

УДК 33**Коучинг-тренинг как инструмент увеличения роста продаж у продавцов-консультантов коммерческих российских предприятий****Зеленчук Полина Александровна**

Аспирант,
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,
125190, Российская Федерация, Москва, Ленинградский пр, 80Г;
e-mail: job.polina.zelenchuk@yandex.ru

Аннотация

Конкурентная бизнес-среда, в частности российские коммерческие предприятия, постоянно ищут эффективные методы увеличения продаж и улучшения работы своего персонала. Одним из наиболее перспективных инструментов достижения этой цели является коучинг-тренинг. Коучинг-тренинг представляет собой процесс индивидуального или группового обучения, направленный на развитие конкретных навыков и компетенций, необходимых для успешного взаимодействия с клиентами и увеличения объема продаж. Данная техника положительно влияет на рост продаж у продавцов-консультантов, способствуя развитию их коммуникативных навыков, умения работать с возражениями клиентов и эффективно презентовать товары или услуги.

Для цитирования в научных исследованиях

Зеленчук П.А. Коучинг-тренинг как инструмент увеличения роста продаж у продавцов-консультантов коммерческих российских предприятий // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 7А. С. 768-773.

Ключевые слова

Коучинг-тренинг, коммерческие предприятия, презентация товаров, конкурентоспособность, рост продаж.

Введение

Коучинг-тренинг, как процесс профессионального развития, направлен на активное обучение и развитие сотрудников. В современных реалиях конкуренция на рынке товаров и услуг достигает максимального значения (по сравнению с предыдущими периодами), и компании вынуждены осваивать новые методы мотивации, обучения и повышения квалификации своих сотрудников. Продавцы-консультанты принимают непосредственное участие в продажах и взаимодействии с потребителем. Профессионализм персонала напрямую влияет на уровень дохода компании.

Коучинг-тренинг представляет собой специализированную форму профессионального обучения и личностного развития. Психологическая техника раскрывает внутренний потенциал человека (в том числе профессиональный) и помогает достичь конкретные цели через целенаправленное руководство и поддержку со стороны коуча. В научных источниках коучинг-тренинг определяется как интерактивный процесс. Коуч помогает обучающемуся осознать личные сильные и слабые стороны, установить и достигать значимые цели, а также развивать профессиональные навыки и компетенции.

Роль и профессиональная проблематика продавца-консультанта в цепочке создания ценности предприятия

Продавцы-консультанты являются «лицом» компании. Они не только информируют клиентов о товарах и услугах, но и помогают решать их проблемы, предлагая персонализированные решения. В литературе выделяются несколько ключевых функций продавца-консультанта:

- информационная (предоставление подробной информации о товарах и услугах предприятия);
- консультативная (помощь клиентам в принятии решений о покупке);
- эмоциональная (создание позитивных эмоций и впечатлений от покупок).

В связи с этими опциями, продавцы-консультанты становятся важным элементом в обеспечении конкурентоспособности компании. Основной функцией является продвижение продукции, однако в настоящее время большое внимание уделяется именно эмоциональному аспекту, так как от «опыта от покупок» зависит мнение потребителя и его желание обратиться вновь.

Проблематика профессии продавец-консультант заключается в следующих аспектах:

- отсутствие или неполнота знаний о продуктах или продажах, снижающее качество обслуживания;
- применение традиционных схем мотивации, в связи с чем удержание действительно талантливых продавцов становится сложной задачей для руководства;
- высокий уровень текучести кадров, который вынуждает административных и руководящих сотрудников постоянно заниматься обучением и адаптацией нового персонала;
- отсутствие эффективной системы коммуникации между продавцами и руководством, из-за чего теряются или предоставляются не в полной мере важные данные о потребностях клиентов.

Специфика и проблематика данной специальности зависят от сферы деятельности коммерческого предприятия. Однако приведенные выше аспекты характерны для большинства отраслей.

