



ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

ВГУ
ВОРОНЕЖСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Semper in motu

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

ВЫПУСКНАЯ АТТЕСТАЦИОННАЯ РАБОТА

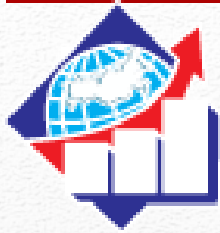
**На тему: «Разработка и реализация маркетинговой стратегии в условиях кризиса»
(на примере ООО «СК ГАРАНТ-СЕРВИС»)**

Программа «Маркетинг»

Научный руководитель

Слушатель

**Беленов О.Н.
д.э.н., профессор
Карнаухова Н.В.**



ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ



Объект исследования: является процесс маркетингового планирования хозяйственной деятельности в организации ООО «СК Гарант-Сервис» в сфере взаимоотношений с клиентами компании и удовлетворённости ее услугами.

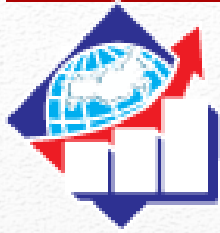
Предмет исследования: выявление специфики проведения маркетингового планирования, организационно-управленческие отношения, возникающие в процессе взаимодействия компании с клиентами (потребителями услуг), и изменение системы управления проектами, в части разработки и принятия эффективной маркетинговой стратегии.

Цели выпускной работы:

Сформулировать антикризисную программу

Определить стратегию и тактику

Продумать инструменты



ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

Цель : Разработка и реализация маркетинговой стратегии в условиях кризиса

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. Провести анализ текущей маркетинговой деятельности в организации ООО «СК ГАРАНТ-СЕРВИС»

- описать существующие технологии продаж и привлечения новых клиентов обслуживания клиентов;
- определить наиболее значимые причины отказов /потер. клиентов;
- оценить уровень удовлетворенности и ожиданий пользователей;
- выявить особенности управления маркетингом на предприятии, его специфику

2. Проанализировать маркетинговых исследований на рынке информационных услуг

- Определить сегменты потребителей
- Исследование характеристик рынка и исследование текущего состояния предприятия
- Изучить потребности, прогнозирование спроса

3. Разработка маркетинговой стратегии для ООО «СК ГАРАНТ-СЕРВИС»

- разработать технологии функционирования сбытовых отделов
- Определить контрольные точки оценки результата



ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

Проблема исследования, актуальность проблемы, исследовательская концепция

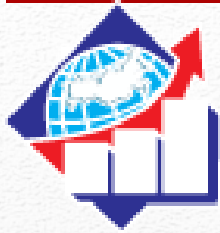
Исследовательская концепция.

1. Последствия кризиса
1. Маркетинговые инструменты
2. Конкурентная позиция
3. Рыночная доля
4. Квалификация специалистов
5. Внутренняя организация предприятия
6. Оценка конкурентных преимуществ
7. Соответствие ожиданий потребителей

Реализовав структурные изменения в сбытовом отделе

1. Повысить качество обслуживания клиентов.
2. Повысить квалификацию сотрудников.
3. Разработать новые инструменты работы сбытовых структур
4. Перестроить работу с сегментами
5. Повысить информированность клиента о продукте и услугах.
6. Эффективнее бороться с предложениями конкурента.
- 7.





ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

Антикризисное управление предприятием

Кризис – затруднительное, тяжёлое положение.
(словарь С.И. Ожегова)

В китайском языке слово кризис (ВэйЦзи) - состоит из 2-х иероглифов. Первый означает «опасное время», второй - «время возможностей, шанс».

Антикризисные управление

- поиск выхода из кризисной ситуации.
- предотвращение кризисной ситуации
- устранение негативных последствий кризиса

Планирование

Стратегия — общий, недетализированный план, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели.





ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ



ВГУ
ВОРОНЕЖСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Semper in motu

Выбор антикризисной стратегии

Маркетинговая стратегия:

- Анализ
- Планирование
- Контроль

Виды маркетинговых стратегий:

- Стратегия возвращения предприятия на рынок
- Стратегия развития рынка.
- Стратегия разработки товара.
- Стратегия диверсификации
- Стратегия ухода с рынка

Комплекс маркетинга 4P

ТОВАР

- АССОРТИМЕНТ
- КАЧЕСТВО
- СЕРВИС

ЦЕНА

- СКИДКИ
- РАКССРОЧКА
- СРОК ПЛАТЕЖА

МЕСТО

- РАСПОЛОЖЕНИЕ
- ДОСТАВКА
- ЗАПАСЫ

ПРОДВИЖЕНИЕ

- Реклама
- Прямые продажи
- PR



ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

ВГУ
ВОРОНЕЖСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Semper in motu

Проведение маркетинговых исследований

Качество работы сбытового отдела зависит от нескольких факторов.

Эффективности работы менеджмента отдела.

Правильности структуры отдела.

Применения современных подходов и методик

Квалификации персонала.

