

Продажбите: НАЙ-ЧЕСТАТА ПРИЧИНА ЗА ФАЛИТ В МАЛКИЯ БИЗНЕС

СПОРЕД
ПРОУЧВАНЕ
СРЕДНОСТАТИС-
ТИЧЕСКИЯТ
ЖИВОТ НА
МАЛКИТЕ
ФИРМИ У НАС
Е ДО ТРИ
ГОДИНИ



Г-н Виктор Врански е управител на консултантска фирма Вижън Т ЕООД. Вижън Т ЕООД е специализирана в провеждане на тренинги, коучинг и консултиране в областта на мениджмънта и продажбите. Г-н Врански е заемал ръководни позиции във водещи международни компании в продължение на 17 години. Притежава дългогодишен експертен опит в консултирането и провеждането на тренинги в областта на продажбите за бизнес организации от различни браншове.

Малкият бизнес постоянно се сблъсква с различни предизвикателства. Практиката показва, че най-сериозното от тях са продажбите. Голяма част от хората, които започват собствен бизнес вярват, че щом имат добра продуктова концепция, това автоматично ще осигури успеха им. Практиката обаче показва, че наличието на добри продукти и услуги не осигурява автоматично успешно им реализиране на пазара.

Всеки бизнес има два полюса – единият е фирмата със своите продукти, а другият са потенциалните клиенти. За ефективната работа на бизнеса е необходимо да съществува устойчива връзка между тези два полюса, така че продуктите на фирмата да достигат до клиентите. Тази устойчива връзка се нарича „Продажби“.

Едно проучване в САЩ показва, че половината от новосъздадените фирми фалират преди изтичане на първата година от съществуването си. От останалата половина – 50% фалират до края на втората година от създаването си. Това означава, че в началото на третата година са останали само една четвърт от новосъздадените фирми. У нас данните сочат, че среднестатистическият живот на малките и средни фирми е до три години.

Липсата на достатъчни продажби е най-честата причина за фалити в малкия бизнес. Ниските продажби водят до недостатъчен финансов ресурс. В резултат на това разходите на фирмата стават по-големи от приходите. Ако тази ситуация продължи по-дълго време, неизбежно