



«РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ВЫХОДА КОМПАНИИ «ХХХ» НА РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ В СФЕРЕ БИЛЛИНГОВЫХ УСЛУГ»

Слушатель:

Научный руководитель:

Объект исследования
Деятельность и
услуги компании
«ХХХ»



Предмет исследования:
технологии разработки стратегии
освоения региональных рынков
в сфере биллинговых услуг

Цель работы:



**Разработать стратегию
выхода компании «ХХХ»
на региональные рынки
в сфере биллинговых услуг.**

Задачи:

- 1. Провести обзор теоретических аспектов для разработки маркетинговой стратегии**
- 2. Выбрать методологию исследования**
- 3. Провести маркетинговое исследование**
- 4. Сделать анализ проведенного исследования с выводами**
- 5. Разработать план реализации стратегии, включающий в себя:**
 - План маркетинговой активности**
 - Бюджет маркетинга**
 - Оценку экономической эффективности предложенных мероприятий**

Актуальность

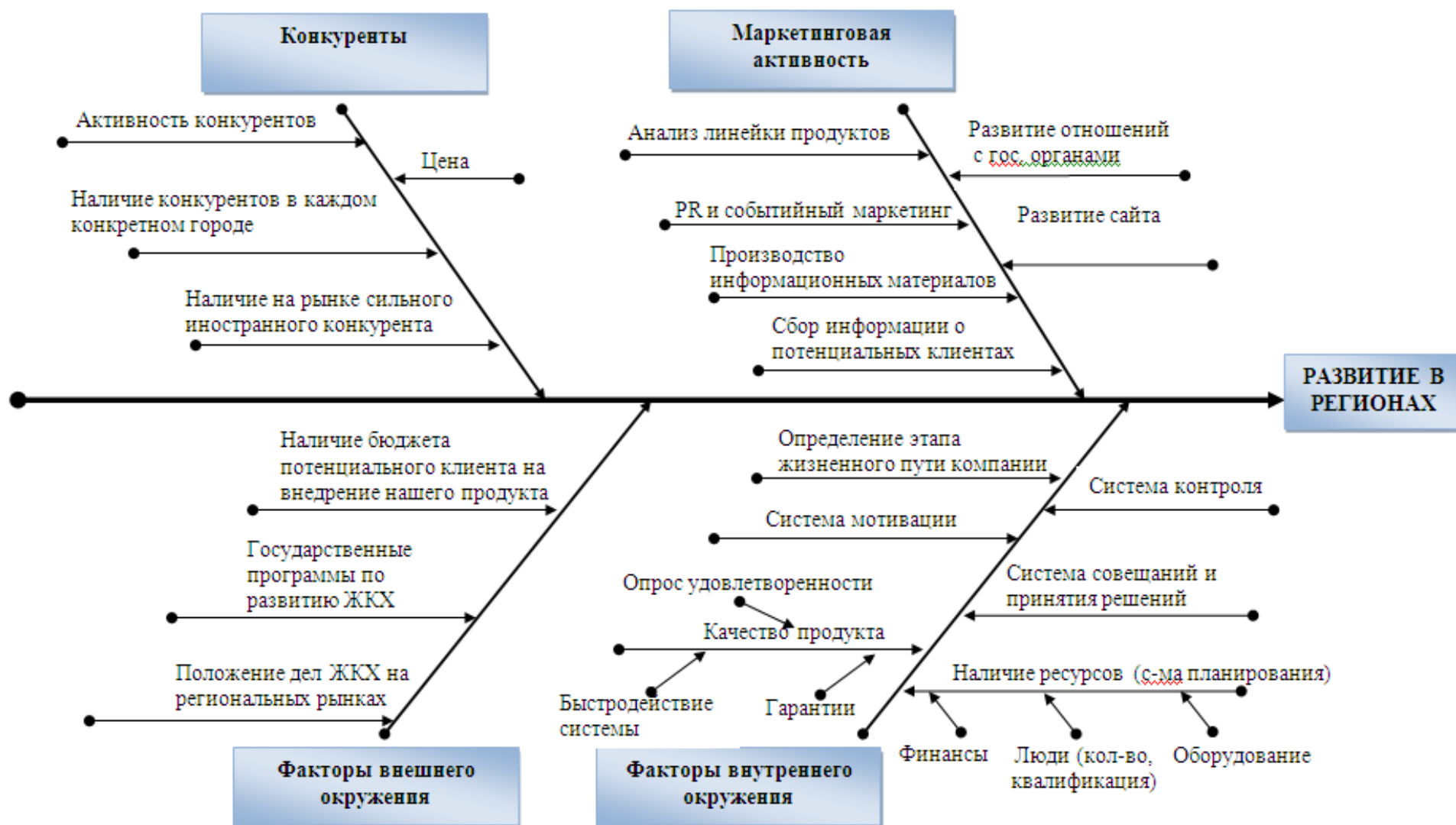
- ✓ Рынок присутствия компании освоен
- ✓ Снизилась доходность вследствие появления новых конкурентов
- ✓ Стратегии дальнейшего развития нет

Цель компании

Увеличить продажи к концу 2013 года на _____ (**указать конкретную сумму**) млн. тенге



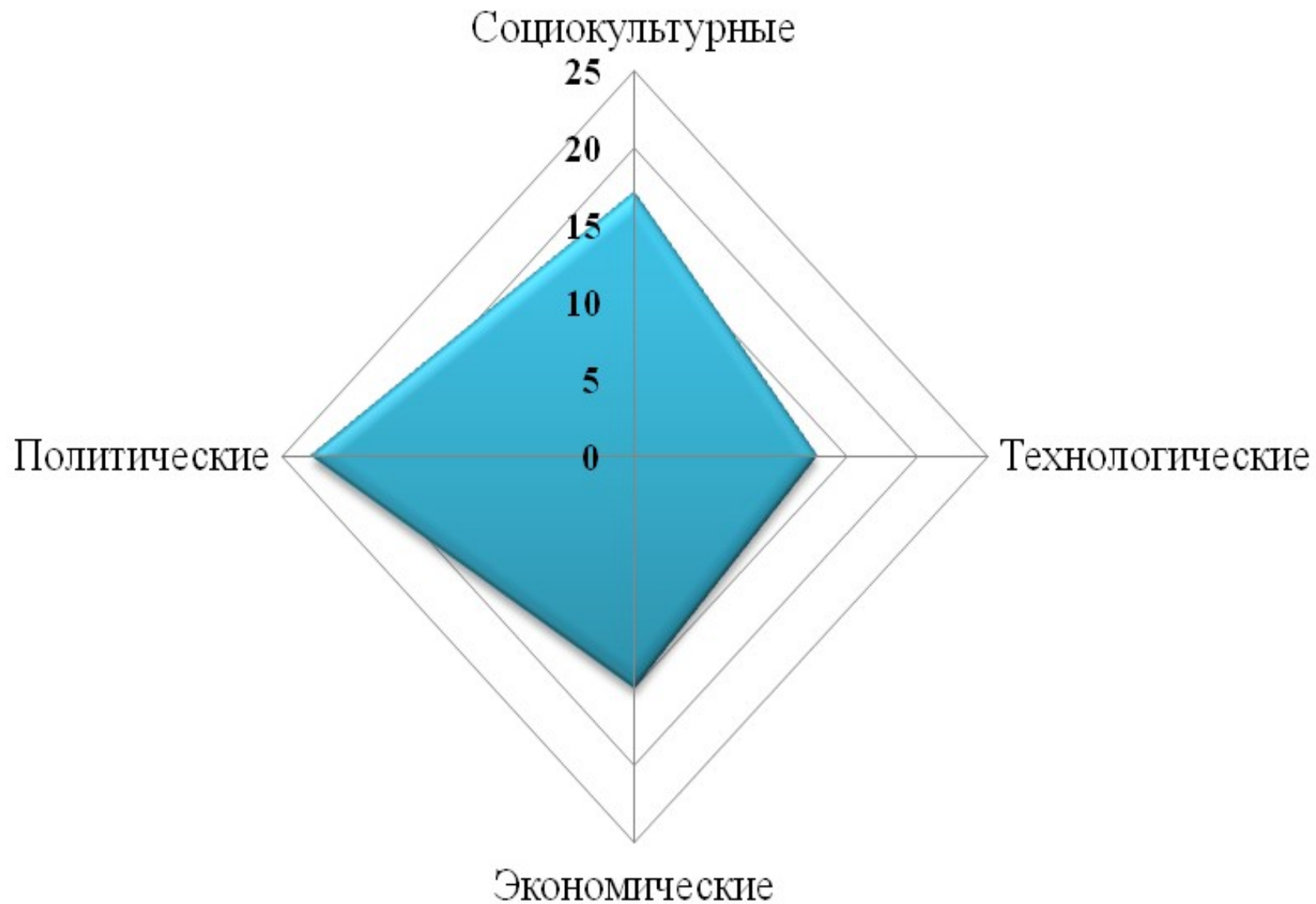
Факторы, влияющие на достижение стратегической цели «ХХХ». Диаграмма Исикавы



