

[Почитал плач Ярославны, ой, продавца](#) . Поржал.

Если что, я совладелец вполне успешного бизнеса. Небольшого, но устойчивого и с перспективами. И из полутора десятков работников у нас ни одного (!) продавца.

И это не «b2b» компания, а классическая «b2c».

Наверное, супермаркетам сетей типа «Грошик» или «Гравитация» нужны огромные отделы маркетинга, высчитывающие, сколько наценку на картофан поставить, а сколько на пивас. Расположение полок в зале и товаров на полках тоже им проектирует толпа народу. Целое стадо псевдо-психологов тренирует работников торгового зала как улыбаться и как впаривать протухшую колбасу с перебитым сроком «по акции».

Только вот бизнес этими сетевыми монстрами не ограничивается. Больше того, они и в ритейле пока не доминируют. А может и не будут никогда.

Говорите, без продавца я себе рубашку не куплю? Дорогой продаван, помимо Задолба. ли в интернете ещё и магазины есть. Еда, одежда, бытовая техника, книги, даже лекарства с доставкой до ближайшего «пункта выдачи». Там ВСЁ есть. И времени, чтобы понять, чего душевнечке угодно, тратится уж точно не больше, чем при походе в ТЦ и при «помощи» ваших коллег.

Говорите, продавец знает товар на уровне изготовителя? Буа-га-га. Вы видимо давненько не были ни в одной из двух доминирующих в России красненьких сетей бытовой техники и электроники. Берите этот телевизор! — Почему? — Ну, это ж «Фигони»! — А почему не «Хренонг»? — Ну, то Япония, а это Южная Корея! Ога, и собраны оба в Китае. Это, милдруг, я без тебя прочёл на ценнике. А то, что собирает их и вовсе один аутсорсер из деталей одного производителя, я прочел за пять минут в Интернете. Только по цене разница почти вдвое. Потому что «Фигони — это Япония».

Говорите, кто б взял кадровика без знания ТК? Я взял. Девочка-психолог после вуза. Социальную психологию знает прилично, с людьми общаться умеет. Ни делопроизводства, ни трудового законодательства не знает. Две недели и пара тысяч на онлайн-курсы. Полгода на набивание стандартных шишек. И у меня шикарный кадровик. А продавана-то, понятное дело, готовить дольше и дороже.

Приходило к нам маркетинговое агентство, мол, раскрутим вас и то-сё. Только дайте нам продукт, целевую аудиторию и денег. Алё, говорю, маркетинг в том и состоит, чтоб определить целевую аудиторию, превратить товар в продукт и выстроить спираль раскрутки от «бесплатно» до «реклама из каждого утюга» в зависимости от продаж. Сразу сдулись.

А ответ-то на поверхности. Хотите уважения? Научитесь делать свою работу. Может, где-то и существуют описанные вами супер-продажники, но пока что кругом трутни, от которых пользы меньше, чем от уборщицы. Та хоть мусор выметает. А вы только щёки надуваете, да денег просите.

[Read Full Article](#)