Теоретические аспекты коучинга и его отличие от традиционного обучения

Коучинг-тренинг основан на индивидуальных потребностях и целях обучающегося (либо группы обучающихся). Коуч разрабатывает персонализированные стратегии и методы, адаптированные под конкретные запросы клиента (в данном контексте клиентом является руководитель предприятия или сотрудник, исполняющий административные обязанности). В ходе коучинг-тренинга коуч применяет техники активного слушания и задает вопросы, которые помогают обучающемуся глубже осознать свои мысли, чувства и поведение с профессиональной точки зрения. Это способствует саморефлексии и осознанию ключевых моментов, необходимых для достижения личных целей, которые должны частично резонировать с корпоративными задачами.

Коуч создает организационные условия для обратной связи и эмоциональной поддержки. Этот аспект помогает обучающемуся сохранять мотивацию и уверенность в своих силах на пути к успеху. Наставник помогает обучающемуся составлять конкретные планы действий для достижения целей, а также отслеживать прогресс и корректировать стратегии при изменении условий.

Коучинг-тренинг включает обучение методам самоуправления и саморазвития. Они необходимы для самостоятельного решения возникающих проблем и полноценного управления рабочим временем и ресурсами.

Эффективный наставник способен формировать доверительные отношения с обучающимся. Ученику это помогает открыться и выявить собственные цели и потребности в рабочей среде. Понимание психологии продаж, мотивации и потребностей клиентов посредством коучинга может значительно повысить эффективность взаимодействия с клиентами.

Возможности и принципы внедрения коучинг-тренингов. Перед запуском коучинг-тренинга наставник анализирует обобщенные текущие показатели продаж для выявления слабых мест конкретно в работе продавцов-консультантов и навыков, нуждающихся в развитии. Коуч, совместно с руководством или администратором (желательно привлечение маркетологов), определяет конкретные и измеримые цели, например, увеличение продаж на 15% в течение полугода или повышение уровня удовлетворенности клиентов на 20%. Цели должны быть мотивирующими и достижимыми. На основе задач формируются навыки, которые необходимо развить у команды продавцов: умение пунктуально и развернуто общаться с потребителем, работа с клиентскими возражениями, функция закрытия сделки/продажи и т.д.

Важным аспектом является привлечение высококвалифицированных наставников с высшим психологическим образованием и опытом в сфере маркетинга. Такой специалист создаст атмосферу доверия и уверенности. В программе тренинга должны учитываться индивидуальные особенности группы: уровень опытности участников, их потребности в карьере. Разнообразие курса (вебинары, практические занятия, ролевые игры) повысит эффективность обучения. Для удобства участников рекомендуется использовать интеграцию онлайн-курсов и семинаров для изучения материалов в удобном для них режиме (без отрыва от работы, в частности).

Тренинг начинается с пилотной группы (например, одного из отделов продаж), чтобы протестировать программу и собрать обратную связь. По первичным результатам выявляются недостатки перед массовым внедрением. Здесь же формируется культура постоянного обучения и развития. Сотрудники должны осознать необходимость собственного профессионального роста и успеха компании.

Каждое занятие следует четкой структуре: вводная часть, теория, практическое применение,

обратная связь. Постоянное повторение материалов и практические задания помогут зафиксировать информацию.

Совместно с маркетологом (или другим сотрудником предприятия, выполняющим аналогичные обязанности), коуч устанавливает ключевые показатели эффективности (КПИ) для оценки успеха тренинга: объемы продаж, количество новых клиентов, уровень удовлетворенности клиентов и др. Периодически проводятся опросы среди участников о качестве коучинга, удобстве формата и полезности материалов. На основе обратной связи наставник корректирует структуру программы.

Помимо анализа в краткосрочной перспективе, оценивается эффективность программы коучинга после обучения, например, спустя 6-12 месяцев. Это необходимо не только для изучения программы, но и расчета КПИ по заранее поставленным маркетинговым задачам.

Постоянное привлечение стороннего специалиста вызывает проблемы по распределению учебного ресурса. Внедрение внутренней системы наставничества, где более опытные консультанты будут помогать новичкам, значительно ускорит процесс адаптации и повышения квалификации. Стоит сформировать группу для обсуждения возникающих проблем и обмена удачными практиками. Подходит формат чатов или регулярные встречи. Для этого четко обозначаются пути профессионального роста для сотрудников, прошедших коучинг, например, шанс на получение более ответственных должностей или увеличение вознаграждения на основе результатов их труда.