Во-вторых, блок с описанием инструментов исследования и оценкой каждого из них следующие модели и методы:

Анкетирование,

SWOT-анализ

Матрица Контрмер

Метод SERVQUAL





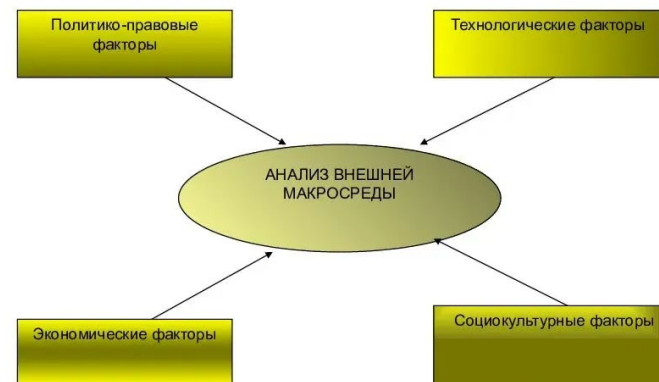
Формирование маркетинговых стратегий

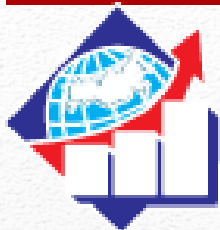
Стратегия антикризисного управления – разработка комплексной программы, планирование

При разработке стратегии проводятся следующие мероприятия:

- анализ внешней и внутренней среды деятельности организации
- аналитическая работа по сбору информации
- выясняются причины возникновения кризиса
- составляется план мероприятий

Анализ факторов макросреды организации

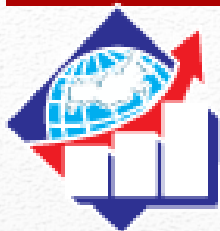




Маркетинговые отличия товара от услуги

Товары	Услуги
<ul style="list-style-type: none">• Предмет• Материальные• Однородные• <u>Производство и распределение отделены от потребления</u>• Могут храниться в запасе• Происходит передача прав собственности• Потребители обычно не участвуют в процессе	<ul style="list-style-type: none">• Деятельность или процесс• Нематериальные• Неоднородные• Производство, распределение и потребление происходят одновременно• Не могут храниться в запасе• Не происходит передача прав собственности• Потребители участвуют в процессе производства





ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ



История компании ГАРАНТ

Компания ГАРАНТ – ведущая информационно-правовая компания Воронежской области с 30-ти летним стажем, Фирма ООО «СК ГАРАНТ-СЕРВИС» дочернее Представительство федеральной компании ООО Научно- производственное предприятие ГАРАНТ

Сфера деятельности компании - производство справочной правовой системы ГАРАНТ, оказание комплексного информационно-правового обеспечения и предоставление информационно-правовых услуг.

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ« (Единый реестр российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных)

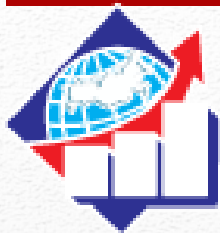
Система ГАРАНТ появилась в **декабре 1990 года.**

Миссия компании – оказание комплексной профессиональной правовой поддержки с помощью современных информационных технологий.

Целевая аудитория:

- структуры федеральных органов государственной власти и органов местного самоуправления,
- промышленные предприятия,
- учебные заведения,
- банки,
- аудиторские и консалтинговые фирмы
- специалисты различных предприятий и организаций,





ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

Анализ существующей стратегии организации ООО «СК Гарант-Сервис» г. Воронеж

В качестве **долгосрочной стратегии** компания ООО СК Гарант-Сервис определила для себя:

1. Обеспечение качественной комплексно информационной-правовой поддержкой средствами СПС ГАРАНТ, организаций коммерческого и бюджетного сектора, на целевом рынке Воронежской области .
2. Достижения доли рынка компании ГАРАНТ в регионе величины 60% и более.
3. Прирост клиентской базы должен составлять не менее 15% в год.

Краткосрочная стратегия:

1. Ориентация на потребность рынка (активное информирование об услугах компании)
2. Решение кадровых вопросов
3. Позиционирование услуг и продуктов в дистанционном формате (онлайн демонстрации)
4. Внедрение новшеств в рамках функционирования отделов, что позволит повысить рентабельность структуры





ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

ВГУ
ВОРОНЕЖСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Semper in motu

Преимущества системы ГАРАНТ

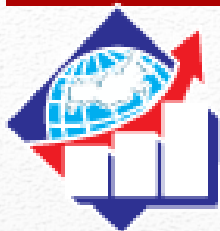
Основным продуктом в сфере информационных услуг является комплексное обслуживание, т.е. стандартный набор услуг, продаваемый потенциальным пользователям в одном «пакете».

Цель - продвижение комплексного решения от компании ГАРАНТ , в рамках информационного и правового обеспечения.

