**Przemysł: w jaki sposób zbudować wizerunek handlowca?**

**Przemysł to branża, w której cały czas są poszukiwani pracownicy: od osób wykonujących zadania na produkcji, poprzez pracowników działu administracji, po handlowców. By dobrze sprzedawać, należy nie tylko znać odpowiednie techniki, ale także nastroje konsumentów i uwarunkowania gospodarcze danego regionu. W jaki sposób zbudować wizerunek handlowca? O tym poniżej.**

Jak podaje Główny Urząd Statystyczny, sytuacja polskiego przemysłu nie wygląda najlepiej. W lipcu bieżącego roku produkcja spadła o 2,7 proc. rok do roku, a w porównaniu do poprzedniego miesiąca spadek wynosi 8,5 proc. Wzrosły natomiast płace w tym sektorze – o 10,4 proc. rok do roku, a także zatrudnienie – o 0,1 proc. Dlaczego spadła produkcja? Na pewno ma na to wpływ sezonowość, a także nastroje konsumenckie i ceny np. gazu czy węgla. Osoby, które są zatrudnione w tak szerokim sektorze, jakim jest przemysł, powinny zadbać o swój wizerunek. Dlaczego? Jeśli sytuacja na rynku nie poprawi się, to firmy z branży będą redukować zatrudnienie. W jaki sposób handlowiec może zbudować swój wizerunek, aby stanowić cenny zasób i uniknąć zwolnienia? Oto kilka przykładów działań.

**Zbuduj markę osobistą**

Dobry handlowiec powinien posiadać silną markę osobistą. Niezależnie od tego, czy sprzedaje produkty z branży FMCG, czy chemicznej – potencjalni kontrahenci muszą wiedzieć, że mają do czynienia z profrsjonalistą.

 *– Budowanie marki osobistej w dzisiejszym świecie biznesu to kluczowy element sukcesu. W erze mediów społecznościowych i cyfrowego środowiska, sposób, w jaki jesteśmy postrzegani, ma ogromne znaczenie dla kariery zawodowej* – wyjaśnia Sebastian Kopiej, prezes Zarządu agencji PR Commplace. – *Od czego zacząć budowanie marki osobistej? Na początku warto wykonać analizę i zdefiniować, do kogo chcemy trafiać z przekazem. Mając na uwadze rozwój środowiska online, warto posiadać profil na LinkedIn i regularnie umieszczać na nim wartościowe treści i eksperckie wypowiedzi.*

W budowaniu marki osobistej pomaga także udział w konferencjach branżowych. To również doskonała okazja do networkingu, a tym samym poszerzania kontaktów w branży.

**Rozwijaj umiejętności interpersonalne**

Aby budować markę osobistą, a także wizerunek dobrego handlowca, niezbędne jest rozwijanie umiejętności miękkich, takich jak umiejętność rozmowy z drugim człowiekiem, empatia oraz odporność na stres. Dobrzy handlowcy nadal są pożądani na rynku, bowiem aż 70 proc. pracodawców handlu hurtowego i detalicznego wskazuje, że ma problem z pozyskaniem talentów. Tak wynika z badania Manpower „Niedobór Talentów”. A jakie cechy handlowców są najbardziej pożądane? To kolejno: odporność na stres, umiejętność adaptacji do zmiennego środowiska pracy, rzetelność, dyscyplina, kreatywność, analiza, krytyczne myślenie i umiejętność rozwiązywania problemów. Mając to na uwadze, warto zadbać o swój rozwój w tych obszarach.

**Postaw na skuteczność i szkolenia**

Co może przekonać firmy do pracy z handlowcem? Jego wyniki. W tym zawodzie niezwykle ważna jest skuteczność sprzedaży. Handlowiec powinien zatem informować np. za pomocą social mediów o swoich sukcesach. Ważne jest ciągle doszkalanie. Obecnie na rynku pojawiają się nowe narzędzia, które wspierają sprzedaż, a także analizę danych. Ci, którzy potrafią z nich korzystać, z pewnością są na wygranej pozycji.

Podsumowując, aby zbudować mocny wizerunek handlowca w przemyśle, warto skupić się na kilku kluczowych aspektach. Po pierwsze, należy inwestować w rozwijanie wiedzy i kompetencji zawodowych, aby być ekspertem w swojej dziedzinie. Po drugie, niezbędne jest zachowanie profesjonalizmu, etyki oraz dbanie o dobre relacje z klientami i partnerami biznesowymi. Umiejętności interpersonalne, takie jak komunikacja i empatia, również odgrywają istotną rolę.

Ważne jest także dostarczanie wartości klientom i osiąganie celów, co pozytywnie wpływa na postrzeganie handlowca. Całość powinna opierać się na kierowaniu się wysokimi standardami etycznymi oraz skupieniu na długotrwałych relacjach biznesowych.