

Речь идёт о тех продавцах, которые консультируют покупателей по тем или иным видам товаров или услуг.

Если у вас свой бизнес, или вы в крупном бизнесе отвечаете за профессионализм ваших консультантов, тогда эта статья для вас.

Есть очень интересный ход в плане определения перспективных сотрудников из числа консультантов.хлопоты минимальны – результат колоссальный.

Итак, как повысить эффективность ваших продавцов – консультантов? Чтобы они очень хорошо разбирались в товарах, или услугах, которые ваша компания предлагает клиентам. Хороший консультант сейчас большая редкость. Поверьте, это из личного опыта.

Что нужно сделать тем, кто отвечает за эффективность консультантов – продавцов?

Собираете всех продавцов – консультантов на внеочередное собрание. У вас заранее приготовлен список этих сотрудников. Вы пока этот список держите в тайне. Сотрудники не должны о нём знать раньше времени.

После того как все соберутся вы задаёте вопрос. Один вопрос для всех присутствующих: «Кто хочет в рамках нашей компании иметь дополнительный доход? Просьба поднимите руки». После того как руки будут подняты, этих сотрудников оставить, остальные могут покинуть зал для совещаний. Это кандидаты на дальнейшее сокращение, они не эффективны и пользы от них меньше, а вреда больше.

Те, кто поднял руку и остался – их в спрятанном списке стоит отметить.

Дальше вы сообщаете о способе дополнительного дохода в компании:

Необходимо писать статьи про товары и услуги, про ряд товаров или услуг. Сравнения, отличия. Оплату обещайте от 25 до 50 рублей за 1 000 знаков без пробелов, но чтобы уникальность была не ниже 90% по «текст\_точка\_ру». Статьи должны быть в диапазоне от 1 500 до 3 000 знаков без пробелов.

Деньги небольшие, компания от этого не обеднеет, но получит ряд превосходных выгод.

Главное вам нужно составить список тем, ключевых слов, в общем, вам нужно некое подобие технического задания для пишущих сотрудников. Раздать эти задания объявить разумные сроки и ждать исполнение. Результат можно получать по электронной почте, или же на «флешке».

**1-я выгода:** пока ваши сотрудники будут писать такие статьи, они очень хорошо будут разбираться в линейке товаров. ( *На себе проверил. Занимаюсь подработкой, как копирайтер. Всего 7 статей про навесные потолки и 20 статей про холодильники, и я уже могу общаться с клиентом. Рекомендовать и рассказывать о преимуществах и недостатках* ).

**2-я выгода:** вы тем самым определите перспективных и эффективных сотрудников, которые планируют у вас работать долго и развиваться вместе с вами. От остальных можно потихоньку избавляться, увольнять или переводить.

**3-я выгода:** у вас появятся уникальные статьи для вашего сайта, что позволит сайту с вашими товарами и услугами продвинутся в поисковых системах, таких как **G oogle** или **Яндекс** .

Для тех, кто будет писать – главное условие уникальность, а не скопированные с других

сайтов тексты. Именно поэтому вам нужно будет проверить на уникальность каждую статью, процесс этот лёгкий и быстрый.

Будут и такие, кто будет филонить и копировать, тех тоже нужно брать на карандаш. Такие тоже вред для вашего бизнеса.

Будут и те, кто ради репутации будет брать задания и нанимать копирайтеров для выполнения задания. Если вы таких сотрудников обнаружите, не спешите их в этом уличать и брать на карандаш. Это тоже ценные кадры. От них может быть большая польза для вашей компании. Главное правильно использовать потенциал таких сотрудников.

О том, как можно от таких сотрудников получить пользу я напишу статью позже.

Рост и процветание вашей компании, и эффективных и профессиональных консультантов – продавцов, и продавцов – консультантов.