(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Идеальная структура оптово-розничной компании

Настольное пособие для руководителей и собственников бизнеса

Санкт-Петербург
Версия 2.0
2013

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Введение

Данное описание посвящено идеальной структуре мебельной компании и перечню всех функций сотрудников компании.

По каждой должности описаны:

- **Задачи** – основные направления деятельности, за что отвечает тот или иной сотрудник.
- **Функции** – в описании представлен полный перечень функций каждой должности.
- **Точки контроля** – показатели, по которым можно отслеживать работу сотрудника, где в наибольшей степени проявляются результаты его работ.

Данное описание можно использовать как целостный документ, так и использовать его по частям. Например, при введении новой должности вам не придется составлять ее функционал, достаточно выбрать нужный раздел описания. Так как данный документ посвящен идеальной структуре компании, то возможно, вы просто выберете те части, что больше подходят вашей текущей ситуации.

Также важно отметить, что описание содержит наиболее полный перечень всех функции, выполняемых в компании, которые разделены между должностями. И если какие-либо должности будет отсутствовать, то необходимо разделить их функционал между существующими сотрудниками, или же вывести их на аутсорсинг.

Уверены, что данное описание поможет вам выстроить правильный мебельный бизнес!!!

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Содержание

Описание структуры оптово-розничной компании и принципов ее работ……5
Принципы построения структур и описания должностей……..... 11
Планирование и отчетность…….....16
Автоматизация внутреннего учета……..…... 19
Описание деятельности генерального директора……..……..... 21
Финансовый отдел…….....24
Описание деятельности финансового директора……...….....24
Описание деятельности экономиста по управленческой отчетности……..26
Описание деятельности коммерческого директора…….....28
Отдел оптовых продаж…….... .30
Описание системы продаж на рынкеB2B……...……..... 30
Подробное описание подразделений отдела продаж……..33
Группа активных продаж (ГАП) или группа первичных продаж…….... …33
Группа по работе с постоянными клиентами (ГРПК)……...……34
Описание деятельности руководителя отдела продаж…….....38
Описание деятельности руководителя группы активных продаж…….…... ...40
Описание деятельности менеджера активных продаж…….…… 43
Описание деятельности администратора call-центра……... .46
Описание деятельности call-менеджера……...47
Описание деятельности руководителя группы по работе с постоянными клиентами……48
Описание деятельности менеджера по постоянным клиентам……..... …52
Описание деятельности менеджера по VIP-клиентам…….. .55
Описание деятельности менеджера по документообороту……...…..... 56
Розничное направление……...……58
Описание деятельности руководителя розничного направления……. 58
Описание деятельности продавца……..…… …..63
Описание деятельности старшего продавца……... 65
Описание деятельности грузчика……68
Описание деятельности уборщицы……..69
Отдел закупок……..……..70
Описание деятельности директора по закупкам…… 70
Описание деятельности менеджера по закупкам……... 72
Отдел маркетинга……..……..74
Описание деятельности руководителя по маркетингу……...…….. .74
Группа по мерчандайзингу……...……78
Описание деятельности специалиста по мерчандайзингу……... ..78
Группа по рекламе и PR……..……...80
Описание деятельности менеджера по рекламе и PR…… 80
Описание деятельности маркетолога-аналитика……...……..... .81

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Отдел сервиса……83
Описание деятельности директора по сервису……..…….. 83
Описание деятельности кладовщика……..…….. 85
Описание деятельности операциониста-экономиста…… .87
Описание деятельности грузчика……88
Сервисное подразделение……...……..89
Описание деятельности экспедитора……..89
Описание деятельности сборщика……..……..91
Описание деятельности замерщика……..……92
Рекламационное подразделение……..……..93
Описание деятельности менеджера по рекламациям……... .93
Диспетчерское подразделение……..……95
Описание деятельности менеджера по диспетчера……... .95
Бухгалтерский отдел……..……..97
Описание деятельности главного бухгалтера……...… ..97
Описание деятельности бухгалтера……... 100
Описание деятельности менеджера бухгалтера-операциониста (оператора)……103
Описание деятельности кассира……..……104
Отдел персонала……...……..105
Описание деятельности руководителя отдела персоналу……..…… .105
Описание деятельности менеджера по персоналу……108
Описание деятельности менеджера по кадровому делопроизводству……...….110
Описание деятельности специалиста по обучению персонала…….. .112
Описание обязанностей тренинг-менеджера……..……114
Описание деятельности юриста……...….116
Описание деятельности системного администратора……..119
Описание деятельности офис-менеджера……...……121
Описание деятельности заведующего хозяйством……....123

