

УДК 338.4

ИНФОРМАЦИЯЛЫК ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ КОЛДОНУУ МЕНЕН КОМПЬЮТЕРДИК
ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ САТУУ ЭФФЕКТИВДҮҮЛҮГҮН ЖОГОРУЛАТУУ*Кожобекова Мээримгул Талантовна*
k.meerim@gmail.com*Капарова Айпери Алымкуловна*
Kaparova.aiperi@gmail.com*Ош мамлекеттик университети*
Ош, Кыргыз Республикасы

Аннотация: Бул макалада компьютердик технологияларды сатуу эффективдүүлүгүн жогорулатууда кайра эле информациялык технологиялар жана интернет тармагы сыяктуу башка техникалык каражаттарды, телефондорду жана смартфондордун колдонуу түшүнүгү ачылган аларга берилген артыкчылыктар каралган. Информациялык технологияларды колдонуу менен сатуунун эффективдүүлүгүн жогорулатуу менен атаандаштык стратегиясын иштеп чыгууда заманбап компоненттерди камтуу менен ишти аткарууга багытталат. Макаланын алкагында сатуунун көбөйүшүнүн негизги көрсөткүчтөрү, анын аналитикалык цикли да кеңири каралды. Маркетологдор инструменттердин жана информациялык технологиялардын кызматтарынын жардамы менен ийгиликтүү чече турган милдеттер аныкталды.

Түйүндүү сөздөр: сатуу бөлүмү, менеджер, маркетолог, агент, кардар, технология, информациялык технологиялар, интернет, интернет маркетинг, дүйнөлүк тармак, санариптик технологиялар, сатуунун эффективдүүлүгү, интернет булактары, веб-сайтты оптималдаштыруу.

ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ С
ПРИМЕНЕНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ*Кожобекова Мээримгул Талантовна*
k.meerim@gmail.com*Капарова Айпери Алымкуловна*
Kaparova.aiperi@gmail.com*Ошский государственный университет*
Ош, Кыргызская Республика

Аннотация: в статье раскрывается понятие продажи компьютерных технологий с применением самих же компьютеров и других технических средств как интернет, интернет-продажи а также с помощью телефонов и смартфонов. Эффективность продажи с применением информационных технологий возможна только при включении в его состав современных компонентов, направленных на разработку конкурентоспособной стратегии. В рамках данной статьи подробно рассмотрены основные показатели повышения продажи включая ее аналитический цикл. Определены задачи, которые маркетологи могут успешно решать с помощью инструментов и сервисов компьютерных технологий.

Ключевые слова: отдел продаж, отдела сбыт, менеджер, маркетолог, агент, клиент, технология, информационные технологии, интернет, интернет-маркетинг, World Wide Web, цифровые технологии, эффективность продаж, интернет-ресурсы, оптимизация сайта.

INCREASING THE EFFICIENCY OF SALES OF COMPUTER TECHNOLOGIES USING INFORMATION TECHNOLOGIES

Kozhobekova Meerimgul Talantovna

k.meerim@gmail.com

Kaparova Ayperi Alymkulovna

Kaparova.aiperi@gmail.com

Osh state University

Osh, Kyrgyz Republics

Annotation: *This article reveals the concept of selling computer technologies with the use of computers themselves and other technical means such as the Internet, Internet sales, as well as with the help of phones and smartphones. The effectiveness of sales with the use of information technology is possible only when it includes modern components aimed at developing a competitive strategy. Within the framework of this article, the main indicators of increasing sales, including its analytical cycle, are considered in detail. The tasks that marketers can successfully solve with the help of tools and services of computer technologies have been identified.*

Key words: *sales department, sales department, manager, marketer, agent, client, technology, information technology, internet, internet marketing, World Wide Web, digital technologies, sales efficiency, internet resources, website optimization.*

Введение

Работу современного отдела продаж невозможно представить себе без использования компьютеров и других технических средств, которыми сотрудники ежедневно пользуются и которые существенно облегчают и ускоряют работу.

