

Międzynarodowy projekt badawczy chce przygotować dealerów samochodów i motocykli do wyzwań przyszłości.

Nowe, kluczowe kwalifikacje wymagają zmiany myślenia i szkoleń wśród sprzedawców.

Zidentyfikował przyszłe wyzwania rynku motoryzacyjnego w Europie (rynek samochodów i motocykli) i powiązane kluczowe kompetencje w ramach projektu wspieranego przez Unię Europejską. Zostały one skonfrontowane z perspektywą dealerów – zaobserwowano znaczne różnice w ocenie ekspertów i sprzedawców. Podczas gdy dealerzy wciąż praktykują tradycyjne podejście do sprzedaży, eksperci wierzą, że w przyszłości sukces zapewni rozwój orientacji na potrzeby klienta i oferowanie usług dodatkowych (przykładowo: wspierających mobilność), w połączeniu z profesjonalnym zarządzaniem. Taka zmiana orientacji wymagać będzie nowych umiejętności, które będą musieli opanować dealerzy i zatrudnieni sprzedawcy. Celem projektu jest stworzenie w oparciu o wyniki przeprowadzonych badań, programów treningowych i szkoleniowych dla personelu sprzedażowego oraz odpowiednich programów kształcenia dla uczelni wyższych.

Badacze z Uniwersytetu Nauk Stosowanych Górnej Austrii, we współpracy z partnerskimi uniwersytetami z Ankony (Włochy), Gdańska (Polska), Mladá Boleslav (Czechy) oraz firmami KTM-Sportmotorcycle AG, Škoda Auto i Snap-On Business Solution prowadzą projekt mający na celu przygotowanie dealerów branży motoryzacyjnej na wyzwania przyszłości. Na pierwszym etapie projektu przeprowadzono badania, mające określić jak zmieni się rynek motoryzacyjny i jakie kluczowe kwalifikacje będą decydować o sukcesie na tym rynku. Badania przeprowadzono wśród 21 ekspertów, 152 dealerów samochodowych i 63 dealerów motocykli.

Nowe wyzwania dla producentów i sprzedawców.

Rynek motoryzacyjny czeka szybkie i daleko idące zmiany dotyczące zarówno producentów, jak i sprzedawców samochodów i motocykli. Wśród nich wymienić należy zarządzanie sprzedażą wielu marek, sprzedaż on-line, ograniczone możliwości finansowania oraz oferowanie usług związanych z mobilnością. Wyzwania te wymagać będą odejścia od klasycznego sposobu sprzedawania produktu motoryzacyjnego i stania się raczej usługodawcą na rynku. Tym samym, sprzedawcy mający kontakt z klientem odgrywać będą kluczową rolę. Większość z nich nie zdaje sobie jednak sprawy ze zmian zachodzących na rynku i zmagają się ze zmniejszającą się sprzedażą swoich marek i produktów, co jest potwierdzone przez wyniki badań wśród ekspertów i dealerów.

Sprzedawcy nie są zorientowani na potrzeby klienta

Badanie sprzedawców na rynkach austriackim, czeskim, niemieckim, włoskim i polskim miało na celu wskazanie umiejętności wymagających rozwoju poprzez szkolenia. Wśród badanych przeważała opinia, że najważniejszą kompetencją ich personelu jest wiedza produktowa; na kolejnych miejscach uplasowały się know-how i umiejętności sprzedażowe nowych i używanych samochodów (wykres). Inne, mniej zorientowane na produkt umiejętności, wymieniane były rzadziej. Do tej grupy zaliczono wiedzę o zarządzaniu finansami, umiejętności marketingowe, wykorzystywanie nowych mediów. Chociaż w badaniu zauważono niewielkie różnice pomiędzy krajami (przykładowo we Włoszech podkreślano silnie wagę sprzedaży elektronicznej) sprzedawcy ogółem trzymają się umiejętności decydujących o sukcesie w minionych latach, co nie sprawdza się w warunkach gwałtownie zmieniającego się rynku.

