, які безпосередньо взаємодіють з клієнтами, створюють перше враження про компанію, що є вирішальним для формування думки про компанію та її продукцію. Ввічливе та уважне обслуговування підвищує рівень задоволення клієнтів, що сприяє повторним покупкам і рекомендаціям. Швидке та ефективне вирішення проблем клієнтів допомагає зберегти їхню лояльність, навіть якщо виникають конфліктні ситуації. Поради вдалих і вигідних покупок, різноманітні акції, подарунки-компліменти від магазину – усе це стане запорукою тісної і тривалої співпраці з сталими і новими клієнтами.

Змістовні знання про продукт чи послуги дозволяють працівникам надавати точну і детальну інформацію клієнтам, що допоможе їм прийняти обґрунтоване рішення про покупку. Кваліфіковані продавці, які можуть відповісти на всі запитання покупців та надати професійні поради, рекомендації, сприяють створенню довіри до компанії та її продукту. Навички продажів, такі як презентації, робота з запереченнями і закриття угоди, дозволяють працівникам ефективно переконувати клієнтів зробити покупку.

Вмотивовані працівники працюють ефективніше, що позитивно впливає на загальну продуктивність компанії та обсяг продажів. Залучені працівники частіше проявляють ініціативу, пропонують нові ідеї та способи покращення процесів, що можуть привести до інноваційних рішень та збільшення продажів. Вмотивовані працівники надають якісніше обслуговування, що збільшує

задоволеність і лояльність клієнтів, а також їхню схильність до повторних покупок. Під вмотивованими працівниками розуміємо людей з відповідною економічною освітою та навичками, тих, яким подобаються торгівельно-економічні відносини загалом, а також взаємодія з великою кількістю людей різних психотипів. Вважаємо, що особи, які сферу торгівлі розглядають лише як місце тимчасового підробітку, не будуть достатньо включеними в процес продажів, не проявлятимуть достатньо ініціативи, не намагатимуться залучити якомога більше клієнтів. Окрім цього, приватний досвід власників магазинів і торгових точок м. Тернопіль засвідчує, що працівники на сталій зарплаті з часом стають менш мотивованими, а ті, зарібок яких залежить ще й від кількості операцій продажу, зберігають стійку мотивацію довше.

Лояльні працівники схильні активно пропонувати нові ідеї, що можуть допомогти компанії розробити нові продукти або покращити існуючі, та збільшити залученість нових клієнтів і як наслідок збільшити продажі. Творчий підхід до вирішення завдань дозволяє знаходити ефективніші методи роботи, що може знизити витрати і підвищити рентабельність. Працівники, які відкриті до інновацій, швидше адаптуються до змін на ринку та впроваджують нові технології і стратегії, що дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною [2].

Таким чином, працівники впливають на продажі компанії через різні аспекти своєї роботи, від якості обслуговування клієнтів до мотивації та інноваційності. Компаніям і роботодавцям важливо також створювати належні умови праці для персоналу, мова йде про зручність, комфорт робочого місця, естетичне оформлення, можливості для різних варіантів оплати за товар чи послугу, температурний режим, соціальні гарантії, робочий графік тощо. Щоб максимально використовувати потенціал свого персоналу для підвищення продажів, компаніям важливо також інвестувати в навчання та розвиток своїх працівників.

Аби працівники позитивно впливали на продажі, компанії можуть вжити такі заходи:

- 1) важливо забезпечити їх достатньою експертизою про продукт або послугу;
- 2) також варто регулярно проводити тренінги для персоналу, аби вони розвивали свої професійні навички та дізнавалися нові методики продаж;
- 3) варто створити прозору систему мотивації;
- 4) розвиток позитивної корпоративної культури та командного духу також може підвищити продуктивність;
- 5) важливо забезпечити ефективну комунікацію та визнання досягнень працівників;
- 6) заохочувати їх до стратегічного мислення та пропонувати інноваційних ідей;
- 7) формування належних навичок ефективного міжперсонального спілкування, наприклад, запровадити у діяльність модель C.A.L.L.E.R. (Clarity - чіткість, точність, однозначність; Active listening - активне слухання; Listing - фіксація, ведення нотаток; Empathy – емпатія; Repetition - повторювання) Ця

модель містить у собі набір рекомендацій, які мають принципове значення при побудові міжособистих комунікацій у сфері виконання поставлених завдань [3];

8) важливий і якісний корпоративний відпочинок.

Ці заходи сприятимуть створенню стимулюючого середовища, де працівники будуть позитивно впливати на продажі та допомагати у розвитку бізнесу [4].

Працівники, безперечно, є ключовим чинником ефективних продажів у будь-якій компанії. Їхні знання, навички, мотивація та взаємодія з клієнтами прямо впливають на успіх бізнесу. З цього випливає, що компанії повинні активно інвестувати у розвиток своїх працівників як професіоналів у сфері продажів, надавати співробітникам можливість постійно рости професійно. Це надихає їх на досягнення ще більших успіхів у майбутньому.

Перш за все, працівники повинні мати глибокі знання про продукт або послугу, яку вони продають. Це включає в себе розуміння його особливостей, переваг та способів використання. Чим більше працівник розуміє продукт, тим краще він може передати цю інформацію клієнту та дати відповідь на його питання. Мотивація грає важливу роль у стимулюванні працівників до активних продажів. Фінансові стимули, бонусні програми, конкурси та інші форми винагороди можуть підвищити їхню працездатність та вмотивованість. Також важливо створити позитивне середовище, де працівники відчуватимуть підтримку та визнання, адже воно сприяє їхній продуктивності. Крім того, ефективна комунікація та залучення працівників до стратегічного мислення можуть стати чинником покращення продажів. Коли працівники розуміють стратегію компанії та їхню роль у досягненні цілей, вони стають більш мотивованими та спроможними діяти відповідно до цієї стратегії.

Отже, працівники не лише відіграють ключову роль у продажах, а й є невід'ємною частиною стратегії розвитку будь-якої компанії. Інвестування в їхні навички, мотивацію та розвиток є стратегічною необхідністю для забезпечення успішності та конкурентоспроможності бізнесу в сучасному світі.

Список використани джерел:

1. Основні причини низьких продажів. URL: <https://gincore.net/uk/blog/top-reasons-for-low-sales>
2. The Business Benefits of a Healthy Workforce. URL: <https://www.hsph.harvard.edu/ecpe/the-business-benefits-of-a-healthy-workforce/>
3. Managing Organizational Communication. URL: <https://www.shrm.org/resourcesandtools/tools-and-samples/toolkits/pages/managingorganizationalcommunication.aspx>
4. Why Workplace Culture Matters. URL: <https://professional.dce.harvard.edu/blog/why-workplace-culture-matters/>