**Евгений Грибков: «Razdolie:SalesFood позволяет оптимизировать время приемки и корректировку сотен заказов»**

**Интервью с руководителем внедренческого центра «Раздолье»  
Евгением Грибковым**

– **В каких инструментах автоматизации заинтересованы сегодня коммерческие отделы предприятий пищевой отрасли? Какие требования они предъявляют к таким решениям?**

– Для коммерческих служб предприятий представляют интерес инструменты, позволяющие без особых усилий поддерживать в актуальном состоянии справочную информацию о клиентах и многочисленных торговых точках, оперативно отражать изменения, касающиеся ценовых и прочих коммерческих условий работы, а также контролировать соблюдение данных условий.

Такие решения входят в состав программного продукта Razdolie:SalesFood, который предоставляет возможность оптимизировать время приемки и корректировку заказов, поступающих от десятков и даже сотен клиентов ежедневно. Наряду с этим можно настраивать комплекты печатных документов, как в целом для торговой сети, так и индивидуально для конкретной торговой точки. Предусмотрена функция групповой печати комплектов с учетом информации о доставке заказа клиенту.

– **Благодаря чему коммерческая служба может повысить скорость обработки заказов (в том числе сложных, например, с ограничениями по ассортименту или таре), избежать ошибок при взаимодействии с торговыми сетями, обеспечив при этом точность и оперативность отгрузки продукции?**

– Большое значение имеют удобные рабочие места. Менеджерам должны быть доступны такие опции, как спецификация клиента, приемка заказов клиентов. В состав упомянутого продукта входит журнал «Заказы клиентов», который включает в себя элементы групповой обработки, изменения заказов. Не последнюю роль играет возможность печати комплектов документов по маршруту.

– **С какими трудностями сталкиваются предприятия при внедрении программного продукта? Какие рекомендации вы даете заказчикам?**

– Для организации структуры торговых точек в привязке к юридическим лицам наши специалисты рекомендуют использовать подход 1С: ERP и 1С: КА2: разделять торговые точки и юрлиц по разным справочникам («Партнеры» и «Контрагенты»). Подход, который реализован в продукте Razdolie: SalesFood, позволяет консолидировать коммерческие условия работы с клиентом, используя минимум справочников. Тем самым исключается дублирование одних и тех же коммерческих условий с клиентом в разных справочниках, основные параметры представлены в одной форме.

Порой на предприятии нет понимания, как лучше фиксировать в системе «нестандартные» взаимоотношения с клиентами, например, дегустации, образцы продукции и т. п. Мы предлагаем проверенную методологию: менеджеры регистрируют «нестандартные» заявки в общем списке, но с разделением по их видам.

Еще один часто возникающий вопрос – как при приемке заказа сразу проконтролировать квант или кратность короба, которую клиент требует соблюдать при комплектации заказа при отгрузке. В данном случае возможны два варианта. Первый – принимать заказы сразу в упаковках (типовой функционал конфигураций «1С»), если объем заказов относительно небольшой, и менеджер способен их контролировать вручную. Второй вариант подходит для большого объема заказов – мы предлагаем создавать или настраивать в системе «регламент укладки в короб» и автоматически контролировать кратность на этапе приемки заказа, что позволяет обеспечивать Razdolie: SalesFood.

Для крупных производителей на этапе внедрения системы актуален вопрос скорости обработки информации и автоматического контроля. Ведь при большом потоке заказов высока вероятность ошибки из-за человеческого фактора. Справиться с этим помогают удобные рабочие места менеджеров. Кроме того, рекомендуется регистрировать операции по ключевым процессам компании, особенно там, где цена ошибки велика.

– **Можно ли учесть уникальные требования торговых сетей к комплектам печатных форм в составе сопроводительных документов?**

– Для этого мы предлагаем на базе типовых настроек системы «1С» доработать особенности печатных форм и групповую печать комплектов с соблюдением требуемого порядка и количества экземпляров, при выводе на печать.

– **На основе каких критериев предприятие пищевой отрасли может оценить результативность применения инструментов автоматизации?**

– Среди основных критериев, актуальных для коммерческой службы, я бы выделил три. Первый – количество корректировок от клиента из-за ошибок в оформлении заказа по ассортиментной матрице, кратности или ошибок в цене. Второй – количество возвратов от торговых сетей в результате ошибок, допущенных в сопроводительной документации. Третий – число заказов, которое способен принять один менеджер в течение рабочего дня.