|  |
| --- |
| Утверждаю  Директор  ООО «Компания»  ………………………..  15 марта 2024 г. |

# **Должностная инструкция руководителя отдела продаж**

Название подразделения: Отдел продаж

Название должности: Руководитель отдела продаж

## Общие положения

Руководитель отдела продаж является сотрудником структурного подразделения «Отдел продаж» ООО «Компания» (далее — Компания). В своей работе он руководствуется Положением о подразделении, данной Должностной инструкцией, а также приказами и распоряжениями по отделу и компании.

Целью работы Руководителя отдела продаж является обеспечение работы отдела продаж компании, с акцентом на активные продажи.

## Задачи руководителя отдела продаж

1. Достижение плановых показателей по продажам продукции компании, оплате товаров и максимальному объему дебиторской задолженности.
2. Выполнение других бизнес-задач, поставленных перед Руководителем отдела продаж руководством.
3. Соблюдение принятой технологии и поддержание уровня качества при работе с другими сотрудниками компании и при работе с клиентами компании.
4. Контроль исполнения обязательств, по отношению к клиентам, которые взяла на себя компания. Контроль осуществляется и в тех случаях, когда выполнение контракта делегировано другому отделу по согласованным правилам.
5. Контроль сотрудников отдела в вопросах:
   1. Выполнения планов продаж.
   2. Предоставления отчетов и ведения служебной документации.
   3. Выполнения бизнес-задач.
   4. Организации бесперебойной работы по отгрузке товаров клиентам.
   5. Организация взаимодействия с поставщиками.
   6. Посещения менеджерами продаж ключевых клиентов не реже 1 раза в месяц (если это предусмотрено регламентом продаж).

## Должностные обязанности

1. Организация и ведение продаж:
   1. Поиск потенциальных клиентов, который осуществляется через первичные базы данных, через базы данных существующих клиентов компании и по другим источникам. Эту работу Руководитель отдела продаж должен документально сопровождать, указав дату звонка или встречи, цель, содержание и намеченные следующие шаги.
   2. Ведение коммерческих переговоров с клиентами в интересах Компании с соответствующей документальной поддержкой этой работы: клиенты классифицируются и заносятся в соответствующую базу данных CRM.
   3. Согласование условий работы с клиентами, оформление и заключение договоров при участии и на условиях, согласованных с другими отделами Компании.
   4. В случае пассивных продаж, задачей Руководителя отдела продаж является организация приема и обработки заказов клиентов.
   5. Отслеживание сроков и сумм оплат клиентов: тех, где Руководитель отдела продаж сам реализует контракт и, при необходимости, тех, которые реализуют другие сотрудники.
   6. Систематическое посещение клиентов по заранее согласованным планам;
   7. Регулярный контакт по телефону с потенциальными и существующими клиентами по заранее согласованным планам, в соответствии с правилами компании
   8. Мотивация клиентов на работу с Компанией, в соответствии с утвержденными программами выстраивания отношений с клиентами.
   9. Выезд в командировки в интересах Компании.
   10. Посещение ключевых клиентов не реже 1 раза в месяц (если это предусмотрено регламентом продаж).
   11. Контроль посещения ключевых клиентов менеджерами продаж.
   12. Замещение других менеджеров подразделения во время их отсутствия.
2. Общие обязанности
   1. Соблюдение законов и других правовых актов Российской Федерации.
   2. Соблюдение условий неразглашения коммерческой тайны (приложение).
   3. Планирование и аналитическая работа
   4. Анализ статистических данных продаж отдела с периодичностью: неделя, месяц, квартал, полугодие, год, по показателям:
      1. Менеджеры.
      2. Контрагенты.
      3. Отрасль.
      4. Регион.
      5. Виды отгрузки (марки продукции).
      6. Состав транспортных издержек.
      7. Доля рынка.
      8. Прибыль и ее динамика по группам товаров, контрагентам, регионам и т.п.
      9. Рентабельность продаж по менеджерам, контрагентам, группам товаров, территориям и т.п.
      10. Динамика клиентской базы.
      11. Динамика бюджетов.
      12. Динамика среднего чека.
      13. Динамика частоты продаж по группам товаров, контрагентам, регионам и т.п.
      14. Удовлетворенность клиентов.
   5. Сбор и анализ информации о позиционировании конкурентов у клиентов, об изменении рыночной ситуации на рынке;
   6. Предоставление отчетов по итогам финансовых и организационных планов работы в соответствии с регламентом работы ОП и компании.
   7. Обеспечение продаж
   8. Руководитель отдела продаж обязан делать прогноз собственных продаж и отдела в целом, обсуждать его с Коммерческим директором. Предполагаемые сделки должны быть аргументированы, и в максимальной степени подтверждены клиентами.
   9. Взаимодействие с подразделениями компании с целью выполнения возложенных задач, все спорные моменты разрешать в минимально короткий срок и не допускать их повторения.
   10. Участие в совещаниях на производственную тему.
   11. Ведение рабочей документации сотрудниками отдела:
       1. База клиентов (с корректировкой 1 раз в неделю) (по собственным клиентам и за отдел) в CRM;
       2. Досье клиента (карточка клиента CRM).
       3. Договоры с клиентами.
       4. Отчет о дебиторской задолженности (по собственным клиентам и за отдел).
       5. Прогноз продаж на 3 месяца (по собственным клиентам и за отдел).
       6. Прогноз продаж на 3 месяца (по собственным клиентам и за отдел).
       7. Сопоставление прогноза и факта 1 раз в неделю (по собственным клиентам и за отдел).
       8. Отчет о работе за неделю, с сопоставлением «план/факт» (по собственным клиентам и за отдел).
       9. Отчет о работе за месяц, с сопоставлением «план/факт» (по собственным клиентам и за отдел).
       10. Отчет о работе на выставке.
       11. Отчет о командировке.
       12. Отчет о дебиторской задолженности.
3. Контроль:
   1. Выполнения договорных обязательств и условий работы с клиентами.
   2. Роста динамики продаж.
   3. Степени удовлетворенности клиентов.
   4. Соответствия внутренних процедур регламентам, принятым в компании.
4. Права
   1. Принимать единоличные решения в рамках имеющихся полномочий
   2. Требовать в установленном порядке от непосредственного руководителя обеспечения своей работы необходимыми ресурсами
   3. Вносить предложения по совершенствованию форм и методов работы отдела, компании, способствующие повышению эффективности деятельности
   4. Выносить вопросы на совещание в ОП, для коллективного принятия решения или передавать вопрос на решение вышестоящему руководству

## Специальные знания и навыки

1. Знание ПК (программ Word и Excel, принятых в компании программ)
2. Знание в полном объеме ассортиментного портфеля Компании.
3. Знание бизнеса клиентов, которые являются приоритетными для Компании.

## Взаимодействие с вышестоящими руководителями

1. Непосредственным руководителем Руководителя отдела продаж является Коммерческий директор, контролирующий и направляющий его деятельность. Все вопросы, с которыми Руководитель отдела продаж сталкивается в своей работе и решение которых, находится вне его компетенции, передаются на рассмотрение Коммерческому директору.
2. Вышестоящим руководителем является Директор компании, к которому Руководитель отдела продаж вправе обратиться в связи с несогласием с решением или распоряжением непосредственного руководителя.
3. В случае временного или долгосрочного отсутствия Коммерческого директора, Руководитель отдела продаж подчиняется Директору Компании.
4. По анализу результатов, раз в 1 месяц, Руководитель отдела продаж должен давать непосредственному руководителю перечень проблем, мешающих нормальной работе и предложений по нововведениям.

## Формы подачи и получения распоряжений

1. Как правило, все распоряжения, касающиеся регулирования работы Руководителя отдела продаж, отдаются непосредственным руководителем в устной форме.
2. Руководитель отдела продаж имеет право затребовать письменного подтверждения распоряжения руководителя.
3. Распоряжения, ведущие к существенным изменениям в системе работы Компании Руководителю отдела продаж, отдаются в письменной форме.

## Взаимодействие с другими подразделениями, сторонними организациями

1. С подразделениями компании:
   1. Руководитель отдела продаж непосредственно общается с менеджерами других отделов. При этом Руководитель отдела продаж дает им работу на выполнение, а ключевую информацию, такую, как сроки, сумма и критические факторы, дает также Коммерческому директору и Директору.
   2. Руководитель отдела продаж получает от менеджера информацию, о его загруженности на данный момент и на неделю (месяц) вперед, чтобы Руководитель отдела продаж понимал, какими ресурсами располагает.
   3. До заключения договора или контракта Руководитель отдела продаж должен убедиться в том, что Компания сможет выполнить то, что клиент ожидает.
2. С другими отделами Компании:
   1. Согласно, специфики работы Компании и расписанием бизнес-процессов.
   2. С другими организациями (поставщики, покупатели и бизнес-партнеры).
   3. Взаимодействие осуществляется по правилам (регламентам), принятым в компании.

## Формы поощрения и наказания

1. Руководитель отдела продаж работает в рамках принятой в Компании системы мотивации персонала.
2. Руководитель отдела продаж принимаются меры поощрения и наказания, предусмотренные действующим трудовым законодательством, контрактом (трудовым соглашением), а также приказами и распоряжениями компании**.**

## Критерии эффективности и оценка работы Руководителя отдела продаж

1. Выполнение плановых показателей:
   1. По прибыли (объему продаж).
   2. Количеству продаж.
   3. Количеству новых клиентов.
   4. Качеству ведения служебной документации (планов, отчетов, баз данных, договоров и пр.).
   5. Составу дебиторской задолженности
2. Соблюдение технологического процесса продаж.
3. Соблюдение требований трудового законодательства и внутренних приказов и распоряжений, связанных с отделом продаж.
4. Выполнение всех приказов и распоряжений по компании, касающихся работы менеджера ОП.
5. Качество сотрудничества с другими отделами компании.
6. Сохранение коммерческой тайны компании (Приложение).

**Приложение к должностной инструкции**

**Руководителя отдела продаж**

# **Перечень сведений, составляющих коммерческую тайну компании**

1. Производство

* Сведения о запасах товара и комплектующих.
* Управление
* Сведения о применяемых оригинальных методах управления предприятием
* Сведения о подготовке и принятии решений руководством по организационным и иным вопросам

1. Планы

* Сведения о планах расширения или свертывания продаж.
* Сведения о планах инвестиций, закупок и продаж.

1. Совещания

* Сведения о целях, рассматриваемых вопросах, результатах, фактах совещаний органов управления предприятия.

1. Рынок

* Сведения о применяемых предприятием оригинальных методиках изучения рынка
* Сведения о направлениях маркетинговых исследований, результатах изучения рынка, содержащие оценки состояния и перспективы развития рыночной конъюнктуры.
* Сведения о рыночной стратегии предприятия
* Сведения о применяемых предприятием оригинальных методах осуществления продаж
* Сведения об эффективности коммерческой деятельности предприятия
* Сведения о регионах сбыта продукции
* Сведения о заинтересованности приобретения товаров

1. Партнеры

* Систематизированные сведения о внутренних и зарубежных заказчиках, подрядчиках, поставщиках, клиентах, потребителях, покупателях, компаньонах, посредниках, а также о его конкурентах, которые не содержатся в открытых источниках.

1. Переговоры

* Сведения о целях, задачах и тактике переговоров с деловыми партнерами
* Сведения о подготовке и результатах проведения переговоров с деловыми партнерами предприятия

1. Контакты

* Условия коммерческих контрактов, платежей и услуг

1. Цены

* Сведения о методах расчетов, структуре, уровне цен на продукцию и размерах скидок

1. Безопасность

* Сведения о порядке и состоянии организации защиты коммерческой тайны
* Сведения о порядке и состоянии организации охраны, пропускном режиме, системе сигнализации
* Сведения, составляющие коммерческую тайну предприятий - партнеров и переданные на доверительной основе предприятию
* Сведения о репутации персонала предприятия (собственная оценка отдела кадров или службы безопасности предприятия).

Лист регистрации изменений

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | № извещения об изменении | № раздела и страницы, куда вносится изменение | Краткое содержание изменения | Дата внесения изменения | Подпись лица вносившего изменения |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

Лист ознакомления

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Фамилия, инициалы | Дата | Подпись |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |