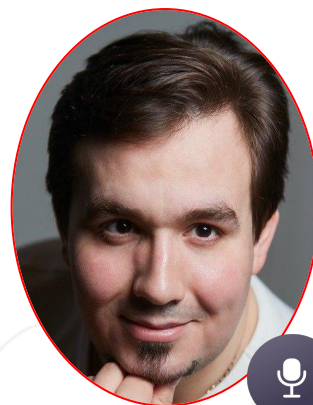




Moscow
Business
Academy

ОПЕРАЦИОННЫЙ
МЕНЕДЖМЕНТ

Основные бизнес-процессы



Зверев Светослав

Бизнес-тренер





О чем поговорим сегодня?

Процесс производства/поставки товаров или услуг: от разработки продукта до его производства и доставки клиенту

Процесс маркетинга и продаж: маркетинговые исследования, продвижение продукции и услуг, а также собственно продажи



1

Разработка продукта

- > Исследование рынка и потребностей клиентов
- > Создание концепции продукта
- > Разработка дизайна и технических характеристик
- > Тестирование и доработка продукта



2

Планирование производства

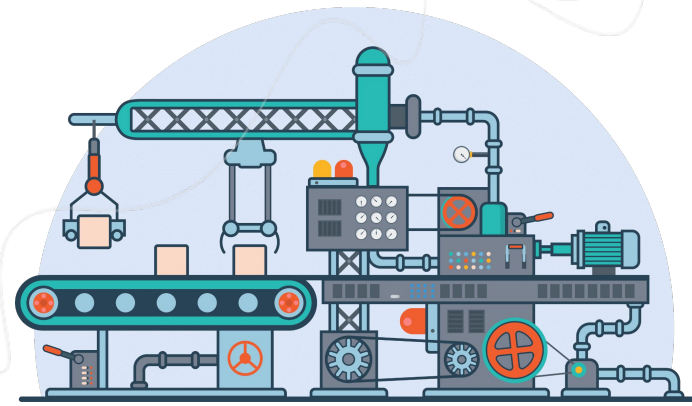
- Определение объёмов производства
- Выбор поставщиков сырья и материалов
- Планирование производственных мощностей
- Составление графика работ.



3

Производство

- Закупка сырья и материалов
- Изготовление деталей и компонентов
- Сборка и тестирование готового продукта





4

Контроль качества

- > Проверка соответствия продукции стандартам качества
- > Устранение дефектов и брака





5

Упаковка и маркировка

- > Упаковка продукции в соответствии с требованиями
- > Маркировка продукции с указанием информации о производителе, характеристиках и т. д.



6

Складирование и хранение

- > Организация хранения готовой продукции на складе
- > Обеспечение условий для сохранения качества продукции





7 Доставка

- Выбор способа доставки (транспорт, логистика)
- Оформление документов на доставку
- Отгрузка продукции со склада
- Доставка продукции клиенту.



8

После- продажное обслуживание

- > Гарантийное обслуживание
- > Техническая поддержка
- > Обратная связь от клиентов





Процесс маркетинга и продаж
— это комплекс мероприятий,
направленных на
привлечение клиентов,
повышение их лояльности и
увеличение объёмов продаж.



1

Маркетинговые исследования

- Анализ рынка и конкурентов
- Определение целевой аудитории
- Выявление потребностей и предпочтений потенциальных клиентов



2

Разработка маркетинговой стратегии

- Выбор каналов продвижения (реклама, PR, социальные сети и т. д.)
- Создание уникального торгового предложения (УТП)
- Разработка ценовой политики



3

Продвижение продукции и услуг

- Реализация маркетинговой стратегии
- Привлечение внимания потенциальных клиентов
- Формирование положительного имиджа компании



4 Продажи

- Установление контакта с потенциальными клиентами
- Презентация продукции или услуг
- Работа с возражениями и закрытие сделки





5

После- продажное обслуживание

- Гарантийное обслуживание
- Техническая поддержка
- Обратная связь от клиентов



6

Анализ результатов

- > Оценка эффективности маркетинговых мероприятий
- > Корректировка стратегии при необходимости

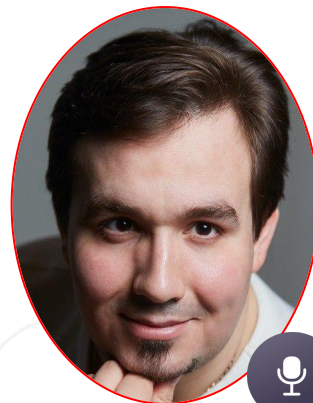




Moscow
Business
Academy

MBA

Спасибо за внимание!



Зверев Светослав

Бизнес-тренер

