

## zarządzanie sprzedażą

### Zarządzanie sprzedażą

Czynniki zmiany związane z klientami, konsumentami, środowiskiem, strategiami firm i wyzwaniem sprawności wywierają ciągłą presję na działach sprzedaży. Zmianom ulegają między innymi potrzeby klientów, siła konkurencji czy fluktuacje gospodarcze. W tym samym czasie firmy dążą do osiągnięcia wyznaczonych celów wzrostu i aby zyskać przewagę konkurencyjną tworzą nowe organizacje sprzedaży oraz dokonują krytycznej oceny obecnie istniejących struktur. Działania Apero Commerce w tym obszarze obejmują:

- optymalizację sprzedaży
- audyty handlowe

### Optymalizacja sprzedaży

Planując i realizując procesy optymalizacyjne pomagamy naszym Klientom:

1. szybciej się rozwijać
2. eliminować z procesu sprzedaży &bdquo;zakłócenia&rdquo; i elementy zbędne
3. poprawiać rentowność prowadzonych działań handlowych
4. skuteczniej wykorzystywać posiadane zasoby

Procesom optymalizacyjnym podlegają:

- aktualna strategia sprzedaży oraz strategia dojścia do rynku
- struktura, wielkość oraz obszary sprzedaży
- relacje z klientami kluczowymi
- systemy cen sprzedaży
- koszty działu sprzedaży
- sprawność działu sprzedaży (analiza skuteczności i produktywności)
- rentowność klientów (analiza za pomocą modeli RFM i CLV)
- poziom satysfakcji pracowników działu sprzedaży
- poziom satysfakcji klientów

### Audyty handlowe

Audyty działalności handlowej pozwalają na ocenę aktualnej sytuacji sprzedażowej firmy. W ramach Audytu Handlowego analizujemy:

1. Zasoby wewnętrzne:

- struktura organizacyjna działu handlowego
- system kontroli i rozliczania z realizacji zadań
- koszty związane z poszczególnymi pracownikami
- system wynagrodzeń poziom kompetencji pracowników
- formy oceny personelu działu handlowego

2. Zasoby zewnętrzne:

- klienci firmy
- organizacja sprzedaży
- system dystrybucji produktów
- polityka promocji sprzedaży

Etapy Audytu Handlowego:

Etap I:

Analiza i ocena sytuacji obecnej w firmie.

Etap II:

Opracowanie programu poprawy efektywności działu handlowego dostosowanego do aktualnej strategii firmy.

Program poprawy efektywności zawiera gotowe do wdrożenia a wcześniej zaakceptowane przez Klienta:

- schemat struktury organizacyjnej działu handlowego wraz z opisem stanowisk pracy
- manuale sprzedażowe dla nowych i obecnych pracowników zawierające obowiązujące w firmie normy i procedury sprzedażowe
- schemat kanałów marketingu i sprzedaży zapewniający efektywną dystrybucję
- procedury i standardy raportowania pozwalające na ścisłe rozliczanie pracowników działów zarówno z efektów pracy jak i kosztów przez nich ponoszonych
- system wynagrodzeń pracowników działu handlowego
- procedury i standardy oceny okresowej pracy pracowników działu handlowego
- programy szkoleń pracowników działu handlowego dostosowane do indywidualnych potrzeb każdego z nich

Etap III:

Nadzór nad prawidłowym przebiegiem procesu wdrożenia rozwiązań zaproponowanych i zaakceptowanych przez Klienta.