

新上任区域经理如何由劳模向教练员转型？PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/288/2021\\_2022\\_\\_E6\\_96\\_B0\\_E4\\_B8\\_8A\\_E4\\_BB\\_BB\\_E5\\_c123\\_288193.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E6_96_B0_E4_B8_8A_E4_BB_BB_E5_c123_288193.htm)

何经理最近有点烦，自己做销售员的时候什么事情都得心应手，5年来，更换了多个区域市场，每次接手新市场时，都从零开始，凭着个人的勤劳、智谋、实干，几乎是做一个市场，成功一个市场。每年，自己的销售业绩一直名列公司前茅。可是，现在，公司将他升为区域经理，管理6个片区，自己比过去更辛苦了，几乎每天都泡在市场上，今天处理客户投诉，明天去开发新户，后天去组织客户培训，人消瘦了不少，整体销售业绩上不去，甚至还有下滑的势头。当问到他为何不调动销售员去做这些事情的时候，何经理如是说：唉，安排他们去做，还不如自己亲自动手，来得快，每次布置的工作，销售员要么做不了，就算去做了，也都要或多或少的打折扣，真急死人。无论什么企业，都可能会有这样一些销售精英：他们在自己的销售岗位上，赫赫业业，一丝不苟，整天忙于走街窜户，或者开发客户，或者帮助客户推广产品，或者跑终端，进行终端网点的开发与维护，他们扎根于市场，每天为推广公司产品，提升产品销售而忙碌着，他们的执行力特别强，公司要求怎么做，他们就会怎么做，功夫不负有心人，他们的努力，获得了回报，销售业绩直线上升。我们称这部分人为企业的“销售劳模”。很多企业，都奉行“以业绩论英雄”的用人标准，很多区域经理，都是从这些销售业绩突出，企业的销售劳模中提拔产生的。从“销售劳模”中产生的区域经理，对企业来讲，不是一件坏事情。“销售劳模”上任后，

在对下属销售员的管理过程中，一则不会有架子，很容易的能够与下属打成一片，能快速形成销售团队凝聚力；二则，他们会将自己的实干作风带到销售团队中来，感染团队其他成员，使整个团队形成实干的风气与文化；三则，他们如果下属有问题时或者下属的市场有问题时，他们会第一个冲到市场的前面，去亲自帮助下属解决问题。但是“销售劳模”提拔上来的区域经理，也会带来一些麻烦，特别的新上任的区域经理。一则他们的大部分时间可能都花在解决具体的问题上，可能是某个客户投诉，或者某个市场窜货冲击市场，或者某个客户心态不好，要去调整，而对销售体系的建设，预防性问题的管理比较薄弱；二则过度的强调和放大自己的能力，忽略、压制下属主观能动性、积极性和运作能力；三则不善于整合和调动资源，不善于借力，什么事情都要亲力亲为，最终使得自己一身疲惫，而整体销售效果不理想；四则销售员的作用与价值发挥不到最大化水平，区域经理什么事情都要管，都要抓，会使销售员的作用与价值越来越小，不能发挥其真实水平，销售员的能力也无法得以快速提升，甚至很多销售员找不到平台，得不到客户认可，最终跳槽走人了。既然如此，那“销售劳模”提拔为区域经理后，该如何定位呢？区域经理新上任的第一件事情，就应该明白公司赋予自己的使命带领销售团队，共同实现公司下达的各项销售目标。一般公司交给区域经理可能是由几个销售员组成的一个销售团队，公司下达的销售目标可能也是一个整体的销售目标。这个时候，区域经理就是思考如何去激励和调动销售团队成员，发挥最大潜能，以最大速度和最大限度的完成公司下达的销量、回款、市场占有率等各项销售指标。这个

时候的销售团队，就好象一支球队，去征服一场又一场的比赛，最终赢得冠军，区域经理就好比这支球队的教练一样，带领自己的销售团队去征服一个又一个市场，最终取得骄人的销售业绩。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)