

# چرا هر تیم فروش برای رشد مستمر به یک بیزینس کوچ نیاز دارد؟

آیا فروشندگان شما بی‌انگیزه شده‌اند و هر روز بهانه‌های جدیدی برای افت فروش می‌آورند؟ استخدام و آموزش یک تیم، همیشه با چالش‌های بزرگی همراه است که مدیران را کلافه می‌کند. در این مقاله خیلی ساده یاد می‌گیریم چگونه با کمک یک بیزینس کوچ، تیمی بسازیم که همیشه با انگیزه باشد و رکوردهای فروش را جابجا کند.

## چرا کلاس‌های آموزش فروش دیگر جواب نمی‌دهند؟

خیلی از مدیران فکر می‌کنند اگر کارمندان فروش را به یک سمینار چند ساعته بفرستند، آن‌ها فردای آن روز تبدیل به گرگِ وال‌استریت می‌شوند! اما واقعیت این است که آموزش‌های تئوری و سمینارهای طولانی، دیگر هیچ اثری روی فروشندگان ندارند.

فروشندگان حوصله شنیدن تئوری‌های سنگین را ندارند. آن‌ها در میدان واقعی بازار در حال جنگیدن هستند و نیاز به راهکارهای عملی و کپسولی دارند تا بتوانند در همان لحظه با مشتری ارتباط بگیرند.

بیزینس کوچ به جای برگزاری کلاس‌های خسته‌کننده، کنار دست فروشندگان می‌نشیند و با تکنیک "بازی نقش" (Role-play)، در یک فضای شبیه‌سازی‌شده، ترس‌های آن‌ها را از بین می‌برد و آن‌ها را برای روزهای سخت آماده می‌کند.

## پیدا کردن ترمزهای ذهنی هر فروشنده

یکی از بزرگترین اشتباهات سازمان‌ها این است که با تمام فروشندگان یک‌جور رفتار می‌کنند. اما دلیل شکست فروشندگان "الف" با دلیل شکست فروشندگان "ب" کاملاً متفاوت است. یکی از شنیدن کلمه "نه" می‌ترسد، و دیگری از اعلام کردن قیمت‌های بالا!

احسان جعفری، بیزینس کوچ، در جلسات فردی با فروشندگان، این ترمزهای ذهنی را پیدا می‌کند. او بررسی می‌کند که چه چیزی مانع جسارت این فرد در مذاکره شده است و همان نقطه ضعف را درمان می‌کند.

وقتی مشتری مدام بهانه می‌آورد و می‌گوید قیمت بالاست، فروشندگان که ذهنیت درستی نداشته باشند سریعاً کوتاه می‌آیند. اگر تیم شما هم درگیر این مشکل است، خواندن مقاله **چطور بهانه‌های مشتری را خنثی کنیم؟ (راهنمای مدیریت اعتراضات در فروش)** برای آن‌ها مثل یک معجزه عمل خواهد کرد.

## هم‌راستا کردن اهداف فروشنده با اهداف شرکت

یک فروشنده تا زمانی که نداند کار کردن در شرکت شما قرار است او را به چه آرزویی برساند، تمام تلاشش را نمی‌کند. او فقط به اندازه حقوق ثابتش کار می‌کند تا اخراج نشود.

مربی کسب‌وکار به مدیران کمک می‌کند تا یک سیستم پاداش و کمیسیون هوشمندانه طراحی کنند. سیستمی که در آن، سود شرکت دقیقاً با سود و پیشرفت فردی فروشنده گره بخورد.

علاوه بر پول، فروشندگان نیاز دارند هدف و مسیر رشد خودشان را در شرکت ببینند. اگر می‌خواهید بدانید چگونه این هدف‌گذاری بزرگ را انجام دهید، پیشنهاد می‌کنم نگاهی به **کشف ستاره قطبی شغلی: چطور در کارمان سریع‌تر رشد کنیم؟** بیندازید تا مسیر برایتان کاملاً روشن شود.

## ساختن ارتشی که از بحران‌ها نمی‌ترسد (پادشکنندگی)

وقتی اوضاع اقتصادی به هم می‌ریزد و بازار وارد رکود می‌شود، اولین کسانی که ناامید می‌شوند نیروهای فروش هستند. آن‌ها مدام اخبار بد می‌خوانند و به مدیر می‌گویند: "هیچ‌کس در این اوضاع خرید نمی‌کند!"

