

© **Астахов А. А., 2019**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В настоящее время в большинстве крупных российских организациях сотрудник коммерческого отдела занимающейся реализацией товаров или услуг называется менеджером по продажам. В его обязанности помимо продаж входит осуществления контроля отгрузки товара или качеством предоставляемой услуги. По-нашему мнению такой подход является ошибочным, менеджер по продажам должен продавать, привлекать новых клиентов, а не посвящать свое время на операционную деятельность.

В данной статье предлагается решением данной проблемы посредством найма в штат сотрудников помощника менеджера по продажам.

Ключевые слова: помощник менеджера по продажам, менеджер по продажам

На сегодняшний день конкуренция задает высокие требования к организациям и к их штату сотрудников. Однако, высококвалифицированный штат сотрудников не способен обеспечить динамическое развитие

организации, если в нем не налажено взаимодействие между сотрудниками.

Недаром в мире бизнеса бытует мнение, что рынки завоевывают не компании, а команды людей. Хорошо организованная командная работа и высокий профессионализм сотрудников является

необходимым фактором роста и развития организации. Исходя из этого, ребром встает вопрос, что не всем сотрудникам удастся найти общий язык со своими коллегами по команде.

Умение создавать команды и управлять ими, должно быть первым в списке компетенции современных руководителей, находящихся на разных уровнях управления.

Отдел продаж — это место где товар или услуга организации превращается в деньги и чем опытнее персонал, чем крепче деловые связи сотрудников, тем быстрее происходит оборачиваемость товаров. Боевой единицей отдела продаж является менеджер продаж, именно так называется должность человека, продающего товары или услуги в большинстве организаций. Как правило, в обязанности менеджера по продажам входит не только реализация товара, но и еще контроль процесса отгрузки, доставки товара, правильность заполнения реализационных документов, ведение

работа по расширению клиентской базы, работа над удержанием уже привлеченных покупателей. Вследствие чего менеджер по продажам вынужден тратить свое рабочее время на контроль текущих дел. Менеджер по продажам должен продавать, приводить в организацию новых клиентов. А для решения оперативных задач предлагается привлечь в штат нового сотрудника, который будет консультировать уже привлеченных клиентов менеджера и решать текущие задачи, возникающие в повседневной деятельности. Данная мера позволит освободить менеджера по продажам от рутинной офисной работы и даст дополнительное время для выполнения своих прямых обязанностей.

Иными словами, основной боевой единицей является уже не менеджер по продажам, а коллаборация менеджера по продажам и его помощника. При этом оценка эффективности их работы должна проводиться по следующей формуле:

$$\text{Эффективность работы} = \frac{\text{Результат деятельности команды}}{\text{Затраты на создание и управление}}$$

Необходимо отметить, тот факт, что менеджеру и оператору приходится работать в связке друг с другом. Следовательно, они зависимы от качества работы каждого из них в отдельности. Менеджеру будет выгоднее как можно быстрее обучить своего помощника специфике работы в той или иной сфере, что бы его помощник начал как можно быстрее и качественнее выполнять свои обязанности по обслуживанию клиентов и их удержанию в организации. В свою очередь помощник заинтересован в скором усвоении материала, для того что бы отпустить своего менеджера «в поля». Другими словами, создание такой рабочей группы позволит создать условия, где люди могут обмениваться своими профессиональными навыками и решать текущие задачи в более сжатые сроки.

На этапе формирования профессиональной команды продаж, необходимо точно определить, для каких целей она нужна, для достижения каких результатов (в какие сроки и с какими показателями эффективности). Необходимым условием эффективной работы команды является наличие общей цели. Наличие цели дает понимание ради чего команда существует и для чего человек трудится в ней. В нашем случае менеджер и его помощник имеют цель, совершить как можно большее число высокомаржинальных сделок. Также необходимо заранее определить проблемы эффективности продаж, определить, какие знания и умения сотрудников были бы полезны для их решения, продумать правила командной работы, выявить необходимые для работы роли и функции членов Команды, определить конкретные цели деятельности каждого.

