

## Οργάνωση Πωλήσεων

Γεωργία Κωνσταντίνου,  
Διευθύντρια Προγραμμάτων  
Επιχειρηματικότητας  
Skywalker.gr

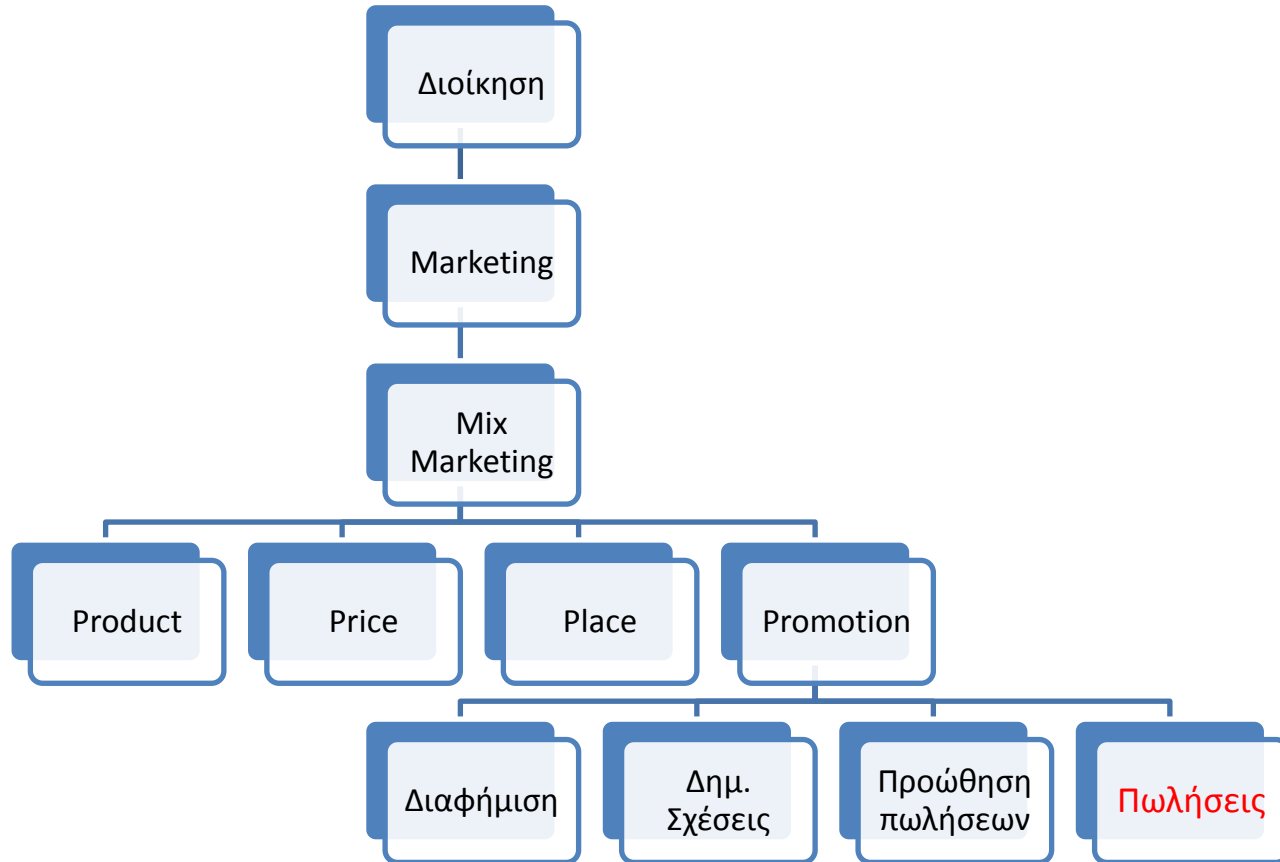
## Η Κοινωνική Επιχείρηση μέσα στο Οικονομικό Περιβάλλον

**Ο στόχος της κοινωνικής οικονομίας:** «Το σύνολο των οικονομικών, επιχειρηματικών, παραγωγικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, οι οποίες αναλαμβάνονται από νομικά πρόσωπα ή ενώσεις προσώπων, των οποίων ο καταστατικός σκοπός είναι η επιδίωξη του συλλογικού οφέλους και η εξυπηρέτηση γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων».

Σύμφωνα με τον [N. 4019/2011](#),

- Συνεχής οικονομική δραστηριότητα
- Ανάληψη ρίσκου
- Συλλογική διάσταση
- Κάλυψη κοινωνικής ανάγκης

## Η Θέση του Τμήματος Πωλήσεων στο Οργανόγραμμα



## Έρευνα : Ποια Είναι η Κοινωνική Ανάγκη που Εξυπηρετώ?

- Ποιοι/ες θα μπορούσαν να αγοράσουν αυτό το προϊόν/αυτήν την υπηρεσία;
- Υπάρχουν άλλες επιχειρήσεις που καλύπτουν αυτήν την ανάγκη στην τοπική κοινωνία;
- Είναι ανταγωνιστές ή μπορούν να μας βοηθήσουν;
- Περιγραφή της οικονομικής δραστηριότητας με καθαρές στοχεύσεις
- Η ιδέα μας μπορεί να μετασχηματιστεί σε βιώσιμη επιχείρηση ή ταιριάζει περισσότερο σε λειτουργία κοινωνικού κέντρου ή άτυπης δομής αλληλεγγύης.
- Έρευνα στο διαδίκτυο (μήπως το κάνει ήδη κάποιος άλλος;)
- Συζητήσεις με φίλους/ες, κοινωνικούς χώρους και πρωτοβουλίες για τη χρησιμότητα της συγκεκριμένης οικονομικής δραστηριότητας.
- Επισκέψεις σε άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον συγκεκριμένο ή σε παρεμφερή τομέα.
- Ανάλυση δυνατών και αδύναμων σημείων, ευκαιριών-απειλών (SWOT analysis)

