

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ

В настоящее время нет единого подхода к определению понятия «управление продажами». Его рассматривают, во-первых, с точки зрения управления сотрудниками, в обязанности которых входит непосредственное осуществление продаж, а во-вторых, как управление каналами продаж, в том числе автоматизация процессов взаимодействия с клиентами [1]. Управление продажами авторы рассматривают как: многоэтапный процесс, который должен включать в себя планирование, организацию продаж и их мотивацию, постоянный контроль за уровнем продаж (И. Н. Кузнецов); управление работой сотрудников отдела продаж, а точнее, их активностью (В. Вертоградцев) [2].

Управление продажами было рассмотрено на примере ООО «Овернокс», которое занимается оптовой торговлей автомобильными деталями, узлами и принадлежностями для автомобилей. Были сделаны выводы:

- директор вместе с заместителем директора по информационным технологиям отвечает за организацию работы менеджеров; разрабатывает стратегию продаж и планы действий; контролирует достижение целей; участвует в принятии решений по расширению ассортимента услуг и ценообразованию; отслеживает работу водителей. Бухгалтер также может участвовать в данных мероприятиях;

- менеджеры по продажам занимаются активным продвижением услуг компании; активно ищут новых клиентов и поддерживают отношения с существующими; консультируют клиентов по вопросам, связанным с услугами; оформляют договоры на оказание услуг;

- ведущий программист в соответствии с указаниями заместителя директора составляет техническое задание для программистов. Чаще всего техническое задание заключается в обновлении информации на собственном сайте организации, расположенном по адресу <https://avtodetali.biz/>;

- водители участвуют в доставке товара до пунктов назначения.

Такая структура позволяет обеспечивать эффективность работы отдела продаж и достижение поставленных целей, однако она имеет свои недостатки в недостаточности автоматизации процесса. Менеджеры по продажам ответственны за направление клиентов на оказание услуг, а водители — за своевременное поступление товара покупателям.

Рекомендуем внедрение в ООО «Овернокс» автоматизированной системы управления взаимоотношениями с клиентами, которая поможет структурировать работу всей организации и обеспечит упро-

щение контроля на всех уровнях. CRM-система «Битрикс24» позволит сократить как время, так и средства для проведения анализа системы управления продажами организации.

Менеджеры по продажам работают с фиксированным окладом, поэтому для их мотивации предполагается использовать следующую систему: зарплата будет состоять из трех частей (постоянная часть, переменная часть, бонусы).

Таким образом, предлагаемые мероприятия будут способствовать повышению эффективности системы управления продажами организации.

Источники

1. *Лукич, Р.* Управление отделом продаж. Инструменты эффективного менеджера / Р. Лукич. — М. : Манн, 2017. — 275 с.

2. Управление продажами: истоки, сущность, подходы [Электронный ресурс] // КиберЛенинка. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-prodazhami-istoki-suschnost-podhody/viewer>. — Дата доступа: 21.11.2023.