

Вопросы для экспресс-аудита

Цели

1. Зачем открывал бизнес?
2. Как представлял бизнес, когда открывал?
3. Какие ключевые элементы были важны — объективные и субъективные: прибыль, люди, удовольствие идеальная роль в бизнесе, количество людей, качество сотрудников, бизнес-процессы, польза людям и прочее.
4. Насколько, по шкале от 1 до 10 удалось реализовать каждый из важных критериев?

Повышение эффективности отдела продаж:

Блок 1. Общая ситуация в компании.

1. Ключевые проблемы, которые видишь сейчас. Их причины, что пробовали делать для их решения.
2. Рост компании за последние 2–3 года (оборот/прибыль).
3. Функционал руководителя.
4. Орг. структура компании. Какие функции в компании замкнуты на руководителя?
5. К чему хочется прийти, к какой роли собственника и формату бизнес-процессов?
6. Есть ли сложности в коммуникации с сотрудниками: вертикально (руководитель — подчиненный) и горизонтальной (между сотрудниками разных отделов)? Если есть, то какие? Каков уровень исполнительской дисциплины в компании (низкая, средняя, высокая)? Каков уровень формализации бизнес-процессов в компании?
7. Какое планирование есть в компании? Каковы цели и показатели, которых хочет достичь компания в текущем году?
8. Какие продукты, направления работы, группы клиентов, рынки сбыта приносят компании наибольшую прибыль?

Блок 2. Маркетинг и реклама.

1. Какие есть каналы привлечения клиентов?
2. Как производятся замеры эффективности?
3. Как производится повышение текущих каналов привлечения клиентов? Планирование рекламных мероприятий?
4. С какой периодичностью проводятся рекламные мероприятия?
5. На какой срок составлен маркетинг-план?
6. Производится ли сбор и анализ информации о рынке, клиентах, конкурентах? Кто это делает?

7. Какие ещё способы привлечения клиентов пробовали, собирались пробовать?
8. Целевая аудитория, четко определена или нет? Как сегментируется клиентская база? Как дифференцируются предложения для разной ЦА?
9. Анализ продукта или услуги. Как часто дополняется ассортиментная матрица? Как анализируются данные по ассортименту? Включение новых позиций, исключение неходовых.
10. Какие программы лояльности существуют в компании? Какие программы тестировались?
11. Как производится стимулирование клиентов на повторные покупки?
12. Как ведется клиентская база? Где физически она хранится? Как осуществляются коммуникации с клиентской базой? С какой периодичностью?
13. Какая система ценообразования используется? Как формируются цены?
14. На какую территорию вы продаете? Региональный рынок или федеральный? С чем связано ограничение по территории?

Блок 3. Продажи.

1. Какие точки взаимодействия с клиентом? Какова воронка продаж? Каким образом замеряется воронка, как анализируется? Какие мероприятия используются для повышения эффективности продаж на основе анализа? Как отслеживается коэффициент закрытия? Как производится работа по его увеличению? С каких этапов продажи наибольший отток клиентов?
2. Производится ли замеры среднего чека? Как строится работа по его увеличению (работа с торговым персоналом, включение в ассортиментную матрицу доп. видов товара).
3. Прописаны ли скрипты и регламенты для торгового персонала? Производится ли работа по реактивации клиентов (возвращение не купивших), возвращению нелояльных клиентов, дожиму клиентов на этапе сомнений, работе со скидками, работе с акциями для повышения конверсии? Наиболее часто встречаемые отказы. Цены, отсутствие нужной вида товара или услуги, сроки поставок, сервисные возможности компании, условия рассрочки?
4. Какова материальная и нематериальная мотивация персонала? Предоставляют ли менеджеры прогнозы продаж? Как производится контроль осуществления сделок исходя из ранее составленного прогноза?
5. Произведен ли расчет требуемого количества менеджеров ОП для компании. Отдел продаж полностью укомплектован или нет? Каким образом происходит отбор персонала? Каким образом происходит внедрение и адаптация новых сотрудников? Каковы сроки внедрения нового сотрудника? Показатели конверсии сотрудников? Стоимость сотрудника на разных этапах? Текучка среди менеджеров. Средний срок работы менеджеров в компании?
6. Производятся ли обучения персонала: Hard Skills (знания), Soft Skills (навыки), PE-factor (личная эффективность)? Какова эффективность обучения? Как измеряется? Есть ли методические материалы для самообучения?
7. Как производится оценка работы торгового персонала? Аттестация персонала? С какой периодичностью? Какие действия следуют за оценкой?

8. Производится ли получение обратной связи об удовлетворенности клиента покупкой? Замеряется ли уровень лояльности клиентов? По какой методике? Замерена ли корреляция лояльности с рекомендациями и доп.продажами? Какие действия совершаются для повышения лояльности клиентов?
9. Каким образом осуществляется управление продажами?