## Οι Στόχοι του Τμήματος Πωλήσεων

### 1. Ποιοτικοί Στόχοι:

- Σχετίζονται με την επικοινωνία και την ικανοποίηση του πελάτη και μετριούνται με το βαθμό επανάληψης της αγοράς αλλά και τη «σύσταση» σε νέους πελάτες
- Απαιτείται έρευνα για τις ανάγκες του κοινού, την ανάλυση του κοινωνικού, οικονομικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (PEST Analysis), τις συνθήκες ανταγωνισμού και ειδικές δεξιότητες όπως: ενσυναίσθηση, αποτελεσματική επικοινωνία, εξυπηρέτηση και ολική ποιότητα.

### 1. Οικονομικοί Στόχοι:

- Σχετίζονται με το οικονομικό αποτέλεσμα, το τζίρο του τμήματος και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης (παράδειγμα ΝΣ)
- Απαιτείται ανάλυση του Προϋπολογισμού Χρήσης και του Προϋπολογισμού Ταμειακής Ροής



## Προϋπολογισμός Χρήσης

- Μας δείχνει τα προσδοκώμενα κέρδη (ή ζημιές) αφού υπολογίσουμε τα πιθανά έσοδα (τζίρος) και τα έξοδα
- Αρχικά φτιάχνουμε τον προϋπολογισμό χρήσης για τα τρία πρώτα χρόνια με παράλληλη πρόβλεψη για τα έσοδα από πωλήσεις
- Σημαντικό τον πρώτο χρόνο να έχουμε προϋπολογισμούς για κάθε μήνα
- Σχηματίζουμε εναλλακτικά σενάρια (καλό – μέτριο – κακό)
- Προϋπόθεση να συμπεριλάβουμε όσο το δυνατόν περισσότερες και ακριβείς πληροφορίες
- **Χωρίζεται στο σταθερό και στο μεταβλητό τμήμα:**
- **Σταθερό:** όλες οι πληροφορίες για σταθερά έξοδα (ενοίκια, μισθοί κτλ.) και σταθερά έσοδα (από πωλήσεις ή άλλες πηγές)
- **Μεταβλητό:** όλα τα έσοδα και τα έξοδα που απορρέουν από τον όγκο και τη διαδικασία πωλήσεων



## Προϋπολογισμός Ταμειακής Ροής

- Η χρηματοοικονομική μας δυνατότητα σε ρευστό σε συνεχή ροή
- Σημαντικό τον πρώτο χρόνο να έχουμε προϋπολογισμούς για κάθε μήνα.
- Σχηματίζουμε εναλλακτικά σενάρια (καλό – μέτριο – κακό).
- Εδώ τα έξοδα και τα έσοδα δεν προκύπτουν με την ίδια περιοδικότητα για αυτό χρειάζεται προσοχή: Πχ σε πωλήσεις επί πιστώσει τα έσοδα θα έρθουν σε μελλοντικό χρόνο ενώ θα παράλληλα κάποια έξοδα θα πρέπει να αποδοθούν άμεσα

## Η Οργάνωση των Πωλήσεων & και η Διοίκηση της Ομάδας

### 1. Ο προγραμματισμός των πωλήσεων:

- Στρατηγικός Σχεδιασμός και συντονισμός με τους στόχους της επιχείρησης, Συντονισμός όλων των ενεργειών, Έλεγχος της αποδοτικότητας και αποτελεσματικότητας των ενεργειών, η Παρακολούθηση

### 2. Η Ανάθεση καθηκόντων

- Η οργάνωση μεθόδων ανάθεσης καθηκόντων, Τομείς Ανάθεσης στις Πωλήσεις

### 3. Η οργάνωση του πελατολογίου

- Η Στοχοθεσία των πωλήσεων , Ο Σχεδιασμός επιτυχημένων συσκέψεων και συναντήσεων των πωλητών, Η αποτελεσματική Καθοδήγηση των πωλητών





## Η Οργάνωση των Πωλήσεων & και η Διοίκηση της Ομάδας

- Προβολή και προώθηση πωλήσεων
- Στρατηγικές ανάπτυξης πωλήσεων και **αναζήτησης νέων πελατών**
- Συστήματα **μετρήσεων ικανοποίησης πελατών** και αποτελεσματικότητας των πωλήσεων
- Η **διαχείριση** των σημαντικών πελατών
- Επιτυχημένες **διαπραγματεύσεις**
- **Τιμολογιακή πολιτική**, κίνητρα και προσφορές
- Δείκτες, στόχοι και **παρακολούθηση αποτελεσμάτων** από τις πωλήσεις (επίπεδα απόδοσης)
- **Αποτίμηση αποτελεσμάτων** στο τμήμα των πωλήσεων
- Ο **προϋπολογισμός** των πωλήσεων



skywalker.gr

Ευχαριστώ πολύ!

skywalker.gr