

8

**NAČINA KAKO DA VAŠ
TIM OSTANE MOTIVISAN
TOKOM LETNJIH MESECI**

Leto donosi duže dane ispunjene spremanjem hrane, odmorima na plaži i obiljem zabave na otvorenom, ali takođe ima tendenciju da dovede do pada prodaje u mnogim industrijama.

Kupci oklevaju da kupuju i odlažu donošenje odluka tokom letnjih meseci, što dovodi do niskih cifara prodaje. Nakon što su čuli „ne“ stotinama puta ili se nikada više nisu javili, prodajni timovi brzo gube motivaciju da nastave sa prodajom tokom ovog perioda. Isprobajte ove efikasne načine da vaš prodajni tim bude motivisan tokom neizbežnog letnjeg pada prodaje.

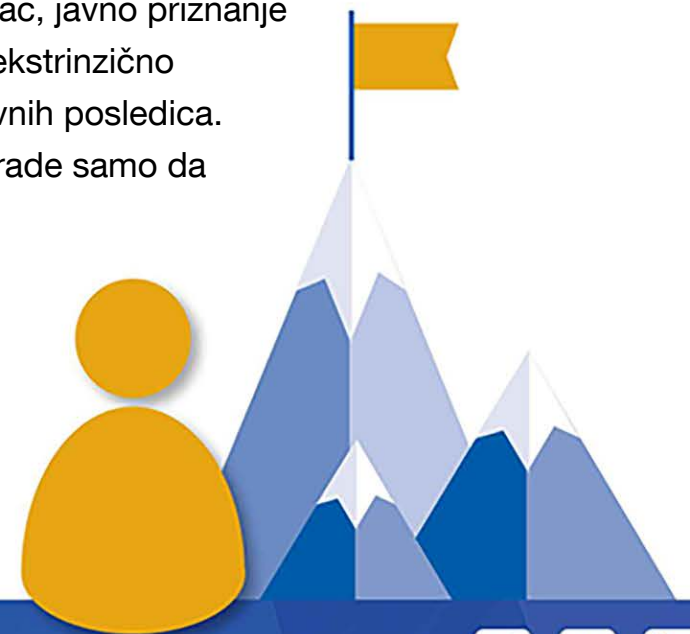
1. Analizirajte individualne motivacije

Svaki član tima ima jedinstven nagon koja ga čini dobrim prodavcem. Kada odlučujete kako da motivišete, morate odrediti da li je osoba intrinzično ili ekstrinzično motivisana.

Intrinzično motivisani ljudi su vođeni unutrašnjom željom da uspeju. Ovi prodavci žele da uče i rastu razvijajući svoje veštine kako bi postigli lično postavljene ciljeve. Imaju unutrašnji nagon koji otkriva duboko takmičarsku prirodu.

Prodavci koji poseduju ekstrinzičnu motivaciju traže novac, javno priznanje i druge opipljive nagrade. Iako su tipično pozitivni, neki ekstrinzično motivisani prodavci zapravo rade na izbegavanju negativnih posledica. Ovi ljudi su motivisani potencijalnom kaznom i naporno rade samo da bi se klonili nevolja.

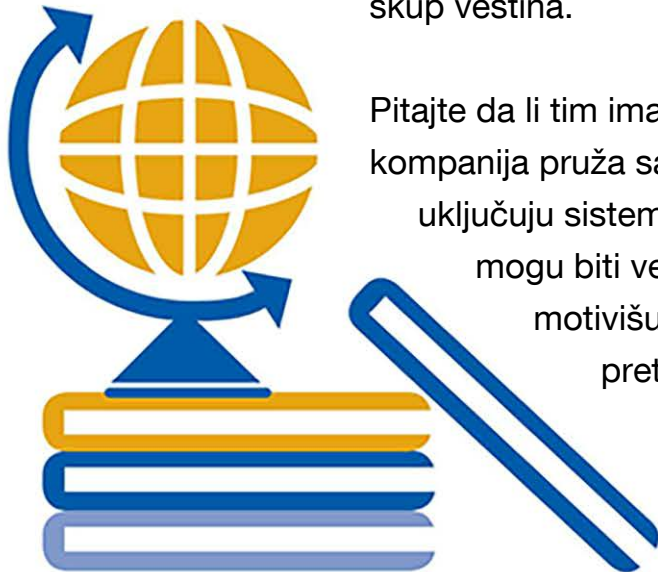
Kada utvrdite da li su članovi vašeg prodajnog tima motivisani ekstrinzično, intrinzično ili kombinacijom oba, možete odlučiti koja od sledećih taktika motivacije će najbolje funkcionisati.



2. Omogućite pristup dodatnom znanju i alatima.

Intrinzično motivisani ljudi su žedni znanja. Ovi igrači prodajnog tima žele da znaju sve što mogu o svom zanatu, a ako im se ukaže prilika, iskoristiće priliku za dodatnu obuku. Bilo da ova obuka uključuje međunarodne konferencije, noćne časove ili samo događaje lokalnih govornika u vašoj industriji, suštinski motivisani prodavci će želeći da učestvuju jer ove mogućnosti povećavaju njihov skup veština.

Pitajte da li tim ima sve što je potrebno za uspeh. Neki prodavci smatraju da kompanija pruža samo minimum kada su u pitanju alati za trgovinu. Ovi alati uključuju sisteme za praćenje prodaje i softver za obuku prodaje. Iako ovi alati mogu biti velika investicija za kompaniju, oni pružaju pojačanu obuku i motivišu prodajni tim da isproba različite tehnike. Kupite ili se pretplatite na ove dodatne alate i poboljšajte njihove prodajne sposobnosti tokom letnjeg pada.



3. Priznajte zasluge tamo gde ih ima.

Kada vaš prodajni tim uspe, pobrinite se da prepoznate sve pojedince koji su tome doprineli. Zaposleni u prodaji koji naporno rade samo da bi zasluge za svoj rad pripale nekom drugom brzo postaju frustrirani i razočarani. Priznajte čak i najmanji doprinos da biste postavili obrazac pozitivnog potkrepljenja. Kada članovi prodajnog tima shvate da se naporan rad nagrađuje pohvalama, nastoje da donesu najbolje rezultate. Tokom letnjeg pada prodaje, ovo može biti razlika između apatične grupe i visoko motivisanog prodajnog tima.



4. Napravite „fantastičan“ prodajni tim.

Odličan način da se ponudi dodatna kompenzacija pored redovnih provizija i bonusa je održavanje prodajnog takmičenja koje uključuje sve članove prodajnog tima. Vođenje prodajnog takmičenja podstiče prijateljsku konkurenciju među članovima prodajnog tima, a istovremeno povećava prodaju.



Da biste započeli prodajno takmičenje u svojoj kancelariji, obezbedite jasne, dostižne ciljeve i unapred navedite sva pravila. Posljednja stvar koju želite je da stvorite tenziju nespornostima u igri. Izaberite vremenski okvir i postavite pravila, a zatim se pobrinite da ostanete verni njima. Kada navedete pravila, dizajnirajte tablu sa rezultatima u realnom vremenu koju ćete postaviti na zid. Ovo stvara transparentnost i omogućava svakom članu prodajnog tima da zna gde se nalazi u konkurenciji u svakom trenutku.

Ovakva prodajna igra stvara zdravu konkurenciju u kancelariji dok uči tim da se oslanjaju jedni na druge i grade snažno poverenje unutar grupe. Ovo takmičenje pruža jasnu motivaciju i omogućava zaposlenima da uživaju u svakom koraku procesa prodaje.

5. Obezbedite javno priznanje.

Zahvaljivanje zaposlenima pred kolegama inspiriše ih na uspeh. Ljudi vole da čuju da im ide dobro, a ako se to priznanje dobije pred kolegama, osećaju se ostvareno i ponosno. Ovo može biti neformalni proces koji koristi grupnu elektronsku poštu za prenošenje pohvala, ili može biti zvanična ceremonija sa plaketama i trofejima. I intrinzični i ekstrinzični zaposleni u prodaji cene javno priznanje. Davanje priznanja za uspeh podstiče prodavce da rade ka višim ciljevima i motiviše članove tima tokom sporih letnjih meseci.



6. Nagradite čak i odbijanja.

Ovo može izgledati kao neočekivan način motivacije, ali članovi prodajnog tima svakodnevno čuju mnogo „ne“. Intrinzično motivisane zaposlene treba ohrabriti za njihov naporan rad, čak i ako se ne isplati uvek. Pokušajte da pratite koliko „ne“ svaka osoba dobije nedeljno ili mesečno, a zatim im dajte do znanja da ste primetili njihov naporan rad, čak i kada to nije rezultiralo prodajom. Ako je vaša prodajna grupa ekstrinzično motivisana, nagradite prodavce sa poklon karticom ili drugim malim poklonom.

