



Общество с ограниченной ответственностью  
«WD»

## ИНСТРУКЦИЯ

12.05.2025 № 01-06/7

Минск

УТВЕРЖДЕНО  
протокол заседания общего собрания  
учредителей ООО  
12.05.2025

# Специалисту по продажам

В дело 01-06

√ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Bukach Stanislaw [mail@bukach.com](mailto:mail@bukach.com)  
09.12.25 wd[2025.05.12-07!12-300]01-06

Настоящая должностная инструкция в Обществе с ограниченной ответственностью «WD» (Инструкция) устанавливает общие требования к трудовой деятельности специалиста по продажам и организации его работы в ООО «WD» (Общество).

Инструкция разработана с целью совершенствования, повышения эффективности и качества работы специалиста по продажам. Применение Инструкции должно способствовать формированию имиджа Общества; сокращению затрат времени и средств в процессе трудовой деятельности специалиста по продажам.

Изменения и дополнения в Инструкцию могут вноситься в процессе деятельности Общества.

Инструкция разработана **Bukach Stanislaw** в 2025 году.

Нормативные ссылки:

1. Постановление Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 24 июля 2017 г. № 33 (Постановление).
2. Единый квалификационный справочник должностей служащих, утвержденный постановлением Министерства труда Республики Беларусь от 30 декабря 1999 г. № 159 (Справочник, выпуск 19).

## 1. Общие положения

- 1.1. Специалист по продажам принимается на работу и увольняется с работы приказом руководителя организации по представлению служащим заявления установленной формы.
- 1.2. На должность специалиста по продажам назначается лицо, имеющее высшее профессиональное образование без предъявления требований к стажу работы либо среднее специальное образование и стаж работы в должностях, замещаемых специалистами со средним специальным образованием, не менее 3 лет.
- 1.3. В своей деятельности специалист по продажам руководствуется:
  - 1.3.1. нормативными документами по вопросам выполняемой работы;
  - 1.3.2. методическими материалами, касающимися соответствующих вопросов;
  - 1.3.3. уставом организации;
  - 1.3.4. правилами трудового распорядка;
  - 1.3.5. приказами и распоряжениями руководителя организации (непосредственного руководителя);
  - 1.3.6. настоящей должностной инструкцией.
- 1.4. Специалист по продажам должен знать:
  - 1.4.1. основы трудового законодательства Республики Беларусь;
  - 1.4.2. нормативные правовые акты, регулирующие сферу обслуживания и торговли в Республике Беларусь;
  - 1.4.3. нормативно-методические документы, другие руководящие документы и материалы, касающиеся деятельности в сфере обслуживания и торговли;
  - 1.4.4. нормативные правовые акты, другие руководящие, методические материалы вышестоящих и других органов, регламентирующие вопросы осуществления предпринимательской и коммерческой деятельности;
  - 1.4.5. основные направления социально-экономической политики в Республике Беларусь;
  - 1.4.6. основы экономики, организации труда и управления;
  - 1.4.7. нормативно-методические документы, другие руководящие документы и материалы, касающиеся деятельности специалиста по продажам в Республике Беларусь;
  - 1.4.8. рыночную экономику, предпринимательство и основы ведения бизнеса;
  - 1.4.9. основы маркетинга (концепцию маркетинга, основы управления маркетингом, способы и направления исследований рынка);

- 1.4.10. теорию менеджмента, макро- и микроэкономики, делового администрирования;
  - 1.4.11. ассортимент, классификацию, характеристику и назначение предлагаемых товаров (продукции);
  - 1.4.12. порядок разработки бизнес-планов и коммерческих условий соглашений, договоров;
  - 1.4.13. правила установления деловых контактов;
  - 1.4.14. правила официального этикета при проведении переговоров с клиентами;
  - 1.4.15. теорию межличностного общения;
  - 1.4.16. основы социологии и психологии;
  - 1.4.17. основы трудового законодательства;
  - 1.4.18. правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности;
  - 1.4.19. правила внутреннего трудового распорядка;
  - 1.4.20. внутреннюю и внешнюю политику организации;
  - 1.4.21. организацию делопроизводства в организации;
  - 1.4.22. порядок связей с общественностью, средствами массовой информации;
  - 1.4.23. структуру и оборудование современного офиса;
  - 1.4.24. методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютера;
  - 1.4.25. правила работы в локальных сетях, сети «Интернет»;
  - 1.4.26. порядок работы с ИИ агентами;
  - 1.4.27. инструментарий электронной коммуникаций;
  - 1.4.28. основы этики и эстетики;
  - 1.4.29. порядок делового общения;
  - 1.4.30. основы психологии интернет-пользователей;
  - 1.4.31. стилистику и грамматику русского языка, основы корректорской правки;
  - 1.4.32. английский язык на уровне не ниже А.
- 1.5. Во время отсутствия специалиста по продажам его обязанности выполняет в установленном порядке назначаемый заместитель, несущий полную ответственность за надлежащее исполнение возложенных на него обязанностей.
2. Функции
- На специалиста по продажам возлагаются следующие функции:
- 2.1. Исследование рынка, поиск потенциальных клиентов, ведение коммерческих переговоров.