Сотрудники, работающие в сфере продаж, давно поняли ценность такого инструмента для повышения эффективности сбыта как компьютерная техника и информационные технологии.

Технология - система знаний о методах и технологиях труда, их элементах и способах их соединения для создания продуктов или предоставления услуг.

Слово «технология» в греческом переводе означает «искусство, умение, умение что-то делать». Термин «информационные технологии» связан с использованием компьютерных технологий при подготовке и обработке информации. [3].

Информационные технологии могут найти широкое применение в деятельности продавцов и менеджеров по продажам. [1]:

- Наладить эффективный контроль за исполнением заказов и сотрудничать с клиентами - информационные технологии помогают создать базу данных, содержащую информацию обо всех клиентах компании;
- Улучшение системы контроля выполнения заказов, чтобы помочь установить доверительные отношения с клиентами, тем самым увеличивая производительность;
- Оптимизировать использование рабочего времени коммерческих агентов - компьютерные информационные технологии позволяют легче и быстрее устанавливать оптимальный график работы;
- Поскольку компьютер может помочь агенту определить текущий статус каждого клиента, он может обеспечить эффективный контроль за состоянием учетной записи клиента и повысить эффективность работы в доверенной зоне продаж, чтобы вы могли таким образом планировать свою работу и иметь больше времени, чтобы оставаться с клиентом;
- Повышение скорости составления и точности исполнения отчетов, заказов и других документов;

- Разработайте наиболее разумное бизнес-предложение и разработайте план по предоставлению продукции клиентам.

Если сотрудники отдела сбыта используют в работе традиционные бумажные технологии, в их работе могут возникнуть сложности [1].

База клиентов ведется в бумажном виде [3]:

- сложно найти и легко потерять информацию о нужном клиенте;
- базу можно легко потерять или вынести за пределы компании;
- записи в такой базе чаще всего понятны только тому менеджеру, кто их делал.

Подготовка отчетов отнимает много времени:

- информацию необходимо собирать из разрозненных источников;
- необходимые сводные показатели приходится высчитывать вручную;
- для подготовки сводного отчета по отделу необходимо собрать много разнородной информации и вручную ее обработать.

Большая часть информация о клиентах принадлежит не компании, а менеджеру:

- информацией о работе с клиентами владеет только работающий с ней сотрудник;
- если информация о клиентах не сохраняется должным образом, при уходе сотрудника из компании она может быть утеряна.

Использование информационных технологий помогает решить эти проблемы [4].

Кроме того, использование компьютеров в работе отдела сбыта позволяет экономить рабочее время сотрудников. Это происходит за счет того, что:

- меньше времени тратится на подготовку документов – сотрудник может воспользоваться готовыми шаблонами или внести исправления в уже готовый документ;
- можно быстро составить отчет о проделанной работе;
- можно отправить клиенту рабочие материалы по электронной почте.

1. Продажи с помощью сети Интернет

Одним из последних новшеств в сфере информационных технологий, связанных с продажами, являются те, которые доступны с помощью сети Интернет. Она предоставляет специалистам по продажам широкие возможности для работы.

Интернет - это глобальная сеть, которая позволяет мгновенно общаться с партнерами, находящимися в любой стране мира. Пользователи со всего мира могут отправлять электронные письма, заказывать продукты, получать доступ к новостям, расслабляться и наслаждаться деловой информацией. [4].

Современным людям трудно поверить, что вся история этой глобальной информационной сети началась с создания ее предка - сети ARPANET в 1969 году (тогда первый узел сети был запущен в Лос-Анджелесе). Тогда никто не задумывался о будущей огромной роли этого события в жизни современного человека. Решать научные и практические задачи обеспечения развития компьютерных технологий передачи данных при возможных военных, террористических и других операциях.