Исследование



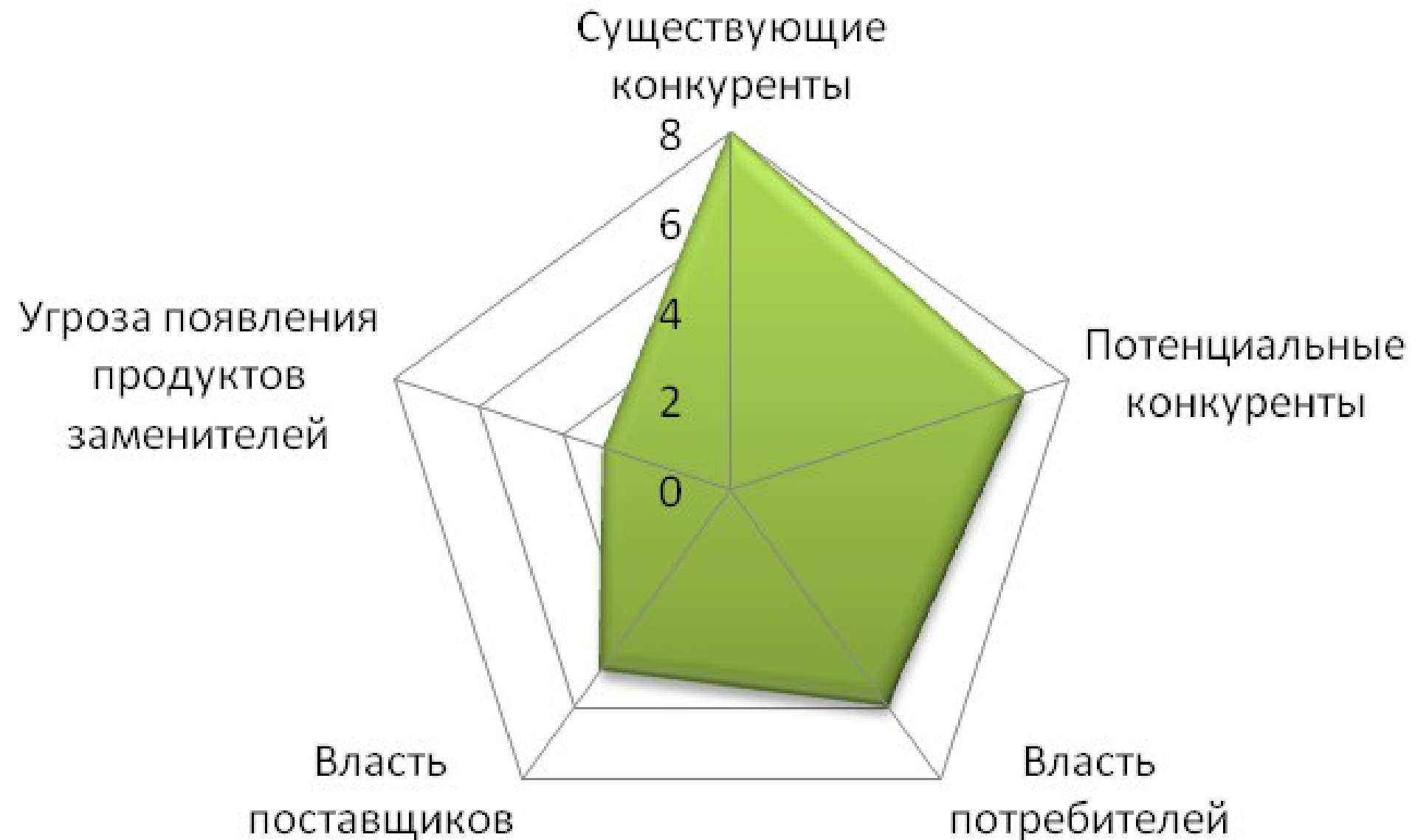
СТЕР-анализ “ХХХ”



