

marketing
strategy

چک لیست
سیاست‌های فروش
Sales policies

امروز بفروش، نقد کن، بقا بساز توقف ممنوع

در روزهای بحران، تصویر سازمان معمولاً مشابه است:

چند نفر از اعضای اصلی تیم، در حال انجام کار مفید در این شرایط هستند؛ نیروهای کلیدی که کار را جلومی‌برند چه کسانی هستند؟

بقیه؟ بعضی نگران‌اند، بعضی غرق در اخبار و تحلیل‌ها، بعضی فقط تماشا می‌کنند.

فضای گروه‌ها تغییر کرده حرف زیاد است، اما حرکت نه.

و اینجاست که مدیر باید دقیق‌تر از همیشه نگاه کند.

اگر همین فضا باقی بماند:

- نیروهایی که ستون هستند فرسوده می‌شوند،
- تیم دوتکه می‌شود،
- بقیه به حالت انتظار فرومی‌روند.

این نقطه، یکی از خطرناک‌ترین لحظه‌ها برای هر تیم در بحران است و نقش شما به عنوان مدیر اینجاست تا از هر جای دیگری خودش را نشان می‌دهد.

اشتباه بزرگ درست همین جاست:

گاهی مدیر خیال می‌کند فعلاً همین چند نفر کار را جلومی‌برند، خوب است.

امانه، اگر همان چند نفر تنها بمانند، به زودی می‌ریزند.

وقتی آن‌ها فرومی‌ریزند، هیچ گزارش یا عددی نمی‌تواند دوباره تیم را سربلند کند.

امروز کار مدیر روشن است:

- ببین چه کسانی واقعاً بار کار را دارند می‌کشند.
 - با همان افراد ارتباط بگیر، حمایتشان کن، انرژی بده.
 - بقیه اعضا را از حالت نگاه‌کننده بیرون بکش؛ درگیرشان کن.
 - نگذار حس تیم این شود که فقط چند نفر کار می‌کنند و بقیه منتظرند.
- اگر این تعادل حفظ شود، تیم دوام می‌آورد.
- اما اگر رها شود، چند روز بعد تصویر واضح است: افراد کلیدی فرسوده‌اند، بقیه سردرگم، و فروش می‌خوابد.

داستان Southwest Airlines و بحران یخبندان 2021

زمستان ۲۰۲۱، یخبندان ایالت های جنوبی آمریکا را فلج کرد. هزاران پرواز لغو شد، مسیرها بسته، خطوط برق قطع.

در روزهای اول، همه درگیر برنامه ریزی بودند، اما چند روز بعد اتفاق دیگری افتاد. در جلسه صبح ستاد، دیدند نام تعدادی از خلبان ها و هماهنگ کننده های اصلی دیگر در لیست نیست نه به خاطر خطا، بلکه خستگی.

یکی از خلبان ها گفت:

«سه روزه تقریباً نخوابیدم.»

آن جامدیر منابع انسانی با تجربه بحران گفت:

«ستون های تیم دارند می ریزند. اگر همین الان کاری نکنیم، هفته بعد پروازی بلند نمی شود.»

تصمیم گرفتند برگردند به پایه انسانی کار:

- فهرست نفرات کلیدی تهیه شد؛ خلبان ها، هماهنگ کننده ها، سرشیفت ها.
- تیم کوچکی مأمور تماس مستقیم با این افراد شد نه ایمیل، تماس واقعی.
- بعضی مرخصی ویژه گرفتند تا استراحت کنند.
- شیفت ها با ظرفیاتی شد تا فشار کمتر شود.
- یک گروه پشتیبان برای همین افراد تشکیل شد.

بعد از دو روز، فضا برگشت. آدم ها دیدند که مدیریت آن ها رami بیند و پشتشان ایستاده است. انگیزه دوباره جان گرفت. تیم به حرکت برگشت.

همین اقدام ساده باعث شد Southwest زودتر از دیگر ایرلاین ها به برنامه عادی برگردد.

مدیر منابع انسانی بعدتر جمله ای گفت که ماندگار شد:

در بحران، قبل از سیستم ها، ستون های انسانی را حفظ کن بعد خودش درست می شود.

