

ОПИСАНИЕ
КОМПЕТЕНЦИИ
«ПСИХОЛОГИЯ И
ТЕХНОЛОГИЯ В2В
ПРОДАЖ»

Наименование компетенции: «Психология и Технология B2B продаж»

Формат участия в соревновании: индивидуальный

Описание компетенции.

Руководитель отдела продаж (коммерческого отдела), директор по продажам, управленец, занимающийся продажами в b2b сфере – профессии, важность и востребованность которых не вызывает сомнений в мире, где выживание и финансовые показатели любого бизнеса зависят от эффективности организации спроса и продаж. К сфере коммерции и продаж относятся действия по верному определению спроса, выходу на конструктивный диалог с целевой аудиторией, понимание и удовлетворение ее болей и потребностей своим продуктом, и проведение эффективных переговоров, и, в конечном счете, осуществление сделки по продаже продукта на выгодных для бизнеса условиях. Часто на этой первой сделке процесс продаж не заканчивается, от того, насколько хорошо в компании оказывается постпродажное обслуживание, сервис и поддержка покупателей, зависит перспектива последующих сделок, регулярность продаж, рост среднего чека и лояльности покупателей, и, как следствие, обеспечение стабильного платежеспособного спроса на продукцию и сбыта.

В эпоху тотального перепроизводства в большинстве сфер, сбыт и продажи становятся определяющими: на этапе продаж все усилия бизнеса, предшествующие продаже (производство, логистика, маркетинг и другие сопутствующие этапы) конвертируются в деньги, что дает бизнесу возможность развиваться. В случае, если продажи работают неэффективно, или осуществляются нерегулярно и не по плану, или если персоналу коммерческого отдела не удастся построить с клиентами взаимовыгодные долгосрочные отношения, судьба бизнеса может быть под угрозой.

Процесс продаж тесно связан с маркетингом и интернет-маркетингом, основная задача которого – обеспечивать отдел продаж лидами. В то же время от отдела продаж маркетолог получает важную обратную связь, т.к. именно персонал, связанный с продажами, тесно взаимодействует с покупателями, сталкивается с отказами и возражениями, и может предлагать корректировки как в способы и инструменты конвертирования целевой аудитории в лиды, так и в методологию определения целевой аудитории. Поэтому квалифицированный руководящий состав, работающий в продажах, должен иметь представление не только в рамках навыков продаж и переговоров, но и понимать основы функционирования инструментов

лидогенерации, продающих маркетинговых связок, воронок и туннелей продаж, используемых маркетологами.

Высококвалифицированный директор отдела продаж – уникальный профессионал, мастер переговоров (личных, телефонных и в онлайн формате) и презентаций, умеющий эффективно работать с возражениями и отказами. Он – тонкий психолог, слышащий клиента, его страхи, боли и потребности, и умеющий конвертировать любую информацию, получаемую от клиента, в полезный шаг к выгодной продаже. Он – сильный стратег, умеющий составлять и выполнять план продаж, рассчитывать свои силы в долгих сделках, доводить до конца сложные многоэтапные переговоры, поддерживать с постоянными клиентами многолетние отношения. Тактически он тоже «подкован»: умеет работать со скриптами продаж и создавать их самостоятельно, владеет инструментарием cross-sell, up-sell, умеет генерировать повторные продажи и автоматизировать многие процессы (например, постпродажные контакты с клиентом для стимулирования повторных обращений).

Он также отлично ориентируется в технологиях (musthave: офисный пакет, работа в CRM, создание дизайнов коммерческих предложений и презентаций, понимание принципов интеграции CRM с 1С, понимание принципов работы с сайтом и мессенджерами, создания инструментов лидогенерации в шаблонах и сервисах и т.д.).

Кроме того, руководитель по продажам действительно высокого класса должен уметь передать свои знания коллегам (тренинги по продажам), взаимодействовать с персоналом других департаментов (PR, маркетинг и т.д.).

Процесс продаж, в котором задействован такой специалист может включать следующие этапы:

- Определение целевой аудитории, ее сегментирование и прототипирование целевого клиента,
- Планирование цепочки касаний и воронки продаж,
- Планирование продаж и составление стратегии продаж в компании, в т.ч. и в стартапе, прогнозирование рисков и результатов
- Участие в формировании продуктовой и ценовой политики, системе лояльности, спецпредложениях, акциях, офферах и пр.
- Работа с потоком входящих заявок (переговоры, выявление потребности, работа с возражениями и отказами, закрытие сделок)

- Работа с исходящим потоком заявок
- Телефонные, онлайн и личные переговоры, презентации продукта, обсуждение условий сделки, подготовка документации
- Создание универсальных скриптов продаж, а также адаптация их под уникальные клиентские случаи, анализ психологических особенностей клиента с целью проведения эффективных переговоров и заключения сделки на выгодных для компании условиях
- Работа с CRM системой, ведение отчетности
- Формирование системы продаж в компании, аудит имеющийся системы продаж и формирование рекомендаций по ее оптимизации
- Взаимодействие с другими специалистами отдела продаж, а также других подразделений в компании.

Данный список не исчерпывающий, т.к. во многих компаниях отдел продаж является ключевым звеном и его функционал может быть шире и включать другие, дополнительные этапы.

Специалисты по продажам сейчас востребованы практически во всех сферах экономики. Следует отметить, что в рамках данной компетенции речь не идет об офлайн розничной торговле (где заняты в основном продавцы-кассиры), и не о B2C сегментах рынка. Специалисты по продажам, которых выпускает данная компетенция, востребованы в B2B секторе продажи товаров, в секторе онлайн B2B торговли (квалифицированная обработка входящих заявок и ведение клиентов), в секторе продаж B2B услуг онлайн и офлайн (в основном B2B услуг со средним чеком от 10 т.р.).

Нормативные правовые акты

Поскольку Описание компетенции содержит лишь информацию, относящуюся к соответствующей компетенции, его необходимо использовать на основании следующих документов:

- ФГОС СПО.
Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 15 мая 2014 г. N 539), с изменениями и дополнениями от 13 июля 2021 года и 1 сентября 2022 года.
- Профессиональный стандарт;
Профессиональный стандарт «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» Утвержден приказом

Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 5 октября 2015 г. N 687н

Перечень профессиональных задач специалиста по компетенции определяется профессиональной областью специалиста и базируется на требованиях современного рынка труда к данному специалисту.

№ п/п	Виды деятельности/трудовые функции
1	Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью
2	Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.
3	Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров.
4	Проведение переговоров, презентаций, поддержка лояльности клиента, работа с постоянными клиентами