



CAPITOLUL 8 - SUBSISTEMUL DE CONTROL

CAPITOLUL 8 - Subsistemul de control:

A. Ce înțelegem prin control.....	3
B. Autocontrol prin control.....	5
C. A motiva și educa prin control.....	6
D. Instrumentele de control.....	9
E. Controlul echipei de vânzări.....	11
F. Interdependențele Subsistemului de control.....	14
- Anexa 1 - Fișa de observare.....	16
- Anexa 2 - Sinteza instrumentelor de control.....	17

-
-
-
-
-
-
-
-
-

F. INTERDEPENDENȚELE SUBSISTEMULUI DE CONTROL

Probabil, de multe ori, constatăm prin controlul subalternilor că multe, mult prea multe din ce ne așteptam ca ei să facă sau să nu facă sunt doar iluzii! Iar întrebările pe care ni le punem - de ce oare se întâmplă așa?, de cele mai multe ori rămân fără răspuns! Pur și simplu, ne afundăm în gânduri, în frustrare și dezamăgire. Iar calea cea mai rapidă, dar și cea mai comodă de a ieși din impas este să renunțăm la control sau să-l facem doar ca să-l facem, dar, de fapt, abdicăm de la statutul de conducători de oameni și devenim doar spectatori ai vrierii lor. Iar o altă cale de a evita controlul real este să „ne afundăm” în cifre în biroul nostru și să măcinăm gânduri minunate de a crește vânzările!

Cred că ar merita să ieșim din această dilemă existențială doar clarificându-ne noi pe noi în privința rolului, locului, sensului controlului în ansamblul managementului vânzărilor.

Fără a avea pretenția că am descoperit „apa caldă” sau că dețin adevărul absolut, dă-mi voie să-ți ofer o simplificare în acest demers: renunță la falsa „certitudine” - control = sancțiune (este doar o conveniență socială „defectă”!) și pune în loc: 1. controlul = autocontrol pentru Managerul Vânzări și 2. controlul = posibilitate reală de a motiva și educa subalternii (rolul Subsistemului de control sau, dacă vrei, funcțiile acestuia).

Într-o astfel de viziune, dă-mi voie să-mi exprim siguranța că viața Managerului Vânzări se simplifică considerabil, câștigând foarte mult timp și energie pentru ceea ce chiar îi este vital: conceperea și implementarea de acțiuni în piață pentru a imprima ritmul și direcția pentru echipa sa și ritmul pentru concurenții săi. În privința prioritizării acțiunilor de făcut în relația cu oamenii de vânzări din subordine, eu ți-am oferit Pentagonul puterii manageriale!

Să câștigăm timp, energie și, implicit, bani este foarte posibil având un Subsistem de control elaborat, sistematizat, dar și practicat în fiecare zi. Avem oameni de vânzări în subordine, unii mai buni, alții mai răi, unii mai capabili, alții mai puțin. Ce facem cu ei? Cum lucrăm cu aceștia toți și cu fiecare individual pentru a ne realiza Planul de vânzări, dar în condițiile acordării majoritare a timpului și energiei pentru ce ne este vital? Simplu, doar controlând! În fiecare zi, toată echipa de vânzări și pe fiecare în parte!

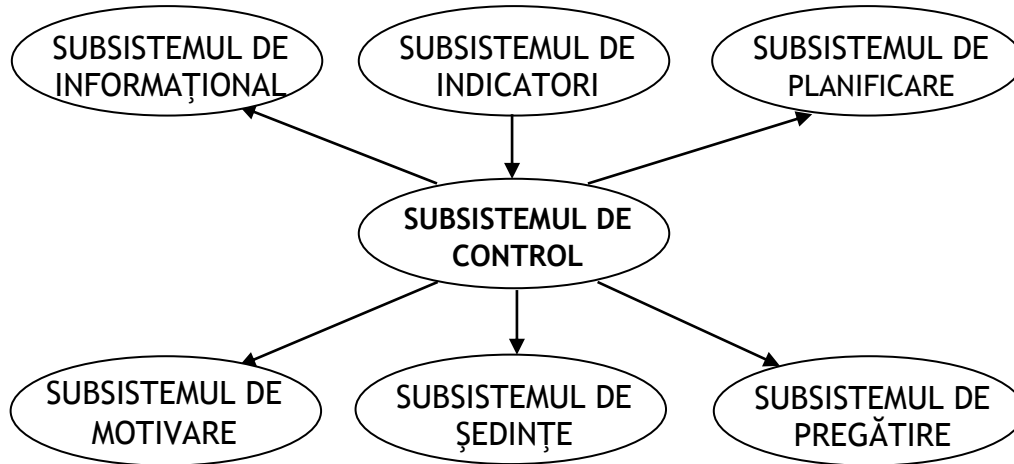
Rapoartele de vânzări (Subsistemul de indicatori, Subsistemul de planificare) sunt „oglinza” zilnică a oamenilor noștri. Doar trebuie să le privim și să înțelegem (control indirect) pentru că ele „vorbesc” despre tot ceea ce ne interesează. Iar ceea ce nu ne convine „luăm și ducem” în ședințele de vânzări, individuale și de grup. În 20-30-40 de minute rezolvăm ce este de rezolvat!

Analizele manageriale de vânzări (Subsistem de planificare) și ele „vorbesc”. Doar trebuie să le privim și să înțelegem zilnic (control indirect). Zeci de minute date pentru a găsi cheia creșterii vânzărilor (anumite produse, anumiți clienți, anumite zone, anumiți oameni de vânzări). Acțiunile de făcut identificate le „luăm și le ducem” în ședințele de vânzări, individuale și de grup. În 20-30-40 de minute rezolvăm ce este de rezolvat! Asta

SISTEMUL DE VÂNZĂRI AL IMM

înseamnă aproximativ două ore zilnic, zilnic, zilnic. Este nevoie de consecvență dacă într-adevăr vrem să înțelegem cifrele integral.

