

Etyka w pracy sprzedawcy

Marketing i sprzedaż | Artykuły / Jakub Lewandowski, wykładowca studiów MBA w Toruniu i Bydgoszczy

Mówi się, że dobry sprzedawca sprzedaje wszystko. Nie interesujemy się jednak metodami, którymi ów handlowiec się posługuje. A w handlu, tak jak w życiu prywatnym, należy kierować się etyką i sumieniem.

TREŚĆ ARTYKUŁU:

Mówi się, że dobry sprzedawca sprzedaje wszystko. Nie interesujemy się jednak metodami, którymi ów handlowiec się posługuje. A w handlu, tak jak w życiu prywatnym, należy kierować się etyką i sumieniem.

Etyka to zbiór zwyczajów, ustaleń i ocen, którymi kierują się jednostki, grupy społeczne i środowiska. Niemal każda grupa zawodowa posiada kodeks etyczny – zbiór dobrych praktyk, zasad, wartości, którymi powinny kierować się osoby pracujące w danym zawodzie. Taki kodeks pomaga w kreowaniu wizerunku, zdobywaniu klienta, i pracy w zgodzie ze swoimi przekonaniem i zdolnościami.

Jako klient mogę zastanawiać się, czy sprzedawcy, u których kupuję, kierują się w pracy etyką i polecą mi najlepszy produkt, dopasowany do moich wymagań i możliwości finansowych, czy wpadli w sieć zależności i chorej rywalizacji i polecą mi produkt droższy, za który otrzymają większą prowizję. Niestety, nie mogę tego łatwo sprawdzić, a sprzedawcy sami wyznają, że często, aby zarobić, muszą okłamywać klienta, wmawiając mu, że dokonał najlepszego dla siebie wyboru. To powoduje, że sprzedawca jest sfrustrowany i pracuje niechętnie. Klient natomiast nie poleci sklepu, w którym dokonał „mechanicznego” zakupu. Dlatego, jako handlowiec i biznesmen, a przede wszystkim jako człowiek kierujący się w życiu zasadami moralnymi, zalecam, aby każdy sprzedawca, handlowiec i osoby odpowiedzialne za proces sprzedażowy, wdrożyły do swojej firmy kodeks etyczny.



Co to w praktyce oznacza dla klienta, handlowca i procesu handlowego?

Wyjaśnię to na przykładzie. Marek jest przedstawicielem handlowym w przedsiębiorstwie produkującym aparaturę medyczną. Na spotkaniu z klientem usłyszał, że istnieje prawdopodobieństwo zakupu sprzętu, ale chcieliby, aby zaoferował „coś więcej”. Marek, jako doświadczony sprzedawca, był przekonany co do wysokiej jakości oferowanego przez siebie towaru. Stwierdził więc, że nie zaakceptuje propozycji kontrahenta, ponieważ nie musi wzmacniać swojej oferty w sposób nieuczciwy. Odmówił dalszej współpracy, a jego zwierzchnicy poparli go. Udowodnił sobie, że postępowanie zgodnie z teorią moralności nie jest hańbiące, ale wręcz

oczekiwane. Klient natomiast dostał jasny sygnał – ta firma działa według kodeksu etycznego, są uczciwi, przedstawiciele handlowi nie sprzedadzą wadliwego towaru, nie będą też próbowali sprzedać aparatury droższej, mając do wyboru równie sprawną, a tańszą, obiektywnie zaprezentują swoje produkty, wskazując nie tylko na ich zalety, ale również wady. Współpracując z taką firmą ma się pewność, że biznes będzie przejrzysty i oparty na zaufaniu i uczciwości – czyż nie są to bardzo pożądane wartości w handlu? I w końcu proces handlowy – nie warto dla jednej nieuczciwej transakcji niszczyć wizerunek firmy. Marka kojarząca się jednoznacznie z uczciwością będzie przynosić zyski latami.

Jakimi wartościami kierują się etyczni handlowcy w czasie procesu sprzedażowego?

To przede wszystkim gotowość dialogu, a więc nastawienie na klienta, otwarcie się na jego potrzeby, profesjonalizm, szacunek i rzetelność. Handlowiec etyczny to człowiek uczciwie wykonujący obowiązki, potrafiący dbać o relacje z klientami i zwierzchnikami, zachowujący klarowność działań i budujący swoją pozycję w świecie handlu zgodnie z zasadami honoru. Aby mieć pewność, że nasi pracownicy będą kierować się moralnością w handlu należy stworzyć im do tego odpowiednie warunki. Oprócz wspomnianego wcześniej kodeksu etycznego, należy zapewnić pracownikom miłą i opartą na zaufaniu i szacunku atmosferę w miejscu pracy. Należy zastosować uczciwy system wynagrodzeń, niekoniecznie oparty na ilości sprzedanego towaru. Istotne jest też stworzenie jasnej ścieżki kariery i zapewnienie pracownikowi warunków do doskonalenia zawodowego.

--

Jakub Lewandowski

wykładowca studiów MBA w WSB w Toruniu i Bydgoszczy