Преимущества системы ГАРАНТ:

- технологический лидер
- комплексный подход
- вариативность условий предоставления услуг
- гибкая ценовая политика
- разработка направления Legal Tech

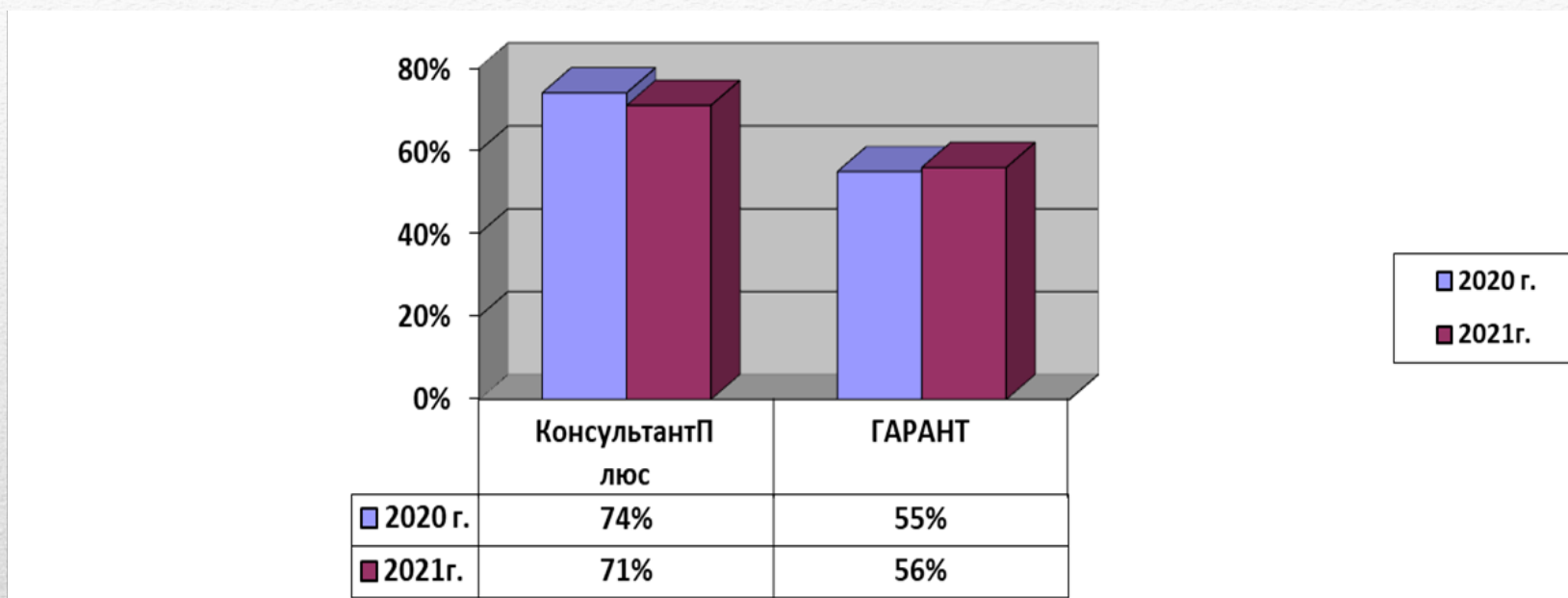




ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

Исследование характеристик рынка.

Диаграмма Распределение долей двух основных игроков на рынке СПС в 2020-2021 (Softool)



В рынок	Справочной правовых систем	Компания Разработчик	Филиалов , в РФ	Документы штук	Доля рынка %
1-	«Консультант Плюс»:	ЗАО «Консультант Плюс»,	700	более 4 000 000 документов	68
2-	«Гарант»:	НПП «Гарант-Сервис»,	250	более 3 800 000 документов	31
3-	«Кодекс»:	ЗАО «Информационная компания Кодекс»	330	более 3 300 000	15
•	«Эталон»	НЦПИ при Министерстве юстиции РФ);	н/д	до 300 000	2
	«Официальные и периодические издания правовой информации в машиночитаемом виде»	(НТЦ «Система»).	н/д	400 000-450 000	1
•	«Референт»	(фирма «Референт-Сервис»);	н/д	150000-200000	1,5
•	АРМ «Юрист»	(компания «Интралекс»).	н/д	50000	0,8



ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

Рекомендуемая структура организации, с целью повышения эффективности





ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

Рекомендации по результатам проведенных исследований.

1. Повышать эффективность работы отдела продаж за счет автоматизации рабочих процессов (CRM-система, автоматическая лидогенерация, IP-телефония, ЗУМ, скайп конференции с клиентами, уменьшения количества отказов от обслуживания регулярных клиентов.
2. Для повышения эффективности сбытовых структур вводить в штат отделов сопровождения клиентов: менеджера по обучению сотрудников, менеджера по качеству, менеджера по противодействию конкуренту.
3. Настроить рекламу за счет Яндекс-директа, контекстной рекламы. Переработать действующий региональный сайт (сделать отстройку от федерального сайта)
4. Принимать меры по увеличению количества документов в региональных базах системы ГАРАНТ (переговоры с эмитентами)
5. Настроить процесс потока кандидатов на открытые вакансии (обеспечить кадровый резерв)
6. Постоянно принимать меры к повышению квалификации сотрудников



ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

ВГУ
ВОРОНЕЖСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Semper in motu

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