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Описание структуры оптово-розничной компании и принципов ее работы

Данное руководство ставит перед собой задачу по описанию функций сотрудников, обеспечивающих эффективное функционирование мебельной компании. Для осуществления этой задачи необходимо определить функциональную систему компании, включающую в себя функциональные блоки отдельных подразделений.

……

Рис. 1. Функциональная структура мебельной компании.

……

Рис. 2. Организационная структура оптового направления.

……

Рис. 3. Организационная структура розничного направления – вариант 1.

……

Рис. 4. Организационная структура розничного направления – вариант 2.

……

Рис. 5. Организационная структура отдела сервиса.

……

Рис. 6. Организационная структура отдела закупок.

……

Рис. 7. Организационная структура отдела маркетинга.

……

Рис. 8. Организационная структура отдела персонала.

……

Рис. 9. Структура финансового отдела.

Более подробное пояснение и описание данные структуры имеют в полной версии документа.

Принципы построения структур и описания должностей

Построение организационной структуры и описание всех должностей базируется на принципах ФУНКД, разработанных специалистами нашей компании:

- Функциональность;
- Управляемость;
- Надежность;
- Контролируемость;
- Динамичность и масштабируемость.

Почему необходимо использовать этот подход? Потому что только эти принципы позволяют в современных условиях быстро достигать поставленных целей.

1. Функциональность.

Этот параметр характеризует:

- рациональность распределения функций (выполняемых дел в процессе работы) между сотрудниками;
- соответствие функций целям компании;
- отсутствие дублирования и смешивания функций.

Другими словами, насколько фактическая деятельность сотрудников соответствует их основной функции. Любая другая деятельность сотрудника рассматривается как непрофильная, как правило, эта деятельность, функционально является сопровождающей, поддерживающей.

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Остановка выполнения основной функции, за счет отвлечения сотрудника на не профильные функции – это убытки компании.

Убытки можно посчитать по формуле, процент времени затраченного на не профильные функции от общего времени за период, умноженный на относительный доход (на данного сотрудника) за этот период и умноженный на понижающий коэффициент (0.7).

Поэтому:

- Функций должно быть оптимальное количество (не больше и не меньше).
- Они должны быть рационально распределены между сотрудниками, т.е. упорядочены в соответствии с важнейшими задачам компании. Таким образом, мы сначала формируем задачи, потом решаем, какие функции, действия, должны быть выполнены для того, чтобы эти задачи были достигнуты.
- Устранены дублирование и смешивание функций.
- Разграничены зоны ответственности по работе с новым, текущим, VIP клиентом и т. д.

Тип функционирования, когда все делают все в организации, максимально эффективен на фазе её формирования. В дальнейшем организация становится заложником подобной модели, так как попадает в зависимость от людей в ней работающих. При выполнении непрофильных задач, непосредственно на выполнение основной функции – остается мало времени.

Несоблюдение описанных принципов приводит:

