



«Смысл моего бизнеса
в том, чтобы быть
полезным для людей
и бизнесов в вопросах
результативности,
наслаждаться жизнью,
свободой развития и
делиться знаниями,
если они что-то значат
в жизни других»

Мотивация как главная движущая сила в отделе Продаж

Автор Григорий Хмельницкий

30 июня 2017



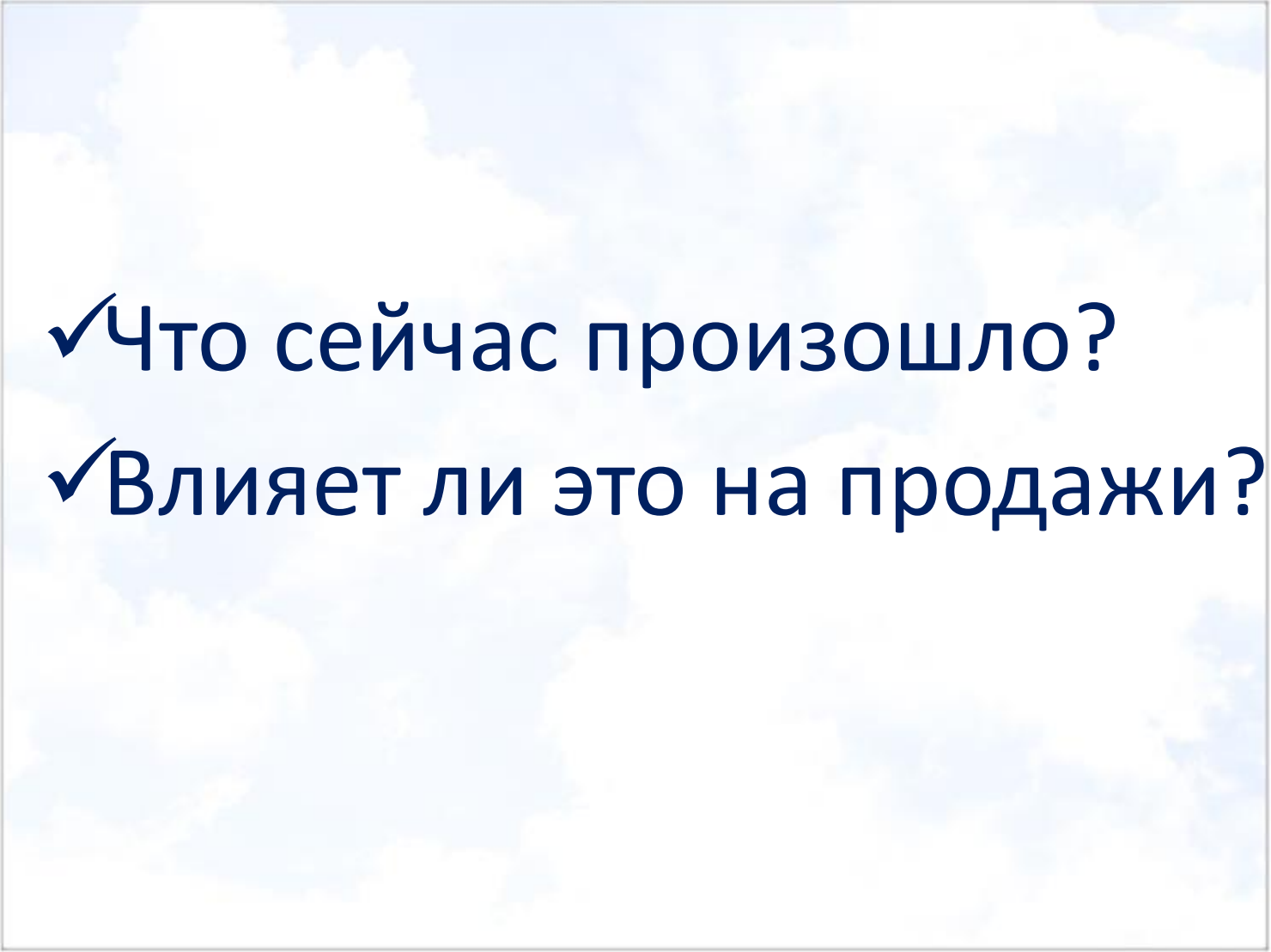
MICHEL KATANÁ
F A S H I O N D E T A I L S



- Какие сложности и вызовы в вопросах мотивации отдела Продаж?
- С чем бы вы хотели разобраться?

