

Directorii de vanzari au vazut cum bonusurile s-au injumatatit in anul crizei: Salariile au ramas la fel: 6.000 de euro in FMCG, farma sau retail

Salariile nete ale directorilor de vanzari nu au scazut anul trecut, insa bonusurile au inregistrat scaderi semnificative, cuprinse intre 20 si 50%, in conditiile in care angajatii de top din departamentele de vanzari nu si-au putut atinge targetul stabilit la inceputul anului.

Cel mai bine platiti directori de vanzari in 2009 au fost cei care lucreaza in domeniul bunurilor de larg consum - FMCG, care au avut salarii nete cuprinse intre 3.000 si 6.000 de euro, potrivit datelor centralizate de ZF pe baza informatiilor de la firme de recrutare, executive search si head-hunting.

"Salariile si veniturile totale sunt foarte diferite de la o firma la alta si difera chiar in interiorul aceleiasi firme, de la un angajat la altul, cu posturi identice. Asadar, cifrele trebuie privite cu multa circumspectie", spune

George Butunoiu, managing partner al firmei cu acelasi nume si unul din cei mai cunoscuti head-hunteri din piata.

El a precizat ca un director national de vanzari dintr-o firma care activeaza in domeniul FMCG poate castiga intre 4.000 si 6.000 de euro, la care se adauga bonusul, care variaza intre 30 si 60% din salariul de baza. In aceste conditii, veniturile executivilor din vanzari ar fi putut ajunge la valori cuprinse intre 5.200 si 9.600 de euro.

Potrivit datelor furnizate de Manpower, unul dintre jucatorii din top cinci pe piata de recrutare locala si filiala celei mai mari companii de leasing de personal din lume, salariul mediu net plus bonusurile castigate anul acesta de un director national de vanzari din FMCG i-au adus un venit de peste 4.700 de euro. In unele cazuri, veniturile nete ale directorilor de vanzari din companiile din industria bunurilor de larg consum sunt de 3.000 euro.

Angajatii de top din departamentele de vanzari ale companiilor care activeaza in domenii precum farma, retail sau bancar au fost destul de bine remunerati fata de colegii lor din alte industrii, cum sunt cea hoteliera, real estate sau auto. Astfel, un director de vanzari din cadrul unei companii din retail castiga peste 4.000 de euro lunar, in timp ce intr-o banca pentru aceeasi pozitie se porneste de la un castig mediu net de 3.000 de euro.

"Nu toate firmele din retail au o pozitie care se numeste director de vanzari, insa in cele care exista, angajatii au activitati mult mai apropiate de cele ale directorilor de operatii din alte firme. Ei castiga, in medie, salarii cuprinse intre 4.000 si 5.000 de euro, plus bonusurile de 20- 30%", mai spune Butunoiu. Astfel, veniturile nete ale directorilor de vanzari din companiile de retail au fost cuprinse intre 4.800 si maxim 6.500 de euro.

Castiguri salariale mai mici au directorii de vanzari din sectorul auto sau hotelier, unde se castiga, in medie, 2.000 de euro pe luna pentru aceasta pozitie. "Pachetul salarial a scazut in toate industriile prin prisma comisionului din vanzari cu aproape 20%, pentru ca tintele de vanzari fie nu au putut fi atinse, fie au fost redimensionate si astfel a scazut si valoarea comisionului", spune Daniela Necefor, managing partner la firma de executive search Total Business Solutions (TBS).

In domeniul auto, unul din cele mai afectate de criza economica, un director de vanzari regional care coordoneaza activitatea companiei din doua sau mai multe tari este mai bine platit decat un director national in acelasi departament. Astfel, un director regional de vanzari auto poate castiga aproape 2.400 de euro pe luna, cu 500 de euro mai mult decat un director national de vanzari.

In ceea ce priveste salariile sefilor din de parta mentele de vanzari din firmele de IT sau telecom, ele sunt, in medie, de 3.000 de euro pe luna, insa bonusurile sunt ceva mai mari decat in celelalte domenii, variind intre 60 si chiar 100% din salariul de baza, ceea ce inseamna ca veniturile lor s-ar ridica la valori cuprinse intre 4.800 si 6.000 de euro net lunar.

Cum motivezi angajatii din vanzari

Joburile din vanzari creeaza un mediu extrem de competitiv pentru angajati, ceea ce-i face pe o parte din managerii de vanzari sa foloseasca acest avantaj pentru a creste veniturile si profitul companiei.

Sefii departamentelor de vanzari folosesc diferite strategii pentru a-si motiva angajatii. O practica destul de folosita este crearea de tinte de vanzari colective si individuale lunare, pentru a-i determina pe angajati sa munceasca mai mult. Totodata, se consolideaza si spiritul de echipa in randul angajatilor, pentru ca rezultatele bune ale unuia pot aduce recompense intregii echipe.

Unul din cele mai importante lucruri de care managerii de vanzari trebuie sa tina cont atunci cand isi recompenseaza angajatii este acela ca vanzatorii sa cunoasca foarte bine produsul sau serviciul pe care il vand si sa aiba incredere in beneficiile acestuia, pentru a-i face pe clienti sa cumpere.

Pe langa bonusuri, angajatii din vanzari au parte si de beneficii non-financiare oferite de angajatori cum sunt programele de training, seminarii, echipament de serviciu sau telefon si masina. Totodata, numai 28% din companiile locale au mentinut anul trecut bugetele de training pentru angajatii din vanzari, arata un studiu realizat anul trecut de firma de training Accelera, pe un esantion de 200 de companii locale.

Situatia s-a schimbat fata de anii trecuti, cand nu lipsa resurselor era problema, ci mai degraba teama managerilor de a investi in angajati care plecau dupa sase luni intr-o alta companie pentru ca primeau un salariu cu 20-30% mai mare, fluctuatia de personal ajungand si pana la 80%.

Top managerii si-au impartit salariile cu vanzatorii

Una din tendintele pe care angajatorii le-au intalnit in perioadele dificile este de a folosi resursele pentru a recompensa mai mult angajatii care aduc venituri in companie, adica echipele din vanzari. De aceea, angajatii din top management au resimtit din plin anul trecut cum au fost nevoiti sa isi imparta salariile sau bonusurile cu vanzatorii, arata un studiu Mercer realizat pe un esantion de 75 de multinationale, care au 3,5 milioane de angajati la nivel global.

Numai 45% din angajatii chestionati sustin ca in cadrul companiilor pentru care lucreaza s-au inghetat salariile pentru echipele de vanzari, iar 36% au oprit cresterile salariale pentru angajatii din productie sau servicii.

Pe de alta parte, sase din zece firme au inghetat salariile executivilor de top, iar mai mult de jumatate au facut acelasi lucru pentru angajatii din senior management.