1. **К снижению производительности труда**, так как невозможно интенсивно и качественно вести разноплановую деятельность. Если менеджеру поставить задачи по расширению клиентской базы, а ему приходится печатать и оформлять документы, следить за поставкой, обслуживать текущих клиентов и прочее, то на холодный обзвон у него не хватает времени. В результате больших потерь времени сотруднику не удается качественно выполнить поставленную задачу.
   Если продавцу нужно звонить и согласовывать доставку, сборку, замеры, а также общаться с поставщикам или с производством, то времени на покупателей будет не хватать.
2. **К смешиванию квалифицированных работ и неквалифицированных.** Сотрудники выполняют функции разной квалификации (продажи – закупки, планирование – контроль, рекламации – сервис, обучение), поэтому компания вынуждена переплачивать сотрудникам. Это приводит к не рациональному использованию фонда оплаты труда.
3. **К незащищенности бизнеса.**
   Отсутствие понятной и прозрачной (это значит описанной и регламентированной) технологии работы с контрагентами (поставщиками, клиентами и др) приводит к регулированию подразделений так называемой «производственной необходимостью».
   Часто такая ситуация приводит к тому, что контрагент привыкает к «своему» менеджеру: с ним складываются «дружеские отношения», нарабатываются «личные связи», и деятельность начинает регулироваться личными отношениями. Плюс к этому нет единой базы, где хранятся истории контактов с поставщиками. Ценнее для компании, если контрагент будет воспринимать менеджера, как часть компании, и уход сотрудника к конкурентам или в свой бизнес не будет собой означать и уход клиента.

2. Управляемость.

Параметр характеризует:

- способность системы реагировать на управленческое воздействие в заданном направлении в нужных временных границах и направлять деятельность на получение требуемых результатов.
- оптимальность критериев оценки деятельности сотрудников.

Определение 1. Управление - это воздействие со стороны управляющего на организованные процессы при помощи экономических и/или социальных рычагов с целью направить деятельность участников процессов на получение запрограммированных результатов.

Таким образом, управляемость характеризуется процессами, структурой и планированием.

Определение 2. Руководство - прямое воздействие личности руководителя (устные распоряжения, письменные приказы, личная харизма) на личность сотрудника для достижения результата, а также на формирование коллектива.

В большинстве компаний в подразделениях реализована модель руководства малой группой. Руководитель оказывает непосредственное влияние на подчиненных, что позволяет отделу достигать результатов.

Но что будет при смене руководителя? Будет ли эта система по-прежнему функционировать эффективно и полноценно? Из-за отсутствия четкой формализованной технологии работы в подразделениях функционирование может быть нарушено.

Руководство малой группой имеет предел эффективной деятельности. Предел ограничивается количеством персонала, это максимум 5 сотрудников, но самое главное, что коллектив, как правило, перестаёт эффективно работать в отсутствии руководителя.

Важно отметить, что управлять можно только процессами, как объектами управления. Если такое не возможно, то, как следствие, не может существовать и эффективное планирование (в том числе см. остальные разделы).

При оценке управляемости необходимо отследить оптимальность критериев оценки в системе оплаты труда.

Из-за большого количества разноплановых работ затрудняется процесс контроля и адекватной оценки деятельности: по каждому сотруднику в дальнейшем трудно отслеживать ошибки, нарушения и контролировать этапы работы. В настоящий момент в место контроля «всевидящее око руководителя». В такой ситуации невозможно однозначно оценить, почему не выполняются, например, планы продаж.

Например: если система оплаты труда (СОТ) - это оклад плюс процент с личных продаж и продажи всего отдела. Таким образом, в СОТ учтены два критерия оценки: личные продажи и продажи всего отдела. В результате чего можно сделать вывод, что компания не управляема (в частности ни по ассортименту, ни по рентабельности). СОТ соответствует реализованной модели руководства малой группой т.к. вся компания разбита на само достаточные подразделения, это не несёт в себе потенциала для развития компании. Когда как СОТ должна оказывать мотивирующее влияние на сотрудников.

Для руководящих должностей в подразделениях могут применяться следующие значения показателей нормы управляемости:

- при значительном объёме нестандартных работ, требующих высокой квалификации сотрудников — 5-7 человек;
- в подразделениях с устоявшимися стандартизованными процедурами — 10-12 человек;
- для стандартизованных типовых работ (управление рабочими в цехах и т. п.) — 15-17 человек.

3. Надежность подразделений (как самостоятельных функциональных систем)

Параметр характеризует:

- насколько существующая технология в подразделении устойчива к текучке кадров,
- требования к квалификации сотрудников (чем меньше требуется квалификация, тем надежнее система).

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Требования к квалификации сотрудников обслуживающих подразделений и функций.