Iar când am hotărât controlul direct pentru un subaltern sau altul, atunci 30-40-50 de minute mă pregătesc, înțelegând în detaliu omul de vânzări, cu punctele sale tari și slabe (Subsistem informațional, Subsistem de indicatori, Subsistemul de planificare). Apoi, doar să completez o Fișă de observare!

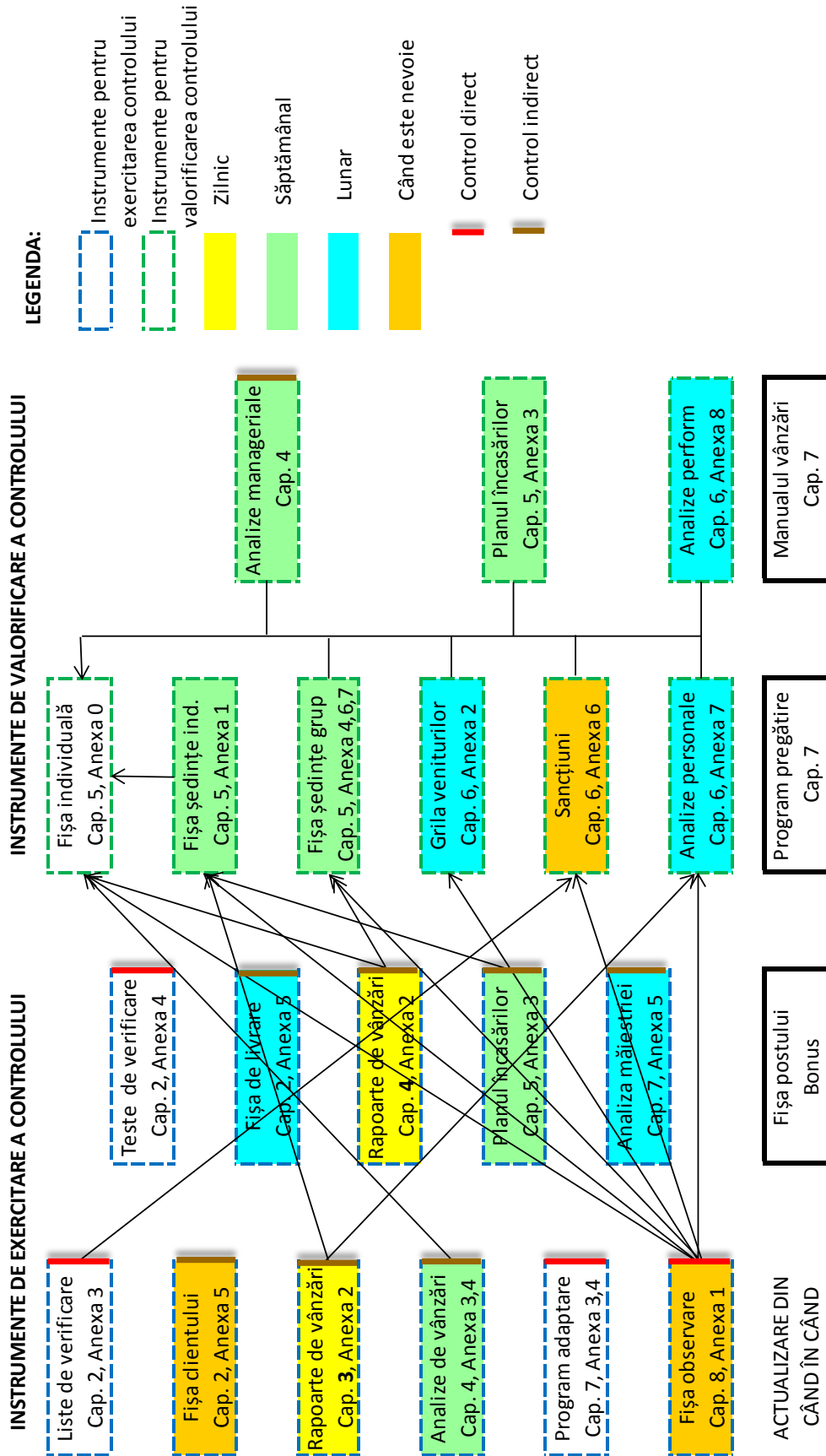


Dincolo de acestea, este Fișa individuală a fiecărui subaltern (Subsistemul de ședințe) care „adună” toate informațiile din controlul direct și cel indirect (sâmbăta cred că este ziua cea mai potrivită când 3-4 ore să fie actualizată și, de ce nu, interpretată!).

Evident, toate rezultatele controlului, pe lângă validarea sau invalidarea strategiei de vânzări și a politicii comerciale, aduc corecțiile necesare pentru Subsistemul de motivare și Subsistemul de pregătire internă.

Iar nu în ultimul rând, aceste rezultate ale controlului sunt măsura obiectivă care demonstrează realitatea viziunii pe care a avut-o Managerul Vânzări la un moment dat când a stabilit, a inițiat și a implementat anumite acțiuni de făcut de către o echipă de vânzări sau de un om de vânzări sau altul. Deci, perfecționare, dar, îndeosebi, autoperfecționare.

SINTEZA INSTRUMENTELOR DE CONTROL



SISTEMUL DE VÂNZĂRI AL IMM