

Zapracuj na swój rozwój

Spowolnienie gospodarcze i coraz bardziej selektywne zatrudnianie nowych pracowników - to główne powody bezrobocia, które według danych GUS na maj 2011 roku, wynosi 12,2 proc. Rynek pracy jest niedopasowany pod względem ciągle rosnących oczekiwań pracodawców i kwalifikacji osób poszukujących zatrudnienia. Taka sytuacja sprawia, że problemy z ponownym wejściem na rynek pracy ma coraz więcej osób, szczególnie kobiet i osób po 40-tym roku życia.

Praca bez doświadczenia

Sprzedaż bezpośrednia jest popularną formą handlu. Według badań przeprowadzonych przez Homo Homini, aż osiem na dziesięć ankietowanych zetknęło się z działaniami sprzedażowymi w takiej formie. Najbardziej rozpoznawalnymi firmami są Avon, Oriflame, Zepter, Amway oraz Herbalife. Te same badania wskazują, że pracą na stanowiskach konsultantów zainteresowane są głównie kobiety.

Rynek sprzedaży bezpośredniej rośnie systematycznie i nieprzerwanie od początku lat dziewięćdziesiątych, stanowiąc coraz bardziej znaczące uzupełnienie tradycyjnego handlu sklepowego. O potencjale sektora świadczy wzrost sprzedaży netto wszystkich działających na polskim rynku przedsiębiorstw o 4 proc. i osiągnięcie poziomu około 2,28 mld PLN. W naszym kraju taką formą sprzedaży zajmuje się już ponad 870 tys. osób. Polacy, jak wynika z badania Homo Homini wysoko oceniają ich profesjonalizm i znajomość oferowanych produktów. Praca w sprzedaży bezpośredniej jest idealnym sposobem nie tylko na uzyskanie dodatkowych dochodów, ale przede wszystkim na pełnoetatową, dobrze płatną pracę.

Rozwijaj się w pracy

Dr Barbara Agnieszka Sypniewska przeprowadziła badanie dotyczące wpływu indywidualnych kompetencji pracowników na osiągnięte efekty w sprzedaży bezpośredniej. Badaniu poddano 455 sprzedawców bezpośrednich. Potwierdziła się opinia o dużej popularności pracy w handlu bezpośrednim wśród kobiet, stanowiły one blisko 80 proc. badanych. Jak wykazała dr Sypniewska sprzedawcy bezpośredni to najczęściej osoby ze średnim oraz wyższym wykształceniem. Wbrew powszechnej opinii, że jest to branża rozwijająca się w dużych miastach, aż 40 proc. badanych sprzedawców jako miejsce zamieszkania podało miasto powyżej 100 tys. mieszkańców. 30 proc. żyje

w miastach od 100-500 tys., 23 proc. w miastach powyżej 500 tys., natomiast pozostałe 7 proc. to mieszkańcy wsi.

Jakie cechy powinien posiadać przyszły sprzedawca bezpośredni? Jak przedstawiają się możliwości dalszego rozwoju w tej branży? Dla celów badawczych, sprzedawców podzielono na trzy grupy: rozpoczynających działalność (gr.1), koordynatorów (gr.2) oraz liderów (gr.3). Średnia wieku w powyższych grupach to, kolejno, 36 lat, 38 lat i 43 lata. Jak się okazuje to nie wykształcenie a indywidualne kompetencje konsultantów mają znaczący wpływ na osiągnięte przez nich wyniki. Według badań przeprowadzonych przez dr Sypniewską 1. grupa wykazuje się wysokimi umiejętnościami w zakresie orientacji na klienta, własnej motywacji, chęci uczenia się oraz postawy wobec pracy. Oczywiście nie bez znaczenia są warsztaty i treningi organizowane przez większość firm z tego sektora. Wraz z wydłużającym się stażem pracy i rosnącymi wymiernymi wynikami, wzrastają także kompetencje indywidualne pracowników. Po 2 latach stażu pracy, sprzedawcy z gr.1 dołączają do gr.2, a ich kompetencje w zakresie kierowania zespołem, przedsiębiorczości, motywacji czy myślenia strategicznego znacznie się podnoszą. Liderami w sprzedaży zostają osoby, które przepracowały średnio 7 lat w zawodzie i których wyniki sprzedaży, a co za tym idzie także zarobki, ciągle rosną. W ich przypadku również zaobserwowano duży rozwój osobisty m.in. w zakresie uczenia się, wiedzy i doświadczenia oraz orientacji na klienta.

Przeprowadzone badania dr Barbary A. Sypniewskiej uwidoczniły zależność pomiędzy kompetencjami indywidualnymi a osiąganiem wysokich wyników pracy. Owe kompetencje indywidualne rozwijają się w miarę upływu czasu, nabywania doświadczenia, treningów, szkoleń czy też coachingów. Zatem na początku drogi nie trzeba posiadać wielkich umiejętności, wykształcenia czy doświadczenia, żeby osiągać sukces zawodowy. W trakcie pracy sprzedawcy doskonalą swoje kompetencje, zdobywają nowe doświadczenie i uczą się nowych metod pracy, które mają znaczenie dla tej formy działalności. Wystarczy zatem chcieć.

Dodatkowych informacji udziela:

Mirosław Luboń
Dyrektor Generalny PSSB

Tel.: (+48 22) 668 43 32
Mail: mlubon@pssb.pl

Iwona Nawrocka
Senior Account Executive
Pełka PR
Kom.: +48 600 073 489
Mail: iwona.nawrocka@epcreatives.pl



DODATKOWE INFORMACJE:

PSSB – Polskie Stowarzyszenie Sprzedaży Bezpośredniej działa od 1994 roku i grupuje 18 przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż bezpośrednią na terenie Polski. Ich łączny udział w rynku przekracza 70%. Główne cele stowarzyszenia to m. in.: promocja i stały rozwój tego kanału dystrybucji bezpośredniej, podnoszenie poziomu wiedzy społeczeństwa na temat sprzedaży bezpośredniej, wyjaśnianie jej ekonomicznego znaczenia, i zalet dla klientów, upowszechnianie i stałe monitorowanie przestrzegania zasad „Kodeksu sprzedaży bezpośredniej” oraz prezentowanie w kontaktach zewnętrznych stanowiska członków stowarzyszenia w sprawach istotnych dla sektora sprzedaży bezpośredniej. Stowarzyszenie aktywnie działa także w obszarze edukacji i wspierania idei przedsiębiorczości wśród młodzieży i studentów, współpracując z kilkoma wyższymi uczelniami ekonomicznymi w kraju, prowadząc Program Wspierania Przedsiębiorczości Studentów oraz organizując coroczny konkurs dla studentów na najlepszą pracę dyplomową o sprzedaży bezpośredniej.

PSSB jest członkiem Europejskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej (SELDIA), Światowej Federacji Stowarzyszeń Sprzedaży Bezpośredniej (WFDSA) i Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan.