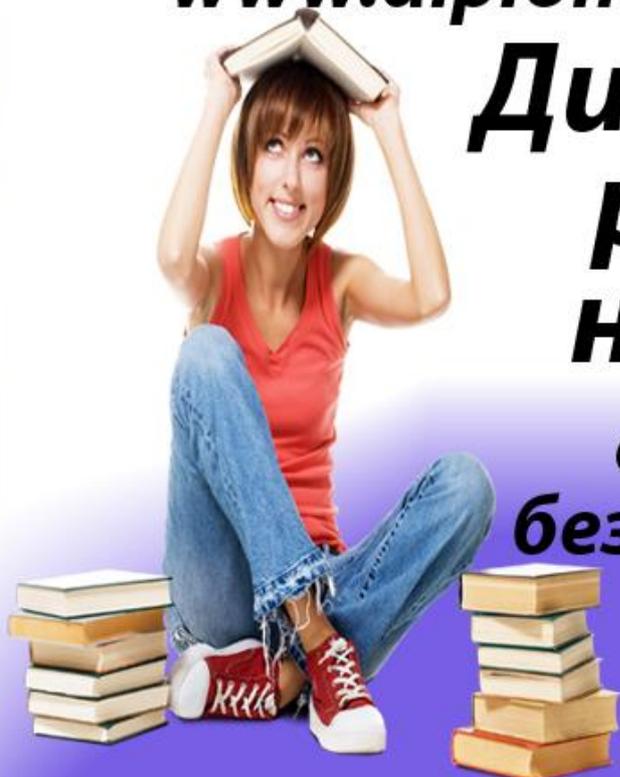


www.diplomstudent.net

Дипломные работы на заказ

**от автора
без предоплаты**



3.3 Предложения по повышению финансовой устойчивости ООО «ДВ Трейдинг»

Повысить финансовую устойчивость компании можно путем увеличения объемов продаж, снижения затрат и увеличения показателей прибыли. В первую очередь, является необходимым обеспечить рост продаж продукции компании ООО «ДВ Трейдинг». Реализацией продукции занимаются менеджеры отдела продаж компании, поэтому, основными мероприятиями следует считать: усиление продвижения продукции компании в социальных сетях сети Интернет; повышение лояльности работы с потребителями за счет внедрения CRM-системы; совершенствование техники холодных звонков с потребителями. Рассмотрим подробнее эти мероприятия.

1) Менеджерам по продажам оказывать дополнительные услуги по продвижению в различных интернет источниках. Это могут быть различные доски объявлений, написание статей в соответствующих рубриках, продвижение компании в социальных сетях(создание аккаунта в Инстаграмм, ВКонтакте, в Одноклассниках).

2) Повышение лояльности работы с потребителями за счет внедрения CRM-системы. Цифровым мозгом современного бизнеса являются CRM-системы – онлайн-платформы для управления отношениями с клиентами, а также организации продаж, маркетинга и клиентского сервиса. CRM-система жизненно необходима любому продвинутому бизнес-субъекту, работающему напрямую с клиентами и стремящемуся увеличивать число покупателей.

CRM предполагает собой комплекс решений, предназначенных для автоматизации и оптимизации стратегий взаимодействия с клиентами (сбор информации о них из разных источников, сохранение истории и тщательный анализ полученных данных на всех этапах взаимоотношения с покупателем). По сути, CRM-система – это специализированное программное обеспечение,

автоматизирующее все этапы продаж, подтягивающее аналитические данные, контролирующее клиентский сервис и работу менеджеров.

Основные функции CRM-систем:

- поддержание актуальной базы данных по контрагентам (клиентам, партнерам по бизнесу);

- систематическое сохранение полной информации по управлению продажами и финансами, а также истории сделок;

- регулирование тарифной политики;

- тотальная автоматизация бизнес-процессов в компании;

- обеспечение корректного документооборота;

- task-трекинг и тайм-менеджмент для сотрудников, автоматическая отчетность по выполненным задачам;

- повышение качества и эффективности работы менеджеров (упрощение рутинных операций по типу подготовки стандартных документов или электронной рассылки);

- качественная настройка инструментов маркетинга.

