

Контроль виконання зобов'язань

Контроль виконання зобов'язань є наступним етапом бізнес-процесу «Типовий продаж».

На цьому етапі мають бути виконані всі зобов'язання щодо угоди. При виконанні даного етапу та переходу на наступний етап бізнес-процесу обов'язково перевіряється наявність невиконаних зобов'язань як підприємства, так і клієнта. За всіма оформленими раніше замовленнями клієнтів усі зобов'язання щодо оплати та відвантаження товарів мають бути виконані у повному обсязі або відкориговані (скасовані позиції у замовленні клієнта).

Тобто на момент виконання цього завдання не повинно бути зареєстровано жодної заборгованості як з боку організації-продавця, так і з боку клієнта.

Завдання: Після виконання всіх зобов'язань по угоді слід перейти на наступний етап – «Зафіксувати результат виграної угоди» (Мал. 1).

The screenshot shows a task window titled "Зафіксувати результат виграної угоди Продаж акумуляторів д..". The author is "Осенєва Тетяна". The task is dated "15.11.2022" with a priority of "Звичайна". The subject is "Продаж акумуляторів для легкових автомобілів". The task content includes instructions to check document completeness, information accuracy, payment completion, and document completeness. The task is currently assigned to "Осенєва Тетяна" and is marked as "Виконано" (Completed).

Малюнок 1 – задача на фіксування результатів виграної угоди

Фіксація результатів виграної угоди

На цьому етапі необхідно перевірити правильність оформлення всіх документів по угоді, а також зареєструвати результати задоволення первинного попиту клієнта.

Для аналізу задоволення первинного попиту можна використовувати звіт «Склад продажу», який викликається з форми угоди (Мал. 2).

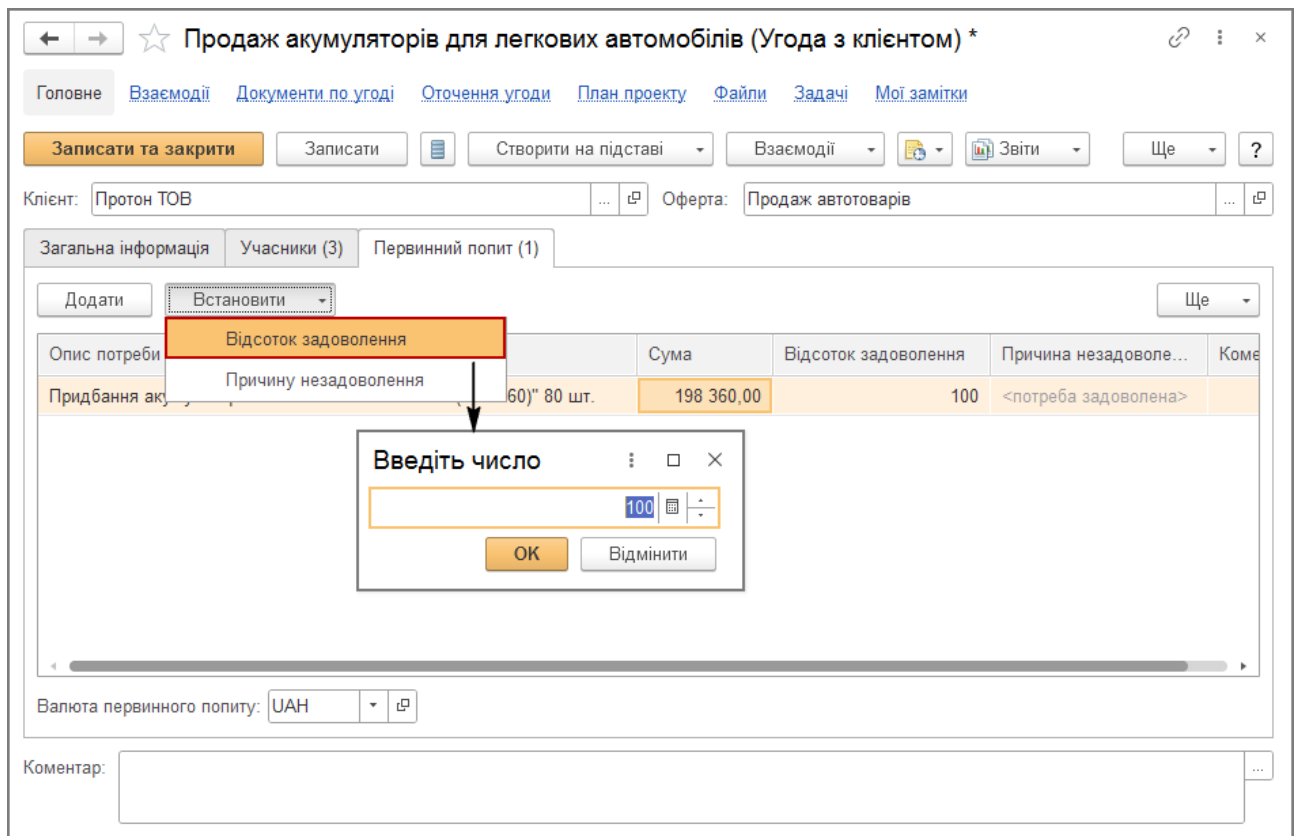
У цьому звіті показуються товари та їх кількість, яка була зареєстрована у комерційних пропозиціях, та ті товари, які були реально продані.

