

На данном этапе рынок CRM в Беларуси развивается постепенно: CRM-системы внедряют у себя банки, магазины, государственные и некоммерческие организации. К внедрению CRM системы одновременно приходят как крупные компании, так и небольшие, имеющие в штате одного или двух специалистов по продажам и маркетингу. Однако пока в Беларуси далеко не все компании используют CRM-систему или ее аналоги в работе отдела продаж. Более того, многие бизнесмены даже не подозревают о существовании информационных систем по управлению отношениями с клиентами.

Таким образом, применение CRM-системы при взаимодействии с клиентами является необходимостью для любой компании, так как оно позволяет обеспечивать повышение качества обслуживания клиентов, уменьшает трудозатраты на сопровождение, освобождает сотрудников от рутинной работы и повышает повторные продажи.

<http://edoc.bseu.by>

Е.Г. Крут

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Л.С. Клименча

(канд. экон. наук, доцент)

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Бизнес в сфере торговли не может развиваться, если качество торгового обслуживания покупателей на низком уровне. Ежедневно видны примеры торговых организаций с хорошим сервисом, которые не только устойчиво держатся на рынке, но и имеют положительную динамику показателей деятельности. Прочие же или с трудом удерживаются на рынке, или плавно приходят к банкротству. Каждый из нас хотя бы раз сталкивался с непрофессиональным клиентским сервисом, поэтому нам прекрасно известно, что значит для торгового бизнеса разочарованный покупатель. В то же время отличная работа отдела обслуживания клиентов может «творить чудеса», делая клиентов довольными и преданными вашей организации, а часто превращая их в лояльных покупателей. Для решения этой проблемы в ОАО «ЦУМ Минск» разработаны Стандарты обслуживания покупателей. Предметом Стандартов являются основные требования к текущей трудовой деятельности персонала, осуществляющего непосредственное обслуживание покупателей на торговых площадях организации. Стандарты являются неотъемлемой и обязательной для исполнения персоналом частью корпоративной культуры. Стандарты регламентируют действия торгового персонала в ходе исполнения ими своих должностных обязанностей и позволяют торговой организации привлечь и удержать как можно большее количество покупателей.

Основные проблемы:

- сложность стандартов — иногда стандарт представляет собой большой перечень различных предписаний и запретов;

- избыточность стандартов и «оторванность от практики» старательно задаваемый консультантом вопрос носит стандартизированный характер;

- сложность контроля — систематическое проведение «тайного покупателя» стоит дорого, а точечный контроль дает неполную картину.

Для повышения качества обслуживания покупателей разработан корпоративный портал с обучающими модулями. Задачами внедрения корпоративного портала являются нижеприведенные:

- повышение эффективности работы сотрудников;

- обеспечение совместной работы над повышением сервисного обслуживания покупателей;

- снижение затрат компании благодаря централизации и унификации доступа сотрудников к информационным службам предприятия, легкости сопровождения и модернизации;

- создание единой платформы для развития ОАО «ЦУМ Минск».

Также сотрудники ОАО «ЦУМ Минск» посещают обучающие семинары и тренинги, после которых сдаются проверочные тесты. Таким образом, в ОАО «ЦУМ Минск» постоянно ведется работа по повышению качества обслуживания покупателей и тем самым повышению клиентоориентированности организации.

Список использованных источников

1. *Тананушко, Н.* Методика «тайный покупатель» как средство повышения эффективности функционирования организаций торговли / Н. Тананушко, А. Гончарова, А. Ерчак // *Гермес.* — 2017. — № 10. — С. 41–43.

А.М. Лось

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.Б. Тимошенко

(канд. экон. наук, доцент)

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Евразийская экономическая интеграция уже на протяжении многих лет является достаточно актуальной темой в развитии новых постсоветских государств. ЕАЭС положил начало деятельности нового интеграционного образования в пределах территорий бывшего СССР. В качестве цели такого объединения государствами — членами союза было определено: укрепление экономики государств — членов ЕАЭС и обеспечение их гармоничного развития и сближения, а также гарантия устойчивого роста деловой активности и т.д. Качественные и количе-