Благодаря применению CRM-системы у предприятия появляется возможность эффективно и с минимальным участием сотрудников учитывать индивидуальные потребности клиентов, а за счёт оперативности обработки данных- осуществлять раннее выявление возможных рисков и потенциальных возможностей для улучшения качества работы компании. В огромном разнообразии представленных сегодня платформ действительно нелегко выбрать надежную, функциональную и отвечающую всем требованиям CRM-систему. Однако, не стоит забывать о флагманах в CRM-индустрии – передовых системах, заполучивших высокие оценки как от специалистов интернет-маркетинга, так и от рядовых пользователей таких платформ. [23]

Таким образом, для компании жизненно необходимо внедрение программного продукта по работе с клиентами, согласно рейтинга,

представленного в сети Интернет, наиболее популярными системами являются: «Мегаплан», «Битрикс 24», «Простой бизнес» и другие, рисунок 20. [27]

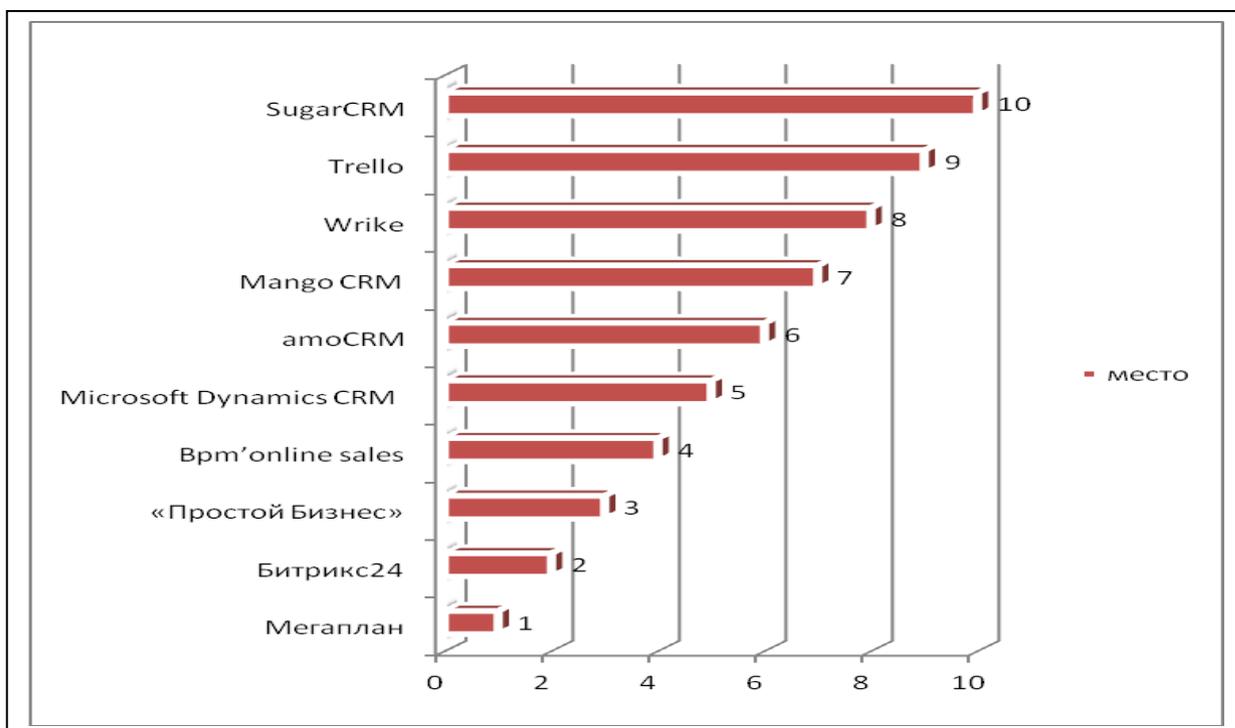


Рис.20. Рейтинг программных продуктов CRM-системы по данным на 2020г.

Основными базовыми модулями практически любой программы CRM-системы являются: контрагенты, задачи, заявки, договора, маркетинг, ремонт, счета, сообщения, долги, календарь и другие, рисунок 21.

Кроме базовых модулей в программных продуктах CRM-системы предусмотрены различные дополнительные модули, в частности: модуль автоматизации процесса «обзвона» клиентов, модуль «KPI - ключевые показатели эффективности и другие.



Рис.21. Базовые модули программных продуктов CRM

Модуль автоматизации процесса «обзвона» клиентов, позволяет менеджерам самостоятельно загружать в CRM базу клиентов в формате Excel, осуществлять звонки клиентам прямо из программы, а также автоматически отправлять коммерческие предложения потенциальным потребителям и создавать заявки. Благодаря модулю «Обзвона» в программном продукте CRM-системы стало возможным полностью выстроить трехуровневый отдел продаж: менеджеры 1 группы совершают «холодные» звонки, менеджеры 2 группы совершают «теплые» звонки, менеджеры 3 группы работают с текущими клиентами, рисунок 22.

3) Совершенствование технологии холодных звонков с потенциальными потребителями. Есть мнение, что холодный обзвон ничего не дает: люди бросают трубку, а онлайн-сервисы вытесняют телефонные продажи. Однако каждый из нас чуть ли не ежедневно получает холодные звонки от банков, клиник и фитнес-центров.

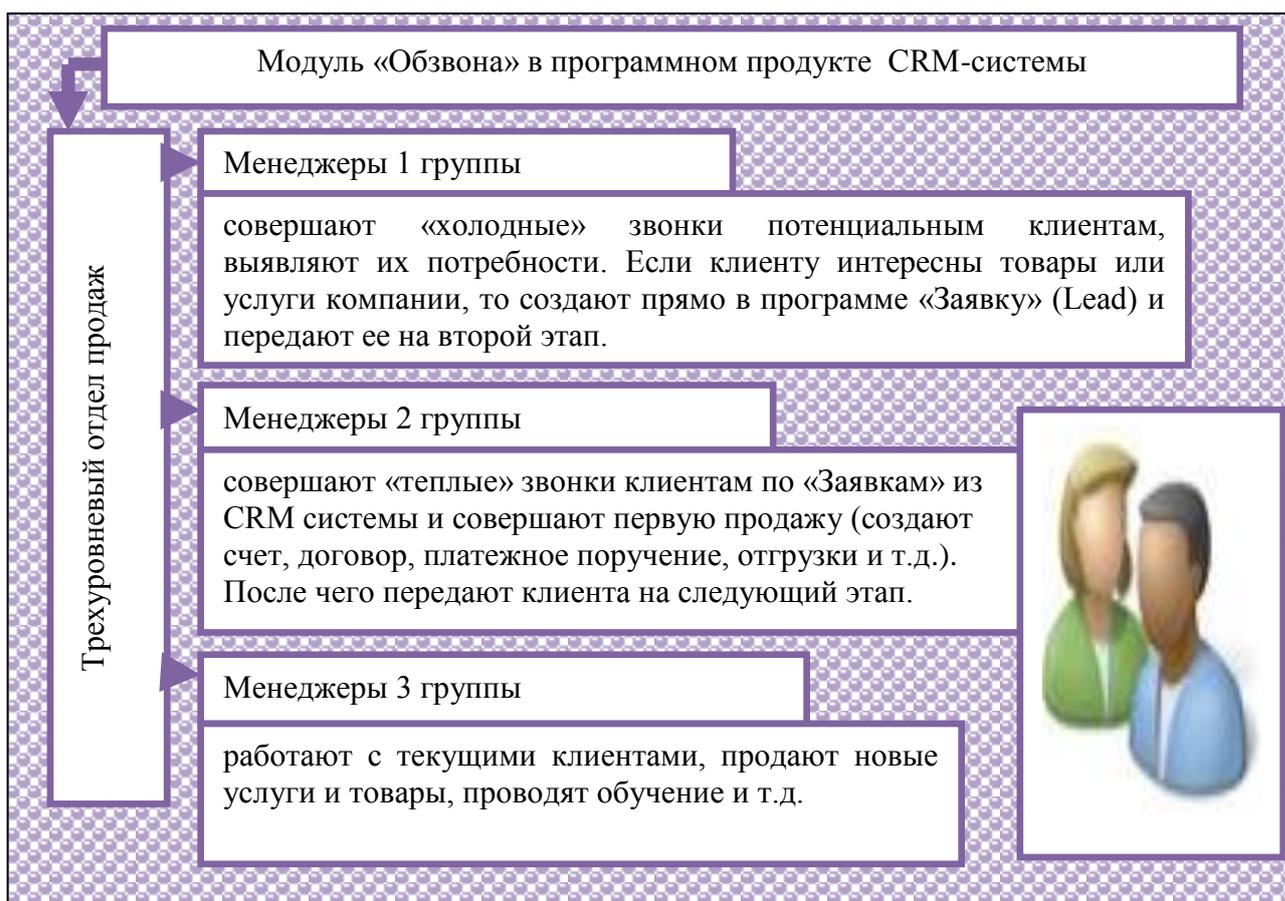


Рис. 22. Модуль «Обзвона» в программном продукте CRM-системы

Получается, что если компании все же прибегают к холодным звонкам, они являются эффективными. Большинство экспертов [21] приписывают методу продвижения с помощью холодных продаж- чуть ли не ведущую роль в привлечении клиентов. Однако, мнения экспертов в этой части вопроса все же разнятся. По их мнению, сами по себе холодные звонки могут быть как эффективными, так и бесполезными. Результат зависит от того, как компания пользуется этим инструментом. [21]

Рассмотрим, каким образом, можно повысить качество холодных звонков. Эксперты по холодным звонкам уверены, для успеха необходимы всего четыре составляющие: эффективные скрипты, хорошая подготовка менеджеров, регулярный контроль качества, CRM-система, которая объединит все перечисленное на одной платформе.

А) Составить скрипт.

Лучше придерживаться утвержденного сценария беседы. Если предусмотреть все пути развития разговора с клиентом, шанс провала сведется к минимуму.

Б) Подготовить менеджеров.

Сотрудник на обзвоне должен:

- быть открытым и общительным, уметь связывать слова в предложения;

- находить изобретательный подход к решению проблем;

- обладать стрессоустойчивостью и мотивацией, чтобы под конец рабочего дня сохранять вежливость;

- должен хорошо знать ваш продукт и выгоды, которые он несет клиенту.

В) Отслеживать результаты.

Необходимо вовремя отслеживать результаты работы, в частности:

- прослушивать разговоры менеджеров и оценивать каждый этап беседы - от приветствия до прощания.

- поставить менеджерам план по количеству новых контактов и следить, как они его выполняют. Человеку свойственно оттягивать ответственный момент до последнего. В бизнесе это бьет по прибыли.

- подсчитывать конверсию: соотношение успешно совершенных холодных звонков (когда контакту присвоен статус «Тёплый» или «Горячий») к общему количеству новых контактов.

Г) Использовать CRM-систему.

Об эффективности и необходимости данной системы было уже описано выше, здесь лишь отметим, что CRM-система позволит ставить планы сотрудникам по количеству обработанных заявок, закрытых сделок и т.д.; считать конверсию звонков, а также получать в режиме онлайн наглядные отчеты по другим бизнес-показателям; встроить скрипты звонков

прямо в карточку сделки в виде удобного чек-листа. При этом для каждого этапа сделки CRM будет отображать свой скрипт - так, чтобы менеджеру было легче сориентироваться и продвинуть клиента по воронке продаж.

Итак, выше были рассмотрены мероприятия, направленные на повышение финансовой устойчивости компании ООО «ДВ Трейдинг», ими являются: активное продвижение товаров компании в сети Интернет(на различных досках объявлений, а также в социальных сетях); внедрение программного продукта CRM-системы по работе с клиентами; улучшение работы с потребителями при помощи холодных звонков. Выше предложенные мероприятия, позволят компании увеличить объемы продаж, тем самым повысив показатели прибыли. Однако, на сколько именно возрастут продажи, сказать достаточно сложно, согласно разработчиков программных продуктов CRM-систем[23], после установки данного программного обеспечения, объемы продаж увеличиваются в среднем на 20% в год. Следовательно, будет обеспечен и рост прибыли, а так как компания сможет увеличивать прибыль, то часть финансовых ресурсов может быть направлено на увеличение собственных средств компании, снижения кредиторской задолженности, ускорения оборачиваемости оборотных средств и так далее. Все это положительно повлияет на финансовую устойчивость предприятия ООО «ДВ Трейдинг», но какими именно будут показатели финансовой устойчивости компании после проведения мероприятий, точно определить невозможно, так как это будет зависеть и от деятельности самих работников компании и от внешних факторов развития экономики, а в частности пищевой промышленности. Но можно с уверенностью сказать, что в любом случае, данные мероприятия дадут ощутимый эффект.

