

۱۰ راز یک دستور جلسه موفق فروش

زمان مطالعه: ۶ دقیقه



چطور می توانید بدون تلف کردن وقت کارشناسان فروش، جلسات موفق برگزار کنید.

چه اولین بار است که یک جلسه فروش برگزار می کنید، چه صدمین بار، این بار نوبت شماست که با تیم خود ارتباط برقرار کرده و از آنها پشتیبانی کنید. شما به عنوان یک مدیر فروش، می توانید با کل تیمتان که متشکل از کارشناسان فروش است، جلسه ای را تشکیل دهید تا سلامت کسب و کار را به خوبی بررسی کنید، اما این کار باعث می شود تا زمان ارزشمندی فروشندگان که می تواند صرف فروش شود تلف شود. با تدوین دستور جلسه مناسب، به اشتراک گذاری به روزرسانی های مهم و تقویت بحث گروهی، می توانید کاری کنید تا زمان با ارزش شما و آنها

هدر نرود و از آن نهایت استفاده را ببرید؛ در عین حال هم می توانید به روز رسانی های ساده تری را با کمک ایمیل به اطلاع نمایندگان برسانید .
با کمک این مقاله، می توانید دستور جلسه های فروش بعدی خود را آماده کرده، بهبود ببخشید و یا اصلاح کنید. در یک چشم بهم زدن، جلسات کارآمدی را برای تیم خود برگزار خواهید کرد.

جلسه فروش چیست؟

اول از همه، بیایید یک جلسه فروش را تعریف کنیم. جلسه فروش، بررسی داخلی بین مدیران فروش و عوامل اجرایی در یک شرکت است. برخلاف یک جلسه خارجی، مانند یک تماس تلفنی برای فروش یا ارائه فروش، این جلسه فقط برای شرکت کنندگان داخلی است می شود و به منظور ارائه اطلاعات لازم به اعضای تیم فروش برگزار می شود تا وظایف خود را به خوبی انجام دهند. معمولاً، رهبران فروش (مانند مدیر فروش، مدیر یا معاون وزیر) جلسه را اداره می کنند و کارشناسان فروش هم در آن شرکت می کنند. رهبران بر روی یک سری به روز رسانی های مهم تاکید می کنند که ممکن است شامل موارد زیر شود:

- عملکرد فروش فعلی

- چیزهایی که برای رهبران از هر چیزی مهم تر هستند

- دیدگاه های رقابتی

- اولویت های بعدی تیم باید چگونه باشد

دستور کار جلسات شما بر اساس این که شما یک جلسه فروش هفتگی، بررسی فصلی، شروع فروش سالانه یا شکل دیگری از فروش را برگزار می کنید، متفاوت خواهد بود، اما ۱۰ نکته ای که در ادامه می خواهیم بگوییم، به شما کمک می کند تا فارغ از بحث

هایی که خواهید داشت، به کار و پیشرفت خود ادامه دهید، به تیم خود احترام بگذارید و در جلسات فروش خود تا آنجا که ممکن است کارآمد و مفید باشید.

TOP ۱۰ راز یک دستور جلسه موفق فروش



1 دستور جلسه و هدف را ساده کنید



2 مشکلات فنی را حل کنید.



3 شروع و پایانی به موقع داشته باشید.



4 جلسات خود را با سرعت مناسبی برگزار کنید.



5 به تیمتان آگاهی ببخشید.



6 از تیم خود بخواهید تا در مورد به روز رسانی ها و موانع پیش روی خود با یکدیگر صحبت کنند.



7 بردها و پیروزی های مهم را به خوبی نشان دهید.



8 فضایی را به بیان ایده ها، سوالات و همکاری اختصاص دهید.



9 در مورد مراحل بعدی تصمیم بگیرید.



10 به تیم خود انگیزه بدهید.

