

Евгений Балакин

Учебник торгового представителя



ЛитРес: Самиздат
Москва

УДК 395
ББК 83.7
Б20

Балакин Е.

Учебник торгового представителя / Е. Балакин —
Москва: ЛитРес: Самиздат, 2019. — 200 с.

ISBN 978-5-5320-8973-0

Единственный в СНГ Учебник торгпреда. Написан самым простым языком, чтобы любой мог начать работать профессионально там, где подавляющее большинство работает по интуиции. Хочешь стать лучшим? Учись! И да пребудут с тобой большой объем продаж, максимальная клиентская база, нулевая дебиторка, высокая зарплата и карьерный рост!

ISBN 978-5-5320-8973-0

© Балакин Е., текст, 2013
© Omiko Trading LTD., оформление, 2019

О чём эта книга.

99.9% торгпредов выбрало эту профессию, не представляя себе всех её трудностей и нюансов, ориентируясь на рынке труда в основном на уровень зарплаты, и кажущееся отсутствие физического труда. У всех есть другие специальности, образование, опыт работы. Министерство образования России не знает о такой профессии – её нет в перечне профессий профессионального образования.

Я сам работал электриком 15 лет, и когда устроился торгпредом в 2002, никто меня не учил. Первые месяцы работал, как получится. Уже потом были тренинги, опыт товарищей, книги по психологии и продажам, свои наработки, но в первые дни – ничего. Наощупь в тумане.

Несмотря на то, что это учебник, и потому, что у вас нет торгового образования – эта книга написана простым языком, с массой примеров из жизни, и даже теория продаж расписана без использования заумных терминов, нагоняющих страх и тоску.

Краткий список сокращений и используемых терминов помещился на двух страницах в самом конце книги.

Это не художественное произведение, нет смысла читать всё подряд. В оглавлении очень подробно раскрыта структура – читайте то, что вам нужно в данный момент.

Профессия или призвание? В этой деятельности есть место и технологиям, и тонкому искусству общения. Технологии позволяют опытным торговым представителям успешно преодолевать сопротивление закупщиков. Но в то же время в этой работе есть и такая важная составляющая, как человеческие отношения, эмоции, чувства.

По своему опыту скажу, что умение общаться – не обязательно природный дар. Я до 32 лет сидел у компьютера и не представлял, что могу свободно познакомиться с человеком на улице или уболтать ГАИшника не штрафовать меня за 98 км/ч в городе.

Уверен, что торгпредом может устроиться работать любой человек – при достаточном дефиците кадров и неопытности нанимаю-

щего. Также уверен, что почти любого человека можно обучить в процессе работы как минимум до среднего уровня. Всё остальное зависит от вас самих.

Хочешь большую зарплату? – Учись продавать. Не «предлагать товар», как говорят на собеседованиях 80% кандидатов, а именно «продавать». Опытные торгпреды поняли разницу.

Хочешь сделать карьеру в торговле? – Изучай психологию, менеджмент, маркетинг, экономику.

Книга рекомендована для работающих торговых представителей, и тех, кто подумывает устроиться на эту перспективную, сложную, выматывающую, интересную работу.

Очень часто работающие торгпреды говорят, что давно всё это знают – а глубже копнёшь, и раньше не знали, и сейчас не слушали. Я пишу и провожу тренинги для многих – а радуюсь единицам, которые хотят чего-то добиться в жизни, которые готовы учиться, и могут победить свою лень. Человек ленив от природы, и только тот, что может пересилить себя, не спивается и растёт. Спиться можно и без алкоголя – наркотиков много: компьютерные игры, азартные, клубы, секс... Человек должен менять мир к лучшему. Сильный и мудрый человек сам избирает этот путь. Трудный путь. И всегда на пути вверх стоит чёрная магия дивана и телевизора. Путь вниз. Махнуть рукой на новое проще, чем учиться, меняться и менять мир к лучшему.

Эта книга – первый и единственный учебник торгового представителя.

До трудоустройства

В чём состоит работа торгового представителя

Коротко: продавать товар компании и добиваться возврата денег от клиентов, постоянно увеличивая продажи.