На первом этапе работы сеть ARPANET представляла собой довольно закрытую структуру, используемую только в военных ведомствах и оборонных ведомствах. Затем доступ к сети был открыт исследовательским и образовательным учреждениям. В то же время рядом с ARPANET стали появляться и другие сети. Им нужно общаться и взаимодействовать друг с другом [4].

Подлинный бум развития сети Интернет пришелся на 90-е годы XX века в связи с продвижением технологии World Wide Web («Всемирная паутина»). В этот период количество пользователей и серверов ежемесячно удваивалось. Сеть росла стремительно, и постоянным в Интернет можно было считать только постоянное развитие.

Так или иначе, всемирный бум, связанный с развитием сети Интернет, не прекращается до сих пор.

Первоначально основными пользователями сети Интернет были студенты и ученые. Однако сейчас сфера его использования значительно расширилась, особенно среди потребителей дорогих товаров и услуг, имеющих достаточно средств, а также хорошо образованных специалистов, что делает этот рынок весьма привлекательным для продавцов [5].

Сеть Интернет подходит для сферы продаж, так как с его помощью можно отправлять сообщения по электронной почте и осуществлять электронную коммерцию.

2. Увеличение продаж с помощью телефона

Использование мобильных телефонов для увеличения продаж – это настоящее искусство. Нам стоит забыть о приобретенных вами цифровых базах данных, которыми часто пользуются представители недобросовестных компаний: одержимость только испортит нашу репутацию.

Мы должны оказывать свои услуги тем, кто уже в них заинтересован. Нам нужна не только информация о нашем продукте, но и информация о вызываемом человеке: его место работы, его работа и интересы, проблемы, с которыми он столкнулся, и то, как наш продукт может помочь в решении этих проблем.

Хороший способ законного сбора этого типа информации - создать настраиваемую страницу входа или страницу захвата и разместить форму для потенциальных клиентов с обязательными полями. Бесплатная библиотека шаблонов LPgenerator уже содержит готовые целевые страницы по разным направлениям - вам нужно выбрать сегмент рынка, добавить страницу в редактор и дополнительно настроить ее в несколько кликов. [5].

Помимо предоставления привлекательных продуктов, не забывать предоставить пользователям некоторые вознаграждения: бесплатные книги, участие в веб-семинарах или демонстрациях продуктов и т.д.

3. Привлекать клиентов-единомышленников

Привлекайте клиентов-единомышленников, знакомя их с глобальными целями компании. Например, благотворительность развивается в разных направлениях. В одном исследовании 64% респондентов сказали, что им было предложено принять решение о покупке.

В качестве примера возьмем типичный пример этого метода. Благотворительная кампания под названием TOMS Shoes запустила благотворительную кампанию по увеличению продаж, и ее смысл заключается в следующем: когда компания продает пару обуви, компания отправляет другую пару обуви нуждающимся детям. В результате этой акции по всему миру были проданы миллионы пар обуви, поэтому миллионы детей получили новую обувь бесплатно.

Продаж и увеличения конверсии с помощью добрых и полезных дел – это отличный способ привлечение клиентов [1].

Литературы

1. Беленец П.С., Ембулаев В.Н., Латкин А.П. Использование франчайзинга в предпринимательской деятельности как основа повышения эффективности продаж товаров и услуг. – Монография. - Владивосток: ВГУЭС, 2016. - 168 с.
2. Данько Т. П., Китова О. В. Вопросы развития цифрового маркетинга // Проблемы современной экономики. 2013. № 3 (47). С. 261-265.
3. Желтенков А. В., Рябиченко С. А., Жураховская И. М. Исследование систем управления: учеб. пособие. М.: ИИУ МГОУ, 2011. 166 с.
4. Кожушко О. А., Чуркин И. В., Агеев А. Ю. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования. М.: Олимп-Бизнес, 2015. 327 с.
5. Назипов Р. С. Таргетированная реклама в социальных сетях. М.: Билинева, 2016. 224 с.