۱. دستور جلسه و هدف را ساده کنید

اطمینان حاصل کنید که شما و تیمتان به طور کاملا واضح و آسکار می دانید که با چه چیزهایی مواجه می شود. به عنوان مثال، آیا بحث سریع و سرپایی در مورد پیشرفت در شاخصهای کلیدی عملکرد (KPI) است، یا یک جلسه مهم سه ماهه در مورد بررسی افرادی است که در قطعی کردن معاملات خود به کمک نیاز دارد؟

فروشنندگان خود را بدون دستور کار مشخص و چند هدف ساده، دور هم جمع نکنید. تلف کردن وقت فروشنندگان در جلسه، آنها را از جستجوی مشتریان بالقوه، آماده کردن ایمیل ها و ارائه های کوتاه دور می کندو در نهایت، درآمد را هم کاهش می دهد.

به محض اینکه برنامه و اهداف خود را تدوین کردید، تصمیم بگیرید که بهترین فرد برای صحبت در مورد هر موضوع، چه کسی خواهد بود. برای پاسخ به این سوالات، از قبل با عوامل اجرایی کار کنید:

- چه کسی جلسه را آغاز می کند؟
- در صورت نیاز، چه کسانی ارائه می دهند؟
- چگونه تغییر موضوعات جلسه را مدیریت خواهید کرد؟
- آیا سوالات را برای پایان جلسه ذخیره می کنید یا در طول جلسه به آنها پاسخ می دهید؟
- آیا یک فراخوان اقدام (CTA) وجود دارد که می خواهید هر شرکت کننده در جلسه به آن توجه کرده و به کار ببرد؟

قبل از هر جلسه، دستور جلسه را برای شرکت کنندگان ارسال کنید. این دستور کار می تواند کلی باشد، اما به همه نشان می دهد که تمرکز شما بر روی استفاده بهینه از زمان است.

۲. مشکلات فنی را حل کنید.

چه به صورت دورکاری فعالیت دارید و چه به طور حضور، هرگونه مسئله تکنولوژیکی و فنی را از قبل برطرف کنید. به روز رسانی های کامپیوتر باید تکمیل شود، نرم افزار باید دانلود شود و برنامه ها یا چت های غیر ضروری هم باید بسته شود. شما نمی خواهید وجود یک سری از اشکالاتی موجب به هدر رفتن وقتتان شود و جلسه شما را از مسیر اصلی خارج کند، بنابراین از مجریان جلسه بخواهید تا چند دقیقه زودتر به تست کامل تنظیمات کامل بپردازند. انجام این کار قبل از جلسه ممکن است فقط ۱۰ دقیقه طول بکشد، اما سود قابل توجهی را به دنبال دارد. اگر فقط شما جلسه را اداره می کنید، می توانید چنین کاری را به تنهایی هم انجام دهید: تجهیزات خود را آزمایش کنید و موارد ارائه شده را با دقت آماده کنید (یعنی دقیقاً به همان شکلی که می خواهید در زمان جلسه عمل کنید).

۳. شروع و پایانی به موقع داشته باشید

با رعایت زمان بندی جلسه، به وقت تیم خود احترام بگذارید. کارشناسان فروش برای انجام فعالیت های روزانه خود به طور دقیق برنامه ریزی می کنند تا بتوانند به حداکثر تعداد تماس ها و ایمیل های مشتریان پاسخ دهند، بنابراین لحنتان را طوری تنظیم کنید که سرعت و ریتم جلسه با بازه زمانی برنامه ریزی شده مطابقت داشته باشد. اگر متوجه شدید که زمان جلسات به پایان رسیده است، سوالات یا نظرات خود را در لحظات تعیین شده جلسه ذخیره کنید یا تعداد موضوعاتی که هر جلسه پوشش می دهد را کمتر کنید. با پرسیدن نظر شرکت کنندگان، دستور جلسه فروش خود را مرور کنید تا بدانید که کدام موضوعات با ارزش تر هستند. شما نباید مکالمات مهم را کوتاه کنید، اما باید حواستان به زمان هم باشد و این کار، حفظ ظریف تعادل محسوب می شود.