چک لیست ۷ گام اجرایی در فروش سریع

۱. فرصت های فروش فوری را شناسایی کرده ام؟
۲. محصولات مناسب شرایط فعلی را در اولویت قرار داده ام؟
۳. تیم فروش انگیزه و تمرکز کافی دارد؟
۴. قیمت گذاری ها انعطاف و سرعت لازم دارند؟
۵. بسته بندی و پیشنهادها رفتار بازارها را منعکس می کنند؟
۶. تمرکز تیم روی فرصت های همین الان است؟
۷. سیاست فروش سریع را برای همه اعضا روشن و شفاف کرده ام؟

برگه سیاست های فروش سریع

پاسخ (۱-۵)	سوال
	۱. محصولات اولویت دار فروش امروز مشخص است؟
	۲. تیم فروش روی فرصت های فوری کار می کند؟
	۳. قیمت گذاری چابک به تیم اعلام شده؟
	۴. موانع قیمت گذاری سریع برداشته شده؟
	۵. تیم انگیزه کافی برای فروش سریع دارد؟
	۶. پیام های فروش مناسب شرایط فعلی است؟
	۷. تبلیغات روی فرصت های سریع تنظیم شده؟
	۸. کانال های فروش چابک فعال است؟
	۹. سیاست های تخفیف ویژه طراحی شده؟
	۱۰. تیم از فضاهای رقابتی فعلی خبر دارد؟
	۱۱. محصولات کم ریسک اولویت یافته اند؟
	۱۲. فرآیندهای سفارش دهی ساده شده؟
	۱۳. ارتباط با مشتری سریع و به روز است؟
	۱۴. مشتری های کلیدی فعالانه پیگیری می شوند؟
	۱۵. پاسخگویی به نیاز فوری مشتریان سریع است؟
	۱۶. تیم به مشتری حس قدرت و سرعت می دهد؟
	۱۷. تیم فروش ابزار کافی برای مانور دارد؟
	۱۸. مدیران فروش سرعت عمل را هدایت می کنند؟

سوال	پاسخ (۱-۵)
۱۹. فرصت های فوری ثبت و گزارش می شوند؟	
۲۰. تیم از حرکت سریع لذت می برد؟	

برگه عددها

اگر عدد شما بالاتر از ۸۵ است → تیم فروش شما آماده فروش فوری و تأمین نقدینگی است.

اگر عدد بدست آمده بین ۶۳ تا ۸۴ است → وضعیت نسبتاً خوب، ولی گلوگاه های کندکننده هنوز باقی است.

اگر عدد بدست آمده بین ۴۵ تا ۶۴ است → پرریسک؛ تیم شما فرصت فروش را از دست می دهد یا در مذاکره ناتوان است.

اگر عدد بدست آمده پایین تر از ۴۵ است → هشدار جدی؛ فروش کند یا نقدینگی قفل شده است؛ حتماً باید بسته تخفیف، سیاست

اقداماتی که هر صنعت باید انجام دهد

صنعت	اقدام دقیق روز پنجم
بازرگانی	راه اندازی فروش فوری روی ۳ گروه کالای پرتقاضا
پوشاک	کمپین فروش ویژه ۷۲ ساعته طراحی شود
مالی	طراحی محصولات مالی کوتاه مدت ویژه بحران
بهداشت	بسته های خدمات فوری با قیمت مناسب فعال شود
رپسندگی	فروش ویژه روی موجودی انبار با ارسال سریع
ماشین آلات	طراحی بسته های خدمات فوری تعمیر و نگهداری
حمل و نقل	پیشنهاد مسیرهای حمل سریع با تخفیف
کشاورزی	فروش سریع محصولات تازه با اولویت محلی
آموزش	دوره های کوتاه مدت با ثبت نام فوری راه اندازی شود
بیمه	طراحی بیمه های موقت یا کوتاه مدت ویژه بحران
صنایع غذایی	فروش فوری محصولات با تاریخ نزدیک
خودرو	بسته های خدمات پس از فروش فوری ارائه شود
چاپ	طراحی بسته های چاپ فوری با ارسال در روز
حفاظتی	فروش سریع تجهیزات اضطراری فعال شود
تولیدی	تمرکز فروش روی محصولات کم ریسک و پرمصرف
دیجیتال	طراحی خدمات آنلاین فوری با خرید ساده
ساختمان	فروش فوری برخی مصالح با حمل سریع
لوازم خانگی	فروش فوری لوازم با تخفیف محدود زمانی