

فروش و مارکتینگ

۲- مدیریت فروش

اگر می خواهید بدانید مدیریت فروش در شرکت شما به نحو موثر و صحیحی انجام می شود، از این چک لیست استفاده کنید.

آ: مدیریت تیم فروش

- داشتن نظام ارزیابی عملکرد تیم فروش
- داشتن سیستم های انگیزشی و نگهداشت تیم فروش
- ارزیابی ماهانه از نیروهای فروش
- تحلیل نسبت فروش به تعداد پرسنل فروش
- اطمینان از آموزش و بازآموزی تیم فروش
- اطمینان از ارتباطات منظم تیم فروش با شبکه توزیع
- اطمینان از مدیریت دانش فروش
- مستند سازی مذاکرات فروش
- سازمان دهی صحیح تیم فروش (بر اساس جغرافیا، محصول، نوع مشتریان و...)
- تناسب شرایط احراز نیروهای فروش با شغل آنها
- آگاهی کامل تیم فروش از محصولات رقبا و برتری های نسبی محصولات شرکت نسبت به

رقبا

- دادن بازخورد فروشندگان نسبت به محصول و شرایط فروش به رده های مختلف سازمان.
- شفافیت در تعریف اهداف کوتاه مدت و بلندمدت برای هر فروشنده.
- ارزیابی رضایت شغلی تیم فروش و کاهش نرخ ترک شغل.
- طراحی مسیر شغلی (Career Path) برای نیروهای فروش.

ب: برنامه ریزی

- برنامه ریزی فعالیت های ماهانه و روزانه تیم فروش
- مدیریت فروش های اینترنتی و تحلیل تاثیر آن بر فروش نمایندگی ها
- ارائه برنامه فروش به صورت سالانه فصلی و ماهانه
- داشتن برنامه عملیاتی برای افزایش فروش محصولات جامانده از هدف فروش

- اطلاع از میزان فروش رقبا
- بررسی تاثیر کاهش/افزایش پرسنل فروش بر میزان فروش.
- استفاده از پیش‌بینی‌های مبتنی بر داده. (Data-Driven Forecasting)
- طراحی کمپین‌های فروش کوتاه‌مدت برای تحریک تقاضا در زمان رکود.

پ: گزارش گیری و گزارش دهی

- اطلاع و رصد سهم بازار شرکت و رقبا
- اطلاعات به روز از میزان تحقق فروش به تفکیک جغرافیایی، تیم فروش، رده محصولی و ...
- مقیاس بندی مشتریان به درستی انجام شده و به تناوب راست آزمایی شود
- گزارش عملکرد فروشندگان به تفکیک حجم فروش، اندازه فروشگاه، میزان خرید، تناوب خرید و ...

□ امکان تهیه گزارش های فروش بر اساس مولفه های زیر

فروش کلی	فروش بر اساس مناطق جغرافیایی	فروش بر اساس مشتری	فروش بر اساس محصول
فروش سالانه	به تفکیک منطقه، استان و شهرستان	گروه های مشتریان	گروه های محصول
فروش ماهانه	درصد تحقق اهداف منطقه ای	مشتریان قدیم و جدید	کدهای محصول
متوسط میزان فروش	نیروی فروش منطقه ای	حجم خریده ها	در پروموشن ها
دوره های مقایسه ای		تکرار خریده ها	ضمايم و ملحقات محصول
...

- گزارش تفکیکی از میزان فروش از دست رفته
- گزارش تفکیکی از میزان کالای برگشتی
- گزارش تفکیکی از شاخصهای مالی نمایندگان
- تحلیل علل فروش از دست رفته و طراحی برنامه‌های بهبود.

ت: سایر موارد

- اطمینان از عملکرد صحیح سیستم پاسخگویی به شکایات مشتریان
- اطمینان از به روز بودن سیستم های نرم افزاری فروش
- تحلیل هزینه های فروش به کل فروش

- ❑ تحقق اهداف قيمت گذاري و نتايج مورد انتظار
- ❑ تحقق نرخ افزايش نمايندگي هاي فروش
- ❑ اطمينان از سطح مطلوب دانش محصول توسط فروشندگان
- ❑ سرکشی و نظارت بر نحوه نمايش محصول در فروشگاه ها از نظر جانمائي و نظافت
- ❑ فرهنگ استفاده از سيستم هاي ارتباط با مشتريان CRM
- ❑ همکاري هماهنگي و پيوسته با تيم هاي تحقيقات بازار ، مارکتينگ و ...
- ❑ اطلاع رسانی به موقع و عادلانه به مشتريان و شبکه توزيع
- ❑ اطمينان از انتقال درست اطلاعات محصول و مزايای محصول به فروشندگان و شبکه توزيع
- ❑ تحليل نقاط قوت و ضعف نمايندگان فروش.
- ❑ شناسايي فرصت هاي بهبود در فرآيند فروش.

ملاحظات استفاده از اين چک ليست

- ✓ براي تحليل تيم فروش از اين چک ليست استفاده کنيد.
- ✓ مسؤليت ها و برنامه ريزي هاي فوق بر عهده مدير فروش است، اگر مدير فروش شرکت زير بار تعهدات و وظيفه مربوطه نمی رود، اشتباه از شماست که ايشان را انتخاب کرديد. به دنبال مدير فروش جديد باشيد.
- ✓ برخي از موارد مربوط به واحد مارکتينگ يا CRM می باشد، اما از آنجا که برخي از سازمانها فاقد واحدهای مذکور هستند، به جهت اهميت موضوع، در اين چک ليست درج شده اند.
- ✓ می توان دسته بندي متفاوتی را براي فهرست کردن موارد ذکر شده ارائه کرد.
- ✓ به ياد داشته باشيد، در بسياري از موارد موفقيت تيم فروش وابسته به عملکرد کل سازمان شماست.
- ✓ از نرم افزارهاي مديريت فروش CRM براي بهبود کارايي استفاده کنيد.
- ✓ براي هر گزارش، شاخص هاي کلیدی عملکرد (KPIs) مشخص شود.

طراحی و تدوين:

مهدی ترکمان

مشاور برنڈسازی و توسعه کسب و کار