

Ghizi în hăţişurile pieţei

Economia de piaţă seamănă tot mai mult cu un hăţiş. Firmele de consultanţă îşi propun să fie „ghizi" pe drumurile care duc la multdoritele vânzări sau la sursele de finanţare necesare lansării unui produs de succes. DE VALENTIN GROS

În general, se crede că dacă ai o marfă pe care vrei s-o vinzi şi ai găsit un cumpărător, nimic nu este mai simplu. Numai că în momentul acesta apar unele probleme. Varietatea clienţilor, gradul ridicat de sofisticare al pieţei, competiţia acerbă au condus multe firme la o concluzie crucială: nivelul de cunoştinţe şi tehnici al departamentului de vânzări nu face faţă realităţii din teren. Pentru eficientizarea acestui tip de activitate, multe companii apelează la firme specializate în servicii de consultanţă numai pentru tehnici de vânzări, distribuţie, analiză, diagnostic şi soluţii.

Antrenaţi pentru a vinde

„Am observat că multe societăţi, când ating un grad de dezvoltare mai ridicat, încep să experimenteze un ritm mai lent de creştere a vânzărilor, intră într-un proces de plafonare sau chiar de declin", a declarat Sabin Gâlceavă, managing director la Trend Consult. „M-am gândit că, beneficiind de experienţa mea în domeniu şi a câtorva colaboratori apropiaţi, să înfiinţez o firmă de consultanţă numai pe probleme de vânzări. Ideea de bază a filozofiei Trend: clientul nostru poate şi trebuie să vândă mai mult", a mai afirmat Sabin Gâlceavă.

Activitatea firmei se axează pe trei direcţii: training, consultanţă, recrutare în vânzări. Cursurile de pregătire nu sunt concepute în mod clasic, cu un lector la un pupitru şi o clasă ascultătoare de elevi. Se fac simulări, jocuri, studii de caz. La început se stă de vorbă cu cursanţii, pentru a se contura şi perspectiva lor, cea a managementului fiind extrem de necesară, dar nu şi suficientă.

Oamenii sunt antrenaţi pentru a şti să vândă, pentru a pune în practică abilităţi de prezentare, de comunicare, de lucru în echipă. Serviciile de consultanţă vizează sisteme de salarizare, programe de orientare pentru proaspeţii angajaţi, proceduri de menţinere a relaţiilor cu clienţii după efectuarea tranzacţiei.

Recrutarea de personal e o treabă grea şi



„Filozofia firmei noastre pleacă de la această idee de bază: clientul poate şi trebuie să vândă mai mult."

Sabin Gâlceavă, managing director Trend Consult

„Noi îi ajutăm pe oameni să elimine piedicile care le limitează performanţele".

Alex Forman, preşedinte Amadeus Rom Consultants



sensibilă. Există oameni care pot fi formați să vândă, chiar dacă nu au înclinații native, sau în munca aceasta se cer aptitudini speciale, la fel ca în artă ori în sport? Răspunsul e foarte dificil de găsit; o asemenea temă poate constitui un suport pentru pagini întregi de studii și analize. Cert e că, pentru fiecare firmă în parte, trebuie alese persoanele potrivite, care să corespundă cerințelor exprimate de manageri și să dea randamentul scontat.

Unele companii preferă să angajeze tineri, pentru că aceștia se formează mai ușor. Altele vor agenți de vânzări consacrați, cu experiență de cel puțin cinci ani. „Pentru noi, important este ca, în final, clientul să constate că a câștigat mai mult decât tariful serviciului pe care ni l-a plătit. Și să știți că suntem sunați la cinci-șase luni după organizarea cursului, pentru a ni se mulțumi pentru rezultatele obținute", spune Sabin Gâlceavă. Deși este o firmă tânără, care abia a împlinit un an, Trend Consult și-a trecut pe lista clienților companii ca Romania Data Systems, Pepsi Quadrant Amrocq Beverages, Reuters România, Kraft Foods România.