حضور یک مربی در این شرایط بحرانی بسیار حیاتی است. مربی به تیم یاد می‌دهد که چطور به جای غصه خوردن، استراتژی‌های جدیدی برای مشتری‌یابی طراحی کنند و از ترس رقبای دیگر برای گرفتن سهم بازار استفاده کنند.

این دقیقاً همان مفهومی است که باعث می‌شود یک شرکت از بحران‌ها سود ببرد. برای درک بهتر این ذهنیت و تزریق آن به تیمتان، حتماً مطلب **جلوگیری از ورشکستگی و ساخت کسب‌وکار پادشکننده** را مطالعه کنید.

## سیستم‌سازی فروش به جای تکیه بر یک "ستاره"

در خیلی از شرکت‌ها، تمام بار فروش فقط روی دوش یک یا دو فروشنده‌ی ستاره است. این اتفاق به شدت خطرناک است؛ چون اگر آن شخص هوس کند استعفا بدهد یا با شما قهر کند، کل درآمد شرکت روی هوا می‌رود!

کار اصلی یک کوچ، این است که "ستاره‌محوری" را به "سیستم‌محوری" تبدیل کند. او فرآیندی می‌نویسد که از اولین تماس با مشتری تا لحظه واریز پول، کاملاً مشخص و شفاف باشد.

با داشتن این سیستم مهندسی‌شده، حتی اگر یک کارمند کاملاً معمولی و بی‌تجربه را هم استخدام کنید، با قرار گرفتن در این فرآیند می‌تواند نتایج فوق‌العاده و قابل پیش‌بینی خلق کند.

## اشتباهات مهلک مدیران در رفتار با تیم فروش

بزرگترین اشتباه مدیران این است که فکر می‌کنند با داد زدن، ایجاد استرس و تهدید به اخراج، می‌توانند فروش را بالا ببرند. این کار در کوتاه‌مدت شاید جواب بدهد، اما در بلندمدت امنیت روانی شرکت را کاملاً نابود می‌کند.

وقتی کارمند مدام در ترس باشد، خلاقیتش می‌میرد و فقط سعی می‌کند اشتباهاتش را پنهان کند. در این صورت خیلی زود تمام نیروهای خوبتان فرار می‌کنند.

اشتباه دوم، دخالت مستقیم در کار فروشنده است. مدیر نباید تلفن را از دست فروشنده بگیرد و خودش با مشتری صحبت کند. این کار غرور کارمند را می‌شکند. مدیر باید بیرون از زمین بازی بایستد و فقط استراتژی بدهد.

## حرف آخر (نتیجه‌گیری)

داشتن یک محصول عالی بدون یک تیم فروش قدرتمند، مثل داشتن یک ماشین فراری بدون بنزین است! سرمایه‌گذاری روی آموزش مستمر و داشتن یک مربی دلسوز در کنار تیم فروش، هزینه نیست؛ بلکه هوشمندانه‌ترین کاری است که می‌توانید برای تضمین درآمد همیشگی شرکتتان انجام دهید.

📞 آیا تیم فروش شما دچار افت انرژی شده و دیگر نتایج قبل را نمی‌گیرد؟

👉 [درخواست مشاوره رایگان ۲۰ دقیقه‌ای با احسان جعفری]

## ? پرسش‌های متداول (FAQ)

۱. آیا بیزینس کوچ خودش با مشتریان ما تماس می‌گیرد و می‌فروشد؟ خیر. وظیفه مربی فروشنده‌ی نیست؛ وظیفه او آموزش دادن، کشف نقاط ضعف تیم و ساختن سیستمی است که نیروهای شما بتوانند با کمک آن، خودشان بیشترین فروش را رقم بزنند.

۲. ما یک شرکت خیلی کوچک با دو نفر فروشنده هستیم، آیا باز هم به مربی نیاز داریم؟ بله، اتفاقاً شرکت‌های کوچک جای کمتری برای اشتباه کردن دارند. وقتی تیم کوچک است، هر یک مشتری که از دست برود، ضربه بزرگی به درآمد می‌زند. مربی به شما کمک می‌کند تا نرخ تبدیل همین تعداد محدود را به شدت بالا ببرید.

۳. چقدر زمان می‌برد تا مربی، تیم فروش را به بالاترین سطح بازدهی برساند؟ این موضوع به سطح مهارت فعلی تیم و انگیزه آن‌ها بستگی دارد. اما معمولاً با اصلاح سیستم پورسانت و برگزاری جلسات عملی (رول‌پلی)، نشانه‌های رشد و افزایش درآمد در همان ماه دوم و سوم به وضوح دیده می‌شود.