The screenshot shows the "Склад продажу" report for the agreement "Угода Дорівнює 'Продаж акумуляторів для легкових автомобілів'". The report includes a table with columns for inventory, characteristics, and quantities in commercial offers, orders, and realizations.

Номенклатура	Характеристика	1. В комерційних пропозиціях	2. У замовленнях	3. У реалізаціях
		Кількість	Кількість	Кількість
Акумулятор Bosch 6СТ-60 S4 Silver (S40 060)		180,000	80,000	80,000

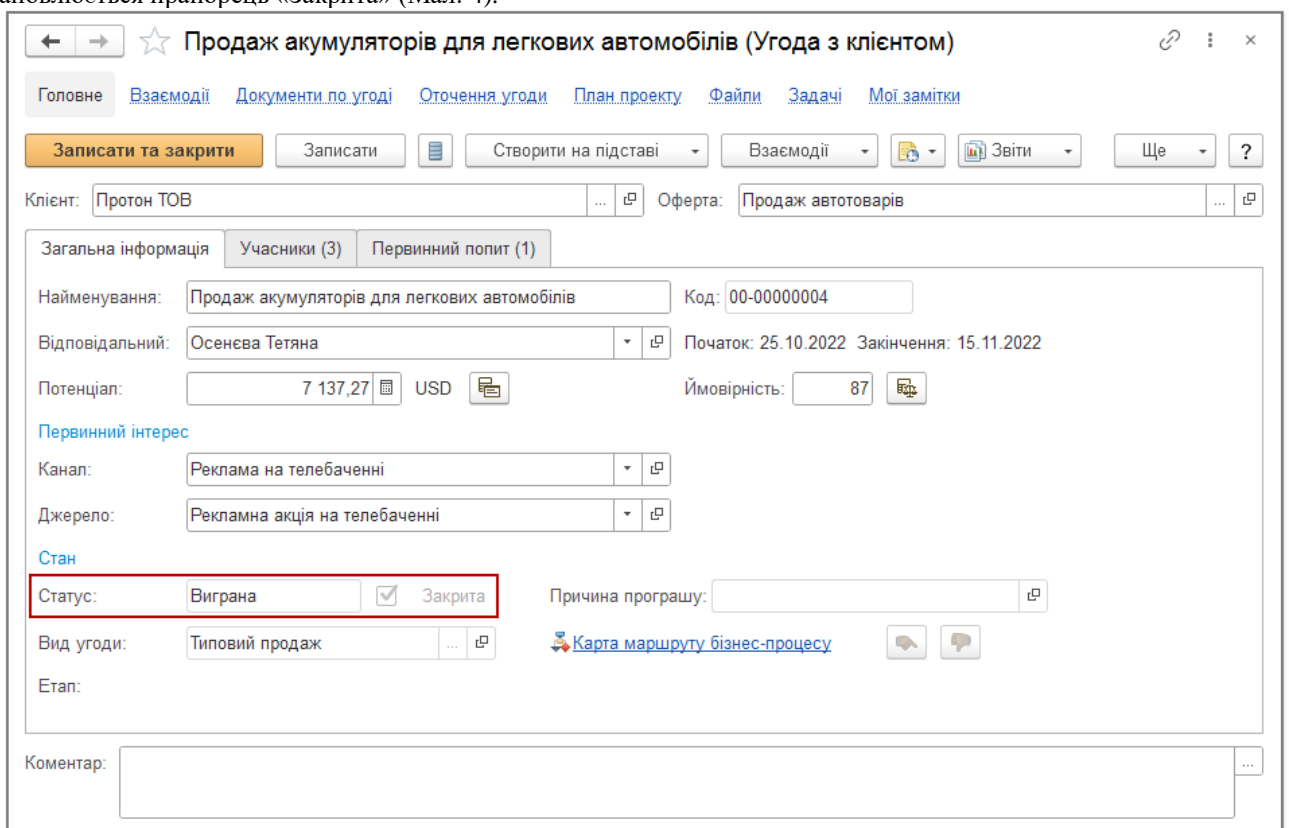
Малюнок 2 – звіт «Склад продажу»