Succesul vine pe bandă video

Dacă unele companii de consultanță lucrează pe domenii stricte, altele acționează „pe mai multe fronturi". Amadeus Rom Consultants organizează cursuri pentru vânzări, dar și pentru marketing, negociere, conducerea vânzărilor și MBO (management by objective sau „management targetat" - curs destinat directorilor de vânzări), analiză tranzacțională, tehnici de comunicare și prezentare, managementul timpului, conducerea ședinței, arta de a critica și a primi critica, rezolvarea conflictelor și altele.

O metodă frecvent utilizată de Amadeus Rom Consultants este vizionarea unor filme de scurtmetraj, din care cursanții învață cum să se descurce în anumite situații, făcând studii de caz cu ajutorul personajelor de pe banda video. Printre aceste producții se înscriu și cele trei filmulețe din seria „Așadar vrei să ai succes în vânzări?" Fie că ești un agent începător, fie că ai experiență, dar vrei să-ți împrospătezi cunoștințele, vei savura minutele petrecute cu John Cleese în rolul agentului care nu înțelege de ce, după atâția ani, mai are nevoie să asculte un curs pe casetă. După ce însă reușește să evite niște situații neplăcute, acceptă această formă de ajutor. Partea a doua a seriei continuă cu tehnica vânzării prin prezentarea produsului. Se pun în valoare calitățile sale, iar la sfârșit se rezolvă obiecțiile clientului și se încheie tranzacția. Ultima parte se ocupă de câteva tipuri mai des întâlnite de clienți, și de felul cum trebuie ei tratați. ■



OAMENII CARE ADUC FINANȚARE

Mulți au impresia că le-ar fi mai ușor să vândă, cu condiția de a reuși, mai întâi, să producă. Numai că în faza aceasta, se izbesc de un prim impediment: lipsa capitalului. Numeroși români, unii chiar întreprinzători cu firme în regulă, au obiceiul să se plângă: „am avut o idee trăsnet, din care ar fi ieșit o afacere extraordinară, dar nu am găsit banii necesari de pornire". Și totuși, pe piață există posibilități de finanțare, dar trebuie să le depistezi și să dovedești că știi să folosești la modul constructiv sumele pe care le soliciți.

Unul dintre serviciile pe care le oferă societatea Svasta Consult este tocmai acesta: ajută IMM-urile (întreprinderile mici și mijlocii) să acceadă la credite nerambursabile. Astfel, se preîntâmpină lamentări de genul: „până m-am trezit eu, a trecut baba cu colacii", cum se spune în popor atunci când se pierde o oportunitate de câștig. „Noi suntem cei care stăm după colț și anunțăm clienții - vine baba cu colacii, adică vine creditul nerambursabil", a afirmat Iulian Svasta, asociat-director al companiei.

Deși programele de finanțare nerambursabilă sunt mediatizate suficient, posibilii beneficiari au deseori reacții de neîncredere („cine să-mi dea mie bani de pomană"), suspiciune („e ceva aranjat") sau pesimism („nu am eu norocul acela"). Negativiștii par să nu priceapă că nici o ușă nu se deschide singură, dacă nu bați la ea. Orice întreprinzător poate să obțină un credit nerambursabil, dacă e capabil să pună banii într-o afacere rentabilă, și dacă apelează la un consultant de specialitate. Printr-o inițiativă a firmei Svasta Consult, oameni de afaceri reprezentând 12 firme germane și o bancă din Stuttgart au vizitat, în acest an, orașul Călărași, unde au abordat posibile proiecte de parteneriat în domeniile prelucrării aluminiului, creșterii porcilor, fabricării de lenjerie. Acțiunea s-a înscris într-un program mai amplu, ce vizează promovarea IMM-urilor din județul Călărași, program ce se derulează cu asistență din partea Uniunii Europene.

Svasta Consult mai efectuează consultanță și în management (scopul fiind răspunsul la întrebarea „cum să fac firma profitabilă?"), training (până acum, peste 50 de cursanți grupați în patru serii au făcut pregătire în Germania pe tema protecției mediului) și, mai nou, IT. ■