یک نمونه از دستور جلسه فروش زمان: ۳۰ دقیقه

جزئیات جلسه:
• زمان و مکان جلسه
• شرکت کنندگان



توضیحات ابتدای جلسه: 5 دقیقه
• اخبار جدید شرکت که بر فروش اثر گذار است.
• بررسی موارد و سؤالات جلسه های قبلی



توضیحات تیم در باره موانع و اطلاعات جدید
10 دقیقه

| | | | |
|------------------------|---------------|-------------|---------------------|
| | | | |
| معرفی سرخ های مهم فروش | بررسی شاخص ها | گزارش وضعیت | شنیدن موانع احتمالی |

ارائه و تشویق موفقیت‌های مهم: 5 دقیقه
• تحسین و قدرشناسی از فروشندگانی که به موفقیت‌های مهم دست پیدا کرده اند در جمع
• اجازه دادن به شرکت کنندگان در جلسه برای نشان دادن قدرشناسی



مطرح کردن ایده ها، پرسش ها و دعوت به همکاریها: 5 دقیقه
• تبادل افکار و ایده ها
• انگیزه دادن و تشویق تیم فروش



تصمیم گیری در مورد گامهای بعدی: 5 دقیقه
• مشخص کردن افراد مسئول اقدامات لازم تا جلسه آینده
• مشخص کردن انتظاراتی که از تیم می رود تا جلسه آینده



خاتمه جلسه:
30 دقیقه

۴. جلسات خود را با سرعت مناسبی برگزار کنید

از تمامی نمونه های جلسه، با دقت استفاده کنید. همه ما این جمله را شنیده ایم که کارمندی بعد از پایان جلسه بگوید: «من از یک جلسه دیگر جان سالم به در بردم که به جای برگزاری آن می توانست ایمیل ارسال شود.» در واقع، ایمیل می تواند یک راه مختصر و مفید برای برقراری ارتباط با تیمتان در مورد به روز رسانی های اخیر شرکت یا تغییراتی در برنامه باشد.

زمان بندی و سرعت تشکیل جلسات فروش بسیار مهم است. اگر جلسه های کوتاه روزانه یا در طی هفته، جلسات مکرری دارید و متوجه شده اید که مسئله ای غیر ضروری را پوشش می دهید، به صورت پشت سر هم جلسه برگزار نکنید و جدول زمانی پرتکراری را ارائه ندهید.

از طرف دیگر، برای برگزاری جلساتی که در ابتدا برای آن برنامه ریزی کرده اید، به خودتان سخت نگیرید و ایجاد تغییرات در برگزاری جلسات، کار چندان بدی هم نیست. اگر زمانی که به خاطر اینکه به روزرسانی های مهمی برای اشتراک با اعضای تیمتان ندارید، جلسه خود را لغو کنید، در واقع، آن دقیقه های اضافه را به تیم خود بازگردانده اید تا برای انجام کارهای مفید استفاده شود و البته تیمتان هم از شما قدردانی خواهد کرد که فقط بخاطر اینکه صرفاً جلسه ای را برگزار کرده باشید، دست به برگزاری جلسه نزده اید.

۵. به تیمتان آگاهی ببخشید

وظیفه شما به عنوان یک رهبر این است که اطلاعات خود را در اختیار تیمتان قرار دهید و دانش اعضای تیم را به روز رسانی کنید؛ حتی اگر مدت زمان زیادی از آخرین ملاقات با تیمتان گذشته باشد.

در مورد تغییرات قیمت، به روزرسانی های پیش بینی فروش، اخبار محصولات، تغییرات رهبری یا سایر اطلاعات مهم و جامعی که می تواند بر نحوه فروش تیمتان تأثیر بگذارد، به آنها آگاهی بدهید. مسائل یا سوالات جلسات گذشته را هم پیگیری کنید. این قسمت از جلسه فروش ممکن است به مدت زمان متفاوتی نیاز داشته باشد و اگر موضوع مورد نظر، ظرفیت اختصاص دادن وقت بسیار طولانی را دارد، برگزاری یک جلسه فروش ویژه با قرار دادن آن موضوع در دستور کار را در نظر داشته باشید.

