

Управление продажами (Sales management)

Разделы: [Бизнес-задачи](#)

Управление продажами — это направление в менеджменте, связанное с выполнением тактических маркетинговых задач в области продажи товаров или услуг.

Менеджмент управления продажами выстраивается на следующих **основных элементах управленческой деятельности**:

- выявление целевых групп, на которых фокусируются продажи;
- определение стратегии и тактики работы с целевыми группами;
- формирование контрпредложения: разработка механизмов переключения клиентов конкурентов, определение тактики борьбы с оттоком клиентов, расширение спектра предложений, определение тактики работы с претензиями;
- формирование каналов распределения и продаж: определение эффективных каналов распределения с точки зрения наиболее интенсивного и эффективного распределения товаров;
- управление каналами продаж;
- стимулирование канала распределения (торговый маркетинг): планирование и реализация мероприятий по стимулированию распределения между участниками канала, методологическая поддержка продаж канала распределения;
- организация менеджмента продаж: формирование в компании структуры управления продажами, определение задач и функций структуры управления продажами;
- текущее управление продажами: планирование и контроль сотрудников, мотивация сотрудников, анализ их деятельности;
- управление экономикой продаж: расчет стоимости продаж, регулирование издержек на продажи;
- корректировка системы продаж — оценка и корректировка всей системы продаж (не реже одного раза в год).

Одним из инструментов управления продажами является анализ данных. Аналитические методы позволяют:

- сегментировать клиентов, выделять целевые группы (классификация, кластеризация);
- прогнозировать колебания рынка и изменения покупательского поведения (регрессионный анализ, нейронные сети);

- ранжировать продукты и клиентов компании по уровню их ценности для бизнеса (ABC и RFM);
- оптимизировать запасы.

С помощью решения Loginom Customer Segmentation есть возможность анализировать и отслеживать тенденции в поведении клиентов в динамике и предсказывать их действия на основе ключевых метрик.