СОДЕРЖАНИЕ

Введение…………………………………………………………………………...3

1 Теоретические основы управления корпоративными продажами………….6

1.1 Понятие и виды корпоративных продаж…………………………………….6

1.2 Особенности продаж в сфере b2b…………………………………………..10

1.3 Методы оценки эффективности управления продажами компании……..14

2 Анализ системы управления продажами в компании (ООО «Инновационное кадровое агентство «ЕКАДРЫ»)……………………………………………….24

2.1 Характеристика объекта исследования……………………………………24

2.2 Анализ существующей системы управления продажами в ООО «Инновационное кадровое агентство «ЕКАДРЫ»……………………………28

2.3 Анализ проблем повышения корпоративных продаж……………………33

3 Разработка и обоснование мероприятий по повышению эффективности управления продажами компании……………………………………………..36

3.1 Пути повышения эффективности управления продажами компании…..36

3.2 Обоснование мероприятий по повышению эффективности управления продажами компании…………………………………………………………….44

Заключение………………………………………………………………………50

Список использованных источников…………………………………………..52

ВВЕДЕНИЕ

В современных обстоятельствах потребительских отношений представители компаний все чаще задумываются о способах эффективности системы продаж организации. На период времени у предприятий есть огромное количество возможностей для освоения новых рынков – как внутренних, так и внешних. Для каждой организации важно правильно оценить создавшуюся рыночную обстановку и предложить эффективные средства для повышения эффективности системы продаж, которые, с одной стороны, соответствовали бы сложившейся в стране рыночной ситуации и тенденциям ее развития, с другой стороны, - специфике определенного вида деятельности.

Актуальность выбранной выпускной квалификационной работы велика в современных рыночных отношениях. В настоящее время все большее число различных организаций, прибегают к различным использованиям стимулирования продаж товаров. С каждым годом в возрастающей конкурентной борьбе маркетинговые инструменты повышения эффективности системы продаж становится все более актуальными.

Объектом исследования является компания ООО «Инновационное кадровое агентство «ЕКАДРЫ».

Предметом исследования являются теоретические и практические основы маркетинговых инструментов повышения системы продаж организации.

Целью исследования является - разработка рекомендаций по повышению эффективности системы продаж организации.

Из поставленной цели были выявлены следующие задачи:

* изучить структуру системы продаж;
* проанализировать систему продаж в ООО «Инновационное кадровое агентство «ЕКАДРЫ»;
* исследовать рынок кадровых услуг;
* разработать мероприятия направленные на повышение системы продаж организации ООО «Инновационное кадровое агентство «ЕКАДРЫ»;