Анализ конкурентной среды по М. Портеру



Анализ конкурентной среды по М. Портеру



БЕНЧМАРКИНГ

Категории конкурентов

SWOT-анализ по категориям

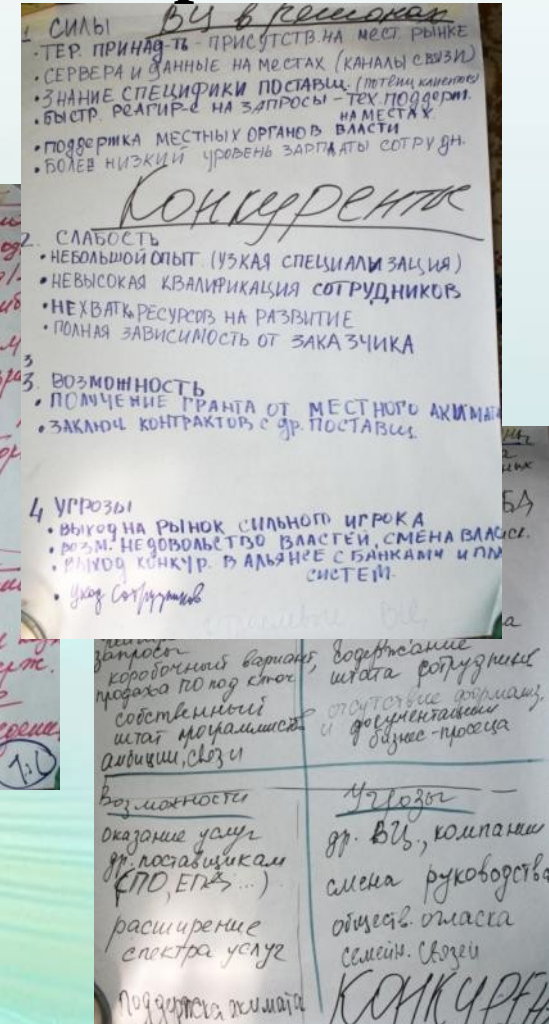
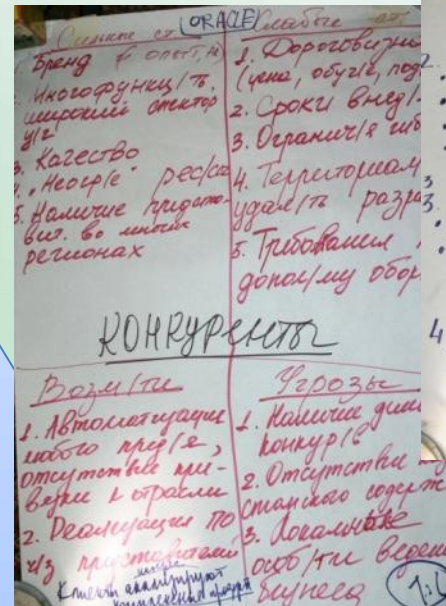
XXX

