

Чек - лист для оценки отдела продаж

Назначение чек-листа

Чек-лист предназначен для выявления потенциала роста продаж вашей компании. Рост продаж зависит от усилий, которые готовы прикладывать сотрудники компании в работе с клиентами.

При создании чек-листа мы использовали опыт нескольких сотен компаний, которые строили систему продаж, и выявили основные сферы и ключевые факторы в каждой из них, изменив которые можно добиться более результативной работы отдела продаж и, соответственно, роста продаж.

Желательно, чтобы этот чек-лист заполняли руководитель отдела продаж, коммерческий директор и директор компании, которые обладают достоверной информацией о развитии своей компании за последние шесть месяцев.

Инструкция

Ответьте максимально честно на вопросы теста, отметив вариант «Да» или «Нет» рядом с каждым вопросом.

Как оценить результат?

Это не просто чек-лист, а руководство к действию. Спланируйте, что вы сделаете, чтобы все ответы «нет» оперативно превратились в ответы «да». А ответы «да» закрепились. А если вам понадобится поддержка в этом, то просто [напишите нам](#).

Высоких вам оценок!

Компания и товар			
1	Есть ли у вашей компании уникальные конкурентные преимущества?	Да	Нет
2	Знают ли сотрудники уникальные конкурентные преимущества вашей компании?	Да	Нет
3	Знают ли уникальные конкурентные преимущества вашей компании ваши клиенты?	Да	Нет
4	Вы можете сказать, что ваша компания предоставляет клиенту не только товар, но и дополнительный сервис?	Да	Нет
5	Сотрудники знают товар/услугу компании на «отлично»?	Да	Нет
6	Клиенты также хорошо осведомлены о вашем товаре/услуге?	Да	Нет
7	Товар/услуга компании обладает постоянным качеством?	Да	Нет
8	Сотрудники верят в адекватность цены на товар/услугу компании?	Да	Нет
Процесс продажи			
9	За последнее время (год-два) объем продаж вашей компании постоянно увеличивается?	Да	Нет
10	За последнее время (год-два) у бизнеса появились совершенно новые направления, новые стратегические партнеры?	Да	Нет
11	В компании есть маркетолог или сотрудник, который выполняет данные функции?	Да	Нет
12	Есть четкий и подробный план маркетинга?	Да	Нет
13	Существует описанный процесс продажи?	Да	Нет
14	Ваша компания пропагандирует активные продажи (сотрудники ищут клиентов, а не ждут, когда они придут сами)?	Да	Нет
15	У вас есть стандарты продаж/правила ведения переговоров с клиентами?	Да	Нет
16	Разработаны шаблоны коммерческих предложений клиенту?	Да	Нет
17	У вашей компании существуют отличные рекламные материалы?	Да	Нет
18	Рекламных материалов достаточно для осуществления продаж менеджерами?	Да	Нет
19	Сотрудники не оставляют потенциальных клиентов как бесперспективных, по их мнению, а ведут с ними переговоры и поддерживают отношения постоянно?	Да	Нет
20	Контролируется ли процесс продажи (количество звонков, рассылки и др.)?	Да	Нет
Клиенты			
21	В отделах продаж и маркетинга есть четкое понимание рынка (b2b, b2c) и групп своих клиентов (товаропроводящая сеть/конечные потребители)?	Да	Нет
22	В вашей компании существует описание целевого клиента?	Да	Нет
23	Существующие клиенты анализируются и классифицируются по какому-либо параметру (объем продаж, дебиторская задолженность, лояльность или др.)?	Да	Нет
24	Все мероприятия, которые проводит ваша компания, четко связаны с рынком ее действия (b2b, b2c)?	Да	Нет

25	Существуют методы повышения лояльности клиентов (конкурсы, дополнительные мероприятия, поздравления и др.)?	Да	Нет
26	Ваша компания уделяет большое внимание своей товаропроводящей сети и продумывает мероприятия по повышению лояльности ее сотрудников (например, конкурсы для торговых представителей/менеджеров и др.)?	Да	Нет
27	Ваша компания не только продает товар, но и предлагает своим клиентам систему работы со своим товаром (то есть и методику продвижения и продажи товара)?	Да	Нет
28	Вы продумываете информационные потоки для своей товаропроводящей сети (например, рассылка для дистрибьюторов или др.)?	Да	Нет
29	В компании регулярно измеряется удовлетворенность клиентов?	Да	Нет
Цель и план продаж			
30	Знаете ли вы, в чем отличие цели от плана продаж?	Да	Нет
31	В вашей компании есть цель продаж?	Да	Нет
32	Цель ваших продаж достаточно амбициозна, ее сложно достичь?	Да	Нет
33	Цель продаж утверждена на год, квартал и на месяц?	Да	Нет
34	Распределена по клиентам и по товарам?	Да	Нет
35	Общая цель продаж разбита по личным целям каждого сотрудника отдела продаж?	Да	Нет
36	В вашей компании есть план продаж?	Да	Нет
37	Знаете ли вы воронку продаж своих сотрудников?	Да	Нет
38	Связаны ли ежедневные действия ваших сотрудников с выполнением цели и плана продаж?	Да	Нет
Клиентская база			
39	Ведется ли клиентская база?	Да	Нет
40	В вашей компании существует сегментация клиентской базы?	Да	Нет
41	Клиентская база находится в прямом доступе у руководителя отдела продаж?	Да	Нет
42	Клиентская база фиксируется в специальной программе учета взаимоотношений с клиентами (CRM)?	Да	Нет
43	Содержит ли она информацию о бывших, существующих и потенциальных (тех, с которыми ведутся переговоры в настоящий момент) клиентах?	Да	Нет
44	Зафиксирована информация о дне рождения каждого вашего клиента?	Да	Нет
45	В вашей компании существует список всех потенциально возможных клиентов?	Да	Нет
46	Существует разграничение клиентской базы по какому-либо принципу (функциональному / ассортиментному / географическому и др.)?	Да	Нет
47	Ведение клиентской базы учитывается в заработной плате менеджера по продажам (например, заработная плата начисляется только по тем клиентам, которые занесены в клиентскую базу)?	Да	Нет

48	Существуют правила по ведению клиентской базы и занесению в нее информации?	Да	Нет
49	Руководитель отдела продаж периодически проверяет ведение клиентской базы?	Да	Нет
Сотрудники			
50	В вашей компании существует отдел по работе с персоналом или специалист, ответственный за данную работу?	Да	Нет
51	У вас стабильный коллектив?	Да	Нет
52	Руководитель отдела продаж работает в компании более 1 года?	Да	Нет
53	Он включен в процесс взаимодействия с клиентами?	Да	Нет
54	В компании существует профиль компетенций для каждой должности (в отделе продаж)?	Да	Нет
55	Профиль компетенций составлен, опираясь на корпоративную культуру компании (ценности, правила, установки), особенности выполняемых должностных обязанностей, особенности деятельности компании?	Да	Нет
56	Существует система подбора сотрудников (сроки, этапы, методы)?	Да	Нет
57	В вашей компании ведется потенциальная база кандидатов для каждой должности?	Да	Нет
58	Проводится оценка эффективности подбора персонала (источники поиска, методы отбора, др.)?	Да	Нет
59	Существует система адаптации сотрудников (сроки, этапы, учебный план и т.д.)?	Да	Нет
60	Проводятся обучающие мероприятия для сотрудников?	Да	Нет
61	Есть система оценки и аттестации сотрудников (сроки проведения, этапы, методы оценки знаний и навыков, корректировка системы обучения, определение зоны развития, др.)?	Да	Нет
62	В компании существует система материальной мотивации сотрудников?	Да	Нет
63	Есть система нематериальной мотивации сотрудников?	Да	Нет
64	Вы можете похвастаться системой развития персонала (сроки, этапы, учебный план, оценка и т.д.)?	Да	Нет
65	Сформирован кадровый резерв (для отдела продаж)?	Да	Нет
66	Проводятся мероприятия по развитию сотрудников (собrania, беседы, анкеты, журналы)?	Да	Нет
67	Ваши сотрудники прекрасно знают, что такое цикл продаж и умеют его использовать в реальной ситуации работы с клиентом?	Да	Нет
68	Сотрудники постоянно проходят обучение по продажам?	Да	Нет
69	Они верят, что продать можно, что угодно и кому угодно, и это зависит не от внешних факторов (цена, условия и др.), а от внутренних факторов (их желания и умения продавать)?	Да	Нет
70	Вы можете назвать свой отдел продаж «слаженной командой»?	Да	Нет

Конкуренты			
	В вашей компании существует список реальных и будущих конкурентов?	Да	Нет
	Вы знаете, какую долю на рынке имеют ваши основные конкуренты?	Да	Нет
	Осуществляется сбор информации о конкурентах (деловая активность, число сотрудников, регионы, группы потребителей и др.)?	Да	Нет
	Конкуренты анализируются и классифицируются по какому-либо параметру (активные / потенциальные, по товару, сбыту, цене, коммуникации или др.)?	Да	Нет
	Существует информация о сильных и слабых сторонах ваших конкурентах?	Да	Нет
	В вашей компании собрана информация о целях и стратегиях ваших конкурентов?	Да	Нет