Должностная инструкция торгового представителя

Торговый представитель (Sales Representative) представляет торговые интересы своего предприятия и отвечает за их воплощение и защиту. Использование торговых представителей и наделение их соответствующими функциями является одним из непременных условий расширения торговой сферы влияния предприятия на определенных территориях или на определенные группы потребителей (покупателей). Зачастую этот работник представляет интересы предприятия даже вне региона нахождения предприятия. В этом случае его должность именуется «региональный торговый представитель».

Задачей предприятия является стратегическое распределение торговых представителей по различным секторам рынка так, чтобы охватить нужных клиентов в нужное время на нужной территории и надлежащим образом. При определении необходимого количества торговых представителей предприятия чаще всего исходят из рабочей нагрузки на каждого представителя и оценки потенциала данного сегмента рынка.

Торговые представители могут осуществлять свою деятельность, как в области закупок, так и в области продаж, либо в обеих сразу. Вне зависимости от категории товаров и рода деятельности предприятия объектом интереса торговых представителей является состояние того сектора оптового и розничного рынка, на котором их предприятие представлено слабо или не представлено вовсе. Различают представителей по оптовой и розничной торговле. Первые, как правило, и являются региональными, вторые же могут организовывать доведение товаров до конечного потребителя.

Другая функция торговых представителей — контроль за соблюдением условий договоров контрагентами, которые уже действуют в данном секторе рынка. Кроме того, они могут также самостоятельно заключать договоры от имени предприятия на основании доверенности и тем самым создавать новую дилерскую и дистрибъюторскую сети, расширяя сферу деятельности головного предприятия. Торговые представители могут заниматься как уже известными потребителям товарами, так и новыми, перспективными.

Основными задачами торгового представителя являются: работа с существующими партнерами и клиентами на определенном секторе рынка, поиск новых клиентов, развитие дистрибьюторской и дилерской сетей, увеличение объемов прибыли предприятия.

ИНСТРУКЦИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЯ

I. Общие положения

1. Торговый представитель относится к категории специалистов.

2. На должность торгового представителя назначается

_____.

Ф.И.О.

имеющее профессиональное (экономическое) образование,

имеющее (высшее; среднее)

имеющее стаж работы в торговой сфере не менее (2 лет; 3 лет, др.)

3. Торговый представитель должен знать:

3.1. Законы и нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление коммерческой деятельности.

3.2. Рыночную экономику, предпринимательство и основы торгового дела.

3.3. Конъюнктуру рынка.

3.4. Особенности данного сектора рынка.

3.5. Ассортимент, классификацию, характеристику и назначение товаров.
3.6. Методы ценообразования, стратегию и тактику ценообразования.
3.7. Основы маркетинга (концепцию маркетинга, основы управления маркетингом, способы и направления исследований рынка, способы продвижения товаров на рынок).
3.8. Закономерности развития рынка и спроса на товары.
3.9. Теорию менеджмента, макро- и микроэкономики, делового администрирования.
3.10. Формы и методы ведения рекламных кампаний.
3.11. Основы мерчандайзинга.
3.12. Порядок разработки бизнес-планов и коммерческих условий соглашений, договоров.
3.13. Психологию и принципы продаж (закупок).
3.14. Технику мотивирования клиента к покупке.
3.15. Этику делового общения.
3.16. Правила установления деловых контактов.
3.17. Основы социологии и психологии.
3.18. Структуру управления предприятием.
3.19. Действующие формы учета и отчетности.
3.20. Методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютера.
4. Назначение на должность торгового представителя и освобождение от должности производится приказом руководителя предприятия по представлению

(коммерческого директора предприятия; регионального менеджера)

5. Торговый представитель подчиняется непосредственно
Генеральному директору ГК ООО ЛЕМЭКС .
директору предприятия; региональному менеджеру; иному должностному лицу)

6. На время отсутствия торгового представителя (отпуск, болезнь, пр.) его обязанности выполняет лицо, назначенное в установленном порядке. Данное лицо приобретает соответствующие права и несет ответственность за ненадлежащее исполнение возложенных на него обязанностей.

II. Должностные обязанности

Торговый представитель:
1. Разрабатывает стратегию и систему представления интересов предприятия на данном секторе рынка, определяет структуры системы, способы и модели управления системой.
2. Собирает информацию, характеризующую конъюнктуру конкретного сектора рынка (спрос, предложение, цены, конкуренты, перспективные клиенты и потребители, пр.), анализирует тенденции развития секторов рынка, осуществляет оценку перспектив развития рынка.
3. Планирует работу (посещения, встречи) с существующими клиентами, проводит с ними переговоры по сделкам купли-продажи, заключает договоры от имени предприятия.
4. Оказывает консультационные и иные услуги клиентам (помощь в составлении спецификаций на товар, помощь в демонстрации товара, предоставление рыночной информации о спросе на товары, др.).
5. Совершает сделки купли-продажи для предприятия, организует исполнение обязанностей по заключенным договорам (отгрузку/доставку товаров, расчеты, мерчандайзинг на торговых объектах, обеспечение должного уровня товарных запасов, др.).
6. Осуществляет контроль за исполнением клиентами своих обязательств по договорам купли-продажи (своевременной оплатой, приемкой товаров, пр.), выявляет причины

нарушения клиентами своих обязательств, принимает меры по их устранению и предупреждению.
7. Проводит работу по выявлению и учету потенциальных покупателей (продавцов), изучает их потребности, консультирует по вопросам технических и потребительских характеристик товаров, организует для покупателей презентации товаров, иные рекламно-информационные акции (конференции, семинары, пр.), изучает деловую надежность новых клиентов.
8. Ведет и поддерживает базу данных о клиентах (адреса, объемы закупок/продаж, деловая надежность, финансовая состоятельность, требования к товарам, претензии по исполнению договоров, пр.).
9. Принимает участие в разработке маркетинговой стратегии и маркетинг-плана предприятия (по своему сектору рынка), участвует в конференциях, семинарах, совещаниях, проводимых руководством предприятия для торговых представителей.
10. Составляет отчеты об уровне дистрибьюции товаров, объемах продаж, показателях продаж отдельных клиентов для применения поощрительных и стимулирующих систем работы с этими клиентами (предоставление особых скидок, реклама клиентов, пр.), составляет прогнозы дальнейшего развития данного сектора рынка.
11. Обеспечивает сохранность оформляемой документации по заключенным договорам.
12. Координирует работу мерчандайзеров, промоутеров (на торговых объектах клиентов), водителей, экспедиторов, пр.

III. Права

Торговый представитель имеет право:
1. Распоряжаться вверенными ему финансовыми и товарно-материальными ресурсами.
2. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции.
3. Знакомиться с документами, определяющими его права и обязанности по занимаемой должности, критерии оценки качества исполнения должностных обязанностей.
4. Запрашивать от руководства и специалистов предприятия информацию и документы, необходимые для выполнения его должностных обязанностей.
5. Требовать от руководства предприятия обеспечения организационно-технических условий и оформления установленных документов, необходимых для исполнения должностных обязанностей.

IV. Ответственность

Торговый представитель несет ответственность:
1. За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, — в пределах, установленных действующим трудовым законодательством Российской Федерации.
2. За правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности, — в пределах, установленных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.
3. За причинение материального ущерба предприятию — в пределах, установленных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации