



USKLADITE EKIPO

DA BO STRATEGIJA DELOVALA

(BE – DO - HAVE)

Bi radi imeli več časa, manj stresa in podjetje, ki ne visi ves čas samo na vas?

Uspeh v 3 korakih:

Več svobode. Več kontrole. Manj operativnega kaosa.

PSD D.O.O., Dragan Šibanc

Telefon: +386 31 436 356

E-Mail: dsibanc@psd.si

Dragan Šibanc

Sales & HR Strategist | Strategic Cause Architect

Z metodologijo **PSD Strategic Energy & Cause Architecture™** vodjem in ekipam pomaga, da napetosti v podjetju ne postanejo konflikt, temveč kreativna energija za rast.

Njegovo bistvo je **BE-DO-HAVE** ali **uskladitev prodajnih strategij s prodajnimi potenciali ljudi** – ker prodaja ni talent, ampak ponovljiv proces, ki ga izvajajo pravi ljudje, usklajeni s cilji in strategijo podjetja.

Njegov pristop poveže prodajo, HR in operativno izvedbo v enoten sistem, ki prinaša manj improvizacije, več usklajenosti in merljive rezultate.

Ustvarite ekipo, ki skupaj diha.

Stay with me. What we learn now echoes in eternity.



Dragan Šibanc

Sales & HR Strategist | Strategic Cause Architect

Pomagam vodjem uskladiti prodajne strategije s prodajnimi potenciali ljudi.

Strukturiram napetost. Vzpostavim sistem, ki prinaša rezultate.

Manj improvizacije. Več usklajenosti. Merljivi rezultati.

Prodaja ni talent. Je sistem.

Ustvarite ekipo, ki skupaj diha.

KONTAKTNI PODATKI IN DODATNE INFORMACIJE

t. +386 1 620 97 63

m. + 386 31 436 356

e. dragan.sibanc@psd-group.eu

USKLADITE PRODAJNO EKIPO

DA BO STRATEGIJA DELOVALA

“Če znaš delati z ljudmi, boš imel stabilno prodajo.”

To ni slogan. To je realnost.

Lahko imaš najbolj dodelan prodajni sistem, vrhunske skripte, drage CRM-je in “motivirane” cilje na table, celo AI pod imenom Sarah, ki se danes vrti po oglasih.



Lahko ti agencije prodajajo nove strategije, nove “funnele”, nove kampanje, a na koncu se vedno isto zgodi:

- ✓ Prodaje ne delajo sistemi.
- ✓ Prodajo delajo ljudje.

In če ljudje niso skrbno izbrani, izurjeni, usklajeni s prodajno strategijo in kulturo podjetja – nič od tega ne bo delovalo.

Glavna filozofija te knjige je preprosta:

- 👉 Brez ljudi ni prodaje.
- 👉 Usklajenost ekipe naredi prodajno strategijo delujočo.

Če razumeš to, bo vse, kar boš bral naprej, imelo smisel.

Če tega ne razumeš, boš še naprej kupoval nove rešitve za prodajo – in se čudil, zakaj ne delujejo.

Največja laž sodobne prodaje

Vsak podjetnik si želi isto sliko.

- ✓ Prodaja, ki teče.
- ✓ Ekipa, ki ve, kaj dela.
- ✓ Vodja, ki ne gasi požarov vsak dan.
- ✓ Kupci, ki se vračajo.
- ✓ In občutek, da podjetje končno dela za njega – ne obratno.

Podjetja vlagajo ogromne zneske v sisteme, ki kasneje ne delujejo?

- ✓ Nove skripte.
- ✓ Nove CRM-je.
- ✓ Nove motivacijske programe.
- ✓ Nove KPI-je in metrike.
- ✓ Nove AI programske sisteme, ki bi jih mi naj naučili prodajati.

Ideja je vedno ista:

“Če bomo zrihtali prodajno strategijo oziroma sistem prodaje, bo vse ostalo sledilo.”

Vse navedeno je prav in pomaga, vendar brez ljudi...?

Zato je realnost drugačna.

- ✓ Prodajnik še vedno improvizira.
- ✓ Vodja še vedno rešuje iste konflikte.
- ✓ Ekipa še vedno dela vsak po svoje.
- ✓ Stranka še vedno čuti kaos v ozadju.

In še vedno čakamo na supermena, ki se bo pojavil na vratih in rešil prodajo.

Zato se občasno, ali ponekod bolj pogosto, tiho, vmes, brez velikega hrupa, zgodi nekaj ključnega: najboljši ljudje začnejo odhajati.

Ne zato, ker bi bil produkt slab.
Ne zato, ker ni kupcev.

Ampak zato, ker sistem in ljudje niso usklajeni.