Заключение

Коучинг-тренинги, ориентированные на развитие ключевых компетенций продавцов-консультантов, оказывают прямое влияние на качество обслуживания клиентов и, как следствие, на рост продаж. Индивидуализированный подход коучинговых практик учитывает уникальные особенности каждой компании и ее потребителей. Данное условие способствует более глубокому пониманию потребностей клиентов и увеличению уровня продаж через переподготовку персонала.

Особую роль в успешной реализации коучинг-тренингов играет поддержка и вовлеченность руководящих сотрудников. Они должны осознавать значение такого подхода и способствовать внедрению с точки зрения организации и финансирования.

Библиография

1. Момбей-оол С. М. Социальная перцепция, жизнестойкость и копинг-стратегии тувинской молодежи: Диссертация по специальности 00.00.00. Тувинский государственный университет, 2022.
2. Юрищева Н.А. Применение коучинга в мировой практике // Вестник магистратуры. 2017. № 12–3 (75). С. 38–41.
3. «Коучинг профессиональной эффективности» или зачем продавцам коучинг? URL: <https://erickson.ru/publications/articles/coaching-business/13085-coaching-in-sales/> (дата обращения: 03.08.2024).
4. Аскарова Г., Усманова Э.З. Основные подходы к изучению копинг-стратегий в трудных жизненных ситуациях // Scientific progress, 2021. №5.
5. КАйрапетян Н. В., Дедкова И.Ф. Применение коучинга в формировании корпоративной культуры организации // МНИЖ. 2015. № 5–3 (36). С. 9–12.
6. Как усилить отдел продаж с помощью коучинга. URL: <https://officelife.media/article/money/23103-kak-usilit-otdel-prodazh-s-pomoshchyu-kouchinga/> (дата обращения: 03.08.2024).
7. Пример коучинга и обучения действием продавцов. URL: <https://egorvtorov.livejournal.com/65586.html> (дата обращения: 03.08.2024).
8. Василенко Е.А. Психологические механизмы воздействия социального стресса на социально-психологическую адаптацию личности // Вестник ЮУрГГПУ. 2019. №4.
9. Томкив Р.А. Повышение продаж в финансовых организациях на основании применения инструментов коучинга

// Финансовые рынки и банки. 2022. № 3 (75). С. 76–78.

10. Инструменты коучинга в продажах. URL: <https://psy.systems/post/instrumenty-couchinga-v-prodazhax> (дата обращения: 03.08.2024).
11. Нартова-Бочавер С.К., Бочавер А.А., Резниченко С.И., Хачатурова М.Р. Н 30Дом и его обитатели: психологическое исследование / Отв. ред. С.К. Нартова-Бочавер. М.: Памятники исторической мысли, 2018. – 293 с. ISBN 978-5-88451-368-6.
12. Инструменты коучинга в продажах. URL: <https://navika.pro/prakticheskij-marketing/posts/instrumenty-kouchinga-v-prodazhax> (дата обращения: 03.08.2024).
13. Владимир Федорович Родин, Наталья Романовна Туравец, Евгений Андреевич Щуров Копинг-технологии преодоления психологических барьеров межличностного взаимодействия в процесса саморазвития курсантов и слушателей образовательных организаций МВД России // Вестник экономической безопасности. 2021. №2.
14. Коучинг продаж — детальный разбор. URL: <https://bortnyak.ru/coaching-prodazh-razbor> (дата обращения: 03.08.2024).
15. Как увеличить продажи с помощью коучинга. Кейс. URL: https://vsetreningi.ru/articles/kak_uvelichit_prodashi_s_pomoschju_kouchinga_keys/ (дата обращения: 03.08.2024).