Требования к квалификации сотрудников определяются существующими обязанностями и функциями персонала. Если сотрудники совмещают в себе различные функции и **приобретённые знания и опыт зациклены только на них самих.**

На надёжность системы влияет такой показатель как количество ошибок за период времени (безошибочность). Количество ошибок возрастает с количеством переключений на разноплановую деятельность, в магазинах нагрузка часто превышает допустимую почти в 2 раза.

Проверка надёжности подразделения в целом – это снижение ФЗП, если образовавшаяся текучка кадров не снижает эффективности подразделения, значит оно надёжно.

Для увеличения надёжности необходимо разделить работы на квалифицированные и неквалифицированные и оценить необходимый объем и стоимость этих работ, тогда можно будет отделить низкоквалифицированные работы и передать их другим сотрудникам. Таким образом, потребность в профессиональных кадрах снизится.

4. Контролируемость подразделений.

Параметр характеризует «прозрачность» деятельности подразделений, которая определяется возможностью прогнозировать и планировать работу, продажи и видеть процесс их достижения в любой момент времени.

Контролируемость компании определяется наличием:

- объективного планирования, которое строится на основании ниже перечисленных показателей:
  - инструментов контроля результатов,
  - инструментов контроля ресурсов,
  - инструментов контроля процессов достижения запланированных результатов,
  - инструментов объективной фиксации данных,
- объективных показателей оценки: результатов, ресурсов, процессов, фиксации данных.

На практике основные сложности по этому параметру образуются по следующим причинам:

- использование субъективных инструментов контроля (таблицы Excel, собрания);
- отсутствие стандартизированных конкретных инструментов контроля;
- основной упор делается на сознательность сотрудников, которая контролируется руководителем малой группы, что иногда дает свои небольшие плоды.

Отсутствие в компании инструментов объективной фиксации данных и объективных показателей оценки не позволяет осуществлять объективное планирование, контроль и в целом приводит к отсутствию управления.

5. Динамичность, масштабируемость.

Параметр характеризует эффективность процессов, способность подразделения быстро перестраиваться и адаптироваться в изменяющихся условиях рынка, к новому ассортименту и т. д., а также возможность «клонировать» отдел в другом филиале и т.п.

Если рассмотреть данный параметр применительно к сформированному коллективу, то получаем следующее. Конечно же, сплоченный коллектив с признанным лидером в лице руководителя может быстро перестраиваться, адаптироваться и к изменениям условий рынка, и к новому ассортименту. Однако, масштабируемость невелика, так как масштаб деятельности ограничен возможностями малой группы.

Все остальные минусы такой организации труда уже были высказаны.

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Как правило, при такой системе организации руководства коллектив естественным образом формируется под задачу и внешние условия. Это – место нахождения офиса, продуктовая линейка, специфика работы, личность руководителя.

Незначительные изменения в одном из этих факторов может сильно повлиять на эффективность подразделения.