Laž, ki jo podjetja vsakodnevno kupujejo

Največja laž sodobne prodaje je ta, da se prodajne težave rešuje s prodajnimi rešitvami.



Ko prodaja pade, podjetje običajno pomisli na eno od naslednjih potez:

“Rabimo novo skripto.”

“Rabimo boljšo motivacijo.”

“Rabimo novega vodjo prodaje.”

“Rabimo CRM, ki bo vse zrihtal.”

Morda res, ampak, kako bomo prepričani, da je to res prava rešitev?

Na zunaj zveni logično.

Na papirju se lepo bere.

Na sestanku izgleda profesionalno.

V praksi pa ostaneš na istem mestu – samo z enim novim orodjem več in z malo manj energije.

Zakaj?

Ker problem ni v orodjih. Problem je v ljudeh.

Ne v tem, ali imaš CRM.

Ampak v tem, ali ga ekipa zna pravilno uporabiti.

Ne v tem, kako popolna je strategija, ampak ali ljudje razumejo strategijo in če so sposobni slediti strategiji.

Ko HR in prodaja živita vsak svoje življenje

V večini podjetij sta HR in prodaja kot dva ločena planeta.

HR "ureja papirje", pogodbe, evidence, bolniške in razpise.

Prodaja "skače za rezultati", lovi cilje in se ukvarja z mesečnimi številkami.

Eni so "kadri".

Drugi so "prodaja".

Redko kdo razume, da ta dva sistema (kot mnogi drugi v drugih oddelkih) morata biti usklajena.

Če HR v podjetje pripelje napačne ljudi – jih bo prodaja mnogo let in s precej živci plačevala.

Če HR ne zna prepoznati potenciala – se bodo talenti izgubili v kaosu.

Če HR in prodaja nista usklajena – potem podjetje hodi z eno nogo.

Zato ta knjiga ni napisana iz perspektive še ene prodajne teorije.

Napisana je iz perspektive povezave prodaje in HR-ja.

Če to dvoje diha skupaj, se zgodi nekaj, kar večina podjetij vidi kot "naključje" ali "srečo":

- ✓ prodaja se stabilizira,
- ✓ ekipa začne delati usklajeno,
- ✓ konflikti se zmanjšajo,
- ✓ podjetje začne rasti brez stalnega stresa.

To ni sreča.

To je rezultat prave kombinacije: pravi ljudje + pravi sistem.

Zakaj ta knjiga ni še ena "prodajna knjiga"

V tej knjigi ne boš našel 100 novih prodajnih skript.

Ne boš dobil motivacijskih fraz, s katerimi naj bi čarobno dvignil ekipo.

Ne boš dobil obljube, da boš z eno tehniko podvojil promet v 30 dneh. Dobil pa boš nekaj drugega – nekaj bolj neprijetnega, a realnega:

Ogledalo.

Ogledalo, ki ti pokaže:

- ✓ kje imaš napačne ljudi,
- ✓ kje imaš prave ljudi na napačnih mestih,
- ✓ kje so toksični posamezniki, ki ti rušijo statistiko,
- ✓ in kje ti HR in prodaja delata vsak svojo bitko, namesto da bi igrala isto igro.

Pokazal ti bom, zakaj prodaja ne deluje zaradi kadrov – ne zaradi prodaje.

(In še marsikateri drugi oddelek, kot je produkcija, kakovost, skladišče...skratka, pred vsem, rešimo prodajo, da bo več denarja 😊.)

In kako lahko s pravo kombinacijo metod narediš to, kar si od začetka želel:

ekipo, ki diha skupaj, in prodajo, ki stoji na ljudeh – ne na improvizaciji.

BE-DO-HAVE, LEAD, analiza kadrov

Sales & HR Strategist, Dragan Šibanc

1. poglavje

Prodaja ne deluje zaradi kadrov

Vsak direktor ima trenutek, ko si reče:

“Ne razumem več...
Plačali smo treninge.

Imamo skripte.
Imamo CRM.
Imamo AI.

Ljudje imajo plače.
Zakaj prodaja še vedno ne dela, tako kot bi morala?”

Na sestankih se pojavijo vedno isti predlogi:

“Dajmo zamenjat skripte.”
“Dajmo naredit nov prodajni plan.”
“Dajmo uvesti bonuse.”
“Dajmo še malo pritisnit na ekipo.”
“Ravno se vrtil po oglasih Sarah, AI sales closer.”

In nekaj časa se zdi, da deluje.

En mesec, dva, včasih tri.

Potem pa se vse vrne nazaj.

Prodajniki spet improvizirajo.
Vodja spet gasi požare.

Ekipa spet dela vsak po svoje.

Rezultati spet nihajo – en mesec super, naslednji katastrofa.

Ljudje zgublajo motivacijo?