- 2.2. Ведение клиентов организации.
  - 2.3. Расширение каналов продаж.
  - 2.4. Составление плана продаж, анализ статистических данных.
  - 2.5. Обработка заказов клиентов.
  - 2.6. Осуществление информационной поддержки клиентов.
  - 2.7. Взаимодействие с подразделениями организации.
  - 2.8. Решение спорных ситуаций и поступающих претензий от заказчика.
  - 2.9. Оказание методических и консультационных услуг клиентам организации по вопросам, входящим в его компетенцию.
  - 2.10. Ведение и представление установленной отчётности.
3. Должностные обязанности
- Для выполнения возложенных на него функций специалист по продажам обязан:
- 3.1. Выполнять информационно-технические и аналитико-конструктивные работы по направлению деятельности организации (ОКЭД 47910 Розничная торговля путём заказа товаров по почте и через сеть Интернет).
  - 3.2. Осуществлять информационно-техническую работу с документами, которые поступают на имя руководителя и выходят за его подпись.
  - 3.3. Осуществлять работу по планированию и разработке схем, форм, методов и технологии продаж товаров, продвижению товаров на рынок.
  - 3.4. Разрабатывать и организовывать проведение предпродажных мероприятий по созданию условий для планомерной продажи товаров, удовлетворения спроса покупателей на товары.
  - 3.5. Принимать участие в разработке и реализации бизнес-планов и коммерческих условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, оценке степени возможного риска.
  - 3.6. Изучать рынок товаров (анализировать спрос и потребление, их мотивацию и колебания, формы деятельности конкурентов) и тенденции его развития, анализировать рыночные возможности.
  - 3.7. Собирать информацию о спросе на товары, причинах его изменения (повышения, понижения), анализировать потребности покупателей.
  - 3.8. Выявлять наиболее эффективные секторы рынка продаж товаров, разрабатывает комплекс мероприятий по использованию возможностей рынка товаров.
  - 3.9. Разрабатывать и реализовывать мероприятия по организации и созданию сети сбыта товаров (разработка и построение каналов движения товаров к потребителям; построению отношений с оптовыми и розничными торговыми предприятиями, иными посредниками; развитию дилерских отношений).

- 3.10. Выявлять потенциальных и перспективных покупателей товаров (оптовых и розничных торговых предприятий, иных посредников и пр.) и устанавливать с ними деловые контакты.
- 3.11. Проводить переговоры по продажам с покупателями по следующим направлениям:
  - 3.11.1. представление общих сведений о товарах и их свойствах;
  - 3.11.2. введение значимых для продажи критериев оценки товаров;
  - 3.11.3. устранение сомнений в невыгодных свойствах товаров;
  - 3.11.4. информирование о спросе на товары и отзывах потребителей о товарах;
  - 3.11.5. выявление потенциальных потребностей покупателей и пр.
- 3.12. Принимать участие в ценообразовании, прорабатывать психологические аспекты переговоров о цене, определять способы обоснования цены, определять формы расчётов по договорам (расчёты: по аккредитиву, чеками, инкассо, по открытому счёту, банковскими переводами, по товарному кредиту, платежными поручениями и пр.), разрабатывать и применять схемы скидок в зависимости от различных факторов.
- 3.13. Вести преддоговорную работу (выбор вида договоров: дистрибуторский, купли-продажи и пр.; определение способов и форм исполнения обязательств, разработка преддоговорной документации, согласование разногласий, анализ документации покупателей и пр.) и заключает договоры купли-продажи, поставки и пр.
- 3.14. Руководить организацией работ по доставке или отгрузке товаров покупателям по заключенным договорам.
- 3.15. Контролировать оплату покупателями товаров по заключенным договорам.
- 3.16. Собирать информацию от покупателей о требованиях к качественным характеристикам товаров (сроке службы, правилах пользования, упаковке и др.), а также о требованиях к послепродажному обслуживанию.
- 3.17. Анализировать причины направления покупателями претензий, рекламаций по заключенным договорам.
- 3.18. Создавать и обеспечивать постоянное обновление информационных баз о покупателях (организационно-правовые формы, адреса, реквизиты, номера телефонов, фамилии руководителей и ведущих специалистов, финансовое состояние, объёмы закупок, объёмы продаж, своевременность и полнота исполнения обязательств и др.).
- 3.19. Поддерживать контакт с постоянными клиентами, перезаключать договора с ними.
- 3.20. Анализировать объёмы продаж и подготавливать отчёты по результатам анализа для представления вышестоящему должностному лицу.
- 3.21. Осуществлять проведение мероприятий по формированию потребительского спроса на товары, стимулированию продаж,

координировать проведение отдельных видов рекламных кампаний, обеспечивать участие организации в презентациях товаров, в проводимых ярмарках, выставках.