Ваш запрос на мотивацию

Как глубока ваша улыбка?


- 
- ✓ Что сейчас произошло?
 - ✓ Влияет ли это на продажи?

В программе:


- Вовлеченный, страстный, приверженный сотрудник, как ключевая потребность бизнеса.
- Мотивация как смысл действий сотрудника.
- Правильная рабочая среда как главный мотиватор и инструмент вовлеченности.
- От правильной среды к системе Продаж. Бизнес-инструменты построения.

A photograph of a volcanic eruption at night. A bright, glowing lava flow is visible on a dark, steep mountain slope. The lava appears as a series of parallel, bright orange and red lines against the dark background of the mountain. The sky is a deep, dark blue, suggesting twilight or night. The overall scene is dramatic and powerful.

**Это не кризис - это
НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ**



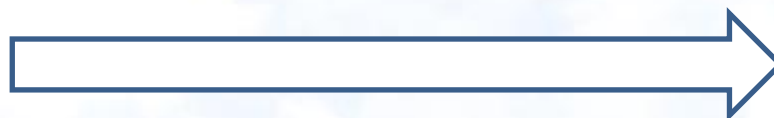
**Вовлеченность - это
стратегическую основа ведения
бизнеса.**

A close-up photograph of Jack Welch, an older man with a balding head, wearing a dark suit, a light blue shirt, and a red tie. He is looking slightly to the left of the camera with a serious expression. His right hand is raised to his temple, with his index and middle fingers pointing upwards. The background is dark and out of focus.

«Есть только три измерения, которые показывают почти все, что только Вам нужно знать о том, как в целом работает ваша организация: вовлеченность сотрудников, удовлетворенность клиентов и денежный поток»

Джек Уэлч

A *



B



***Не признав, где ты есть, нельзя попасть туда,
где ты хочешь быть**

12 вопросов института Gallup по степени вовлеченности сотрудников

1. Знаете ли вы, каких именно результатов от вас ожидают на работе?
2. Есть ли у вас все материалы и оборудование, необходимые для качественного выполнения работы?
3. Имеете ли вы возможность каждый день на рабочем месте заниматься тем, что у вас получается лучше всего?
4. Получали ли вы похвалу или награду за хорошую работу в последнюю неделю?
5. Заботится ли ваш начальник или кто-либо из коллег о вашем личном развитии?
6. Имеется ли сотрудник, который поощряет ваше профессиональное развитие?
7. Считаются ли коллеги и руководство с вашим профессиональным мнением?
8. Полагаете ли вы, что миссия/цель деятельности вашей компании помогает вам осознать важность вашей работы?
9. Привержены ли ваши коллеги высоким стандартам качества работы?
10. Есть ли у вас друг на работе?
11. Обсуждал ли с вами кто-либо на работе ваш прогресс в последние полгода?
12. Была ли у вас возможность учиться новому и расти профессионально в последний год?

Лояльность коренится
в **ЭМОЦИЯХ**, а не в
разуме

Мотивация – это смысл твоих действий.

Смысл – это то, что мы получаем, когда у нас есть перспективы в будущем.


**Это важнейший компонент
СЧАСТЬЯ**

В чем смысл жизни?





СМЫСЛ ЖИЗНИ В ЭМОЦИЯХ

A close-up photograph of a baby with light brown hair and blue eyes, sitting on a sandy beach. The baby is wearing a green and white long-sleeved shirt and is holding a small amount of sand in their right hand. The background shows the ocean waves and a clear sky.