Что бы ни говорили ваши знакомые торгпреда, экспедиторы или грузчики, что «денег платят дофига, а делать ничего не надо – до обеда по точкам прайсы развёз и отдыхай», это не так. Торгпреда держат, пока он увеличивает продажи. А для этого надо работать. Разносчики прайсов никому не нужны. Это могут студенты на подработке делать, за гораздо меньшие деньги.

Опишу один день торгпреда:

утром подготовка (внешний вид, заправленное исправное авто, наличие канцелярии и документов)

в офисе выяснить остатки, изменения в ценах, наличие акций, проверить дебиторку, уточнить цели на день, скорректировать планы перед точкой – посмотреть записанные цели на визит, имена и личные данные ключевых лиц, имеющиеся проблемы с т/т (дебиторка, выкладка, ассортимент свой и конкурентов, ценовая политика)

в точке грамотный осмотр, анализ текущей ситуации и корректировка плана переговоров

во время разговора с ключевым лицом – понять его истинные желания (это называется «выяснение потребностей») и представить своё предложение, как удовлетворяющее именно эти потребности

чёткое завершение сделки – подписание договора, составление заявки, договорённость о сроках оплаты

повторить всё это в других точках (15-25 в день)

вечером в офисе всё сделанное днём довести до реализации (новые договора на подпись отдать, заявки оформить, ДС сдать,

дебиторку проверить, новости по ценам и ассортименту выяснить ...)

с вечера составить чёткий план на следующий день, маршрут и цели

и дальше по кругу...

В маршруты обязательно включать точки, с которыми надо начать работать.

Что нужно знать-уметь в работе торгпреда: Общение с людьми. Экономика торгового предприятия (ларёк, магазин, опт, супермаркет). Переговоры. Документооборот. Финансовая дисциплина. Безопасность.

Самое главное – быть открытым ко всему новому, хотеть учиться, иметь цели в жизни (материальные и профессиональные).

Нельзя идти на эту работу только потому, что «знакомый грузчик рассказывал – торгпред нифига не делает (это с точки зрения грузчика), а получает очень много! (это тоже с точки зрения грузчика)».

Торгпред – тяжёлый труд, который можно охарактеризовать русской поговоркой «волка ноги кормят», но только если ещё и голова работает.

Работа торгпреда – обеспечивать рост вывоза товара со склада и возврат денег в компанию

От чего зависит зарплата

Сознательно не привожу физических размеров зарплат, т.к. колебания очень большие (5-80 т.р.), и зависят не только от товара, компании, должности и опыта, но и от региона. Например, крупная продуктовая компания в Красноярске платит в рознице 30-40 т.р., она же открывает филиал в райцентре и платит торгпредам 20-25 т.р. за ту же работу (для них и это хорошо – в райцентре средние зарплаты рабочих в 2 раза меньше краевых). А есть области, где рабочие вообще за 5-15 т.р. работают, поэтому и торгпредам больше 20 т.р. платить незачем.

Кстати, часто зарплата хорошего рабочего не меньше зарплаты торгпреда, так что «все работы хороши, выбирай на вкус».

В вакансиях часто пишут «от 20 до 50», «до 45» и т. п. Не мечтайте о верхней планке. За максимум надо пахать. Умеючи, зная территорию и КЛ. Начинающему могут заплатить выше минимума, если увидят его перспективность.

Планки размера зарплаты торгового представителя зависят от нескольких факторов. Разберём их по отдельности. Сразу оговорюсь – в каждом частном случае может не действовать тот или иной фактор. Это связано с тем, что систему зарплат на любом предприятии формируют живые люди со своими тараканами в голове. И очень часто этим занимаются не менеджеры с профильным образованием, а владельцы – в России это в массе люди, которые после перестройки подались в бизнес из других, малооплачиваемых профессий, все эти годы пахали в полный рост, им некогда было изучать экономику, а уж психологию и управление персоналом тем более. Те из них, кто до сих пор на плаву, часто действуют на прошлом опыте и интуиции. Да и менеджеры уровня РОП далеко не всегда хорошо разбираются в мотивации – сами только из торгпредов.

Итак, что влияет на уровень зарплаты.

Размер организации

Крупные, устоявшиеся организации имеют менеджеров по персоналу, а те, в свою очередь, стараются уменьшить текучку. Поэтому

мотивационные программы часто, кроме вполне нормальной заработной платы, включают в себя и другие вкусыности – компенсацию расходов, бесплатные тренинги, годовые бонусы, корпоративы и т.п. Редко крупные компании платят значительно меньше или больше сложившегося в регионе среднего уровня.

Небольшие компании могут платить много за счёт меньших расходов и более гибкого управления, либо мало – берут людей без опыта, всё вывозит на себе начинающий РОП с сильной мотивацией на карьеру, владелец может намеренно поддерживать текучку с большой экономией на зарплатах.

Канал сбыта

Розница, опт, сети. Именно в таком порядке возрастает средняя зарплата торгпреда. С точки зрения первых двух категорий – это несправедливо. Розница «знает», что они падают в полях больше всех, опт «знает», что даёт наибольший объём продаж. И все правы. С точки зрения экономики наибольший эффект дают сети, опт даёт малый доход из-за оптовых скидок, а в рознице логистические расходы велики, товара уходит мало, с непредсказуемым возвратом, но по хорошей цене. Назначение торгпреда в тот или иной канал часто зависит от имеющегося опыта, связей в опте и сетях, и почти всегда от уровня торгпреда.

Товар

Товар, ограниченный законодательно, без рекламы, оценивается дороже – большие зарплаты у табачников, алкогольных компаний.

Продуктовый рынок, как правило, оплачивается лучше, чем popfood – конкуренция и оборачиваемость выше. Но бывают и исключения – сильные производители, особенно на этапе вхождения в рынок, платят больше конкурентов, занявших местный рынок раньше.

Внутри компании больше платят за товар, дающий большой доход, за очень ходовой товар, если по нему на местном рынке конкурируют несколько дистрибьюторов, и назначают своим торгпредам дополнительные бонусы за более активное продвижение этой ТМ. Бонусы часто бывают денежными, иногда в виде дорогих призов за первые места по различным показателям.

Опыт и усилия

Наибольшее влияние на зарплату оказывает ваш потенциал. Руководство компании всегда найдёт возможность простимулировать хорошего торгпреда и урезать зарплату тому, у кого нет достижений.

Многие торгпреды, развившие территорию, увеличившие объём продаж, получающие большую зп, думают, что можно почить на лаврах. Это самое распространённое заблуждение. Подробно об этом в главе «Кризис в работе...»

Подробнее о системах начисления зарплат в разделе «Первый год работы»

Зарплата торгпреда растёт, пока растут показатели работы: объём, АКБ, дистрибьюция

Трудности в работе

(уверенным в себе на 120% можно не читать)

Как руководитель с многолетним стажем (принимал на работу десятки, а собеседовал сотни работников) хочу предостеречь всех, кто «хочет попробовать». Не надо. Ищите другую работу. По специальности, по душе, но не по деньгам. Деньги платят за хорошую работу, а неуверенные люди не могут работать торговыми представителями. Хорошо работать.

Хороший руководитель не возьмёт того, кто сомневается в себе. Это просто потеря времени для компании, и для самого кандидата. Всё равно сбежит.

Основная трудность – общение с незнакомцами. Зайти в магазин, выяснить у продавцов, кто тут принимает решение о работе с новыми компаниями, подойти к этому человеку, познакомиться, расположить его сначала к себе, потом к компании, к товару... Для большинства из нас это непросто. Ещё сложнее пережить череду отказов (почему будут отказывать и как преодолевать – далее, в разделах для тех, кто начал работать).

Ещё одна трудность – актёрское мастерство. В данной работе это не умение кого-то изобразить, а умение ставить себя на место другого человека, вживаться в его шкуру, чтобы понять, чего же он хочет на самом деле. Хочет экономически, психологически, сиюминутно и в перспективе. Жизненный опыт может помочь, если жизнь была разнообразной, интересов много и разных, а если смену отпахал на заводе и пиво пить – такой «опыт» не поможет.

Интеллект. Без него никак. Торгпред обязан думать. Этого не пишут в описании вакансии, но думать нужно за каждую точку. Именно торгпред продумывает, как его товар может улучшить благосостояние его клиентов. Без этого ни долгосрочного, ни взаимовыгодного сотрудничества не получится. Одноразовые сделки – это плохо. Ещё интеллект важен во время переговоров – нужно быстро придумывать вопросы, ведущие к получению нужной информации, анализировать её, подгонять свою презентацию к ситуации, нахо-