۶. از تیم خود بخواهید تا در مورد به روز رسانی ها و موانع پیش روی خود با یکدیگر صحبت کنند

هنگامی که همه شما در یک جلسه فروش کنار هم نشسته اید، به اشتراک گذاری موارد موثر و مفید و همچنین کارهای غیرمفید می تواند بسیار موثر باشد. بر اساس مشتری های بالقوه و حساب ها، نحوه انجام مکالمات مهم و گزارش وضعیت کلی همه افراد با توجه به دستیابی به سهمیه و شاخص کلیدی عملکرد، می توانید با یکدیگر ارتباط برقرار کنید.

علاوه بر پیشرفت، به موانع موجود بر سر راه هم توجه کنید. به عنوان یک مدیر، اگر اعضای تیم شما با موانعی مواجه می شوند، باید آگاه باشید تا بتوانید راه را برای موفقیت باز کنید.

هنگامی که بفهمید چه چیزی خوب پیش می رود و چه چیزی به تمرکز بیشتری نیاز دارد، می توانید یک برنامه عملی را با کمک اعضای تیم یا گروه های بزرگتر تهیه کنید.

۷. بردها و پیروزی های مهم را به خوبی نشان دهید.

آیا یکی از اعضای تیمتان، قرارداد بزرگی بسته است؟ آیا شش ماه متوالی از ظرفیت خود پیشی گرفته است؟ پس زمان خاصی را در دستور جلسه فروش خود به آنها

اختصاص دهید تا از آنها تقدیر و تشکر به عمل بیاورید. بیشتر اوقات، اعضای تیم نه تنها از اینکه از آنها تحسین شود، قدردانی می کنند، بلکه این کار برای کل سازمان هم مفید است.

قدردانی و سپاسگذاری، محرک خوبی هم برای فرد تقدیر شده است و هم برای تیم به طور کلی. یک نظرسنجی از انجمن مدیریت منابع انسانی (SHRM) و «گلوبوفورس» نشان می دهد که «۶۸ درصد از متخصصان منابع انسانی موافق بودند که قدردانی و به رسمیت شناسی کارکنان، تأثیر مثبتی بر حفظ مشتری دارد و ۵۶ درصد هم گفته اند که چنین برنامه هایی به فرآیند استخدام هم کمک می کند».

در زمینه سپاسگزاری و قدردانی از تیمتان هم باید به طور خاص و دقیقی عمل کنید. این که می گوئید از شخصی قدردانی می کنید که برای معارفه مشتری ای وقت گذاشته است که بیشتر از معمول به توجه نیاز داشته است، در واقع چیزی فراتر از یک «خسته نباشید و خدا قوت» معنا می دهد. البته، همه افراد دوست ندارند که به طور علنی برگزیده شوند، بنابراین مطمئن شوید که از اعضای تیمتان به روشی قدردانی می کنید که آنها ترجیح می دهند. شما می توانید در جلسات انفرادی، این مورد را در کارشناسان ارزیابی کنید.

نکات مهم درباره قدرشناسی در جلسه فروش

با این که قدرشناسی و ارائه جوایز در جلسات بسیار مهم است اما برخی افراد علاقه ای ندارند این موارد در حضور جمع انجام شود.
از نیازها و علائق هر یک از اعضای تیم آگاه باشید.

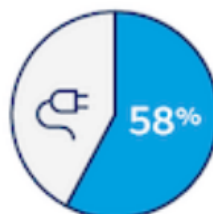


کارشناسانی که به صورت مستمر از سوی مدیران خود تشویق و قدردانی می شوند:

یادمان باشد:



53% تمرکز بیشتری دارند.



58% مشارکت بیشتری دارند.



109% وفاداری بیشتری به شرکت دارند.

trailhead.salesforce.com

۸. فضایی را به بیان ایده ها، سوالات و همکاری اختصاص دهید

برنامه های جلسه فروش شما همیشه باید شامل زمانی برای تبادل افکار به صورت گروهی باشد. این جلسات فقط شامل چیزهایی نمی شوند که می خواهید در مورد آنها ارتباط برقرار کنید، بلکه شامل راههایی می شوند که اعضای تیم از یکدیگر چیزهایی را یاد بگیرند و بهترین شیوه های یکدیگر را هم مبنای رشد و پیشرفت خود قرار دهند.