Смысл – это **сила**,
которая
формирует
нашу **ЖИЗНЬ**

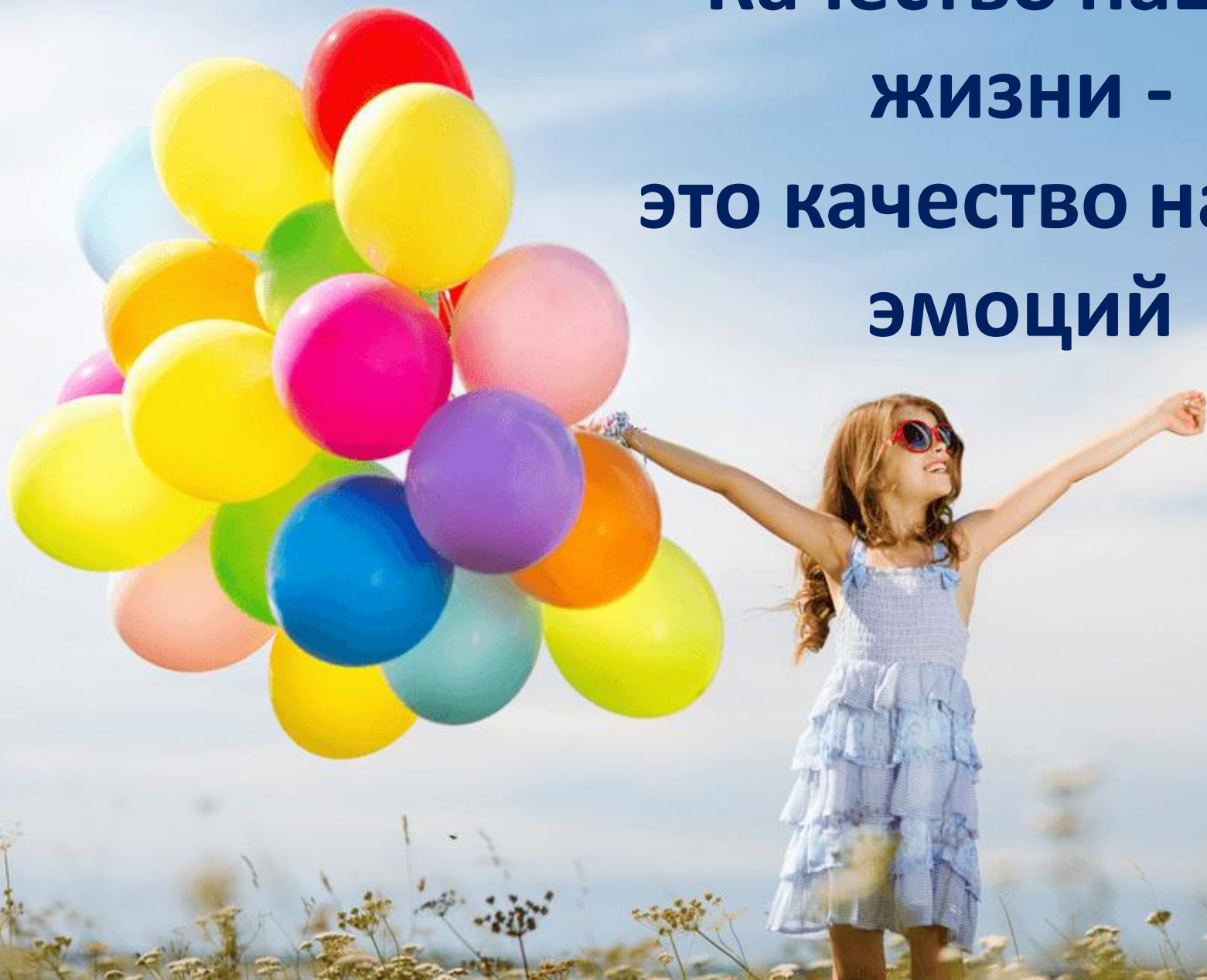
Эмоции – то, что ее украшает



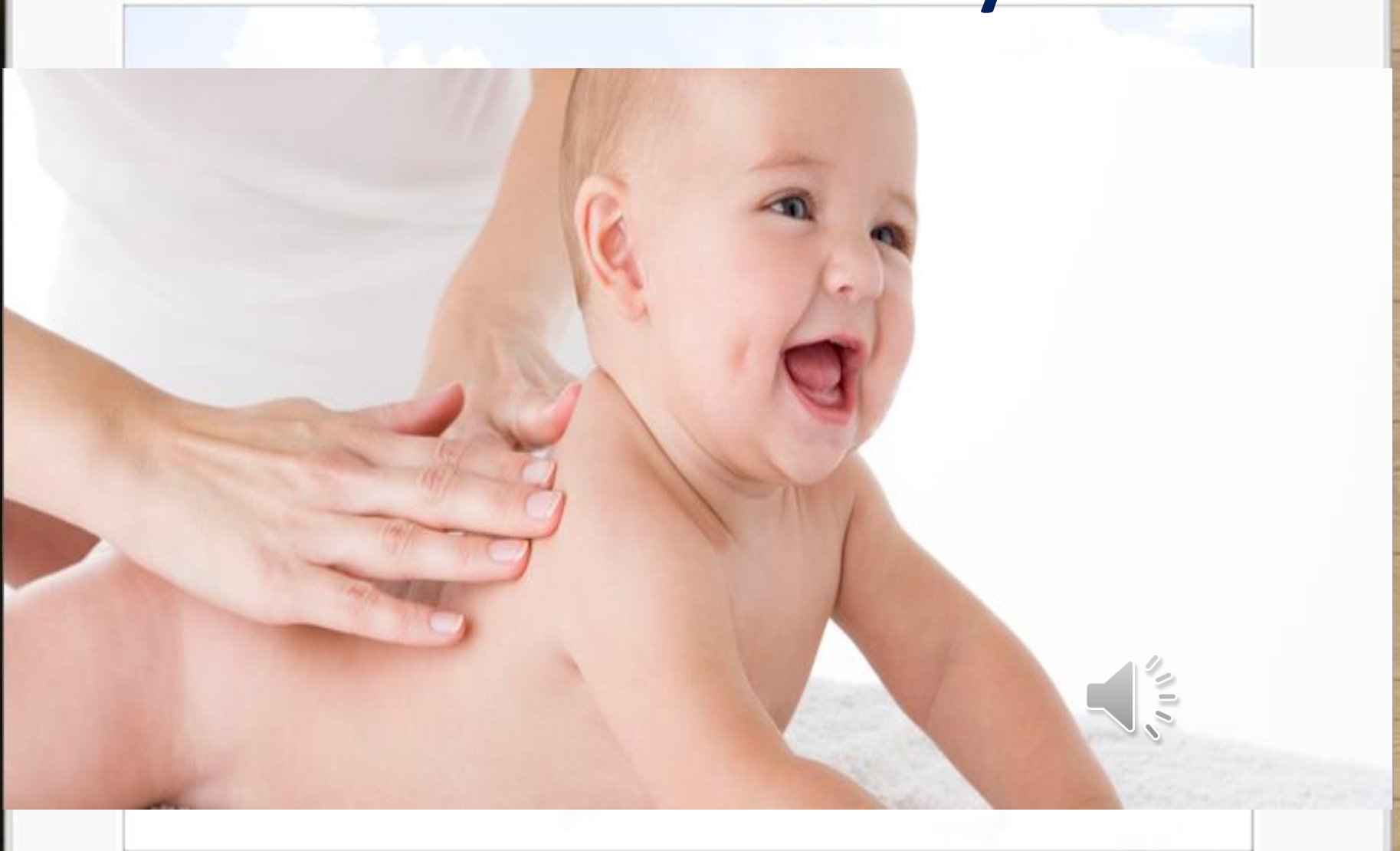
Эмоция = Жизнь

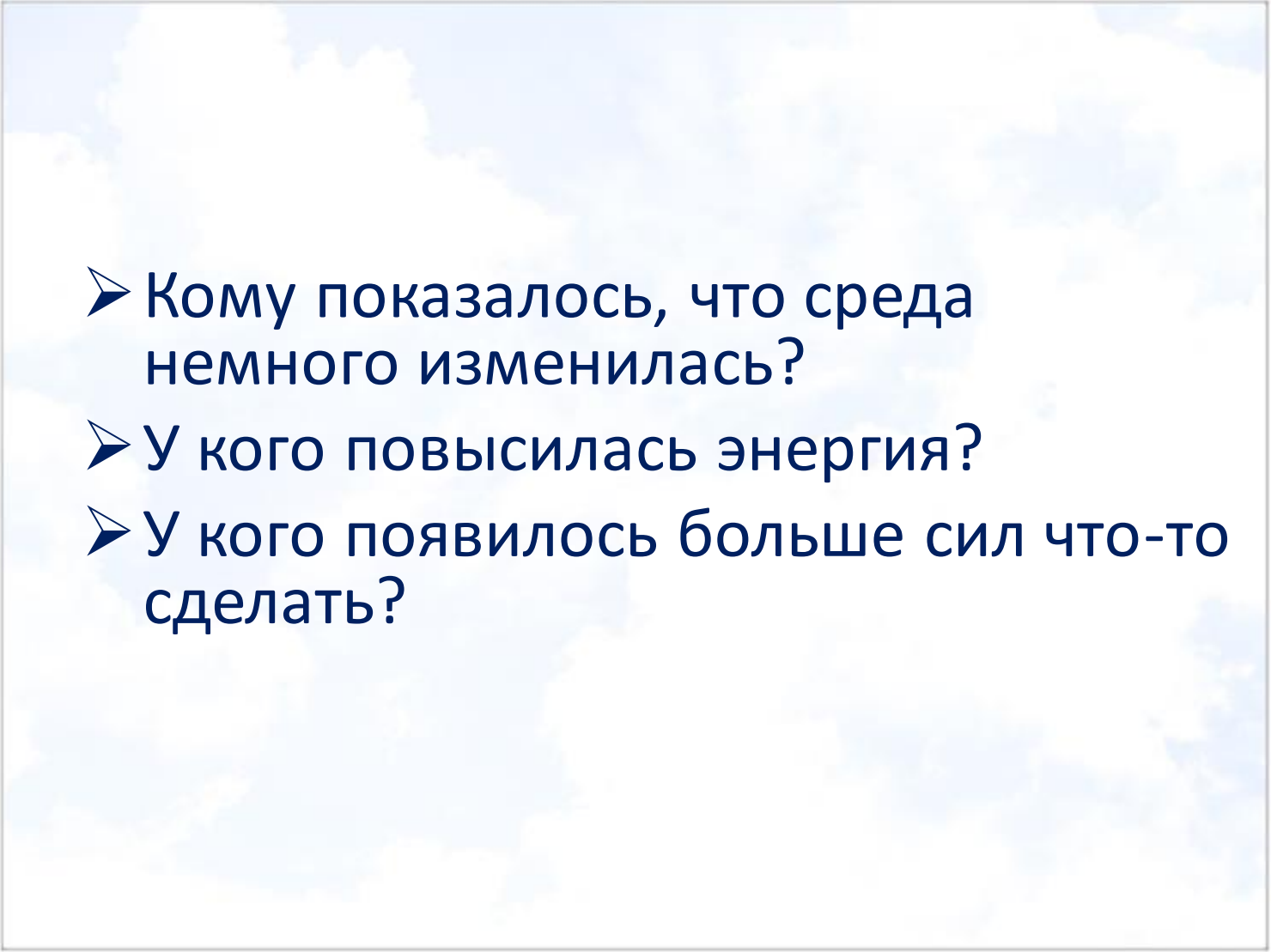


**Качество нашей
ЖИЗНИ -
это качество наших
ЭМОЦИЙ**



Разминка в тему



- 
- Кому показалось, что среда немного изменилась?
 - У кого повысилась энергия?
 - У кого появилось больше сил что-то сделать?



**Мотивация – это побуждение
к действию**

Деньги
Квартиры
Машины
Путешествия
Отношения
Здоровье
Должности
Власть



Правильная рабочая среда

Главный мотиватор

Правильная рабочая среда

Система отношений

**Среда – это совокупность
характеров и привычек
ключевых людей в
компании.**

Неправильная среда

Страх

Давление

Обиды

Разделенность

Упреки

Тяжесть

Закрытость

Другая среда

Вдохновение
Поддержка
Соединенность
Легкость
Открытость
Энтузиазм
Ответственность
Партнерство
Приверженность
Страсть