- 3.22. Принимать участие в решении вопросов формирования и изменения направлений развития товарного ассортимента.
- 3.23. Осуществлять работу по поиску потенциальных клиентов-потребителей товаров (услуг) и работу с постоянными клиентами-потребителями товаров (услуг), направленную на максимальное удовлетворение их потребностей и поддержание долгосрочного сотрудничества.
- 3.24. Осуществлять проведение анализа аудитории потенциальных клиентов, выявляет потребности клиентов, их уровень и направленность.
- 3.25. Разрабатывать методики поиска клиентов, планирует работу с клиентами, составляет схемы обращения к клиентам.
- 3.26. Непосредственно осуществлять поиск клиентов всеми доступными средствами (путём размещения рекламы, участия в выставках, ярмарках, презентациях, направления предложений по средствам коммуникаций, электронной почтой, факсимильными сообщениями, пр.).
- 3.27. Прогнозировать деловую надёжность потенциальных клиентов, их финансовую и материальную обеспеченность.
- 3.28. Проводить предварительные переговоры с клиентами, заинтересовавшимися предложениями (принявшими оферту и пр.), уточнять потребности каждого конкретного клиента и готовит предложение, адресованное определённому клиенту.
- 3.29. Встречаться с клиентами, убеждать клиентов в выгодности предложения, предлагать на обсуждение и согласование проекты договоров, принимать участие в работе над согласованием разногласий, заключать договоры от имени организации.
- 3.30. Предлагать клиентам пути решения не согласованных при переговорах вопросов и вопросов, возникших после совершения юридически значимых действий.
- 3.31. Поддерживать постоянный контакт с существующими клиентами, осуществлять работу с ними по устоявшимся деловым схемам.
- 3.32. Разрабатывать схемы взаимоотношений с наиболее выгодными и перспективными клиентами (предложения особых условий договоров, систем скидок и индивидуального обслуживания, ускоренных сроков и особых условий исполнения договорных обязательств и пр.).
- 3.33. Разрабатывать и давать клиентам рекомендации и консультации по наиболее эффективному использованию устоявшихся деловых связей; обеспечивать возможность посещения клиентами выставок, ярмарок, презентаций новых продуктов (товаров, услуг).
- 3.34. Обеспечивать соблюдение интересов клиентов при выполнении условий договоров подразделениями организации.
- 3.35. Налаживать обратную связь с клиентами (изучать их требования к продукции (товарам, услугам), устанавливать причины

неудовлетворённости клиента совместной работой, анализировать претензии клиентов и принимать все меры по их решению и сохранению деловых связей).

- 3.36. Формировать банк данных о клиентах (клиентскую базу), своевременно вносить в неё изменения.
- 3.37. Изучать и анализировать политику конкурентов во взаимоотношениях с клиентами.
- 3.38. Вести и представлять установленную отчётность.

#### 4. Права

Специалист по продажам имеет право:

- 4.1. Знакомиться с проектами решений руководителя организации, касающимися его деятельности.
- 4.2. Вносить на рассмотрение руководителя организации предложения по совершенствованию работы, связанной с обязанностями, предусмотренными настоящей инструкцией.
- 4.3. Получать от руководителя и сотрудников организации информацию и документы, необходимые для выполнения своих должностных обязанностей.
- 4.4. Привлекать сотрудников организации для решения возложенных на него обязанностей (если это предусмотрено соответствующими документами, если нет — с разрешения руководителя или помощника руководителя организации).
- 4.5. Требовать от руководителя организации или его помощника оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и прав.

#### 5. Связи по должности

- 5.1. Специалист по продажам подчиняется руководителю организации (директору) и помощнику руководителя организации.

#### 6. Оценка работы и ответственность

- 6.1. Работу специалиста по продажам оценивает непосредственный руководитель организации или его помощник.
- 6.2. Специалист по продажам несёт ответственность:
  - 6.2.1. За неисполнение (ненадлежащее исполнение) своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, в пределах, определённых действующим трудовым законодательством Республики Беларусь.
  - 6.2.2. За совершенные в процессе осуществления своей деятельности правонарушения - в пределах, определённых действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Республики Беларусь.

6.2.3. За причинение материального ущерба — в пределах, определённых действующим трудовым, уголовным и гражданским законодательством Республики Беларусь.

Приложение:

1. Лист ознакомления с должностной инструкцией специалиста по продажам в ООО «WD» на 1 л. в 1 экз.