

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL INSTITUTION
SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY**

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Thesis Paper Summary

**SALES MANAGEMENT IN AN ORGANIZATION AND WAYS TO
IMPROVE IT (USING THE EXAMPLE OF JSC «PRIORBANK»)**

STRUTS Viktoria Vasilievna

Scientific supervisor
Prohorova Tatiana Vladimirovna
PhD in Economics, Associate Professor

Minsk, 2025

Дипломная работа: 77 с., 24 рис., 3 таб., 52 источников, 3 прил.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ, ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ, ФИНАНСОВАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, МЕНЕДЖМЕНТ ПРОДАЖ, ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

Цель исследования: проанализировать текущий уровень эффективности продаж в АО «Приорбанк», выявить ключевые факторы, влияющие на показатели продаж, и разработать стратегические рекомендации по совершенствованию процессов продаж.

Объект исследования: система управления продажами и операционная деятельность АО «Приорбанк».

Предмет исследования: влияние современных управленческих подходов, цифровой трансформации и технологий ИИ на стратегии и показатели продаж АО «Приорбанк», включая оценку ассортимента продуктов, взаимодействия с клиентами и интеграцию технологий.

Методы исследования: аналитический обзор финансовых и операционных данных, SWOT-анализ стратегий продаж, сравнительный анализ отзывов клиентов и цифровых каналов, моделирование сценариев развития и прогнозирование трендов.

Область возможного применения: практическое применение полученных результатов для стратегического развития управления продажами и реализации проектов цифровой трансформации в АО «Приорбанк».

Автор подтверждает, что приведенные аналитические материалы объективно отражают текущий состояние и перспективы развития продаж в АО «Приорбанк», а все используемые источники и данные сопровождаются корректными ссылками.

Дыпломная работа: 77 с., 24 рыс., 3 таб., 52 крыніцы, 3 прил.

УПРАВЛЕННЕ ПАПЫЛАМІ, ЛІЧБОВАЯ ТРАНСФАРМАЦЫЯ, ФІНАНСАВАЯ ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, МЕНЕДЖМЕНТ ПАПЫЛАМІ, ІННОВАЦЫЙНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, БАНКАВАЕ ДЗЕЛА

Мэта даследавання: прааналізаваць бягучы ўзровень эфектыўнасці продажаў у ААТ «Прыёрбанк», вызначыць ключавыя фактары, якія ўплываюць на паказчыкі продажаў, і распрацаваць стратэгічныя рэкамендацыі па ўдасканаленні працэсаў продажу.

Аб'ект даследавання: сістэма кіравання продажамі і аперацыйная дзейнасць ААТ «Прыёрбанк».

Прадмет даследавання: ўплыў сучасных менеджарскіх падыходаў, лічбавай трансфармацыі і тэхналогій ІІ на стратэгіі і паказчыкі продажаў ААТ «Прыёрбанк», уключаючы ацэнку асартыменту прадуктаў, узаемадзеянне з кліентамі і інтэграцыю тэхналогій.

Метады даследавання: аналітычны агляд фінансавых і аперацыйных дадзеных, SWOT-аналіз стратэгіі продажаў, параўнальны аналіз водгукаў кліентаў і лічбавых каналаў, мадэляванне сцэнарыяў развіцця і прагназаванне тэндэнцый.

Вобласць магчымага прымянення: практычнае прымяненне атрыманага выніку для стратэгічнага развіцця кіравання продажамі і рэалізацыі праектаў лічбавай трансфармацыі ў ААТ «Прыёрбанк».

Аўтар пацвярджае, што прадстаўлены аналітычныя матэрыялы аб'ектыўна адлюстроўваюць цяперашні стан і перспектывы развіцця продажаў у ААТ «Прыёрбанк», а ўсе выкарыстаныя крыніцы і дадзеныя суправаджаюцца карэктнымі спасылкамі.

Thesis: 77 pages, 24 figures, 3 tables, 52 sources, 3 appendices.

SALES MANAGEMENT, DIGITAL TRANSFORMATION, FINANCIAL EFFICIENCY, SALES MANAGEMENT, INNOVATIVE TECHNOLOGIES, BANKING

Purpose of the research: to analyze the current level of sales effectiveness at JSC “Priorbank,” identify key factors influencing sales metrics, and develop strategic recommendations for improving sales processes.

Object of the research: the sales management system and operational activities of JSC “Priorbank.”

Subject of the research: the influence of modern management approaches, digital transformation, and AI technologies on the strategies and sales indicators of JSC “Priorbank,” including assessment of product assortment, customer interaction, and technology integration.

Research methods: analytical review of financial and operational data, SWOT analysis of sales strategies, comparative analysis of customer feedback and digital channels, scenario modeling, and trend forecasting.

Area of possible application: practical use of the obtained results for strategic development of sales management and implementation of digital transformation projects at JSC “Priorbank.”

The author confirms that the analytical materials provided objectively reflect the current state and development prospects of sales at JSC “Priorbank,” and all sources and data used are properly referenced.