



Accelera[®]
ACCOR services

Vânzarea Psihologică

În perioadele de
criză financiară

Partea 4 din 4

Accelera[®]
Académie Accor Services

Vânzarea Psihologică în perioadele de criză

Psihologia cumpărătorului s-a schimbat semnificativ din cauza recesiunii economice. Ca urmare, este necesară o nouă strategie de marketing și o nouă tehnică de abordare a vânzării, **Vânzarea Psihologică**, ambele susținute de strategia de HR a companiei.

CUPRINS:

Partea 1/4. **Psihologia cumpărătorului** în timpul crizei financiare

Partea 2/4. **Adaptarea marketingului** la noua psihologie a cumpărătorului

Partea 3/4. **Vânzarea Psihologică** - soluția pentru vânzarea în perioada de criză

Partea 4/4. **Directorul de HR** este mai important ca oricând

Autor

Bogdan Comănescu

Accelera[®]

Académie Accor Services

Partea 4/4 - Directorul de HR este mai important ca oricând



Vânzările se fac cu oameni
iar oamenii noștri suferă și ei de ... psihologia crizei.

Vânzările se fac cu oameni iar oamenii noștri suferă și ei, de exact aceeași mentalitate de criză ca și restul pieții. Oamenii noștri sunt și ei îngrijorați pentru locul lor de muncă, se gândesc la bani, sunt panicați de nesiguranța viitorului, au nevoie de comunicare, au nevoie de certitudine și, mai ales, au nevoie de auto-respect.

Cum ar putea un reprezentant de vânzări să ridice moralul unui potențial client când propriul lui moral este la pământ din cauza amenințărilor cu concedierea sau din cauza reducerilor excesive de costuri?

Reducerea de costuri și schimbările de strategie sunt absolut necesare în situațiile de criză, dar pot fi făcute în așa fel încât să nu afecteze moralul oamenilor.

Iată 5 exemple de practici de succes menite să ridice moralul echipei în perioadele de criză:

1. **Comunicarea internă** a tuturor măsurilor chiar dacă sunt "nepopulare".

În studiul făcut de Accelera, în ianuarie 2009, privind măsurile de HR, comunicarea internă la toate nivelele a ocupat locul doi, după Eficientizare, cu un procent de 56%. Oamenii au nevoie de informație din cauza preocupării pentru viitor și a aversiunii față de risc.

2. **Dezvoltarea abilităților profesionale** necesare implementării noilor strategii alese de companie.

Statisticile arată că numai 15%-20% dintre proiectele strategice ajung realitate pentru că extrem de puține companii au grijă să își adapteze personalul la noile condiții. Acest aspect este cu atât mai important în perioadele de criză, când salariații au foarte mare nevoie de sprijin.

3. **Creșterea unității în cadrul echipei** (Team Building) este extrem de importantă pentru psihologia salariaților.

Mai ales în cadrul echipelor unde s-au făcut concedieri, personalul rămas în companie are nevoie de relaționare și de un climat de încredere, mai mult ca oricând.

PSIHOLOGIA SALARIATULUI ÎN PERIOADELE DE CRIZĂ



1. Ce aş putea să fac să-mi păstrez locul de muncă?
2. Cum o să îmi achit creditele?
3. Oare managerii au vreo soluție?
4. De unde aş putea afla ce au de gând să facă?
5. Ce fac dacă se închide compania?
6. Îi pasă cuiva de noi?

4. **Consilierea membrilor echipei** atât pe plan psihologic cât și pe plan financiar, este foarte eficientă din 2 puncte de vedere: (1) salariații nu știu să se descurce în perioadele de criză și o informație profesională le va fi de mare ajutor și (2) patronatul arată că îi pasă de soarta lor și le câștigă, astfel, încrederea.

5. **Implicarea echipei** în proiectele de reduceri de costuri.

Oamenii sunt mult mai determinați să facă ceea ce au "ales" ei, decât să se supună ordinelor. De aceea, proiectele de reduceri de costuri

propușe și asumate de salariați sunt mai ușor de suportat și au mai mari șanse de reușită.

În servicii și vânzări, mai mult decât în orice alte domenii, starea de spirit a personalului este o prioritate strategică și cel care poate să o facă mai bună este **Directorul de Resurse Umane**.

În concluzie, treceți la strategiile de Marketing adaptate mentalității de criză, implementați Vânzarea Psihologică și dați Directorului de Resurse Umane uneltele necesare pentru a ridica moralul echipei.

Criza poate fi o oportunitate!

FINAL PARTEA 4 din 4

Partea 1/4. Psihologia cumpărătorului în timpul crizei financiare

Partea 2/4. Adaptarea marketingului la noua psihologie a cumpărătorului

Partea 3/4. Vânzarea Psihologică - soluția pentru vânzarea în perioada de criză

Partea 4/4. Directorul de HR este mai important ca oricând



Autor

Bogdan Comănescu

Accelera[®]

Académie Accor Services

bogdan.comanescu@accorservices.com

www.accelera.ro