«Истинные»
конкуренты

Потенциальные
конкуренты

Конкуренты
отдельной услуги

Потенциальные клиенты,
как конкуренты



БЕНЧМАРКИНГ

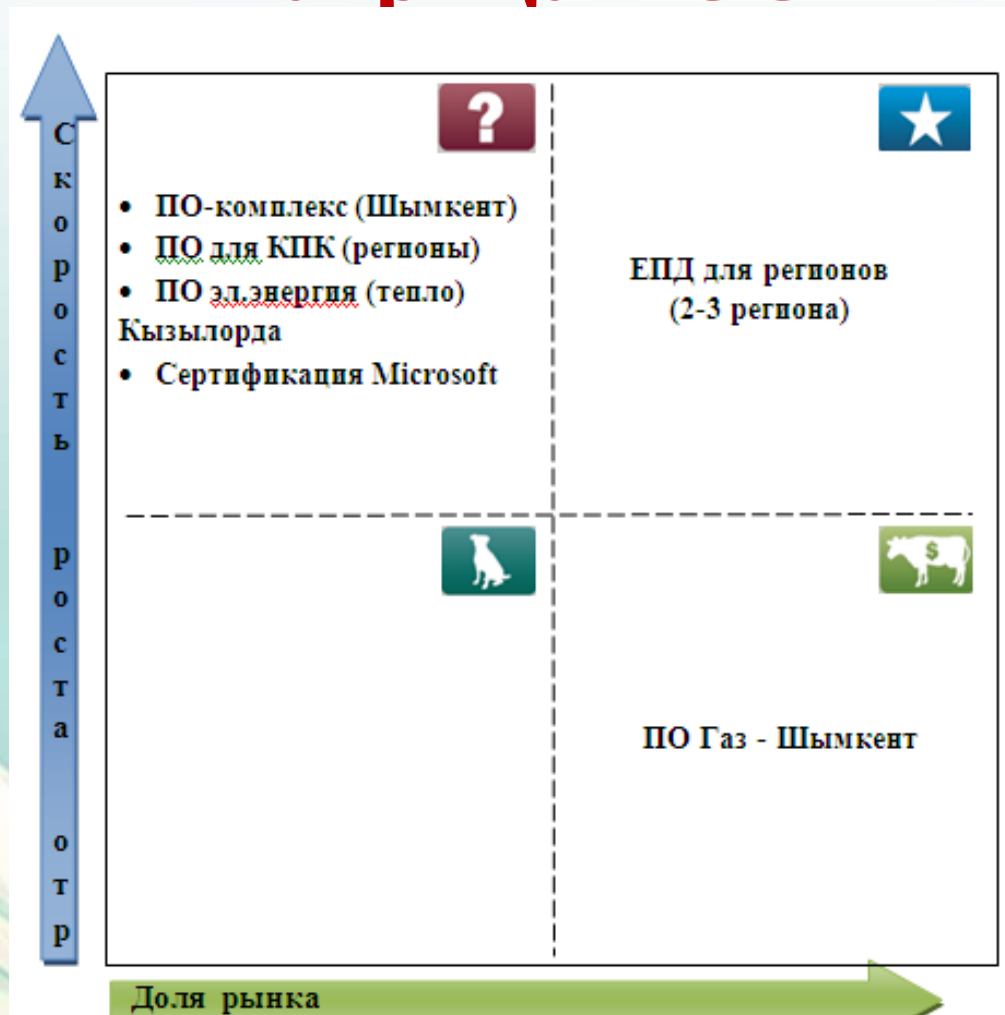
Сильная стороны конкурента (лучшая практика)	Возмож-сть применения	Способы реализации
Территориальная принадлежность, присутствие на местном рынке	возможно	Открытие филиала, или работа через партнерскую компанию



Сила бренда (Опыт+PR)	Возможно/актуально	Работы по формированию требуемого имиджа, по формированию спроса несут в себе большой потенциал для освоения новых рынков сбыта, т.к. на протяжении 13 лет существования ХХХ, компания никогда не рекламировала свою деятельность
Многофункциональность, широкий спектр услуг	возможно	Совет руководителей рассматривает возможность расширения линейки продуктов, услугами разработки ПО не для коммунальных предприятий, а также возможности интегрировать ПО «ХХХ» с 1:С, что увеличит его функциональность

