

Zarządzanie zespołem handlowym – podsumowanie kluczowych zasad

Zarządzanie zespołem handlowym to proces oparty o 5 filarów:

1. Właściwej komunikacji (pobierz z naszej strony osobny materiał – najważniejsze zasady dot. komunikacji)
2. Skutecznym motywowaniu (pobierz osobny materiał)
3. Dobrym delegowaniu (pobierz osobny materiał)
4. Coachingowym metodom pracy z handlowcami
5. Zaangażowaniem zespołu w budowanie i definiowanie celu zespołowego i celów indywidualnych handlowców

Zadania Menedżera w tych obszarach:

1. Komunikowanie się z zespołem z uwzględnieniem zasad:
 - Aktywnego słuchania (np. dopytywanie używając pytań otwartych, parafrazowanie)
 - Dopasowaniu komunikacji do indywidualnych potrzeb handlowców w zakresie typu społecznego (stylu osobowości) i preferowanego sposobu komunikacji – np. styl bardzo bezpośredni lub bardziej dyplomatyczny
 - Oparcie komunikatów o model asertywnej komunikacji
 - Stworzenie środowiska do skutecznego feedbacku do zespołu i od zespołu
 - Otwartym i jasnym komunikowaniu zasad, wartości zespołowych, celów i oczekiwań
2. Motywowaniu opartym o:
 - Zbudowane profile motywacyjne handlowców – co motywuje danego handlowca?
 - Wiedzy o pracownikach i ich potrzebach
 - Jasno zbudowanych celach – w sposób motywujący i ambitny, ale realny
 - Pracy nad demotywatorami – usuwanie przeszkód
 - Automotywacji – swojej (emanowanie pozytywną motywacją) i pracowników (docieranie do ich trwałych motywatorów wewnętrznych)
3. Delegowaniu opartym o rozwój, zaufanie a nie spychologii – szczegółowo opisujemy to w osobnym materiale.
4. Coachingu opartym o:
 - Zbudowane wspólnie z pracownikiem cele (nawet jeśli musimy narzucić CO ZROBIĆ , wspólnie z nim ustalmy JAK).
 - Uporządkowaną strukturę rozmowy rozwojowej - np. model GROW
 - Zbudowany wspólnie z handlowcem plan jego indywidualnego rozwoju (szkolenia, awansu, usamodzielniania itp.)
5. Realizację celów zespołowych poprzez proces:
 - Dekomponowanie celu zespołowego na cele indywidualne – dla każdego z handlowca jego osobisty cel
 - Zaangażowanie każdego handlowca w budowę własnych celów (zachęta do tego by np. proponował, jak chce je osiągnąć – tworzył własny plan)
 - Skuteczne rozliczanie zadań z uwzględnieniem: obserwacji rezultatów, ocenianiem stanowczym ale bez presji, zaufanie pracownikowi w sposobie jego naturalnego działania – powinien sprzedawać w zgodzie ze swoim stylem komunikacji i osobowości
 - Wizualizacje osiągnięć – obraz albo przykład trafia do wyobraźni lepiej niż suche liczby
 - Poszukiwaniem z pracownikiem nowych rozwiązań, usprawnień, innowacji, zmian