



TECHNICAL SALES МЕНЕДЖЕР: КАК СТАТЬ ПРОФЕССИОНАЛОМ?

МАРГАРИТА ЕВАН,

старший консультант департамента «Рекрутмент для рынка информационных технологий и телекоммуникаций», «АГЕНТСТВО КОНТАКТ», it@kontakt.ru

Продавать всегда непросто, а продавать высокотехнологичное оборудование сложнее вдвойне. Это требует иных подходов, применения особых технологий продаж, сочетания отличных технических знаний о продукте и хороших коммуникативных навыков. На стыке этих двух требований и возникла профессия, о которой пойдет речь в этой статье, – Technical Sales менеджер.

Что такое, кто такой?

Для России позиция Technical Sales менеджера является достаточно новой, возникла она с приходом на российский рынок ведущих международных компаний. Обычно на русском языке эта профессия определяется как менеджер по технической поддержке продаж. На практике, действительно, это тот человек, который вместе с менеджером по продажам едет к заказчику и в течение всего времени, пока идут переговоры и подписываются контракты, активно общается с клиентом. В работе ему приходится встречаться с людьми разного ранга – от инженеров до высшего руководства, общение идет как по вертикали, так и по горизонтали. Нередко работа идет с теми, кто отвечает за финансирование, инвестиции в оборудование. Их интересуют не технические аспекты, а преимущества того или иного решения, выраженные в конечных цифрах, материальных или иных выгодах. Зачастую при покупке дорогостоящего и сложного оборудования со стороны заказчика формируется целая команда, которая оценивает предлагаемые решения. В нее включаются как бизнес-эксперты, отвечающие за рентабельность и окупаемость проекта, так и технические специалисты. Необходимость введения позиции Technical Sales менеджера в компаниях, занимающихся высокотехнологичным оборудованием, возникла оттого, что менеджеры по продажам часто не могут досконально знать свой технически слож-

ный продукт. Кроме того, не являясь техническими специалистами, они не могут говорить на одном языке с техническими экспертами заказчика. Здесь им на помощь и приходят Technical Sales менеджеры.

Обычно Technical Sales менеджер, встречаясь с клиентом, старается как можно лучше понять его потребности и найти наилучшее техническое решение на основе оборудования, производимого компанией, чтобы удовлетворить их наилучшим способом. Сергей Киндоп, Technical Project Manager, компания Siemens: «Важно не только знать технику, нужны системные знания в определенной технической области. Важно представлять концепцию использования этой техники. Понимать, как с помощью этой техники заказчик будет зарабатывать деньги».

Нужно уметь предложить оборудование, которое учитывает особенности бизнеса клиента, перспективы его развития, экономическую ситуацию в компании. Важно выбрать такое оборудование, которое позволит завтра и послезавтра зарабатывать как можно больше денег, формировать новые услуги, будет относительно дешево в эксплуатации, прослужит долго и хорошо сочетается с уже имеющимися системами. Предлагая то или иное решение клиенту, компания должна учитывать все это, и основная нагрузка тут ложится на Technical Sales менеджера. Сегодня его работа значит очень много, потому что невозможно представить процесс продажи без поддержки с его стороны. Только он может расписать все преимущества и недостатки продуктов, технически оценить потребности заказчика и предложить оптимальный вариант. При этом Technical Sales менеджер способен общаться с заказчиком на языке бизнеса, обсуждать ROI и другие экономические показатели, которые могут измениться благодаря приобретению того или иного оборудования.

Успешность работы на этой позиции определяется рядом показателей. Сергей Акопов, технический директор, компания Corning: «Для нас показателями успешности работы Technical Sales менеджера являются доля на рынке, объем продаж. Мы учитываем не только единицы проданной продукции, но и количество клиентов. Один, пусть и большой, клиент это не есть хороший результат». Хорошие Technical Sales менеджеры видят перспективы развития своего оборудования, могут рассказать о том, какие новые технологии будут учтены в новой версии и что это даст клиенту. Они имеют информацию по конкурентам, постоянно анализируют ситуацию на рынке и помогают своим менеджерам по работе с клиентами. Кроме них многих деталей не знает никто, их вклад в процесс продажи оценивается очень высоко.

Где они работают?

Большая часть таких специалистов сегодня трудится в крупных международных компаниях. Сергей Акопов: «Подготовить хорошего специалиста, так же как, к примеру, летчика, стоит денег и, что еще более важно, времени. Опыт в области высоких технологий показал, что если таких людей у компании нет, то ей приходится существенно снижать цены, брать другие обязательства. И не всегда даже это дает результат. Поэтому эти люди исключительно важны для компании». Когда компания только выходит на новый рынок, как правило, в штат сразу берется Technical Sales менеджер или другой технический специалист, отвечающий за эту функцию. Безусловно, какие-то виды оборудования он знает лучше, какие-то хуже. Иногда бывает невозможно держать отдельного человека на каком-то виде оборудования, но требуется техническая экспертиза. В этом случае помощь оказывают его коллеги из других офисов компании.

Откуда берутся Technical Sales менеджеры. Какие требования предъявляют к ним компании?

Эту профессию сегодня нельзя получить в вузе, ее приобретают только на практике. Компании выращивают таких специалистов из числа своих сотрудников, как правило работающих на инженерных специальностях. Чтобы получить такую возможность, необходимо обладать рядом важных профессиональных и личных качеств и суметь проявить себя. Сергей Акопов: «Многое зависит от корпоративных традиций. Для молодого человека, начинающего свой путь, на первое место я бы поставил уровень базовых знаний, умение быстро и гибко вникать в смежные области. Человек постарше должен иметь некоторую известность и круг знакомств в бизнесе».