به عنوان مثال، شما می توانید تیمتان را به طوفان فکری یا تبادل ایده در موارد زیر دعوت کنید:

- فروش و بازاریابی بهتر یا هماهنگی فروش و خدمات
- نکات فروش از راه دور
- جایگاه یابی نوین محصولات یا خدمات شما
- همکاری با سایر همکاران یا فروشندگان در صنعتتان
- رقبای شما و نحوه فروش، بازاریابی یا قیمت گذاری محصولات آنها
- تعیین اهداف برای سه ماه / سال آینده

بر روی موضوعاتی تمرکز کنید که برای اکثر فروشندگان آماده فروش مناسب خواهد بود تا در طول جلسه، توجه خود را به چیز دیگری معطوف نکنند و چند کار را به طور همزمان انجام ندهند.

۹. در مورد مراحل بعدی تصمیم بگیرید

همانطور که در حال انجام موارد انتخاب شده در دستور کار جلسه فروش خود هستید، مواردی که باید برای انجام آنها دست به اقدام بزنید و همچنین مسئول پیگیری هر یک را مشخص کنید. مراحل بعدی جلسه باید برای همگان واضح و مشخص باشد.

اعضای تیم می توانند مسئول پیگیری مشتریان ثابت و معمولی خود باشند. با این حال، اگر در طول جلسه، نیازهای سایر بخش ها هم مطرح شده باشد، مانند صحبت با تیم مالی در مورد ارتقا جدید یا بحث در مورد کمپین جذب مشتری بالقوه جدید با کمک بازاریابی، باید یک فرد پیشگام را برای انجام این کارها تعیین کنید. به این ترتیب، بررسی موارد مهم از قلم نمی افتد. به وضوح مشخص کنید که می خواهید تیمتان در جلسه بعدی، چه به روزرسانی هایی را ارائه دهد.

۱۰. به تیم خود انگیزه بدهید

فروش می تواند کار سختی باشد. این حرفه با عدم پذیرش و صبر زیادی همراه است و هر از گاهی، اشتباهاتی بوجود می آید. گاهی اوقات، سرعت فروش در بازار کند می شود و مشکلات فقط به مشتریان بالقوه مربوط نمی شود. صرف نظر از اینکه دلیل بوجود آمدن مشکلات چه چیزهایی می تواند باشد، گاهی اوقات تیم به طور کلی یا نمایندگان فروش یا به صورت جداگانه با مشکلاتی روبرو می شوند. در این مواقع، شما به عنوان یک رهبر باید این فرصت را فراهم کنید که به طور مستقیم مسائل را حل کرده و با تیم خود ارتباط برقرار کنید. اگر دلایل اینکه چرا هنوز هم به تیم خود امیدوار هستید و انگیزه دارید را با تیمتان به اشتراک بگذارید، آنها هم سرشار از انگیزه خواهند شد. در هنگام رویارویی با شرایط سخت، زمانی را در دستور کار خود به انجام این مورد اختصاص بدهید.

حتی در زمانهایی که کارها آسان تر پیش می رود، هم روش های سرگرم کننده و مثبت برای ایجاد انگیزه در تیم شما بسیار زیاد است. شما می توانید بازی ها و مسابقاتی را برای تجلیل و گرامیداشت کارهایی که اعضای تیمتان به خوبی انجام می دهند، برگزار کنید و جوایز منحصر به فردی را برای مراحل مختلف به اعضای تیمتان اهدا کنید.

زمان های سخت تمام می شوند و دوامی ندارند، اما تیم های فروش سر سخت حتی در شرایط بحرانی هم دوام می آورند.

وقت طلاست

در نهایت، شما می خواهید فروشندگان بر روی مشتریان بالقوه متمرکز باشند. در واقع، جلسات فروش شما راهی برای تمرکز مجدد آنها بر موارد مهم است و به همه اعضا کمک می کند تا بازدهی و کارایی خود را حفظ کنند.

به یاد داشته باشید که وقت هر کارشناس فروش، طلاست و جلسات فروش خود را با در نظر گرفتن کارایی آنها برگزار کنید.