Coaching training as a tool to increase sales growth for sales consultants of commercial Russian enterprises

Polina A. Zelenchuk

Postgraduate student,
Moscow Financial and Industrial University «Synergy»,
125190, 80G, Leningradsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: job.polina.zelenchuk@yandex.ru

Abstract

The competitive business environment, in particular Russian commercial enterprises, are constantly looking for effective methods to increase sales and improve the work of their staff. One of the most promising tools to achieve this goal is coaching training. Coaching training is a process of individual or group training aimed at developing specific skills and competencies necessary for successful interaction with customers and increasing sales. This technique has a positive effect on sales growth for sales consultants, contributing to the development of their communication skills, the ability to work with customer objections and effectively present goods or services.

For citation

Zelenchuk P.A. (2024) Kouching-trening kak instrument uvelicheniya rosta prodazh u prodavtsov-konsultantov kommercheskikh rossiiskikh predpriyatii [Coaching training as a tool to increase sales growth for sales consultants of commercial Russian enterprises]. Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 7А. С. 768-773.

Keywords

Coaching training, commercial enterprises, product presentation, competitiveness, sales growth.

Refences

1. Mombey-ool S. M. Social perception, resilience and coping strategies of Tuvan youth: Dissertation on specialty 00.00.00. Tuvan State University, 2022.
2. Yurishcheva N.A. The use of coaching in world practice // Bulletin of the Magistracy. 2017. No. 12-3 (75). pp. 38-41.
3. "Professional effectiveness coaching" or why do salespeople need coaching? URL: https://vsetreningi.ru/articles/kak_uvelichit_prodashi_s_pomoschju_kouchinga_keys/

Polina A. Zelenchuk

- <https://erickson.ru/publications/articles/coaching-business/13085-coaching-in-sales/> (date of access: 08/03/2024).
4. Askarova G., Usmanova E.Z. Basic approaches to the study of coping strategies in difficult life situations // Scientific progress, 2021. No.5.
 5. Kairapetyan N. V., Dedkova I.F. The use of coaching in shaping the corporate culture of an organization // MNIZH. 2015. No. 5-3 (36). pp. 9-12.
 6. How to strengthen the sales department through coaching. URL: <https://officelife.media/article/money/23103-kak-usilit-otdel-prodazh-s-pomoshchyu-kouchinga/> (date of request: 08/03/2024).
 7. An example of coaching and training the actions of sellers. URL: <https://egorvrtorov.livejournal.com/65586.html> (date of request: 08/03/2024).
 8. Vasilenko E.A. Psychological mechanisms of the impact of social stress on the socio-psychological adaptation of personality // Bulletin of SUSURGPU. 2019. No.4.
 9. Tomkiv R.A. Increasing sales in financial organizations based on the use of coaching tools // Financial markets and banks. 2022. No. 3 (75). pp. 76-78.
 10. Coaching tools in sales. URL: <https://psy.systems/post/instrumenty-couchinga-v-prodazhax> (date of request: 08/03/2024).
 11. Nartova-Bochaver S.K., Bochaver A.A., Reznichenko S.I., Khachaturova M.R. The orphanage and its inhabitants: a psychological study / Ed. by S.K. Nartova-Bochaver. Moscow: Monuments of Historical Thought, 2018. – 293 p. ISBN 978-5-88451-368-6.
 12. 12. Coaching tools in sales. URL: <https://navika.pro/prakticheskij-marketing/posts/instrumenty-kouchinga-v-prodazhax> (date of request: 08/03/2024).
 13. Vladimir Fedorovich Rodin, Natalia Romanovna Turavets, Evgeny Andreevich Shchurov Coping technologies for overcoming psychological barriers of interpersonal interaction in the process of self-development of cadets and students of educational organizations of the Ministry of Internal Affairs of Russia // Bulletin of Economic Security. 2021. No. 2.
 14. Sales coaching — detailed analysis. URL: <https://bortnyak.ru/coaching-prodazh-razbor> (date of request: 08/03/2024).
 15. How to increase sales through coaching. Case. URL: https://vsetreningi.ru/articles/kak_uvelichit_prodazhi_s_pomoschju_kouchinga_keys/ (date of access: 08/03/2024).