Відсоток задоволення первинного попиту вноситься вручну в форму угоди на закладці «Первинний попит» по кнопці «Встановити» – «Відсоток задоволення» (Мал. 3).



Малюнок 3 – встановлення відсотка задоволення в угоді з клієнтом

Після реєстрації відсотка задоволення необхідно в угоді встановити статус «Виграна» і зазначити, що етап «Зафіксувати результат виграної угоди» виконано. Після виконання останнього етапу в угоді автоматично встановлюється прапорець «Закрита» (Мал. 4).




Малюнок 4 – встановлення статусу «Виграна» та закриття угоди

У випадках, коли домовленості з клієнтом не досягнуті і продаж товарів не передбачається, угода вважається програною.

Завдання: Зафіксувати програш угоди

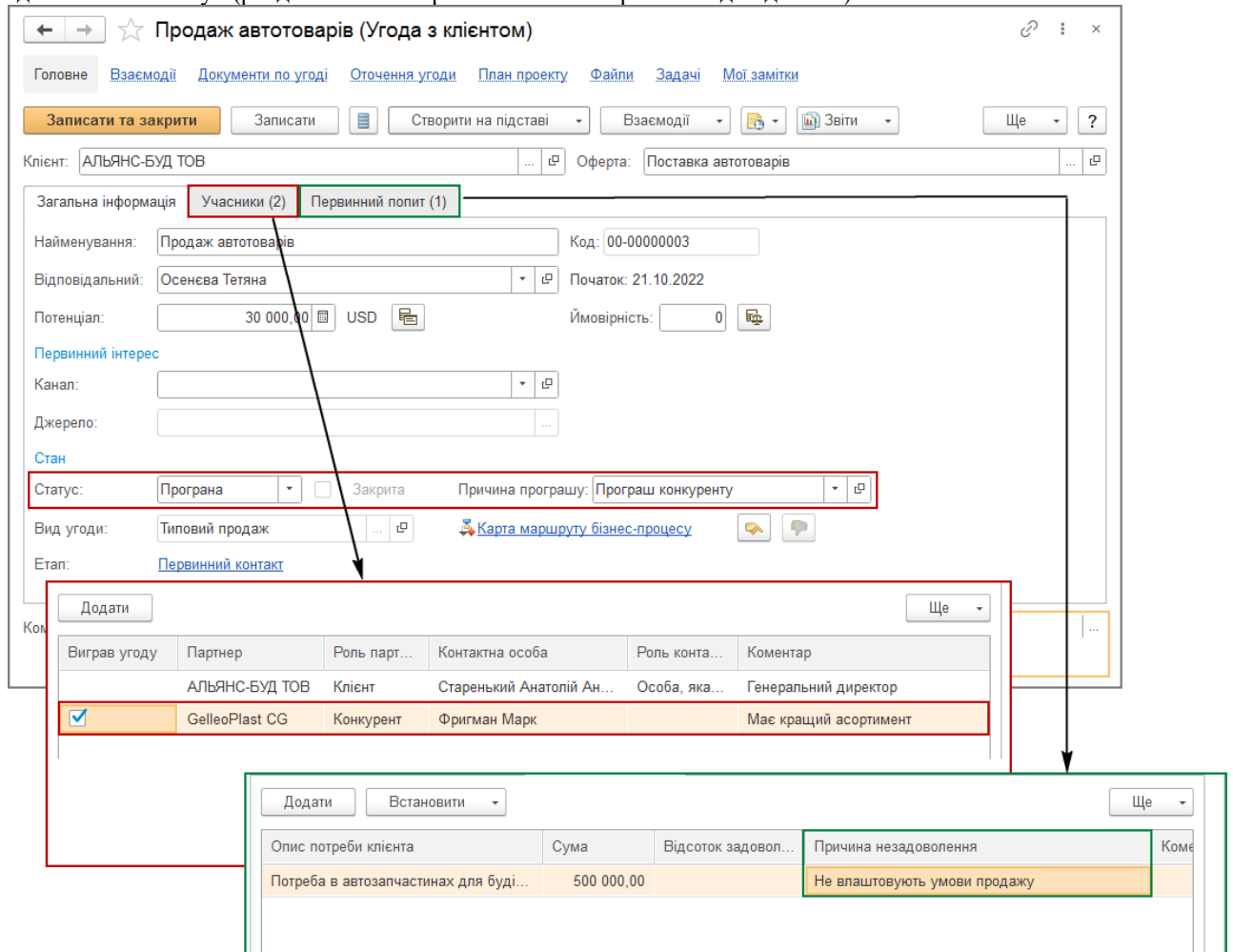
Програш угоди можна зафіксувати на будь-якому етапі оформлення угоди. Для цього потрібно натиснути

на піктограму  у формі угоди і у відповідному реквізиті обов'язково встановити причину програшу угоди. Список причин програшу угоди зберігається у довіднику «Причини програшу угод» (розділ «CRM і маркетинг» – «Настройки та довідники») (Мал. 5).

Спочатку у довіднику зареєстровано одну напередвизначену причину – «Програш конкуренту», за потреби користувач може додати будь яку кількість причин програшу.