Заставить человека
что-либо делать
нельзя

Человек делает выбор
сам

Самомотивация – это осознанный выбор



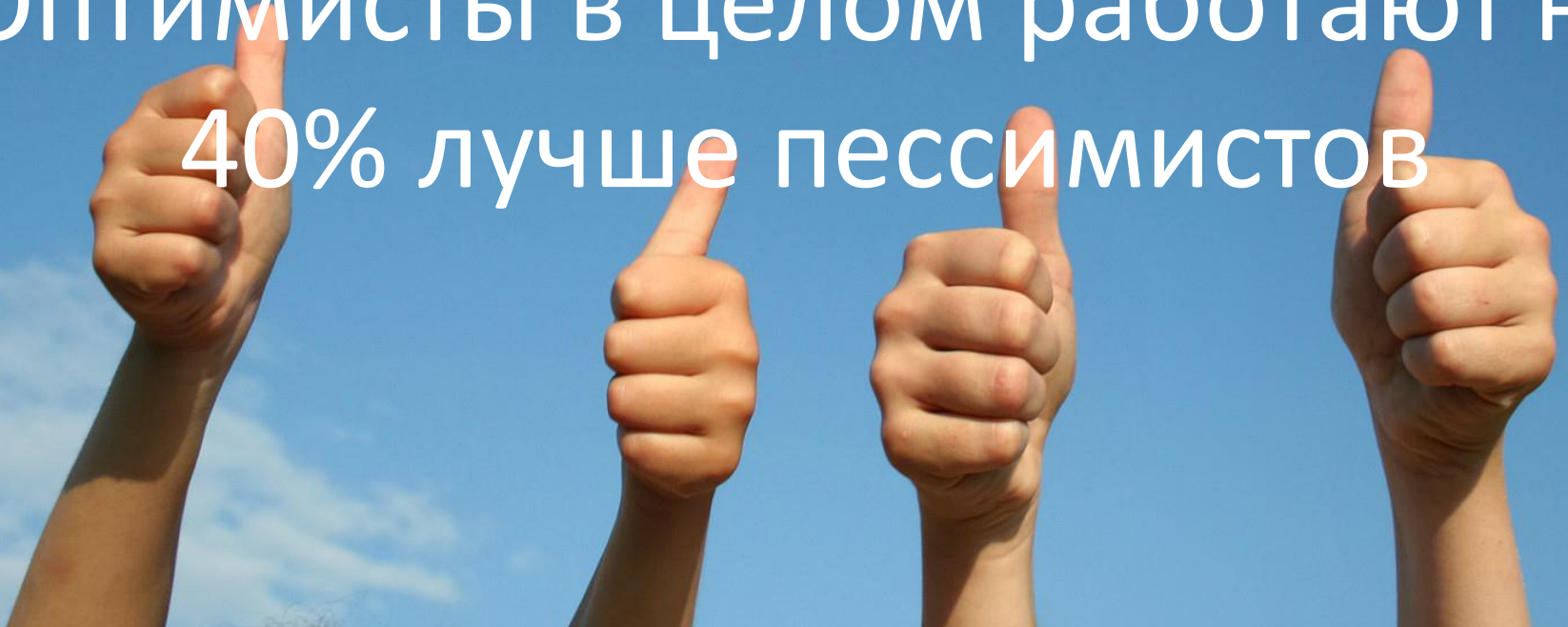
Принятие - Выбор

**Можно создать среду, в
которой он сделает свой
выбор**

Среда оптимистов

Согласно исследованию доктора Мартина Селигмана 10% самых оптимистичных работали на целых 88% эффективнее, чем 10% самых пессимистичных

Оптимисты в целом работают на
40% лучше пессимистов



Королевство Бутан – страна счастья



От ВВП к ВВС (Валовое Внутреннее Счастье)



«Мы не можем сделать клиентов счастливее с несчастливыми сотрудниками» Джон Марриотт



Философия Д. Марриотта

Позаботься о своих
сотрудниках, и они
позаботятся о твоих
клиентах, которые в
свою очередь
позаботятся о твоей
прибыли

Система мотивации, основанная на счастье



Среда для счастья – корпоративная

культура

Уникальная корпоративная культура, основанная на среде

- ✓ доверия;
- ✓ вовлеченности;
- ✓ приверженности
- ✓ эмоциональной связи с брендом;
- ✓ счастья сотрудников как основе для ведения бизнеса.



Верю

Составляющая

Корпоративной культуры

Культура Счастья Сотрудника
(КСС)

Хочу

Мотивационная
составляющая

Знаю

Профессиональная
составляющая

«Желудок»



Материальный аспект мотивации

Сюда можно отнести всю материальную составляющую мотивации сотрудника:

- конкурентоспособная заработная плата и премии;
- социальный пакет;
- комфортный условия для работы; ресурсы для выполнения своих задач.

«Мозг»



Профессиональное развитие, амбиции.

Этот «орган» занимает следующую ступень в мотивационной системе, работающей на дополнительное конкурентное преимущество:

- наличие смысла в работе;
- гордость за свою компанию;
- согласованность личных и корпоративных ценностей.

«Сердце» как возможность инвестиции в счастье сотрудника



www.altfast.ru

Высшая степень мотивации и вовлеченности сотрудника

- эмоциональная привязанность;
- связь с брендом сотрудника и его семьи;
- признание, доверие и уважение;
- сопричастность социально значимым проектам компании;
- желание работать в сильной команде;
- вдохновляющая работа, человеческая забота, «живые традиции».

