

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА НА ОСНОВЕ ИКТ**

*Работа выполнена под руководством д.п.н. Молоткова Н. В.*

*ТГТУ, Кафедра «Технологии и организации  
коммерческой деятельности»*

Одной из главных движущих сил происходящих сегодня революционных изменений в методах ведения бизнеса являются современные информационные технологии, направленные на эффективное использование всех каналов коммуникаций с клиентом для сбора, обработки, анализа данных с целью превращения их в информацию, что и дает возможность реализации продукции предприятия. Они стали незаменимым средством взаимодействия всех субъектов рынка, инструментом ведения бизнеса, применяемым для осуществления большинства бизнес процессов компаний.

При внедрении новых технологий, постоянного увеличения числа клиентов и объемов продаж, стоит задуматься о проблемах которые станут возникать из-за большого количества клиентов, информация о них станет недостаточной либо разрозненной и труднодоступной. В условиях жесткой конкуренции стоит обеспечить индивидуальный подход и эксклюзивное обслуживание каждого клиента вне зависимости от их количества повысить эффективность работы отделов обслуживания клиентов, маркетинга, продаж, сервиса. Также один из способов увеличения продаж это Интернет – магазин.

Однако механизм и система работы интернет-магазина не решают сбытовых проблем более крупных компаний, настроенных на оптовую реализацию своей продукции. Для этих целей в Интернете и существуют электронные товарные биржи («торговые площадки»), в основе работы которых, лежит технология, позволяющая организовать взаимодействие между службами сбыта фирм-поставщиков и службами снабжения фирм-покупателей в режиме реального времени. Онлайн-овая товарная биржа — не что иное, как одна из форм B2B-коммерции, способствующих оптимизации заключения межкорпоративных сделок и проведению оптовых торгово-финансовых транзакций.

Наряду с широкими возможностями, открывающимися перед предприятиями, создающими товарные интернет-биржи, неизбежно приходится считаться и с самыми разнообразными рисками. Компании должны сохранять равновесие между ростом деловой активности и развитием технологий и квалификации персонала. Неспособность

правильно укомплектовать штат и просчеты в инвестициях, направленных на поддержание роста компании, могут серьезно сказаться на ее конкурентоспособности. Кроме того, учитывая быстрый темп развития технологий, компании могут столкнуться с ситуацией, в которой новые технологии сделают уже существующие предложения устаревшими. Для того чтобы рассчитывать на успех в долгосрочной перспективе предприятию необходимо внедрять системы автоматизации работы отделов обслуживания клиентов, технической поддержки, продаж, маркетинга и сервиса. Внедрение таких систем позволит:

- управлять заказами;
- отслеживать конкурентов;
- знать историю процессов продаж;
- управлять документами;
- прогнозировать продажи;
- оценивать возможности продаж на разных циклах процессов продаж, оценивать вероятность успеха или неудачи;
- источники сделок, статус сделок;
- иметь представление обо всей контактной, деловой информации, особенности клиента.

Эффективно построенная система сбыта – залог успешной работы компании на рынке. Поэтому информационная система должна отвечать всем нововведениям в данном технологическом процессе организации. Несомненно, это самый главный фактор, так как построение продвинутой в техническом отношении системы, которая не отвечает требованиям по функциональности, не имеет смысла.