

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА**

на тему

**«Впровадження CRM-системи для
активізації продажів на торговельному
підприємстві»**

Виконав: здобувач 4 курсу,
групи ПТБ-21кл
Спеціальності 076 Підприємництво та торгівля
Штанько Єлісей Олексійович
Керівник: Сергєєва О.Р., к.н. держ. упр.,
доцент

**м. Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ

Штанько Є.О. Впровадження CRM-системи для активізації продажів на торговельному підприємстві.

У роботі спочатку розглянуто сутність та функції CRM-систем у торгівлі, розглянуто функції CRM-систем у торгівлі та проаналізовано переваги впровадження CRM для бізнесу.

У другому розділі проведено аналіз процесу продажів на торговельному підприємстві "ТД ВЕСТА", на основі критичного аналізу існуючої системи управління продажами виявлені її проблеми та недоліки які виникають у неефективних ланках логістичних процесів підприємства.

У третьому розділі запропоновано впровадження CRM-системи на базі визначення оптимального програмного продукту для підприємства, наведено етапи його впровадження та розраховано очікувані результати діяльності за рахунок активізації продажів.

Ключові слова: активізація продажів, аналіз діяльності, впровадження, CRM-системи, удосконалення процесів.

SUMMARY

Shtanko E.O. Implementation of a CRM system to boost sales at a trading company.

The paper first considers the essence and functions of CRM systems in trade, examines the functions of CRM systems in trade and analyzes the benefits of CRM implementation for business.

The second section analyzes the sales process at the trading enterprise "TD VESTA", based on a critical analysis of the existing sales management system, its problems and shortcomings arising in the inefficient links of the enterprise's logistics processes are identified.

The third section proposes the introduction of a CRM system on the basis of determining the optimal software product for the enterprise, provides the stages of its implementation and calculates the expected results of activity due to the activation of sales.

Keywords: sales activation, analysis of activity, implementation, CRM-systems, process improvement.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. Сутність та функції CRM-систем у торгівлі	11
1.1. Поняття та основи CRM-систем	11
1.2. Функції CRM-систем у торгівлі	16
1.3. Переваги впровадження CRM для бізнесу	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ ПРОДАЖУ НА ТОРГІВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ "ТД ВЕСТА"	32
2.1. Характеристика підприємства " Торговий Дім ВЕСТА"	32
2.2. Аналіз існуючої системи управління продажами та виявлення її проблем та недоліків	36
РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМИ НА ТОРГІВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ "ТД ВЕСТА"	41
3.1. Пошук оптимального програмного продукту для підприємства	41
3.2. Обґрунтування впровадження CRM-системи	45
3.3. Очікувані результати від впровадження CRM	50
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57