Взаимодействие параметров между собой

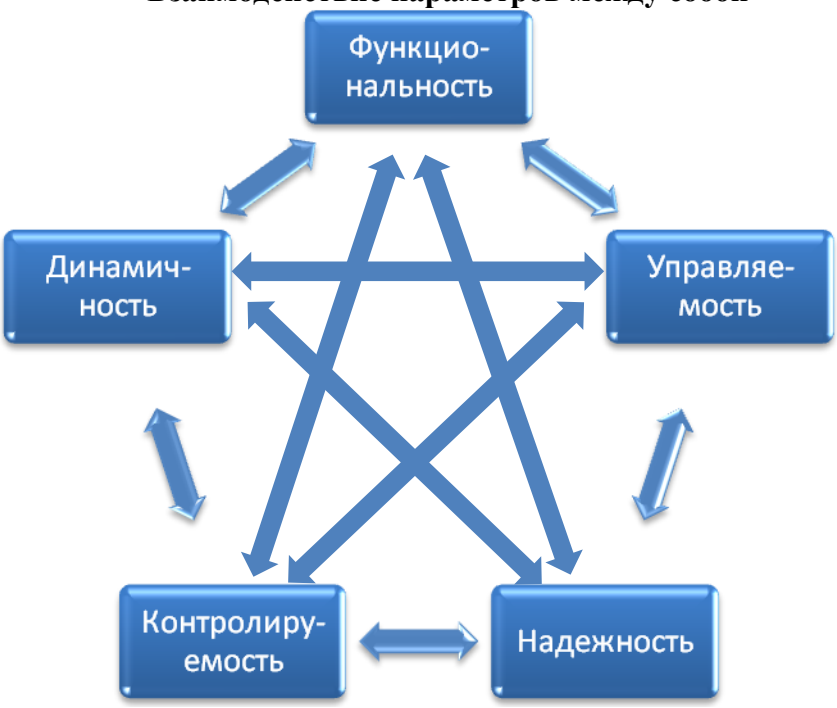

Рисунок 9. Взаимное расположение параметров управления.

Необходимо отметить, что отдельный показатель хоть и имеет свои характеристики, но в то же время обусловлен наличием других компонентов.

Так управляемость немыслима без контроля, управляемость не может быть эффективна без правильно распределенных функций, а надежность не может быть реализована без достаточного уровня функциональности и управляемости и т.д.

Синергетический эффект от выполнения всех представленных параметров позволяет реализовать любые задачи в любых условиях, даже в быстро меняющихся рыночных условиях.

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Описание деятельности коммерческого директора

Основная функция: развитие рынков сбыта и увеличение доходности компании.
Подчиняется генеральному директору.

Задачи:

1. Расширение рынка сбыта.
2. Увеличение объема продаж.
3. ……

Функции:

Планирование и прогнозирование

1. Формирование сбытовой политики.
2. Разработка и составление перспективных и текущих планов сбыта продукции (продажи товаров, оказания услуг).
3. Координация разработки краткосрочных и долгосрочных прогнозов развития рынка, его емкости.
4. ……

Формирование показателей

5. Формирование стандартов качества продукции и контроль за их исполнением.
6. Формирование нормативов минимальных товарных запасов продукции
7. ……

Расширение рынков сбыта

8. Формирование планов по выходу на новые рынки сбыта (города, регионы, страны).
9. ……

Участие в маркетинговой деятельности

10. Согласование с руководителем отдела маркетинга проектов стратегического развития.
11. Анализ рынка и прогнозирование продаж.
12. ……

Регулирование и контроль

13. Регулирование стоимости рабочего места.
14. Регулирование рентабельности продаж.
15. Формирование матрицы цен.
16. ……

Работа с организацией подчиняющихся отделов.

17. Оптимизация БП коммерческой службы, создание и внедрение, поддержание технологии работы.
18. ……

Точки контроля

1. Выполнение плана продаж отделов.
2. Рентабельность продаж.
3. ……

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Отдел оптовых продаж

Оптовое направление

Описание системы продаж на рынкеB2B.

Задачи системы продаж (СП) (детально):
Увеличение объема продаж.

1. Активный поиск новых клиентов (включает в себя не только работу call-менеджеров, но и работу на выставках).
2. Продажи по всему ассортименту продукции.
3. ……

Повышение эффективности продаж

4. Внедрение новых технологий продаж в СП, манипулирование ассортиментом, за счет дифференциация деятельности в системе продаж и внедренияCRM.
5. ……

Рис. Пример правильной функциональной структуры ОП

……

Так выглядит правильная функциональная структура отдела продаж. В неё входят только те блоки функций, которые непосредственно участвуют в процессе продаж. Всё остальное – это обслуживающие структуры, с которыми отдел продаж должен взаимодействовать отдельно.

В идеале функциональная структура должна соответствовать реальной структуре и штатному расписанию отдела. Если отдел продаж небольшой, то функции не вытесняются и не исключаются, а перераспределяются путем их совмещения в одной или нескольких должностях.

Для наиболее эффективной работы всего подразделения и документооборота используются средства автоматизации, например, CRM (1С – для ряда организаций и др).

CRM (1С) позволяет:

- напрямую взаимодействовать со всеми службами компании;
- вести документацию и совершать сделки в соответствии со стандартами компании;
- работать менеджеру активных продаж в связке с call-менеджером и менеджером по постоянным клиентам;
- оперативно получать «теплых» клиентов;
- вести историю контактов с клиентами;
- планировать свою работу;
- упростить документооборот.

Далее идет подробное описание частей отдела продаж……...

Группа активных продаж (ГАП) или группа первичных продаж……

Группа по работе с постоянными клиентами (ГРПК)……...

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Описание деятельности руководителя отдела продаж

Основная функция: планирование и управление работой отдела продаж для достижения поставленных планов.
Подчиняется коммерческому директору.

Задачи:

1. Увеличение объема продаж:
   a) Увеличение ассортимента продаваемой продукции отдельному клиенту.
   b) Увеличение стоимости одной сделки.
   c) Расширение площади экспозиции у клиента.
2. Повышение лояльности клиентов:
   a) Полная и своевременная отработка запросов по приобретению продукции (с сайта, входящие звонки, контакты от менеджера активных продаж, call-менеджеров).
   b) Проведение поддерживающих мероприятий для клиентов (бонусы, скидки, консультации, семинары).
3. Повышение прибыльности продаж:
   a) Увеличение количества клиентов на одного менеджера и эффективное распределение их между менеджерами.

Функции:

Административные

1. Организация технического обеспечения ОП.
2. Организация и проведение собраний в ОП.
3. ……..

Организация работы отдела

4. Координация работы ОП с другими службами компании.
5. Улучшение системы мотивации персонала.
6. Обучение менеджеров.
7. ……..

Планирование и отчетность

8. Планирование работы ОП.
9. Получение планов от менеджеров и анализ их работы
10. Формирование планов продаж и оплат на месяц.
11. ……..

Работа по клиентской базе

12. Формирование системы скидок для клиентов.
13. Формирование прайс-листов ОП.
14. Помощь в работе с ключевыми клиентами.
15. ……..

Контроль

16. Контроль своевременной и качественной передачи информации в ОМ.
17. Контроль выполнения регламентов и бизнес процессов обслуживания клиента.
18. ……..

Далее по такому принципу рассмотрены все должности отдела оптовых продаж (согласно оглавлению).

.

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Розничное направление

Описание деятельности руководителя розничного направления

Основная функция: организация деятельности и эффективное управление розничным направлением для достижения показателей установленных генеральным директором. Подчиняется генеральному директору.

Сокращения:
ТТ – торговая точка;
ТП - торговая площадь;
ТЦ – торговый центр;
СОТ – система оплаты труда.

Задачи[1]:

1. *Выполнение плана продаж.*
2. *Ведение хозяйственной деятельности торговых точек и магазинов.*
3. Контроль ассортимента.
4. …….

Функции:

Административная деятельность

1. *Обеспечение оформления магазинов.*
2. *Контроль обучения продавцов.*
3. *Участие в аттестации продавцов.*
4. *Предоставление рекомендаций менеджеру по персоналу, в каком магазине и у кого стажироваться.*
5. *Проведение собеседования с кандидатами на должности продавцов и руководителей.*
6. …….

Маркетинговая деятельность

7. *Проверка соблюдение графика посещения ТТ конкурентов.*
8. *Участие в разработке и согласование проекта по мерчандайзингу.*
9. Согласование мест новых ТП.
10. …….

Коммерческая деятельность

11. *Согласование с продавцами скидок на стоимость работ и продукцию.*
12. Предложения генеральному директору по ценовой конкуренции в ТЦ
13. Формирование скидок на продажу выставочных образцов.
14. *Формирование предложения генеральному директору по замене непопулярных моделей.*
15. …….

Контроль

16. *Контроль выставочных образцов на чистоту и соответствие утверждённому оформлению ТТ.*
17. *Контроль наличия в магазинах каталогов, образцов материалов от производителей.*
18. …….

[1] Курсивом выделенный те задачи, функции и точки контроля, которые могут использоваться / передаваться руководителю территориального или функционально подразделения (см. введение), если необходимо его выделить.

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Контроль планирование выхода сотрудников на работу

1. *Контроль и составление отчета прихода и ухода с работы продавцов ТТ.*
2. *Составление графиков работы продавцов.*
3. …….

Отчетность

19. Составление плана на год акций по скидкам на продукцию.
20. …….

Точки контроля:

1. *Выполнения плана продаж.*
2. Рентабельность отдела.
3. …….

Описание деятельности заведующего магазином

Основная функция: обеспечение торговой и хозяйственной деятельности магазина.
Заведующий подчиняется Коммерческому директору

Сокращения:
ТМЦ – товарно-материальные ценности.
ТТ – торговая точка.

Задачи:

1. Выполнение плана продаж магазином
2. Планирование работ сотрудников магазина.
3. …….

Функции:

Организационные

1. Открытие и закрытие магазина.
2. Обеспечение сохранности рекламных образцов и имущества компании, находящегося в магазине и складе.
3. …….

Административная деятельность.

4. Закрепление за продавцами части торговой площади мебельного магазина для последующей ответственности за них.
5. Обеспечение порядка на закреплённой торговой площади .Контроль за порядком
6. Соблюдение сроков выполнения заданий отдела маркетинга и менеджера по персоналу.
7. …….

Контроль

8. Контроль над соблюдением правил и норм охраны труда, техники, пожарной безопасности.
9. Контроль работы кладовщика/сборщика.
10. Контроль сроков выполнения заданий отдела маркетинга и менеджера по персоналу.
11. …….

Планирование и отчетность

12. Планирование продажной матрицы для продавцов.
13. Планирование работ кладовщика/сборщика.

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

14. ……

Заказ и прием товара

15. Заказ рекламной продукции, буклетов и образцов.
16. Заказ нужного товара в отдел закупок.
17. Согласование с коммерческим директором заказов товаров, не регламентированной в товарной матрице.
18. ……

Кассовая деятельность

19. Подготовка кассы к работе. Снятие X- отчётов и проверка размена.
20. Проверка (снятие) кассы в конце рабочего дня, инкассация денег в сейф.
21. ……

Точки контроля:

1. Выполнение плана продаж магазина.
2. Комплексность продаж (ассортимент).
3. Переучет.
4. ……

Описание деятельности продавца

Основная функция: реализация товаров компании.
Продавец подчиняется заведующему магазином (или старшему продавцу если находится на торговой точке в торговом центре).

Задачи:

1. Выполнение плана продаж.
2. Поддержание порядка в магазине.
3. ……

Функции:

Административная деятельность

1. Оповещение заведующего о задержке в магазине после окончания рабочего дня.
2. Оповещение заведующего или офиса о пришедшей проверке.
3. Сопровождение представителей контролирующих органов в ходе проведения проверки.
4. ……

Хозяйственная деятельность

5. Открытие и закрытие магазина.
6. В случае порчи (или утраты) имущества компании в магазине незамедлительное уведомление заведующего магазином о произошедшем.
7. Обеспечение сохранности рекламных образцов и имущества компании, находящегося в магазине и складе.
8. ……

Обслуживание клиентов:

9. Обслуживание потребителей при продаже и подборе наиболее подходящей для них мебели из предлагаемого ассортимента (в т.ч. по каталогам). Осуществление дополнительных и альтернативных продаж.
10. Обслуживание потребителей (по инструкции).
11. ……

(812) 336-43-15
(495) 504-36-21
mmkc@bk.ru
www.mmkc.su

Работа по заказам:

12. Выяснения правильного оформления заказа у менеджера по рекламациям по составным заказам.
13. Составление чертежей нестандартной мебели (кухни, шкафы-купе, стенки, прихожие).
14. …….

Ведение документации и курирование стажеров

15. Обеспечить фиксацию посещаемости.
16. Ведение отчетной документации и соблюдение сроков её заполнения.
17. …….

Контроль:

18. Контроль своевременной замены образцов фасадов, корпусов, тканей и т.д.
19. Контроль чистоты в зале.
20. …….
21.

Точки контроля:

1. Средний чек;
2. Соблюдение соотношения продажи основных товаров, продажа всего ассортимента продукции.
3. Количество продаж.
4. …….

Начните использовать методику прямо сейчас! Для этого оформите заказ на сайте: http://mmkc.su/products/viewcart
Или позвоните нам по тел. - (812) 336 43 15, (495) 504 36 21.