

"הדרכת אנשי מכירות" שלוש מילים שיכולות בהחלט לעשות את ההבדל.

גילוי נאות - בחברת [Money-Maker](#) העוסקת למעלה מ-20 שנים בכל הקשור לגיוס, מיון, ליווי, הדרכה של אנשי מכירות ונותני שירותים ישנה מגמה לבדוק את התפתחות השוק ומגמותיו.

קבלו את הגילוי הבא: לפני כ-20 שנים עת התחלנו ת פעילותנו בהדרכת אנשי מכירות שמנו לב כי נושא ההדרכה נתפס כ'לוקסוס' כמשהו שניתן לשותו אך בודאי שאין כל חובה לעשות.

מעסיקים אשר היו מתחילים להעסיק אנשי מכירות או נותני שירותים היו אומרים לאיש המכירות: "תתחיל לעבוד והידע יגיע עם הזמן"...

כאשר אנשי מכירות היו פונים אל המעסיק ושואלים אותו: "איך עלי לנהוג בהתקיים אירוע כזה או אחר", היו משיבים רוב המעסיקים תשובה שדומני כי כיום נשמעת מעט הזויה: "תראה כיצד האחרים נוהגים ועשה כמותם", הלא כיום תשובה כזו הייתה מתקבלת בהרמת גבה שהרי מי נותן בידנו כי אותו 'אחר' אכן יכול להוות דוגמא?

אז מה נשתנה בימינו אלו?

התחרות ההולכת וגוברת לצד חופש המידע, הם שהביאו לשינוי.

אם פעם המידע היה נחלת מעטים והתחרות הייתה קטנה הרי שהיום המידע הינו כאמור נחלת הכלל והתחרות הפכה גבוהה מאוד.

כתוצאה מהשינוי הזה מחפשת כל חברה שעיניה בראשה את אותו USP כלומר את אותו בידול, את אותם נתונים שבהם לה יש את היתרונות על מתחרותיה. בד-בבד נדרש אותו איש מכירות שידע עד אתמול 'לדבר' להצליח וליצור הפנמה של אותו בידול נדרש עבור החברה.

נכתב ע"י

שישי, 13 נובמבר 2009 22:53 - עודכן לאחרונה שישי, 13 נובמבר 2009 23:50

---

אנשי המכירות של אתמול פשוט לא הספיקו ומשפטי מפתח כמו: "תאמין לי לי זה עולה יותר", "בעל הבית השתגע", "לעצמי לקחתי אחד כזה" פינו את מקומם לטובת ידע נדרש אמת.