

INFORMACJA PRASOWA Warszawa, 23 września 2013r.

Rotacja sił sprzedaży, jej wymiar i znaczenie

Pierwsze w Polsce, masowe badania zjawiska fluktuacji personelu w organizacjach sprzedaży powstały dzięki współpracy Polish National Sales Awards z grupą badawczą dr. Krzysztofa Cybulskiego z Wydziału Zarządzania UW. Pozwoliły one na wskazanie kluczowych negatywnych konsekwencji tego zjawiska oraz utworzenie ich listy rankingowej. Przeprowadzona analiza wpisuje się w realizację celów już ponad pięcioletniej działalności PNSA, skupionej m.in. na wskazywaniu kierunków rozwoju sektora sprzedaży.

Według badań przeciętna fluktuacja, czyli migracja pracowników z przedsiębiorstwa do przedsiębiorstwa, wynosi w skali 12 miesięcy nieco powyżej 12 proc. Stosunkowo wysoki, bo 38 proc., jest udział fluktuacji wymuszonej, gdy zmiana wynika z rozwiązania przez firmę umowy z pracownikiem. W opinii większości ankietowanych menedżerów zmiana miejsca pracy pracowników sprzedaży nie należy do najważniejszych problemów, z jakimi przychodzi obecnie zmagać się ich organizacjom. Jednak co siódmy respondent ocenia to zjawisko jako szkodliwe.

Na czoło listy rankingowej negatywnych konsekwencji migracji sprzedawców wybijają się przede wszystkim kwestie związane ze wzrostem kosztów rekrutacji, selekcji i szkolenia nowych pracowników oraz czynniki wskazujące na obniżenie efektywności operacyjnej organizacji. Wśród nich znalazły się: utrata cennych informacji rynkowych, obniżenie jakości obsługi klientów oraz zauważalny spadek sprzedaży. Znacząca jest też wysoka pozycja w powyższym rankingu czynnika określanego jako „pogorszenie się atmosfery w zespole sprzedawców”.

Niezależnie od ogólnie negatywnej oceny zjawiska, respondenci wskazali również na pewne pozytywne strony migracji. Dla ponad 50 proc. ankietowanych najważniejszym z nich jest „korzystny wpływ fluktuacji sprzedawców na skuteczność i motywację pozostałych w organizacji pracowników” oraz „pozytywne oddziaływanie zjawiska na poprawę relacji sił sprzedaży z klientami oraz poziom ich obsługi”.

Zgodnie z badaniami przeprowadzonymi przez zespół dr Krzysztofa Cybulskiego z Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Członka Kapituły Sędziowskiej Polish National Sales Awards, fluktuacja pracowników to swoisty wyznacznik koniunktury gospodarczej.

I tak na przykład wysoki odsetek pracowników sprzedaży, którzy dobrowolnie zmieniają miejsce zatrudnienia, może świadczyć o poprawie sytuacji na rynku pracy. Z kolei rosnący udział fluktuacji wymuszonej w strukturze migracji pracowników jest symptomem przeciągającej się recesji.

Współpraca z dr Cybulskim oraz te badania stanowią odpowiedź na zapotrzebowanie sektora sprzedaży i realizację założeń PNSA. Szczególnie podczas V edycji, gdzie skupiamy się na edukacji sprzedawców, cenna jest świadomość, co wpływa na jakość ich pracy. Wiedza na temat skutków migracji pracowników stanowi również wartość dodaną dla tych, których gromadzi PNSA – komentuje Elżbieta Pełka, Prezes PNSA.

PARTNER WSPIERAJĄCY



PARTNER MERYTORYCZNY



PARTNER STRATEGICZNY



PARTNER GALI



PATRONI BRANŻOWI



PATRONI MEDIALNI



PATRONI INSTYTUCJONALNI



Przeprowadzone badania objęły organizacje najbardziej różniące się ze względu na podstawowy zakres swojej działalności. Większość, bo ponad 69 proc. przedsiębiorstw prowadzi działalność na rynku polskim przez okres co najmniej 7 lat, jedynie nieco ponad co dziesiąta analizowana firma funkcjonuje w biznesie krócej niż 3 lata. W ocenach ankietowanych menedżerów aktualna pozycja rynkowa ich przedsiębiorstw jest w większości „bardzo dobra” lub co najmniej „dobra”. Łącznie tego typu oceny stanowiły aż 67 proc. wyrażonych opinii. W badanej grupie firm największy udział miały przedsiębiorstwa, których roczne przychody w 2012 roku mieściły się w przedziale od 21 do 50 mln PLN, następnie firmy o przychodach powyżej 100 mln PLN rocznie.

Podobnie kształtuje się struktura liczby sprzedawców zatrudnionych w działach sprzedaży badanych organizacji. Przedsiębiorstwa zatrudniające nie więcej niż 20 sprzedawców stanowią blisko 45 proc. badanej zbiorowości, a jednocześnie ponad 1/4 przedsiębiorstw zatrudnia w strukturach sprzedaży 100 bądź więcej pracowników.

W 65 proc. badanych firm większość sprzedawców zatrudnionych jest na stałych umowach o pracę, zaś główne systemy wynagradzania sprzedawców z badanych organizacji to kolejno model „płaca stała plus premia uznaniowa” bądź „płaca stała plus prowizja”.

Wyniki badań wskazują, że wysokość przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia połowy pracowników działów sprzedaży badanych przedsiębiorstw kształtuje się w przedziale 3001–5000 PLN, a jednocześnie niemal 1/4 sprzedawców uzyskuje dochody znacząco wyższe, bo dochodzące do 10 000 PLN miesięcznie. W strukturze wynagrodzenia sprzedawców przeważają komponenty stałe. Stanowią one 60 proc. dochodów typowego sprzedawcy.

Niemal co siódmy sprzedawca z badanych organizacji pracuje w terenie, zaś zdecydowana większość z nich posiada wydzielony obszar sprzedażowy, z czego blisko 63 proc. na wyłączność.

Badania zrealizowano z wykorzystaniem ankiety internetowej w okresie luty-kwiecień br. Objęły one próbę 310 losowo wybranych menedżerów działów sprzedaży z przedsiębiorstw działających w różnych sektorach polskiej gospodarki.

Kontakt dla mediów:

Agnieszka Wawrynek
Junior PR Account Executive
Kom.: (+48) 600 073 489
e-mail: agnieszka.wawrynek@epcreatives.pl

