

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/370058>

Тип работы: Реферат

Предмет: Менеджмент

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 3

1. Роль навыка продаж в бизнесе и управлении. Профессиональные качества менеджера по продажам 4

2 Алгоритм продаж 7

3 Стратегия обучения персонала отдела продаж: организация бизнес-тренингов 9

Заключение 13

Список использованной литературы 14

Введение

Продажи – это процесс коммерческого взаимодействия между продавцом и покупателем. В результате которого происходит товарно-денежный обмен. Сам термин «продажа» по-разному понимают и интерпретируют управленцы и продавцы. Продажа в широком смысле понимается как организация самого процесса реализации товаров или услуг. В узком понимании продажа – это последовательный процесс действий, приводящий к заключению сделки .

Искусство продаж – настоящая наука, но её значение в жизни человека часто недооценивается. Многие недооценивают умение продавать, считают, что умение продавать важно только для профессионалов: руководителей отделов продаж, менеджеров по продажам и др., но на самом деле мы все продаём. Мы продаём себя как специалиста в профессиональной области на собеседовании на новую работу или в кругу друзей мы продаём свои мысли, мнения. Так же важно отметить, что профессия менеджера по продажам считается одной из самых востребованных и высокооплачиваемых по всему миру. Кроме того, умение продавать по праву признано универсальным, т.к. если человек знаком с принципами продаж и маркетинга, для него уже не имеет значение, что именно он будет продавать.

Целью данной работы является рассмотрение навыков продаж.

1. Роль навыка продаж в бизнесе и управлении. Профессиональные качества менеджера по продажам

Профессиональный менеджер по продажам, кто умеет делать холодные звонки, выстраивать долгосрочные профессиональные отношения с клиентами, проводить презентации продукта и убеждать клиентов, может не бояться никаких кризисов и никаких сокращений – он всегда будет востребован. К тому же сейчас все большее распространение получает система коммерческого стимулирования, когда продавец получает процент от своих сделок. А потому, умея продавать, человек всегда будет обеспечен материально.

Навык продаж важен не только для менеджеров продаж, но и для руководителей на разных этапах жизни организации. Навык продаж бесценен для формирования команды и первых этапах развития компании. Такой опыт положительно влияет на привлечение финансов по мере роста компании, увеличивает товарооборот и фактические продажи, способствует развитию компании

Таким образом, умение продавать не просто нужно, но и жизненно необходимо человеку. И чем раньше он осознает и примет этот факт, тем скорее начнёт улучшаться его жизнь и благосостояние.

Список использованной литературы

1. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами : учеб. пособие для вузов. – М. : Юнити-

Дана, 2002. – 622 с.

2. Жевак А.Г. Стратегия обучения персонала отдела продаж: организация бизнес-тренингов//RUSSIAN ECONOMIC BULLETIN. 2022. № 6. С. 230-237
3. Мамина В.П. Социально-психологический тренинг как способ мотивации сотрудников // E-Scio. 2021. No 3 (54). С. 1 – 4.
4. Мурашкина Е. В. Продажи. Навыки продаж: этапы активных продаж// АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ: сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. С. 19-23
5. Паршуков А.Е. Возможности повышения эффективности организации процесса подготовки кадров в условия цифровой трансформации // Beneficium. 2021. No 3 (40). С. 90 – 96.
6. Юстус Г.В. Корпоративное обучение специалистов: актуальность, стратегии и методы // The Scientific Heritage. 2020. No 47-3 (47). С. 52 – 54.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/370058>