

چرا هر استارت‌آپی حداقل به یک فروشنده نیاز دارد؟



منبع: www.modiresabz.com

نویسنده: دنی وونگ - مجله خلاقیت شماره ۱۱۲

موضوع: کارآفرینی

برای خواندن جدیدترین مطالب مدیریت و بازاریابی به سایت مدیرسبز مراجعه کنید! برای دانلود صدها مقاله مشابه این مطلب عضو سایت مدیر سبز شوید!

در ابتدای مسیر کسب‌وکارهای نوپا شغل‌ها و سمت‌های زیادی هستند که باید فرد مناسبی برایشان در نظر گرفته شود. با این حال معمولاً وظیفه فروش یا بر عهده تیم بازاریابی قرار می‌گیرد و یا خود مالک شرکت آن را به دوش می‌کشد. مدیران استارت‌آپ سعی می‌کنند برای صرفه‌جویی در پرداخت حقوق، مزایا و کمیون، نقش «فروشنده» را به مسئولیت‌های یکی از کارکنان بخش بازاریابی اضافه کنند. اما حتی اگر این بازاریاب توانایی زیادی هم در فروش داشته باشد، باز هم این کار درست نیست. داشتن حداقل یک فروشنده می‌تواند تاثیر زیادی بر شرکت شما بگذارد.

در این مطلب می‌خواهیم به شش دلیلی اشاره کنیم که هر کسب‌وکاری، حتی در صورت نوپا بودن باز هم به یک فروشنده حرفه‌ای نیاز دارد:

۱. قراردادهای بیشتری خواهید بست

شاید مهم‌ترین دلیل برای استخدام یک فروشنده حرفه‌ای این باشد که به کمک او می‌توانید فروش بیشتری داشته باشید. حتی اگر محصولات فوق‌العاده‌ای داشته باشید، باز هم نمی‌توانید به شکل خودکار چیزی بفروشید. فرآیند فروش نیازمند زمان و تلاش بسیار است. به آمار و ارقام جالب زیر، که نشان‌دهنده تلاش‌های فروشندگان است، دقت کنید:

باید به طور میانگین هشت بار با مشتریان احتمالی تماس بگیرید تا در نهایت بتوانید با آن‌ها صحبت کنید. بین ۳۵ تا ۵۰ درصد از تمام فروش‌ها به فروشنده‌ای می‌رسد که برای نخستین بار به تماس مشتری پاسخ داده است. آخرین آمار بسیار مهم است زیرا نشان می‌دهد حیطه فروش چقدر به زمان بستگی دارد. اگر کسی را ندارید که کارش به طور خاص فروشندگی باشد، در زمینه پاسخگویی به مشتریان ضعیف خواهید شد و چیزی حدود یک‌سوم تا نیمی از مشتریان احتمالی‌تان را از دست خواهید داد.



۲. به بقیه کارمندان اجازه می‌دهید در حیطه تخصصی خودشان فعالیت کنند

فروش نیازمند تلاش بسیار است و اگر فروشنده به خصوصی نداشته باشید، دیگر کارمندان را به شدت درگیر خودش می‌کند. اگر فرآیند فروش ساختار بندی شده باشد و شخص به خصوصی برای فروش داشته باشید، بقیه اعضای گروه می‌توانند تمرکزشان را روی تولید محصولات برتر و ارائه خدمات پس از فروش بهتر بگذارند. وقتی هرکسی حواسش به توانایی‌ها و ویژگی‌های منحصر به فرد خودش باشد، کل شرکت در مسیر بهتری قرار بگیرند و فعالیت بهتری خواهد داشت.

۳. دقت و ارزش پیش‌بینی‌ها را بالا ببرید

بدون داشتن یک فروشنده به خصوص، فرآیند فروش تان بی‌نظم و ترتیب خواهد بود. اما اگر چنین شخصی را در شرکت خود داشته باشید، او می‌تواند زمان بندی نسبتاً دقیقی برای بسته شدن قراردادها داشته باشد. سپس می‌توانید از این اطلاعات به منظور پیش‌بینی درآمدها در آینده استفاده کرده و عملکرد بهتری در کسب و کار ارائه دهید. این اطلاعات همچنین وقتی که به دنبال سرمایه‌گذار یا تامین امور مالی هستید نیز به دردتان خواهند خورد.

۴. بازخوردهای ارزشمند دریافت می‌کنید

اگر بخواهید مسئله فروش را به طور نیمه‌وقت به دیگر کارمندان از بخش‌های دیگر شرکت واگذار کنید، فرآیند فروش نامنظم و به هم ریخته‌ای خواهید داشت. اطلاعات مختلف گم می‌شوند، مشتریان از شما ناامید می‌شوند و معامله‌ها به هم می‌خورند. از همه مهم‌تر دیگر کسی نیست که بازخوردهای مختلف مشتریان را گردآوری کرده و به تیم توسعه محصول ارائه کند. یک فروشنده تمام‌وقت نه تنها بهتر می‌تواند این بازخوردها را گردآوری و سازماندهی کند، بلکه می‌تواند به شکلی فعال این بازخوردها را از مشتریان بگیرد.

۵. ارتباطاتی را به وجود آورده و حفظ می‌کنید

فروش فقط به معنای پیدا کردن مشتریان مناسب و بستن قرارداد نیست، بلکه به معنای ایجاد روابط است. وقتی مسئولیت فروش را به گردن دیگر کارمندان می‌اندازید، آن‌ها فقط می‌توانند به گفت‌وگو با مشتریان و بستن قرارداد بپردازند و رابطه‌شان با مشتری، رابطه‌ای سطحی خواهد بود. رشد و توسعه یک شرکت اما نیازمند روابط بیشتر و عمیق‌تر است. آمارها نشان می‌دهند که:

کاهش پنج درصدی اختلافات با مشتریان می‌تواند به افزایش ۸۰ درصدی فروش بینجامد.

هر شرکت به طور سالانه حداقل ۳۰ درصد از مشتریان را از دست می‌دهد. پیدا کردن مشتری جدید حداقل ده برابر پرهزینه‌تر از حفظ مشتریان فعلی است.

بدون یکی دو نفر فروشنده به سختی خواهید توانست مشتریان تان را حفظ کنید زیرا به این ترتیب روابط عمیقی با آن‌ها برقرار نخواهید کرد.



۶. نگرش عمیق‌تری به دست می‌آورید

به احتمال زیاد شما به عنوان مدیر یا مالک یک کسب‌وکار نوپا نخواهید توانست به شکلی بی‌طرفانه به محصولات و خدمات‌تان نگاه و ارزیابی‌شان کنید. زمانی که فروشنده‌ای را استخدام می‌کنید، درواقع فردی جدید با نگرش‌های جدید را به کار گرفته‌اید. فروشنده درواقع می‌تواند همه‌چیز را از منظر مشتریان در نظر بگیرد. کارآفرینان زمان زیادی را صرف ایده‌پردازی، توسعه محصول و تولید آن می‌کنند و به همین خاطر به سختی می‌توانند ایرادهای محصولاتشان را ببینند.

استخدام اولین فروشنده گام مهمی در کسب‌وکار نوپایان به حساب می‌آید. باید مطمئن شوید که محصولتان آماده به فروش رسیدن است. همچنین باید هزینه‌های جدیدی را نیز در نظر بگیرید: حقوق پایه، مزایا و کمیسیون. با این کار تغییری اساسی در نحوه کار شرکت‌تان پدید می‌آید.