Eksperti: klienci i pracownicy decydują o konkurencyjności

Eksperti specjalizujący się w branży motoryzacyjnej, z firm szkoleniowych, uniwersytetów i mediów wskazali istotne niedostatki, zwłaszcza w zakresie zarządzania – planowania, pozyskiwania nowych klientów, zarządzania relacjami z klientem, rozumienia i zaspokajania potrzeb klienta, wykorzystywania nowych mediów i orientacji na usługi. Zdaniem ekspertów, kluczową rolę dla odniesienia sukcesu, odgrywają pełen motywacji i umiejętności personel, będący w stanie zarażać klientów entuzjazmem do sprzedawanej marki. Tym samym, poza

wiedzą produktową, sprzedawcy powinni charakteryzować się doskonałymi umiejętnościami komunikacji, wysoką motywacją i zrozumieniem potrzeb klienta.

Nowe umiejętności wymagają nowych szkoleń i koncepcji kształcenia.

Opierając się na wynikach badań, skonstruowano narzędzie do oceny kompetencji. Umożliwia ono dealerom branży motoryzacyjnej ocenę własnych umiejętności i odniesienie ich do standardów branży, tak by wskazać obszary wiedzy wymagające dodatkowych szkoleń. Taka ocena będzie punktem startowym do stworzenia nowych koncepcji treningu i towarzyszących mu materiałów. Wśród nich znajdują się przykłady dobrych praktyk, studia przypadków, materiały wideo i przegląd literatury. Poza realizacją celu podnoszenia kwalifikacji dealerów, opracowane zostaną koncepcje kursów i materiały szkoleniowe dla uniwersytetów i innych instytucji edukacyjnych, tak by zapewnić właściwe kształcenie potencjalnych sprzedawców wchodzących na rynek pracy i poszukujących zatrudnienia w branży motoryzacyjnej. Wszystkie materiały oraz narzędzie do samooceny kompetencji będą dostępne publicznie (planowana publikacja testu samooceny to kwiecień 2013).

Strona WWW projektu: <http://www.new-distribution-skills.eu/>

O projekcie:

Projekt, którego czas trwania zaplanowany został na 3 lata, jest współfinansowany przez Unię Europejską (EACEA - Education, Audiovisual & Culture Executive Agency). Wszystkie wypracowane materiały szkoleniowe oraz pozostałe produkty powstałe w ramach projektu są dostępne publicznie. Efektem projektu w długim okresie ma być rozwój konkurencyjności i ochrona miejsc pracy.

Kluczowe elementy projektu:

- Intensywna analiza rynku, z uwzględnieniem różnic występujących na rynkach narodowych. W wyniku analizy określone zostaną kluczowe obszary kompetencji dealerów rynku motoryzacyjnego oraz absolwentów uczelni wyższych chcących pracować w tej branży.
- Stworzenie wszechstronnych materiałów dydaktycznych, wykorzystujących nowe media, wspierających zidentyfikowane kluczowe obszary kompetencji na zmieniającym się rynku.
- Wypracowanie programów szkoleniowych i edukacyjnych na poziomie kształcenia wyższego.
- Stworzenie narzędzi pozwalających na samoocenę umiejętności – dla dealerów branży oraz studentów, w celu zidentyfikowania obszarów wymagających wsparcia szkoleniowego.
- Projekt zostanie zamknięty konferencją w Ankonie, podczas której prezentowane będą wyniki prac badawczych i inne produkty projektu. Wśród zaproszonych gości znajdują się instytucje badawcze i szkoleniowe, chcące podzielić się swoimi osiągnięciami związanymi z tematyką projektu (np. studiami przypadków)

Partnerami projektu są:

University of Applied Sciences Upper Austria, School of Management (Steyr, Austria)

Università Politecnica delle Marche (Ancona, Włochy)

Škoda Auto University (Mladá Boleslav, Czechy)

Uniwersytet Gdański (Gdańsk, Polska)

KTM-Sportmotorcycle AG (Mattighofen, Austria)

Snap-On Business Solutions (Reading, Wielka Brytania)

Więcej informacji dostępnych jest drogą mailową: marcin.skurczynski@gmail.com

What kind of training do you find crucial for sales personnel?

importance as index (0=not important at all, 100 = very important)

—▲— motorcycle retailers (n=63) —▲— car retailers (n=152)

