

Ghizi în hățișurile pieței

Economia de piață seamănă tot mai mult cu un hățiș. Firmele de **consultanță** își propun să fie „ghizi” pe drumurile care duc la **multdoritele vânzări** sau la sursele de **finanțare** necesare lansării unui produs de succes. **DE VALENTIN GROS**

↑ n general, se crede că dacă ai o marfă pe care vrei s-o vinzi și ai găsit un cumpărător, nimic nu este mai simplu. Numai că în momentul acesta apar unele probleme. Varietatea clienților, gradul ridicat de sofisticare al pieței,

con competiția acerbă au condus multe firme la o concluzie crucială: nivelul de cunoștințe și tehnici al departamentului de vânzări nu face față realității din teren. Pentru eficientizarea acestui tip de activitate, multe companii apelează la firme specializate în servicii de consultanță numai pentru tehnici de vânzări, distribuție, analiză, diagnostic și soluții.

Antrenați pentru a vinde

„Am observat că multe societăți, când ating un grad de dezvoltare mai ridicat, încep să experimenteze un ritm mai lent de creștere a vânzărilor, într-un proces de plafonare sau chiar de declin”, a declarat Sabin Gâlceavă, managing director la Trend Consult. „M-am gândit că, beneficiind de experiența mea în domeniu și a câtorva colaboratori apropiați, să înființez o firmă de consultanță numai pe probleme de vânzări. Ideea de bază a filozofiei Trend: clientul nostru poate și trebuie să vândă mai mult”, a mai afirmat Sabin Gâlceavă.

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

Oamenii sunt antrenați pentru a ști să vândă, pentru a pune în practică abilități de prezentare, de comunicare, de lucru în echipă. Serviciile de consultanță vizează sisteme de salarizare, programe de orientare pentru proaspeții angajați, proceduri de menținere a relațiilor cu clienții după efectuarea tranzacției.

Recrutarea de personal este o treabă grea și



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

Sabin Gâlceavă,
managing director
Trend Consult



„Noi îi ajutăm pe oameni să elimine piedicile care le limitează performanțele”.

Alex Forman,
președinte
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 știi 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 Amroq 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 filmele din seria „Așadar vrei să ai succes în vânzări?” Fie că ești un agent începător, fie că ai experiență, dar vrei să-ți împropătezi 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. ■

„Noi suntem cei care stăm după colț și anunțăm clienții: vine baba cu colacii, adică vine creditul nerambursabil.”

Iulian Svasta, asociat-director Svasta Consult



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 sumela pe care le soliciți.

Unul dintre serviciile pe care le oferă societatea Svasta Consult este tocmai acesta: ajută IMM-urile (întreprinderile mici și mijocii) să accedă 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 nerambursabile sunt mediatizate suficient, posibili beneficiari au deseori reacții de neîncredere („cine să-mi dea mie bani de pomonă”), suspiciune („e ceva aranjat”) sau pesimism („nu am eu norocul acela”). Negativității 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. ■