THE CONTRARIAN CONSULTANT

ടിനി ഫിലിപ്പ്

നിങ്ങളുടെ സെയ്ൽസ് കുറയുന്നതെന്തുകൊണ്ട്?

സെയ്ൽസ് കുറയുന്നതിന്റെയും ഉയർത്താൻ കഴിയാത്തതിന്റെയും കാരണങ്ങൾ കണ്ടെത്താം

സെയ്ൽസുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഫലപ്രദമായി കൈകാര്യം ചെയ്യുക എന്നതാണ് സംരംഭകർ ബിസിനസിൽ നേരിടുന്ന ഏറ്റവും പ്രയാസമുള്ള ഒരു കാര്യം. പല ബിസിനസുകളിലും ഫലപ്രദമായ സെയ്ൽസ് ഫംഗ്ഷൻ ഇല്ല എന്നതു വ്യക്തമാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെയാണ്, ഞാനിത് ഉറപ്പിച്ചു പറയുന്നതും. ഇതു കൂടുതൽ മനസിലാക്കാനായി ഫലപ്രദമായ സെയ്ൽസ് പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ എന്തെല്ലാമാണെന്നു നമുക്ക് പരിശോധിക്കാം.

ഫലപ്രദമായ സെയ്ൽസ് പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ ലക്ഷ്യം എന്താണ് എന്നു ചോദിച്ചാൽ ബിസിനസിന്റെ കപ്പാസിറ്റി അനുസരിച്ച് വിൽക്കുക എന്നായിരിക്കും ഭൂരിപക്ഷം പേരും പറയാൻ സാധ്യത. എന്നാൽ, ലാഭകരമായ വിധത്തിൽ ബിസിനസിന്റെ മുഴുവൻ കപ്പാസിറ്റിയും വർഷം മുഴുവനും വിൽക്കുക എന്നതാണ് കുറച്ചുകൂടി നല്ല വിവരണം. ഇതിനെ അടിസ്ഥാനമാക്കി ചിന്തിക്കുമ്പോൾ പല ബിസിനസുകളുടെയും സെയ്ൽസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഫലപ്രദമല്ല എന്ന് മനസിലാകും.

എന്തുകൊണ്ടാണ് വർഷം മുഴുവനും ലാഭകരമായി തങ്ങളുടെ ബിസിനസിന്റെ കപ്പാസിറ്റി പൂർണമായും വിൽക്കാൻ കഴിയാത്തതെന്ന് നമുക്ക് വിശദമായി പരിശോധിക്കാം. ബിസിനസിന്റെ കപ്പാസിറ്റിയുമായി താരതമ്യപ്പെടുത്തുമ്പോൾ മൊത്ത വിപണി (ടോട്ടൽ മാർക്കറ്റ്) വളരെ ചെറുതാണ് എന്നതാണ് ന്യായമായ ഒരു കാരണം.

എന്നാൽ, വളരെ ചെറിയ വിപണി വിഹിതം (10 ശതമാനത്തിൽ താഴെ) മാത്രമുള്ള ബഹുഭൂരിപക്ഷം ബിസിനസുകളുടെയും സ്ഥിതി ഇതല്ല. അവരെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം വർഷം മുഴുവനും തങ്ങളുടെ മുഴുവൻ കപ്പാസിറ്റിയും ലാഭകരമായി വിൽക്കുവാൻ മാത്രം വലുതാണ് വിപണി. ഇത്തരം സാഹചര്യത്തിൽ ഫലപ്രദമായി ജോലി ചെയ്യാത്തതുകൊണ്ടാണ് അവർക്ക് ലക്ഷ്യത്തിൽ എത്തിച്ചേരാൻ കഴിയാത്തത്. അങ്ങനെയെങ്കിൽ, സെയ്ൽസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഫലപ്രദമാകുന്നതിനാൽ തക്കവണ്ണം സംരംഭകർ അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന പ്രധാന പ്രശ്നങ്ങൾ ഏതൊക്കെയാണ് എന്നു നോക്കാം.

സെയ്ൽസ് പ്രവചനാതീതമാണ്

സെയ്ൽസ് ക്രമരഹിതവും പ്രവചനാതീതവുമാണ് എന്നതാണ് സംരംഭകർ അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന ഒരു പ്രധാന പ്രശ്നം. (ചാർട്ട് 1 കാണുക) ഭാവിയിലെ വിൽപ്പനയെക്കുറിച്ച് സംരംഭകന് വിവേകപൂർവമായ ഒരു ഐഡിയ ഉണ്ടാകില്ല. അതിനാൽ ബിസിനസ് കൈകാര്യം ചെയ്യാൻ പ്രയാസമായിരിക്കും. ബിസിനസിലെ കൃത്യതയില്ലായ്മ കാരണം, വർഷം മുഴുവനും കപ്പാസിറ്റി പൂർണമായും വിൽക്കാൻ കഴിയുന്നില്ല.

