

מכון ציגלמן

רחוב שבדיה 27, חיפה 34980, טלפון: 04) 825 7966, פקס: 04) 825 5434
דואר אלקטרוני: info@ziegelman.co.il, אתר אינטרנט: www.ziegelman.co.il

על ההבדלים בין תועמלן לאיש מכירות
התועמלן הוא אחיו המשכיל והסולידי של איש המכירות. מה זה תועמלן, ומהם ההבדלים?

מאת ישראל ציגלמן

מוצרים רבים נמכרים מעסק אל עסק (B2B) ולכן ידועים בתור "מוצרי תעשייה". רכישתם ידועה בתור קניה ארגונית (Organizational Buying), קניה מוסדית (Institutional Buying) או קניה תעשייתית (Industrial Buying).

השוק למוצרים אלו מכונה לעתים בתור השוק העסקי (Business Market) להבדיל מהשוק למוצרי צריכה הידוע בתור השוק הקמעונאי (Retail Market). בין המוצרים הנמכרים בשוק העסקי יש קבוצה של מוצרים, שהם בפרט טכניים, אשר קודם למכירה שלהם ללקוח המשתמש בהם, צריך לשכנע גורם מקצועי נוסף כי הוא ימליץ לאותו לקוח לרכוש אותם. הגורם המקצועי הזה כותב את תיאור המוצר או שווה הערך של המוצר, במפרט הטכני, שאותו הוא מחבר עבור הלקוח.

כך, לדוגמה, במכירה של בלוקים לקבלן בנין, צריך לשכנע את מתכנן הבניה, במכירה של גופי תאורה ללקוח כמו בית מלון, צריך לשכנע את מתכנן התאורה, במכירה של ציוד למטבח מוסדי המותקן במלון, בבית סוהר או בפנימייה, יש לשכנע את המשרד המתכנן מטבחים כאלו, ולבסוף, במכירה של רשת אינטרקום לבית חולים, יש לשכנע את מתכנן התקשורת.

גם מכירה של שירותים מסוימים, המופנית כלפי השוק העסקי, דורשת שכנוע מקדים של גורם מקצועי אשר ימליץ עליהם, או אף יאשר את רכישתם, אצל אותו לקוח. כך, לדוגמה, מכירה של עבודת חקר שיווק, המכוונת ללקוח ארגוני, דורשת שכנוע מוקדם של משרד הפרסום שלו, מכירה של ביטוח ללקוח כזה, מחייבת שכנוע מוקדם של יועץ הביטוח שלו, ומכירה של שירות אבטחה דורשת שכנוע מוקדם של יועץ המיגון שלו. עבודת השכנוע הזו נעשית על ידי עובד המכונה תועמלן.

מיהו התועמלן אשר יעשה את עבודת השכנוע הזו? מהם כישוריו? מהו שכרו?

1. מיהו התועמלן אשר יעשה את עבודת השכנוע הזה?

התועמלן הוא עובד הכפוף, ברוב המקרים, למנהל המכירות. בדרך כלל, בארגון בו יש צוות של כששה עד עשרה אנשי מכירות, נמצא רק תועמלן אחד. הסיבה למספר הקטן יחסית של תועמלנים, בהשוואה למספרם של אנשי המכירות, היא כפולה: ראשית מספרם של משרדי התכנון אשר אליהם התועמלן מגיע לפגישות שכנוע, הוא הרבה יותר קטן מאשר מספרם של משתמשי הקצה, אליהם מגיעים אנשי המכירות.

שנית, תדירות הפגישות הנדרשת מעם התועמלן אצל משרדי התכנון, היא יותר נמוכה מאשר תדירות הפגישות הנדרשת מאת אנשי מכירות אצל לקוחותיהם, ובפרט אם אלו הם לקוחות קיימים (חוזרים) אשר נהוג לבקר אותם כל זמן מסוים. התועמלן פוגש את המתכננים הן דרך ביקורי במשרדיהם, והן בתור קבוצה, אחת לשנה או שנתיים בכנסים מקצועיים של האגודה שלהם, או בתערוכות מקצועיות. בנוסף לכך, התועמלן שולח להם דיוור ישיר בצורת מאמרים מקצועיים וקטלוגים של מוצריו.