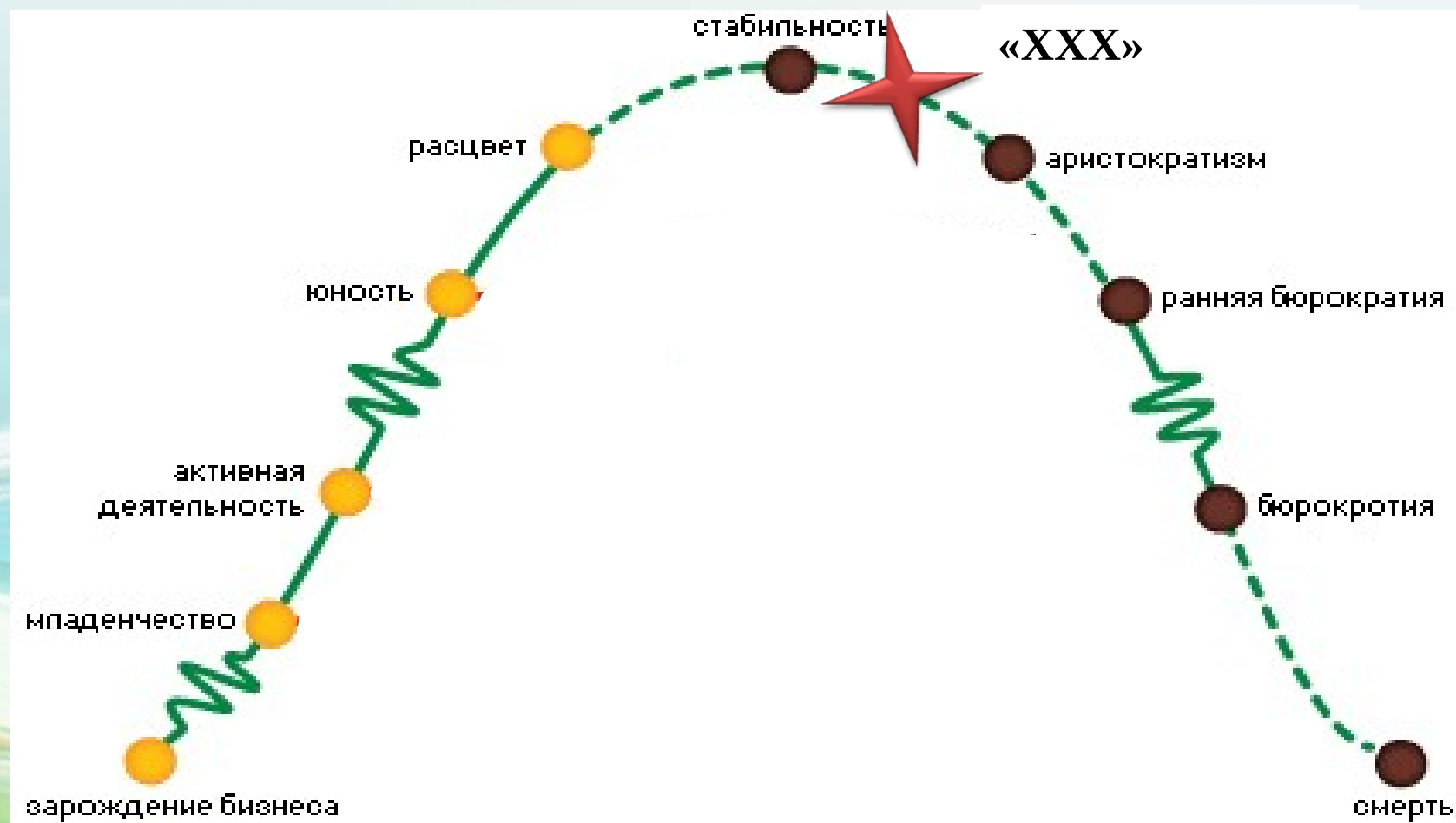
Портфельный анализ

Матрица BCG



Номенклатурный портфель «ХХХ»
для региональных рынков в перспективе 1-2 года.

Анализ модели жизненного цикла компании по И. Адизесу



Анализ модели жизненного цикла компании по И. Адизесу

За счет:

- Освоение новых рынков сбыта
- Смена организационной структуры
- Усиление функции предпринимательства



Опрос удовлетворенности существующих клиентов

[illegible]

SWOT-анализ

Сильные стороны

- 1.Опыт
- 2.Ассортимент
- 3.Сроки внедрения
- 4.И т.д.

Слабые стороны

- 1.Отсутствие отношений с органами власти
- 2.Отсутствие ПО для мелких клиентов
- 3.И т.д.

