

**«Осветить темную комнату бизнеса»
Внедрение методики контроля и оценки
персонала отдела продаж**

ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА

Ретивых Сергей Николаевич – директор компании «АСУ XXI век», ведущий консультант по внедрению информационных систем.

Варзунов Андрей Викторович – консультант по внедрению информационных систем компании «АСУ XXI век».

1. Как работает предприятие?
 - 1.1. Front-office: продажи, маркетинг, сервис, работа с клиентом;
 - 1.2. Почему важно наладить работу front-office?
2. «Традиционный» отдел продаж – где тонко, там и рвется:
 - 2.1. Слабые места в организации работы отдела продаж: нет регламентов работы и правил поведения, должностных инструкций, системности в действиях сотрудников;
 - 2.2. Компания работает со всеми подряд, отсутствует обоснованное знание и понимание, кто является целевыми клиентами компании; критериев выбора клиентов не существует;
 - 2.3. Работа менеджеров по продажам скрыта от руководителя, начальника отдела продаж, в «измерении» эффективности используются поверхностные, очевидные оценки;
 - 2.4. Почему отдел продаж – темная комната? (непрозрачность, бессистемность, низкая прогнозируемость, слабая контролируемость и управляемость работы);
3. Создание регулярной системы управления отделом продаж – методика «Бриллиантовые продажи»:
 - 3.1. Четкая структуризация и регламентация бизнес-процессов;
 - 3.2. Выделение формализованных этапов в бизнес-процессах;
 - 3.3. Однозначное определение правил перехода с этапа на этап;
 - 3.4. Определение полномочий и обязанностей сотрудников, разработка должностных инструкций для каждой должности;
 - 3.5. Разработка системы ключевых показателей;
4. Воронка продаж – ключевой инструмент оценки работы отдела продаж:
 - 4.1. Что показывает воронка продаж?
 - 4.2. Эталонная воронка;
 - 4.3. Воронка продаж и динамике;
 - 4.4. Воронка продаж в динамике;

5. Специализированное программное обеспечение для отдела продаж:
 - 5.1. Перенесение принципов регулярного управления отделом продаж в программное обеспечение;
 - 5.2. Перенесение шаблонов бизнес-процессов с «бумаги» в программу: программное обеспечение «ведет» сотрудника по бизнес-процессу, «подсказывает» очередной шаг;
 - 5.3. «Тайное всегда становится явным». Что будет, если сотрудник нарушит бизнес-процесс;
 - 5.4. Единая клиентская база;
6. Преимущества методики:
 - 6.1. Прозрачность и системность работы;
 - 6.2. Механизмы прогнозирования работы отдела продаж;
 - 6.3. Повышение контролируемости и управляемости;
 - 6.4. Повышение эффективности работы отдела продаж – до 44%;
7. Внедрение методики:
 - 7.1. Обследование предприятия;
 - 7.2. Настройка, установка программного обеспечения и ввод в эксплуатацию;
 - 7.3. Обучение сотрудников, опытная эксплуатация;
 - 7.4. Перевод в промышленную эксплуатацию и сопровождение;
8. Истории успеха и неудач:
 - 8.1. Страхи и опасения руководства компании и персонала;
 - 8.2. Сквозь тернии к звездам.