ഒരു സാധാരണ ഫീൽഡ് സെയ്ൽസ് എക്സിക്യൂട്ടിവിന്റെ (FSE) വളരെ മോശപ്പെട്ട ശരാശരി വാർഷിക ഉൽപ്പാദനക്ഷമതയും സെയ്ൽസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉയർത്തുന്നതിൽ സംരംഭകനുള്ള കഴിവു കുറവുമാണ് മറ്റൊരു പ്രധാന കാരണം. ഒരു സാധാരണ FSEയുടെ വളരെ കുറഞ്ഞ ഉൽപ്പാദനക്ഷമതയെ നമുക്ക് വിശദമായി പരിശോധിക്കാം.

ചാർട്ട് 1 - Normal Sales Pattern

> ഒരു സാധാരണ ഫീൽഡ് സെയ്ൽസ് എക്സിക്യൂട്ടിവ്, ഫെയ്സ് ടു ഫെയ്സ് മീറ്റിംഗിലൂടെ സെയ്ൽസ് ക്ലോസ് ചെയ്യാനായി സമയത്തിന്റെ 10 ശതമാനത്തോളം മാത്രമേ ഉപയോഗിക്കുന്നുള്ളു

ഒരു സാധാരണ FSEക്ക് ഒരു മാസം, ഉപഭോക്താക്കളാകാൻ സാധ്യതയുള്ളവരുമായി 75-100 ഫെയ്സ് ടു ഫെയ്സ് മീറ്റിംഗ് നടത്താനുള്ള കപ്പാസിറ്റിയുണ്ട്. ഒരു സെയ്ൽ ക്ലോസ് ചെയ്യാനായി മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ച സമയത്ത് FSE ഉപഭോക്താവാകാൻ സാധ്യതയുള്ള ആളുമായി (പൊട്ടൻഷ്യൽ കസ്റ്റമർ) നടത്തുന്ന മീറ്റിംഗാണ് ശരിയായ ഫെയ്സ് ടു ഫെയ്സ് സെയ്ൽസ് മീറ്റിംഗ്. ഈ നിർവചനമനുസരിച്ച്, ഒരു സാധാരണ FSE ഒരു മാസം ഉപഭോക്താവാകാൻ സാധ്യതയുള്ളവരുമായി നടത്തുന്ന ശരിയായ ഫെയ്സ് ടു ഫെയ്സ് മീറ്റിംഗിന്റെ എണ്ണം 8 മുതൽ 12 വരെ മാത്രമാണെന്നു കാണാൻ കഴിയും.

ചാർട്ട് 1ലെ കണക്കുകൾ നോക്കിയാൽ, സെയ്ൽസ് ക്ലോസ് ചെയ്യുന്നതിനു വേണ്ടി, പൊട്ടൻഷ്യൽ കസ്റ്റമർമാരുമായി യഥാവിധിയുള്ള ഫെയ്സ് ടു ഫെയ്സ് മീറ്റിംഗ് നടത്തുന്നതിൽ, FSE തന്റെ കപ്പാസിറ്റിയുടെ 10 ശതമാനം മാത്രമേ ഉപയോഗിക്കുന്നുള്ളൂ എന്നു വ്യക്തമാണ്. അങ്ങനെയെങ്കിൽ, സാധാരണ FSE എങ്ങനെയാണ് അയാളുടെ സമയത്തിന്റെ ഭൂരിഭാഗവും ചെലവഴിക്കുന്നത്?

പൊട്ടൻഷ്യൽ കസ്റ്റമർമാരെ കണ്ടെത്തുക, അവസരങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുക, പേയ്മെന്റുകൾ കളക്റ്റ് ചെയ്യുക, സെയ്ൽസ് സപ്പോർട്ട്, കസ്റ്റമർ സർവീസ്, ഡെലിവറി തുടങ്ങിയ മറ്റു കാര്യങ്ങൾക്കുവേണ്ടിയാണ് മിക്ക FSEകളും സമയത്തിന്റെ 90 ശതമാനവും ചെലവഴിക്കുന്നത്. (ചാർട്ട്