

Jak zarządzać zespołem handlowym i przetrwać. Poradnik dla szefów sprzedaży i handlowców. Wydanie III

Autor: [Andrzej Niemczyk](#)

Najtrudniejszy dział w firmie w najbardziej kompetentnych rękach!

Szef sprzedawców to pomost między przełożonymi, którzy oczekują przede wszystkim dobrych wyników, i podwładnymi, którzy żądają pomocy i zrozumienia. Musi on stworzyć zgrany i sprawnie funkcjonujący zespół, wykreować i dać swoim ludziom do ręki odpowiednie narzędzia, ustalić jasny i uczciwy system wynagrodzeń. Musi rozsądzać spory między podwładnymi (w tym sektorze zdarzają się one często — w końcu mamy do czynienia z wojownikami!). Bywa buforem między firmą i niezadowolonym klientem. A w czasach trwającego od kilku lat kryzysu żąda się od niego recepty na zyski o wysokości sięgającej czasów prosperity...

Trzecie wydanie tej bestsellerowej książki powstawało na przełomie 2011 i 2012 roku, w trakcie dużych zawirowań na rynkach finansowych, niepewności co do przyszłości strefy euro i globalnej recesji. Zostało uzupełnione o treści pomagające szefom sprzedaży i handlowcom zwiększyć skuteczność w trudnych czasach, gdy niemal wszyscy oszczędzają i uważnie wydają pieniądze. Zawartość książki stanowi wypadkową wiedzy i doświadczenia Andrzeja Niemczyka-handlowca i przełożonego handlowców oraz Andrzeja Niemczyka-trenera, który od lat szkoli zespoły sprzedażowe firm działających na polskim rynku.

Andrzej Niemczyk - menedżer i trener z wieloletnim doświadczeniem w obu dziedzinach. Prowadzi szkolenia menedżerskie, handlowe i trenerskie o różnej tematyce. Wykłada w Górnośląskiej Wyższej Szkole Handlowej. Jest współautorem takich pozycji, jak *Książka dla skutecznych szefów* (Onepress 2008), *Motywacja pod lupą* (Onepress 2009), *Zarządzanie projektem szkoleniowym* (Onepress 2008), *Zawód: handlowiec. Skuteczna sprzedaż bez manipulacji* (Onepress 2011) oraz pakietu multimedialnego *Sztuka kierowania zespołem handlowym* (Onepress 2007). Jego liczne artykuły o zarządzaniu można znaleźć m.in. w czasopismach "*Personel i Zarządzanie*", "*Marketing w Praktyce*", "*Brief*".

Spis treści:

Wstęp (7)

Rozdział 1. Rola szefa sprzedaży (11)

- Między młotem a kowadłem (11)

Rozdział 2. Handlowcy i zespół sprzedażowy (25)

- Zespół handlowy (25)
- Rekrutacja handlowców (34)
- Motywowanie handlowców (51)
- Co motywuje polskich handlowców i ich szefów? (76)

- Co motywuje polskich handlowców w firmach farmaceutycznych? (90)
- Dyscyplinowanie przedstawiciela handlowego (94)
- Gwiazda w zespole - zagrożenia (103)
- Zwalnianie handlowców (110)

Rozdział 3. Rozwój handlowców (123)

- Szkolenia i dojrzewianie handlowców (123)
- Błędy treningu i coachingu handlowego (132)
- Typy przedstawicieli handlowych (144)

Rozdział 4. Osoba szefa (159)

- Miętko zarządzający szef sprzedaży (159)
- Twardy szef (166)
- Prawidłowo zarządzający szef (178)
- W jaki sposób dobrze zarządzający szef sprzyja rozwojowi swoich handlowców? (197)
- Asertywność i prawidłowa komunikacja szefa (214)
- Błędy szefów sprzedaży (238)
- Kiedy szef traci pracę w firmie (262)

Rozdział 5. Trudne sytuacje menedżera sprzedaży (271)

- Pierwsze dni szefa sprzedaży w firmie (271)
- Zbyt dużo produktów w zbyt dużych regionach (284)
- Kierowanie zespołem handlowym w okresie zmian (296)
- Co robić, gdy spada sprzedaż? (307)
- Kierowanie zespołem handlowym podczas recesji (318)
- Wsparcie dla handlowców, którzy tracą pewność siebie (327)
- Gdy handlowiec chce odejść (354)

Dodatek. Narzędzia w pracy menedżera sprzedaży (365)

Epilog (379)

- Sprzedaż nie musi być nudna (379)