Для хорошего Technical Sales менеджера важны несколько качеств.

Во-первых, это широкий технический кругозор, особенно в своей предметной области. Как правило, для этого требуется хорошее техническое образование и инженерный склад ума. Сергей Акопов: «Уровень технических знаний в области применения продукции должен быть как минимум не ниже, чем у представителей покупателя. Только так возможно завоевать внимание и заинтересовать в приобретении оборудования». Во-вторых, умение мыслить на языке бизнеса и понимать его потребности. «Нужно с уважением относиться к работе клиента, ставить себя на его место и пытаться понять, что нужно, а что лишнее. При этом важно обладать терпением и тактом, не быть назойливым. Важно поддерживать постоянные контакты с потребителем, в том числе и после продажи. Оказывать незамедлительную поддержку при необходимости», – говорит Сергей Акопов.

Исключительно важным качеством является коммуникабельность. Нужно уметь проводить презентации для самых разных категорий специалистов – от техников до топ-менеджеров и владельцев компаний. Со всеми ними нужно уметь находить общий язык, для чего требуется определенная гибкость и способность к адаптации. Ведь техническому инженеру важна скорость маршрутизации, а генеральному директору – сколько лет это оборудование можно эксплуатировать, не затрачивая лишних средств. Нужно также уметь выстраивать коммуникации внутри компании, поскольку эта по-

зиция предполагает широкие контакты с коллегами.

Чтобы быть успешным Technical Sales менеджером, надо любить свой продукт, проповедовать его. Некоторые компании включают в job description этих специалистов такое требование, как product evangelism, готовность проповедовать свой продукт. Только так можно убедить людей, провести их за собой.

Также нужно быть «безукоризненно порядочным. При невозможности выполнить обещанное уметь найти как минимум эквивалентное решение», – говорит Сергей Акопов.

Профессиональное развитие Technical Sales менеджеров

В профессиональное развитие этих специалистов компании вкладывают огромные деньги. Формируются специальные программы обучения, которые включают в себя большое число тренингов и семинаров, как для развития личных навыков, так и для знакомства с продуктом. Сергей Киндоп: «Работа на этой позиции – это постоянная учеба. Техника меняется очень быстро, в течение полугода знания об оборудовании и программных продуктах морально устаревают. В больших компаниях нередко существуют свои учебные институты, где идет регулярное обучение. Не лишним будет также членство и участие в профессиональных ассоциациях, посещение профильных выставок и конференций, но самое главное – это постоянное самообразование, умение быстро оценивать новинки, анализировать информацию, определять, что важно, а что нет».

Как правило, для таких сотрудников организуется стажировка за границей, чтобы они смогли увидеть все возможности оборудования, узнать, как работают их коллеги в других странах. Конечно, для этого нужно очень хорошо знать английский язык: регулярное общение с зарубежными коллегами – неотъемлемая часть работы Technical Sales менеджера.

Для таких специалистов исключительно важно сообщество своих коллег. В больших международных компаниях, как правило, из числа таких сотрудников формируется виртуальная группа, члены которой регулярно общаются, между ними происходит обмен новостями, они могут обратиться друг к другу за советом, получить нужную презентацию. Периодически они собираются на спе-

циально организованных встречах, где идет интенсивное общение. «Необходимо поддерживать определенный уровень знаний, учиться общению не только вне, но и внутри компании, чтобы работать единой командой», – говорит Сергей Акопов.

Перспективы роста

Люди, работающие на позициях Technical Sales менеджеров, входят в «золотой фонд» компании. Многие из них выбирают для себя профессиональную карьеру, становясь лучшим специалистом по той или иной группе оборудования.

Сергей Киндоп: «В этой профессии есть уникальное сочетание техники и бизнеса. Я человек с техническим образованием, которое получал целенаправленно, это мне было интересно. На этой позиции я могу сочетать свои амбиции в технической сфере с возможностью получать опыт и навыки работы в сбыте и ведении бизнеса. Я общаюсь не только и не столько с техникой, сколько с людьми. Участие в презентациях – это взбадривающий элемент в работе. Эта позиция предполагает много видов деятельности, этим она меня и привлекает». Иногда бывает так, что человек начинает заниматься не только продвижением готового продукта, но влияет на формирование следующего модельного ряда. Он общается с заказчиками, видит их потребности, знает, куда рынок движется, и может повлиять на то, какой следующий продукт выпускать компании. Это важный профессиональный шаг – от продвижения продукта к его развитию. Для такой деятельности важно уметь работать внутри индустрии, определенных сложившихся телекоммуникационных и инвестиционных групп, которые за ними стоят. Нужно знать, как продвигать свои интересы. Зачастую задачи приходится ставить себе самостоятельно и выполнять их. Поэтому нужно быть ответственным, прежде всего перед самим собой. Если человек предпочитает работать по схеме «запрос – ответ», то либо это не его профессия, либо нужно изменить мировоззрение.

Иногда с этих позиций люди уходят в продажи либо в управление проектами. Нередки являются и переходы на сторону компании клиента, занятие там ключевых технических позиций. И это очень хороший шаг, потому что в этом случае компания-заказчик получает очень качественную экспертизу по выбору решения.