Необходимо понимать, что процесс формирования рабочей команды — это не только

организационная разработка руководителя, посредством которой распределяются задачи и ответственность, но и разработка командообразования для эффективного достижения цели с наилучшими результатами с учётом специфики внешней и внутренней среды. Достижение поставленных целей в команде достигается не только за счёт профессионализма каждого члена команды, но и социальных показателей благоприятный социально-психологический климат в команде, взаимопонимание и поддержка, доверие и взаимообучение, согласие и взаимопомощь.

Командная работа в связке менеджер-помощник необходима для оперативного решения задач или нестандартных ситуаций, где менеджер и помощник имеют одинаковые взгляды на сложившуюся ситуацию и могут в паре разработать эффективный план действий на вызовы как внутренней, так и внешней среды. К тому же если принять во внимание, что работа идеального менеджера по продажам не привязана к офису, то доверию к своему помощнику должно быть на высоком уровне.

В данной статье была предложена идея по оптимизации работы отдела продаж путем добавления в него нового штатного сотрудника — помощника менеджера продаж и последующей их коллаборации. Предполагается, что при освобождении менеджера от операционной деятельности связанной с выполнением технических действий, направленных на правильность оформления отгрузки или предоставления того или иного товара, позволит увеличить продажи. Всю текущую работу с клиентами предполагается возложить на помощника менеджера. Также создание таких

групп позволяет сотрудникам быстро обмениваться профессиональными компетенциями. Однако, эффективное функционирование таких групп возможно только при наличии общей цели и общей мотивацией сотрудников, входящих в состав группы.■

1. Ефимова С. А. Коммерческая служба предприятия. Организация эффективной работы / С. А. Ефимова, А. П. Плотников. - М.: Дашков и Ко, Вест Кей, 2016. - 272 с.

2. Захарова Ю. А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж / Ю. А. Захарова. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 136 с.more-v-avguste (Дата обращения: 28.12.2017)

3. Киндер Джек Азбука успешных продаж / Джек Киндер Гэри Киндер. - М.: Попурри, 2016. - 288 с.

4. Кондрашов В. М. Менеджмент продаж / В. М. Кондрашов. - М.: Вузовский учебник, 2015. - 288 с.

5. Макаров О. Путь торговли. Большая книга / О. Макаров. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. - 400 с.

6. Семаков С. Л. Прогнозирование и управление продажами в торговых сетях / С. Л. Семаков, А. С. Семаков. - М.: ФИЗМАТЛИТ, 2016. - 144 с

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Захарова Ю. А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж / Ю. А. Захарова. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 136 с.more-v-avguste (Дата обращения: 28.12.2017)

Ефимова С. А. Коммерческая служба предприятия. Организация эффективной работы / С. А. Ефимова, А. П. Плотников. - М.: Дашков и Ко, Вест Кей, 2016. - 272 с.

Киндер Джек Азбука успешных продаж / Джек Киндер Гэри Киндер. - М.: Попурри, 2016. - 288 с.

Кондрашов В. М. Менеджмент продаж / В. М. Кондрашов. - М.: Вузовский учебник, 2015. - 288 с.

Макаров О. Путь торговли. Большая книга / О. Макаров. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. - 400 с.

Семаков С. Л. Прогнозирование и управление продажами в торговых сетях / С. Л. Семаков, А. С. Семаков. - М.: ФИЗМАТЛИТ, 2016. - 144 с.

Sales Manager must be «in the field»

© **Astakhov A., 2019**

At present, in most large Russian organizations, an employee of the sales department engaged in sales is called a sales manager. In addition to sales, his responsibilities include monitoring the shipment of goods or the quality of the services provided. In our opinion, this approach is erroneous, the sales manager should sell, attract new customers, and not devote his time to operations.

This article proposes a solution to this problem by hiring an assistant sales manager in staff.

Keywords: assistant sales manager, sales manager