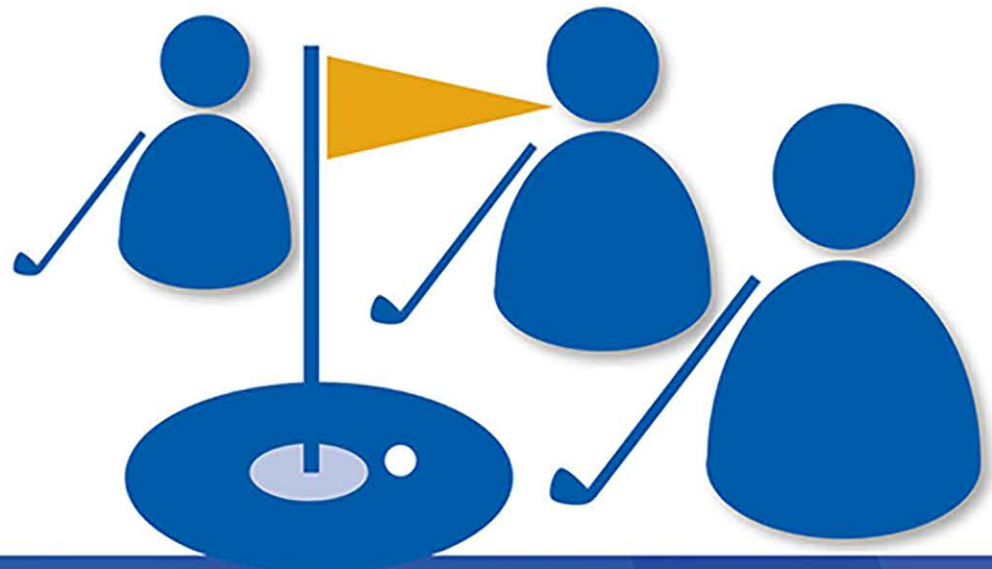
Izbegavajte bilo kakav sarkazam u ovom procesu, jer će prodavac izgubiti motivaciju ako oseti da su njihovi napori ismevani. Prodaja je igra brojeva, a prodavci koji se naviknu da čuju 100 „ne“ za jedno „da“ ostaće motivisani ako se njihov trud prepozna. Ovo je neophodno tokom letnjih meseci, kada pozivi za prodaju ostaju bez odgovora, a tim se suočava sa stalnim odbijanjem.



7. ■ Proslavite pobjede timskim izletom.

Ponekad bi pobjeda trebalo da bude obeležena putovanjem za ceo tim. Zajedničko slavlje omogućava prodavcima da se povežu i dele ujedinjujuće iskustvo. Bilo da su prodavci intrinzično ili ekstrinzično motivisani, svaki zaposleni uživa u malo vremena van kancelarije.

Uzmite slobodno popodne i idite na mini golf sa prodajnim timom ili ih počastite ručkom u lepom restoranu. Sve što omogućava timu da zajedno proslavlja i uživa u pobjedi kao grupa, motivisaće ih i podstaći čvršću timsku vezu kako bi prebrodili teške letnje mesece.



8. Implementirajte nivoe provizija.

Prodavci koji ostvare najviše prodaje trebalo bi da budu najviše nagrađeni. Ponudite višestruke stope provizije koje se povećavaju na najvišim nivoima, motivišući vaš prodajni tim da nastavi sa prodajom bez obzira na uspeh u prošlosti. Prodajni timovi se osećaju najmotivisanije kada nastoje da dostignu sledeći nivo.



Efikasna kompanija zahteva posvećene, motivisane prodavce da bi postigla uspeh.

Prodavci se neće istaći ako nisu pravilno motivisani, posebno tokom izazovnih letnjih meseci. Obratite pažnju na potrebe prodajnog tima, uključujući njihove aspiracije u karijeri i šta motiviše svaku osobu. Vodeći računa o onima sa intrinzičnim i ekstrinzičnim motivima, pomažete svakom prodavcu da se oseća cenjenim. Koristite javna priznanja, nagrade, timske izlete i višestruke provizije da dodatno motivišete svoj prodajni tim i ojačate ga kroz letnje pasje dane.

Saznajte više o povećanju prodaje i uspeha uz provereni, sistematski pristup prodaji.