Рабочая среда и Система РАР для отдела продаж

Результативность

АКТИВНОСТЬ

Развитие

Результативность. Таблица основных целей и КПЭ отдела продаж

Период **Ноябрь 2016**

Менеджер **КА Колесникова Л.**

Сумма фиксированной части						Сумма бонусной части			Расчётный % с учетом веса
№	ЦЕЛЬ	КР/КПЭ	ВЕС	ПЛАН	ФАКТ	РЕЗУЛЬТАТ			
						Разница	План-Факт	% выполнения	
1	Увеличить объем <u>Выручки</u> (руб).	ОВ (Объем Выручки) в руб.	55%			0	0%	0%	
2	Увеличить количество <u>Отгрузок</u> (штуки)	КО (Количество Отгрузок) в шт.	5%			0	0%	0%	
3	Увеличить продажи по <u>Видам Товаров</u>	КВТ (Количество по Видам Товаров)	20%	Палантины		0	0%	0%	
				Перчатки		0	0%		
				Ремни		0	0%		
4	Привлечь <u>Новых Клиентов</u> (ориентир - 60% от всего того же периода прошлого сезона)	К1К (Количество клиентов, купивших первый раз) в штуках.	15%			0	0%	0%	
5	Увеличить количество <u>отгруженного товара до Предоплате</u> . Соотношение опт/комиссия в %	ПРЕД (процент оптовых выручек от общего ОВ (Объема Выручки) в руб.	5%	Ориентир - Опт минимум 43%	43	-43	0%	0%	Это коллективный показатель отдела Продаж, заполняет исключительно Андрей с периодичностью 2 раза в неделю в Среду и в Пятницу.
Итого Результат в процентах:								0%	

Итого к получению

0

Категория премирования	Значение показателя Результативности в %						
	<60	60-69	70-79	80-89	90-99	100-109	>=110
В процентах к окладу	0	20	40	60	80	100	110

Активность

Период:

Август 2015

Менеджер

Менеджер 1

ЦЕЛЬ	КРИ/КПЭ	ЦЕЛЬ*	ФАКТ	Разница Цель-Факт	%
Привлечь потенциальных клиентов	Сколько привлечено потенциальных клиентов.			0	0%
Количество постоянных клиентов	Сколько клиентов совершило повторную сделку.			0	0%
Конвертация потенциальных клиентов в покупателей.	Сколько новых клиентов купило в первый раз			0	0%
Средняя стоимость сделки.	Какую сумму денег приносит средняя по величине сделка.			0	0%
Количество повторных сделок	Сколько закрыто сделок с клиентами, с которыми были сделки в прошлых периодах;			0	0%
Дебиторская задолженность на конец периода	Сумма просроченной задолженности.			0	0%
Охват имеющейся клиентской базы.	Сколько клиентов из базы обрабатывается менеджерами по продажам.			0	0%
Охват брендовой линейки	Насколько широк предлагаемый ассортимент товаров (палантины, перчатки, ремни).				
	Перчатки - минимум 3 категории	3		-3	0%
	Палантины - минимум 3 категории	3		-3	0%
	Ремни - минимум 3 категории	3		-3	0%
Количество потенциальных сделок.	Сколько вероятных сделок ведёт менеджер.			0	0%
Количество результативных звонков	Сколько звонков клиентам сделано менеджером продаж за период			0	0%
Количество визитов (встреч).	Сколько визитов/ встреч провёл менеджер по продажам.			0	0%
Количество клиентов, посетивших Show room.	Сколько клиентов посетили Show room.			0	0%
Количество отправленных мейлов	Количество отправленных мейлов			0	0%
ИТОГО		9	0	-9	0%

Р А З В И Т И Е - Профиль компетенций

Период: 2015-2016

Менеджер

Барковская Е



ИДЕАЛЬНЫЙ ПРОФИЛЬ МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОДАЖАМ

0 = Стандарт не применяется в моей работе
 1 = Стандарт никогда не достигается
 2 = Стандарт достигается иногда
 3 = Стандарт достигается часто
 4 = Стандарт достигается почти всегда
 5 = Стандарт достигается всегда

Июль 2015

Оценка (от 0 до 5)

Оценка со стороны менеджера (самооценка)