Res je. Včasih slišim, rabimo motivatorja. Samo to nam lahko pomaga. Res je, motivacija je pomembna, vendar če ni samomotiviranosti, kako bo potem delovalo.

Pri nas delamo z ekipami vsakih 6 mesecev in s pravimi informacijami pridemo do razumevanja. Razumevanje dvigne samomotiviranost. Človek ima cilj, ki ga želi doseči.

V takšnih trenutkih se nenavadno zgodijo čudesa, vsi razumejo strategijo, ki jo by the way, čez nekaj časa lahko nehajo razumeti.

Zakaj se to dogaja?

Zaradi znanja. Vedno, ko naletimo na nerazumevanje je to potrebno razčistiti.

Zato se na naših treningih ukvarjamo najprej s to problematiko. Kako razumeti in kako se naučiti brez večjih naporov.

Kaj je glavni krivec blokad.

Kaj se v resnici dogaja v ozadju?

Če bi v tistem trenutku ustavili čas in se zares pogledali v ogledalo, bi videli nekaj zelo preprostega:

- ✓ nekateri prodajniki sploh ne bi smeli biti v prodaji,
- ✓ nekateri vodje ne bi smeli biti vodje,
- ✓ nekateri "tiha voda" člani ekipe v ozadju dejansko nosijo največ,
- ✓ in ena ali dve toksični osebi rušita več kot 40 % energije celotne ekipe.

Ni problem v tem, kaj ekipa dela.

Problem je v tem, kdo to dela.

Prodaja ne odpove, ker ne bi znala uporabljati skript.

Prodaja odpove, ker ekipa:

- ✓ ni usklajena,
- ✓ ni naučena,
- ✓ ni jasno vodena in disciplinirana,
- ✓ in ni zbrana iz pravih ljudi.

In prosim vas, ne zamešajte zgornjega vrstnega reda. Če zahtevate, da bo disciplina, najprej morate dodati kanček znanja in razumevanja.

Tukaj vam lahko pomagamo, ker imamo orodja, ki vas bodo presenetljivo vodila do preprostejših načinov usklajevanja ekip. Kasneje lahko zahtevate od ekip, da nekaj ustvarijo, merite hitrost in učinkovitost, zahtevate disciplino itd.

Ko stranke začutijo kaos

Stranka zelo hitro začuti, ali ima podjetje zadaj stabilen tim ali ne.



Na telefonu slišiš prodajnika, ki:

- ✓ en dan govori tako,
- ✓ drugi dan drugače,
- ✓ tretji dan se celo ne oglasi, ker "ni v momentu".

Vodja mu po drugi strani piše:

- ✓ "Zakaj nisi poklical nazaj?"
- ✓ "Zakaj nisi zapisal v CRM?"
- ✓ "Zakaj ta ponudba še ni poslana?"

Rezultat?

- ✓ stranka izgubi zaupanje,
- ✓ prodajnik izgubi zagon,
- ✓ vodja izgubi potrpljenje,
- ✓ direktor izgubi živce.

In nekje vmes gre mimo nekaj, kar ne bi smelo: ogromno neizkoriščenih priložnosti.

Kaj si v resnici želiš kot direktor ali lastnik?

- ✓ Ne želiš še ene skripte.
- ✓ Ne še enega CRM-ja.
- ✓ Ne še enega motivacijskega govora.

Želiš:

- ✓ ekipo, ki se drži dogovorov,
- ✓ ljudi, ki razumejo svojo vlogo,
- ✓ komunikacijo, ki je jasna in neposredna,
- ✓ sistem, ki deluje tudi, ko tebe ni v pisarni.

To je tvoja želja.

In to je normalen cilj.

Ampak do tega ne prideš tako, da "delaš na prodaji". Do tega prideš tako, da najprej delaš na ljudeh.

Kje se začne sprememba?

Sprememba se začne tam, kjer si večina podjetij najmanj želi pogledati:

- ✓ v HR-ju in analizi kadrov.

Ko prvič brez iluzij pogledaš:

- ✓ kdo dejansko dela,
- ✓ kdo samo zaseda stol,
- ✓ kdo res nosi prodajo,
- ✓ kdo jo tiho sabotira,
- ✓ kdo je lahko izjemen, če dobi pravi okvir,
- ✓ in kdo nikoli ne bo nosil prodaje – pa če ga treniraš še pet let.

Šele takrat ima smisel govoriti o:

- ✓ strukturi,
- ✓ pravilih igre,
- ✓ statistiki,
- ✓ sistemu, ki deluje.

Ker sistem brez ljudi ne obstaja.

In prodaja brez pravih ljudi – sploh ne začne.

Dragan Šibanc

Sales & HR Strategist

PSD d.o.o.