


регламент торгового представителя



Загрузок: 2867 Скорость: 1.43 Мб/с

СКАЧАТЬ

Рейтинг: ★★★★★
Автор: Clopper

Безопасно! Вирусов нет

В ❤️ 196 Нравится 100 Твитнуть G+1 50 95

161 комментарий В



Саша
Благодарочка за все!
1 минуту назад



Ангелина
Побольше бы таких сайтов.
1 минуту назад



Гриша
Первый раз тут, скорость загрузки радует, наличие файлов тоже!
1 минуту назад



Марина
Всем советую, качает быстро.
1 минуту назад



Леша
не поверил глазам, есть все. спасибо!
1 минуту назад



Оксана
Глупости говорят, что незаменимых не бывает, без этого сайта я бы пропала.
1 минуту назад

Желающих получить практические навыки разработки и внедрения стандартов работы торгового представителя приглашаем на семинар. К нам часто обращаются Клиенты и слушатели наших образовательных программ с вопросом, существуют ли стандарты поведения и работы торгового представителя. Считая, что тема актуальна и востребована, мы посчитали целесообразным представить некоторые рекомендуемые правила в данном разделе. Регламент времени торгового представителя - каким он должен быть? Этот вопрос задают себе не только торговые представители, но и начальники отделов продаж. Оговорюсь сразу, кого именно в статье я вкладываю в это понятие – «торговый представитель»: это люди, определенно добившиеся положительных результатов в области продаж, определившиеся с целями, достижения которых сопряжены с искусством продаж. Для них это профессия, и не на один год. Если коснуться темы «торговый представитель», то одним из часто встречающихся поисковых запросов в Сети остается «должностная инструкция торгового представителя». Понятно, отчего это происходит. Ситуация в «продажах» постоянно меняется: открываются новые компании, появляются новые подразделения, формируются группы торговых представителей.

1. ОСНОВНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ И ДОКУМЕНТООБОРОТ КРИТЕРИИ СТАНДАРТ Менеджер по маркетингу и торговым операциям обеспечивает требуемый уровень условий продаж продукции компании в точках розничной торговли на закрепленной за ним территории, соответственно ежемесячным Планам по Обороту и Планам по Фокус-группе, фиксирующим количественные показатели следующих критериев:

1. Присутствие ассортимента товара компании согласно Плану по Фокус-группе... РАЗДЕЛ ОПИСАНИЕ ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

1. Знание основных документов Торговый представитель обязан знать: "Стандарты работы торгового представителя", Должностную инструкцию, все необходимые формы (прайс-листы, сертификаты, ежедневные и периодические отчеты, и т.д.)

2. Знание продукта Торговый представитель обязан знать ассортимент продукции и правила хранения этих продуктов

3. Управление территорией Торговый представитель знает 100% точек, продающих кофейную продукцию на закрепленной территории... Успешность работы торгового представителя определяется многими факторами. Для удобства разделим их на три группы. Первая, это факторы, определяемые личностными особенностями человека. Вторая, это приобретенные им знания и навыки. Третья группа, это факторы, не зависящие от самого торгового представителя, а являющиеся следствием воздействия внешней среды. Вы являетесь носителем имиджа Фирмы Вы несете ответственность за репутацию Фирмы Каждый контакт для Вас является презентационным актом Фирмы. Ваш стиль общения формирует первичное впечатление об отношении Фирмы клиентам. Помните: ваш голос – это голос Фирмы. Ваши интонации – интонации организации, которую вы представляете. Ваш взгляд – олицетворяет ее отношение к клиенту. Поведение – стремление показать ваши намерения о длительном сотрудничестве.

1.1. Торговый представитель относится к категории технических исполнителей.

1.2. На должность торгового представителя назначается лицо, имеющее среднее профессиональное (экономическое) образование без предъявления требований к стажу работы или среднее профессиональное образование и специальную подготовку по установленной программе без предъявлений к стажу работы.

1.3. Назначение на должность торгового представителя и освобождение от нее производится приказом директора предприятия. Цель – обеспечить качественное покрытие территории путём составления эффективного маршрута торгового представителя и доставки. Принципы составления маршрута:

1. Ответственный за составление маршрута (например супервайзер) анализирует базу данных по клиентам по следующим критериям:

1.1. Объем продаж товара в рублях

1.2. Частота посещения торговой точки другими поставщиками

2. Супервайзер определяет размер средней продажи товара в рублях в неделю, исходя из следующих критериев:

2.1. Программа помогает построить эффективную систему работы торгового представителя, освоить необходимые навыки работы с тем, чтобы эффективнее достигать своих целей — плана по продажам, дистрибуции, доли на полке. Материал предельно практичен и отражает как опыт ведущих мировых торговых компаний, так и особенности местного рынка розницы.

Часть I. Характеристики оптового рынка

Рынок оптовой торговли претерпел за последние два года серьезные изменения. Каковы реалии сегодняшнего дня?