Оценка со стороны руководителя

Функциональные компетенции			
Знание рынка, продукта, каналов сбыта	Знание своего сегмента (рынок моды, основные игроки, новости отрасли)	2	3
	Знание продукта, стиля (ассортимент брендов "Мишель Катана", их позиционирование, конкурентные преимущества, базовые основы стиля)	3	2
	Знание своей зоны ответственности (каналы сбыта, категории клиентов, клиентская база)	2	3
	Знание конкурентов (знание ассортимента и конкурентных преимуществ, активность, кол-во персонала, практики работы с клиентами)	2	2
	Знание процесса продаж (техника продаж, этапы продаж, этапы переговоров)	4	4
	Навыки планирования и контроля (краткосрочное до года, месяц, неделя, знать методологию и технику, использовать инструменты планирования)	2	3
	Навыки аналитики (Проводить анализ продаж по отношению к предыдущим периодам, и другим KPI)		
Коммуникативные навыки	Умение слушать (уметь выслушать собеседника не прерывая, выражая искреннюю заинтересованность)	4	5
	Умение говорить и выражать свои мысли четко (владеть грамотной речью, уметь выражать свои мысли лаконично и к месту)	4	4
	Умение убеждать собеседника, используя аргументы, подтвержденные фактами	3	4
	Уметь преодолевать с возражениями (использовать техники преодоления возражений)	2	2
	Презентационные навыки (владеть навыками эффективной презентации, ораторскими навыками, построение визуального ряда и т.д.)	2	2
Стратегическое мышление и поведение	Участвовать в реализации миссии и стратегии Компании на рынке моды.	2	3
	Понимать основные бизнес-процессы в Компании.	2	2
	Понимать тенденции рынка и уметь прогнозировать возможные изменения в конъюнктуре рынка	3	3
	Стратегическое планирование в зоне своей ответственности	2	2
Личностные компетенции			
Личные качества	Самомотивация (способность побуждения к действию самого себя, способность мобилизовать силы для достижения цели)	3	3
	Дисциплинированность (способность работать в соответствии с установленными правилами и требованиями)	3	4
	Инициативность (способность добровольно и самостоятельно находить пути для реализации поставленной задачи)	2	3
	Стрессоустойчивость (способность работать в условиях психологического давления и жестких временных рамках)	3	3
	Честность (быть честным по отношению к компании, коллегам, самому себе)	4	4
Способность к адаптации.	Способность обучаться (быть способным принять новые навыки и в последствии применять их на практике)	3	4
	Гибкость (быть способным пересмотреть свои взгляды и поменять сложившиеся стереотипы)	3	3
	Способность к самооценке, умение делать правильные выводы и самосовершенствоваться	3	3
	Способность избавляться от рамок (уметь мыслить неординарно, и предлагать нестандартные решения)	2	3
Внешность	Деловая одежда	2	2
	Чистая обувь	3	3
	Ухоженные руки	3	4
	Презентабельный внешний вид	3	3
ИТОГИ	% соответствия профилю компетенций по оценке менеджера по продажам.	54%	
	% соответствия по оценке руководителя.	61%	
	Общий итог. Средний арифметический процент соответствия.	58%	

Два основных инструмента мотивации

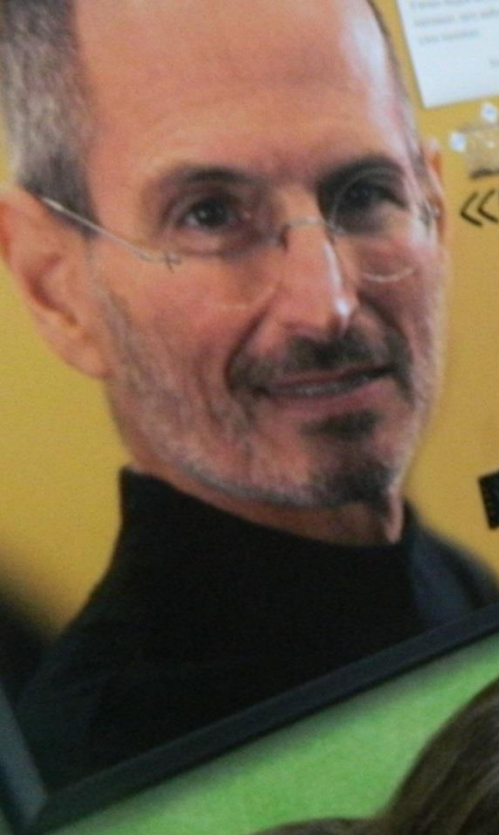
1. Хвалить
2. Увольнять

Формула прибыли в бизнесе

Прибыль компании равна
потенциалу сотрудников,
умноженному на их
вовлеченность

Не откладывайте до
понедельника,
начните со среды.
С эффективной рабочей
среды

Среды, где компания без
дополнительных затрат имеет
все возможности **любить**
сотрудника **больше, чем он**
зарабатывает.



«Є тільки один спосіб виконати велику роботу - полюбити її»

Стив Джобс



У вас есть все возможности в
это непростое время стать
Компанией, Несущей Любовь

A close-up photograph of several bright yellow sunflowers with dark brown centers, set against a clear blue sky with scattered white clouds. The sunflowers are in the foreground, and the sky fills the background.

**Мне было приятно быть с Вами
Спасибо за участие!**

**Григорий Хмельницкий
grigory.khmelnysky@gmail.com**

+38 050-331-27-96

<https://www.slideshare.net/grigorykhmelnytsky/ss-77383558>