

企业销售管理中存在的问题及控制方法

张远铎

中铁建设集团有限公司, 中国·北京 100043

【摘要】在如今社会经济发展的大环境下, 竞争无处不在, 而良好的竞争氛围不断促使企业向上发展。在这种形势下, 各个企业也在不断探索长久稳定发展的方法和途径。如今, 企业想要实现可持续发展, 就需要形成一套适合企业实际发展情况的管理体系, 该管理体系中包含着人员管理、资金管理、财务管理、风险管理及销售管理等, 其中销售管理是重中之重。良好的销售管理能够使企业的经济行为更加规范, 是企业的发展命脉。现如今, 只有少数的大型企业发挥出了销售管理的优势作用, 绝大多数企业在这方面仍然处于探索阶段, 存在着各种管理问题和不足。

【关键词】销售管理; 问题; 控制方法

Problems and Control Methods Existing in Enterprise Sales Management

Zhang Yuanduo

China Railway Construction Group Co., Ltd., China Beijing 100043

[Abstract] In today's social and economic development environment, competition is everywhere, and a good competitive atmosphere constantly promotes the upward development of enterprises. In this situation, each enterprise is also constantly exploring the methods and ways of long-term and stable development. Nowadays, if enterprises want to achieve sustainable development, they need to form a set of management system suitable for the actual development of the enterprise, which includes the management system of personnel management, fund management, financial management, risk management and sales management, among which sales management is the top priority. Good sales management can make the economic behavior of the enterprise more standardized, is the lifeblood of the enterprise development. Nowadays, only a small large number of enterprises have played the advantage of sales management, and the vast majority of enterprises are still in the exploratory stage in this respect, and there are various management problems and deficiencies.

[Keywords] sales management; problem; control method

引言

作为市场经济的重要组成部分, 企业对国民经济的贡献巨大, 且已逐步成为国民生产总值的强大保障和社会稳定的基础力量。随着国家经济政策的不断改革, 企业将继续在各方面发挥独特作用。在企业的收入来源中, 销售业务所占比重极大, 同时更是其不断发展的强大动力。销售业务内部控制是指企业在真实完整的会计信息与销售数据的支持下, 为实现经营管理目标和企业财产安全完整而实施的一系列方法与措施。销售业务对企业发展至关重要, 它不仅是企业资金的有效来源, 也是其长期发展的强大保障。如果企业销售环节出现问题, 那么很可能会导致销售货物积压, 销售产品过程停滞, 最终企业资金链断裂, 这将影响企业的经济效益和发展前景。因此, 企业销售业务的内部控制研究对企业提高经营业绩, 实现资金高效利用及实现企业健康长远发展有着非常大的作用。

1 销售管理的重要性

销售管理能够对企业的经营管理产生重要的影响。销售管理是企业的终端活动, 企业的产品研发、产品价格制定策略、促销活动的开展等都是为了实现产品的销售, 将一切转换为实际价值, 提升企业的经济利润。因此, 为了有效提升企业的

产品价值, 实现良好的产品营销, 就需要有效的销售管理作为保障。实际上, 企业的销售管理工作是企业市场经营发展过程中的重要环节, 也是实现企业产品价值转换的重要过程。在进行销售管理的过程中, 企业生产经营的产品和服务项目能够在经过市场流转之后, 到达顾客手中或者为顾客提供良好的服务体验。销售管理是为销售活动提供保障的重要工作环节, 同时也是连接企业和市场环境的重要纽带。一方面, 企业的管理工作对企业的经营管理活动产生直接的影响, 是企业可持续发展的重要保障。销售管理的质量越高, 企业的经营管理活动就会越顺利, 最终实现企业经济效益的提升。同时, 销售管理还能够影响企业的团队效率。高素质的专业化销售管理团队能够有效提升企业整体的营销水平, 为企业拓展更多的市场营销的渠道, 有效提升企业的核心竞争力。高质量的销售管理工作可以提升企业的经济效益, 从而对企业的未来发展提供有力保障。另一方面, 积极开展企业销售管理工作, 能够进一步提高企业的无形资产, 提升企业的影响力。在信息时代下, 企业可以运用互联网、公关及广告等多种方式来提升自己的产品的市场影响力, 通过良好的品牌建设使产品获得顾客的认可。企业的销售管理同样也是企业品牌建设的过程, 高质量的销售

