

Бухгалтерия (маркетинг, HR, вахтер) рулит

Кто в доме хозяин?

Вспомните на минутку, кого вы отчитываете в первую очередь, если вас не очень устраивают показатели в компании?

А кого используете для решения нетипичных дел, которых нет ни у кого в должностных инструкциях?

Кого отправляете «разруливать косяки» с клиентами (вне зависимости от того, кто в компании «накосячил»).

Попробую угадать. Скорее всего, сотрудника отдела продаж.

Бухгалтерия будет тормозить во всем, кроме схождения балансов. Айтишник вообще не от мира сего. Маркетолог слишком крут, чтобы получить не вовремя пришедший груз или встретиться с клиентом. Производство – эти все время что-то производят. Кадровики не в счет – они очень хорошо знают свои должностные инструкции и не пошевеливаются сверх того.

Остается отдел продаж. У них же нет специального узкого образования, институт продавцов пока не придумали. Поэтому, раз ты не очень образованный, значит, должен уметь все. Они все и умеют, так как в продавцы идут самые шустрые, самые амбициозные и находчивые.

А раз все умеют, значит все и делают.

А кто больше всех умеет и делает, тот больше всех ошибается.

Соответственно, отдел продаж всегда самый крайний во всех ситуациях и виноват во всех спадах и падениях продаж.

Это и понятно – за продажи кто отвечает?

Правильно, отдел продаж. Вот пусть и отвечают. Остальные к продажам никакого отношения не имеют.

Только это получается, как в анекдоте по полицию – мы тут порядок охраняем, беспорядки нас не интересуют.

Теперь посмотрим на остальные отделы глазами продавцов.

От бухгалтерии они слышат – это не пройдет по нашей бухгалтерии, пусть переделывают все документы. А, если они не пришлют нам акт, сами будете из них его выбивать или из зарплаты вычтем.

От производства – так и в такой срок мы не можем это сделать. И вот эту штуку к этой не прикрутим, так как ни той, ни другой штуки нет.

От юриста - они будут работать только по нашему договору. Не хотят – пусть не покупают.

У HR вообще одна главная задача – правильно и чисто уволить сотрудника отдела продаж. По другим вопросам к ним лучше не обращаться.

А представьте чувства сотрудника отдела продаж, которому требуется одобрение IT отдела для покупки картриджа за 400 рублей.....

И вот во всем этом клубке служебного романа руководителю стоит помнить, что абсолютно все деньги ему и остальным службам приносит только отдел продаж.

Все остальные эти деньги тратят. Их тратит даже производство, так как до момента продажи продукции производство – это чистые расходы.

А значит, сотрудник отдела продаж почти всегда прав в отношениях между отделами. И должен иметь решающее слово.

Есть тут, правда, два серьезных «затыка». Продажники часто меняются, а в остальных отделах сотрудники часто сидят, как говорится, «пока смерть не разлучит» их. А значит, в глазах компании они более лояльные, надежные и опытные. И они действительно гораздо опытнее в офисных интригах.

И, во-вторых, все службы преимущественно сидят в офисе – их руководитель знает в лицо, часто общается, обращается за помощью. А продавцы обычно не понятно где – у клиентов, на торговых точках, в пути и в «полях».

А, как известно, доверяем мы больше тем, с кем больше общаемся. Вот и остаются у нас продавцы вечно крайними.

Так что, прежде чем переводить стрелки за неудачи компании на продавцов, владельцу бизнеса стоит крепко задуматься.

Запомнить и применить

- **Всегда, на всех этапах развития вашей компании помните, что деньги в любом деле приносят только продажи. И ничто другое – ни производство, ни бухгалтерия, ни маркетинг. Все остальные деньги тратят. Поэтому, основной закон коммерческой организации: самый главный отдел – отдел продаж**
- **Все остальные должны его обслуживать так, чтобы этот отдел работал наиболее эффективно. Это самый главный клиент для всех остальных отделов**
- **При этом, работа остальных отделов должна быть настроена как часы. В противном случае, их плохая работа станет прекрасной «отмазкой» для отдела продаж.**