

## Оценка на ефективността на търговския екип



Един много важен процес за всеки търговски директор е оценката на ефективността на неговите отдел и екип. От това зависи както професионалната му кариера, така и дали фирмата ще бъде в състояние да постига поставените цели по отношение на продажбите, и изобщо как ще стои на пазара в следващия прогнозен период.

### **Какви са целите на процеса за оценка на търговския екип?**

Да те оценяват или атестират, звучи стряскащо, всеки нормален човек го асоциира с критика и предчувства, че нещо неприятно може да му се случи. Не, оценката на търговския екип има съвсем друга цел - да преценим доколко търговския екип е в състояние да постига поставените пред него цели, и да предприемем нужните мерки, ако очакванията на ръководството не се случват.

### **За да сме по-конкретни, този процес може да има множество различни цели:**

- да се определят и отличат най-добре справящите се търговци, както и да се види кой не постига поставените цели, и защо;
- да се информират търговците относно това какво се очаква от тях да постигат;
- да се види дали се прилага правилно системата за възнаграждения и бонуси, и дали е необходимо да се правят промени в нея;
- да се мотивират хората в търговския отдел;
- да се провери какво те очакват от фирмата и от колегите си в другите отдели, и има ли някакви проблеми във вътрешната комуникация и координация;
- да се види дали търговците притежават необходимите знания и умения, за да реализират успешни продажби;
- да се осигури актуална информация за планиране на персонала на отдел "Човешки ресурси";
- да се уточнят критериите, по които ще се наемат служители в търговския отдел в бъдеще...

### **Колко често се прави оценка на ефективността на търговците?**

Разбира се, препоръчително е това да става поне веднъж годишно, когато се прави анализ на годишните финансови резултати и се планира бюджета на продажбите. Но ако фирмата е в процес на реструктуриране и промени, подобна оценка е добре да се прави всяко тримесечие, макар и с по-малък обхват.

### **По какви критерии се оценяват търговците?**

По нашите географски ширини сме почитатели на максимата "Око да види, ръка да пипне" и предпочитаме да оценяваме служителите само по постигнатите преки резултати, тоест прилагаме измерители с количествено изражение.

Могат да се използват различни измерими критерии като:

- Брой на направените срещи за даден период;
- Раздадени рекламни материали и продуктови мостри;
- Брой отворени възможности за продажба;
- Брой затворени сделки;
- Реализиран приход от търговец или клон...

Разбира се, добре е да се прилагат и "софт" критерии, които нямат пряко отношение към постигнатите резултати, но могат да повлияят върху ефективността на отдела, клона или търговеца за бъдещия период на планиране. Подобни критерии могат да бъдат свързани с:

- Преминати обучения в областта на продажбите;
- Комуникационни умения;
- Получени похвали от клиенти и др.

В края, но не на последно място, за да имате ефективен процес по оценка на търговския отдел, трябва да разполагате с актуални и верни данни за продажбите и действията на търговците, тоест със CRM система.

[Тим ВИЖЪН България](#) организира периодично семинари за бизнеса, които имат за цел да информират специалистите в областта на маркетинга и продажбите за възможностите на предлаганата от нас система [MS Dynamics CRM](#). Следете сайта ни за актуални дати, ще се радваме да се видим на нашите семинари :)