管理工作能够有效促进企业的品牌建设,进一步提升企业的产品影响力,提升企业的经济效益。

2 企业销售管理工作中存在的问题

销售人员的综合素质直接影响着产品销量,高素质的销售人员具备科学的营销理念,能够对营销环节进行改革优化,以此提高产品的销售总量。但就实际而言,部分企业的销售人员缺乏科学的营销理念,且多是其他部门员工兼任营销工作,因此无法制订出有效的产品营销方案,使得企业的营销模式缺乏创新性,难以适应市场环境的变化要求。比如,销售人员缺乏市场需求信息的获取渠道,仅凭个人经验开展销售工作。另外,一些销售人员没有深入了解各个销售渠道的变化情况,无法适时调整营销方案,进而影响销售效果。知识经济时代对企业营销工作提出了更高的要求,但部分企业的销售人员并未认识到营销知识在提高企业销售总量方面的重要作用。整体来看,销售人员的营销观念较为落后,缺乏系统化的销售知识体系。此外,在营销计划制订方面,部分营销管理人员不仅未对市场发展规律进行深入研究,而且也未对制订的营销计划进行可行性论证与分析。部分企业受自身产业经营水平限制,忽略了信息化改革的重要性,在营销信息化建设方面存在不足。一是缺少营销数据分析系统。由于市场经济的不确定性,企业要想在激烈的市场竞争中获得生存与发展,就必须依靠一定的数据分析进行市场前景预测,但现阶段的企业仍以传统思路进行营销管理,并未建设信息化的市场营销系统,因而难以明确快速变化的市场供求关系对企业营销战略产生的影响;二是缺乏自主运营的线上营销平台。受传统营销思维的限制,部分传统企业仍采用线下对接的形式开展营销工作,并未建立线上线下一体化的营销网络平台,营销效果一般,整体销量难以提升。

3 企业销售管理的控制方法

3.1 建立有效的信息传递与沟通系统

信息是企业开展各项工作的载体。针对内外部信息沟通存在的问题,企业要提升外部沟通积极性,通过市场调研、委托机构、行业组织等渠道获取行业前沿信息,若信息中有涉及企业利益的内容,应及时汇总并上报给管理层,为经营决策提供数据支持。同时,财务部门要加强与会计师事务所、税务机构的联系;销售部门要牵头举办座谈会、答谢会等,以维系与客户之间的关系;市场中心需要负责回访工作,并将结果反馈至职能部门,确保销售与收款业务有序进行。另外,企业要建立良好的内部沟通机制。首先,要整合销售、财务、仓储系统,并构建信息共享机制,实现自动化控制与信息沟通。其次,要积极拓展内部沟通渠道,如设置匿名邮箱、开放投诉渠道等,广泛采纳员工的意见与建议。最后,除了线上沟通,还可以线下召集各部门负责人集思广益,一改往日以销售部门为核心的沟通模式。

3.2 提高员工素质

企业可以通过实施人才引进战略、完善人力资源机制及建立良好的员工培养方案等提高员工的整体素质。对于一些特别的岗位可以实行轮岗制、调休制和离岗制。对于销售岗位实行优胜劣汰制,在竞争中不断提高员工的积极性,从而使得公司的员工得到全方面的发展,为公司创造更多的价值。企业还要不断完善招聘制度,以更完善的招聘流程来筛选出更加优秀的人才。公司在招聘时可以采取面试和笔试两种方式,且一定要注重应聘者的专业胜任能力。招聘流程可以采取宣讲会筛选-笔试-面试等方式,最后对剩下的优秀人才进行录取,签订相关协议。