2. מהם כישוריו של התועמלן?

אם כי התועמלן נדרש לשכנע את המתכננים, הרי הוא יכול להסתפק בכישורי מכירה חלקיים בלבד בהשוואה לאלו הנדרשים מאת איש המכירות שהוא עמיתו לעבודה. כך, לדוגמה, התועמלן לא נדרש להיות "חולה הגה" וגם לא "רעב" שהם שניים מבין הכישורים הרבים הנדרשים מאת איש המכירות. במקום זאת, התועמלן נדרש להיות משכיל יותר מאשר עמיתו איש המכירות. אצל האחרון, השכלת יתר אף נחשבת לחיסרון מכיוון שהיא מקשה על איש המכירות "לעגל פינות" כדי "לקחת" את העסקה.

ה"הנחה" הניתנת לתועמלן בכישורי המכירה שלו מוסברת בכך שהוא לא נדרש "לסגור" עסקה. במקום זאת, הוא צריך לשכנע את הגורם המקצועי, המשפיע על הלקוח, להמליץ על המוצר או השירות המיוצג על ידיו. בחלק מבין המקרים, ההמלצה הזו תאומץ בעסקה מסוימת, ואז היא גלויה לתועמלן, ובחלק אחר של המקרים, לא ידוע אצל אילו לקוחות ההמלצה הזו תאומץ, ואז היא לא גלויה לתועמלן.

3. מהו שכרו של התועמלן?

השכר של התועמלן הוא בדרך כלל, יותר נמוך מאשר שכרו של עמיתו איש המכירות. שכרו כולל בתוכו שכר בסיס חודשי ולעיתים גם עמלה חציונית או שנתית, המשולמת לו מתוך כלל המכירה שהושגה מאת אוכלוסיית הלקוחות אשר הם מושפעים מהגורמים המקצועיים אשר כלפיהם התועמלן הפעיל את מאמצי השכנוע שלו. בהשוואה לכך, השכר של איש המכירות כולל בתוכו, בדרך כלל, שכר בסיס קבוע ועוד עמלה המשולמת לו באופן מיידי, מכל עסקת מכירה שהוא השיג. כך קורה, כי התועמלן מסתפק בשכר ברוטו חודשי השווה לכשמונה אלפי שקלים בעוד אשר איש המכירות משיג שכר ברוטו חודשי גבוה יותר, השווה לכשניים עשר אלף שקלים.

שעות העבודה של התועמלן הן בדרך כלל יותר נוחות מאשר אלו של עמיתו, איש המכירות. התועמלן עובד בשעות עבודה רגילות, וחלקן אף במשרדו, בעוד שעמיתו איש המכירות עובד שעות ארוכות, מכיוון שהוא נדרש כל יום להגיע אל לקוחות שונים אשר אצל חלקם אין לו שליטה על זמן הפגישה אצל הלקוח, על משך הזמן שמוקדש לה ועל עומס התנועה בדרכו חזרה מן הלקוח לביתו. לאור זאת, תפקיד התועמלן מאויש בשיעור גבוה יותר של נשים מאשר תפקידו של איש המכירות, וגם היציבות של המחזיק בו, במקום עבודתו, היא גבוהה יותר מאשר זו של עמיתו, איש המכירות.

סיכום

לסיכום ניתן לומר, כי התועמלן הוא אחיו המשכיל והסולידי של איש המכירות. יש לתועמלן עבודה רגועה יותר מאשר זו של איש המכירות אך, הוא משתכר בגינה שכר שהוא יותר נמוך מאשר של אחיו, איש המכירות.

המאמר פורסם בפרומו בנובמבר 2007

הכותב הוא מנכ"ל מכון ציגלמן. ישראל הוא כלכלן, משפטן, מוסמך למינהל עסקים ומומחה לחקר שווקים. info@ziegelman.co.il