Після вибору причини «Програш конкуренту», на сторінці «Учасники» необхідно зареєструвати інформацію про конкурента, який виграв угоду.

На закладці «Первинний попит» по кнопці «Встановити» – «Причина незадоволення» менеджер заповнює причину незадоволення попиту. Список причин незадоволення попиту зберігається у довіднику «Причини незадоволення попиту» (розділ «CRM і маркетинг» – «Настройки та довідники»).



Скриншот інтерфейсу системи CRM, що демонструє деталі угоди «Продаж автотоварів (Угода з клієнтом)». Інформація про клієнта: АЛЪЯНС-БУД ТОВ, Оферта: Поставка автотоварів.

У закладці «Учасники (2)» відображено наступну таблицю:

Виграв угоду	Партнер	Роль парт...	Контактна особа	Роль конта...	Коментар
	АЛЪЯНС-БУД ТОВ	Клієнт	Старенький Анатолій Ан...	Особа, яка...	Генеральний директор
<input checked="" type="checkbox"/>	GelleoPlast CG	Конкурент	Фригман Марк		Має кращий асортимент

У закладці «Первинний попит (1)» відображено наступну таблицю:

Опис потреби клієнта	Сума	Відсоток задовол...	Причина незадоволення	Комент...
Потреба в автозапчастинах для буді...	500 000,00		Не влаштовують умови продажу	

Малюнок 5 – внесення інформації про програш до угоди з клієнтом