3.3 充分利用网络优势,促进销售管理创新

首先,互联网技术的推广和应用,以及智能手机和电脑等电子设备的普及,促使人们的生活工作方式发生了较大的转变,人们足不出户,通过手机和网络平台等就可以获取到各种信息,一定程度上影响了人们的消费需求。企业可以充分利用这一优势,将各种产品的信息通过互联网平台等进行传播与共享,针对有消费需求的用户,可通过相关的应用软件或者平台等进行沟通交流,以此充分了解用户的需求情况。同时,企业通过这些网络平台可以发布企业生产的各类产品情况,具体包括成分组成、价格等信息,以此帮助用户直观清晰地了解各类产品信息,使其根据自身需求选择需要的产品,以更加贴合用户消费心理的销售方式实现对产品的分类管理与营销。通过对互联网平台的准确应用,企业能够有效拓展销售渠道,优化销售管理模式,从用户需求和市场需求出发进行产品的生产研发与针对性营销,有利于提升企业的经济效益,降低企业在销售过程中的费用成本。其次,企业可以利用网络平台构建线上销售交易模式,企业可培养专门的网络营销人员在互联网平台上发布产品宣传信息,开展相应的产品营销业务,而营销人员应能够熟练应用网络技术,管理网络销售平台,并熟知产品情况。这种线上销售方式不仅可以简化产品的销售流程,提高交易效率,降低企业在销售过程中的费用成本,还能够充分满足用户的实际需求。销售过程是企业经营管理方面的重要环节,互联网技术的应用能够有效创新销售管理模式,有利于企业提升经济效益,促进企业实现健康稳定发展。

3.4 完善合同管理环节

企业可以将合同的签订及执行等环节数字化,通过互联网在合同管理系统中实时追踪。在合同签订前,企业先要了解客户的财产和信用情况,然后销售人员与客户在产品的质量、价格、数量、优惠度、还款时间等方面达成一致的意见。最后,销售人员将客户订单的明细和合同的具体内容详细地反映在销售合同管理系统中,并且明确合同签订的相关责任人。企业的管理者可以通过网络进入该系统,了解合同管理的相关工作以及销售订单的执行情况。在该系统中还会及时记录每笔销售订单的款项去向。企

业可以使用电子签订,能够有效防范以往纸张打印签订合同中泄露商业秘密的情况。这样合同签订的全过程全部完整的反映在系统中,有效防止因销售人员离职或其他意外发生而将资源带走的情况。合同管理系统使得企业的合同管理更加有序、安全,能够让企业管理者随时了解企业销售情况,实现企业的高效管理。

4 结束语

综上所述,销售工作的开展需要正确的引导和科学的管理体系,企业需要针对当下销售管理工作中的问题,制定有针对性的解决策略,实现企业销售管理水平的提升,提升企业的市场核心竞争力。企业需要认识到销售管理在企业可持续发展中的重要作用,通过高质量的销售管理活动确保经济活动的顺利开展,提升企业的综合实力。

参考文献:

- [1] 张安伟. 企业销售管理的现状与对策探究[J]. 营销界, 2020(52): 140-141.
- [2] 樊未. 销售型企业成本管理的要点[J]. 中国企业, 2020(12): 151-152.
- [3] 孙路. 国有企业销售业务内控管理制度的建立与完善[J]. 大众投资指南, 2020(17): 107-108.
- [4] 王书琦. 对企业销售管理工作的创新思路分析——以企业为例[J]. 商展经济, 2020(06): 65-67.
- [5] 谢国华. 大数据时代企业销售管理中存在的问题及对策[J]. 现代营销(下旬刊), 2019(04): 162-163.
- [6] 王璐. 浅谈企业做好销售团队管理工作的策略[J]. 商场现代化, 2019(04): 118-119.