# СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_TOC_250004)

1. [Теоретические аспекты процесса продаж предприятия в системе маркетинга](#_TOC_250003)

. 6

* 1. Содержание процесса продаж на предприятии 6
	2. Этапы формирования процесса продаж 13
	3. Методы оценки эффективности продаж компании 17
1. Анализ маркетинговой деятельности организации в системе продаж в ООО

«Логиком» 29

* 1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Логиком» 29
	2. Организация продажи товаров и ее управление в организации 33
1. [Повышение эффективности процесса продаж 63](#_TOC_250002)
	1. Основные направления совершенствования продаж в ООО «Логиком» 63
	2. Оценка эффективности основных направлений совершенствования

продаж 70

[Заключение 83](#_TOC_250001)

[Список использованных источников 87](#_TOC_250000)

Приложения 91

# ВВЕДЕНИЕ

Современной тенденцией развития российской экономики является эволюция в сторону потребительской экономики. Это изменение меняет и российского потребителя, который становится более разборчивым и способным выбирать продавцов, способных надежно обеспечить уровень потребительских ожиданий. В этих условиях преимущество получат компании, которые быстро примут и внедрят рыночные механизмы управления продажами. Эффективная система управления продажами дает компаниям ощутимые преимущества более высокого порядка.

В настоящее время продажам уделяется все больше внимания, поскольку они являются необходимым условием устойчивого развития предприятий и становятся фактором конкурентоспособности. Многие компании рассматривают продажи как один из основных факторов организационного развития, поскольку продажи служат индикатором результатов корпоративной деятельности компании. О компаниях с высоким уровнем продаж и постоянным ростом можно сказать, что они эффективно управляют процессами, связанными с реализацией товарной продукции.

Изменения во внешней среде, такие как быстрое развитие технологий, повышение сложности и разнообразия предлагаемых товаров и услуг, сокращение жизненных циклов, появление многочисленных конкурирующих организаций и изменение предпочтений потребительского рынка, усиливают влияние на продажи и зависимость продаж от внешних условий. Поэтому для руководства особенно важно знать ситуацию, можно ли контролировать и влиять на внешние факторы или необходимо изменить и адаптировать среду.

Рыночная среда имеет первостепенное значение для управления продажами, а ее сбор и регистрация являются основной информацией, которая определяет развитие системы управления продажами и обеспечивает достижение запланированных уровней продаж продукции.

Эффективность системы сбыта, построенной на основе персональных

продаж, напрямую зависит от того, насколько результативно работает такой актив торговой компании, как торговый персонал – менеджеры по продажам. В настоящее время можно говорить об исключительной актуальности проблемы развития такого механизма маркетинга в сфере оптовой торговли как личные продажи. Проблемы эффективного управления продажами продукции, ее продвижения составляют сферу научных интересов многих зарубежных и отечественных специалистов.

Объектом исследования является ООО «Логиком».

Предмет исследования – экономические отношения, складывающиеся на предприятии в области ее продаж.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка предложений по повышению эффективности продаж организации.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

* изучить содержание процесса продаж на предприятии;
* рассмотреть этапы формирования процесса продаж;
* исследовать методы оценки эффективности продаж компании;
* дать организационно-экономическую характеристику ООО

«Логиком»;

* проанализировать организацию продажи товаров и ее управление в организации;
* рассмотреть основные направления совершенствования продаж в ООО «Логиком»;
* оценить эффективность основных направлений совершенствования продаж.

Теоретические, методологические и практические аспекты проблем маркетинга, стимулирования сбыта и продвижения продукции исследуются в трудах И.А. Акулич, Г.Л. Багиева, А.И. Банникова, Н.Б. Моисеева, А.В. Репьева и других.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав и заключения.