Возможности

- 1.Расширение деятельности
- 2.Участие в государственных программах

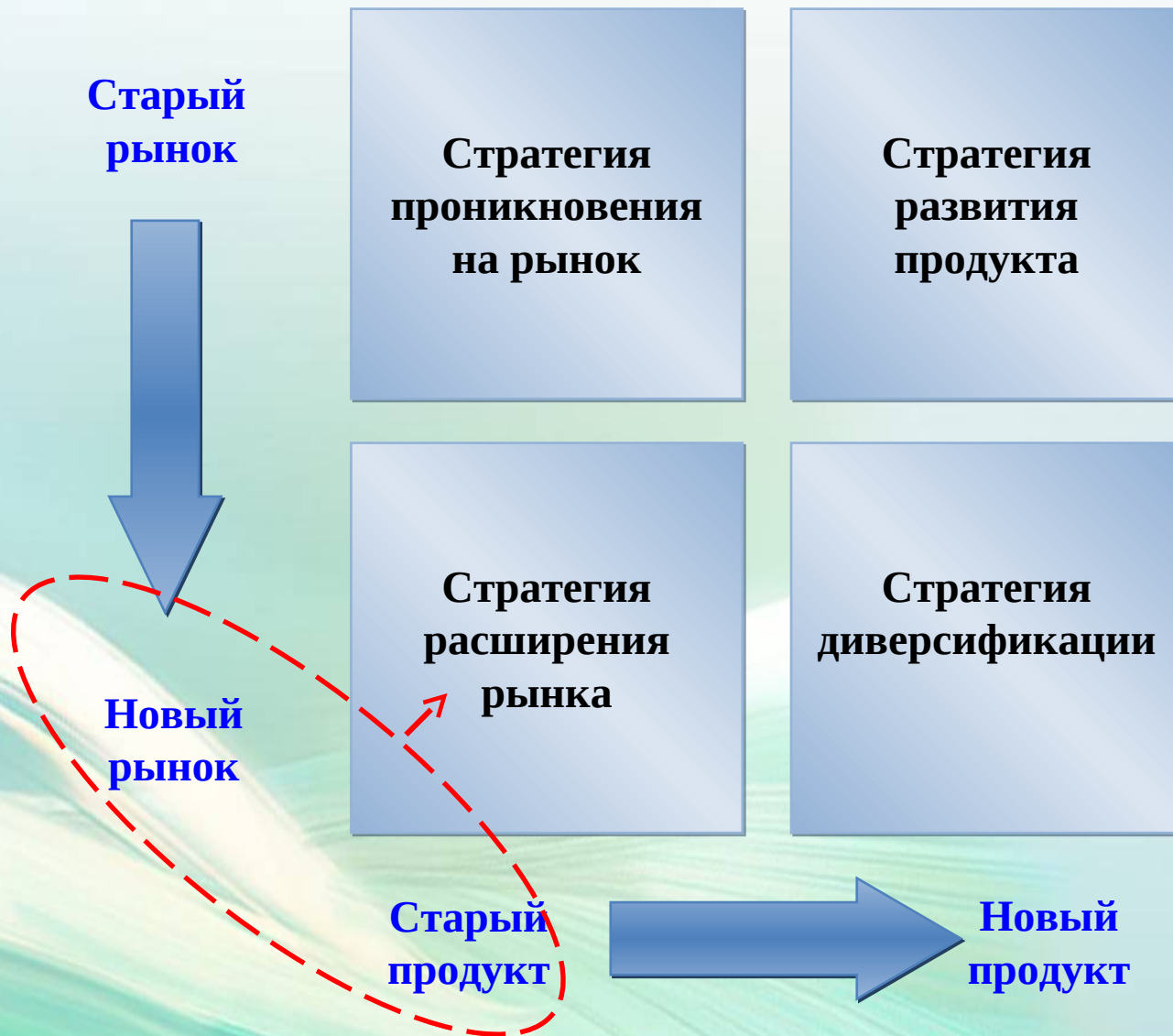
Угрозы

- 1.Сдерживание инвестиций в новые проекты из-за новой волны кризиса
- 2.Активизация конкурентов,
- 3.Низкие барьеры вхождения в отрасль
4. и т.д.

необходимо развивать
компанию территориально
и охватывать новые рынки
сбыта

Выбор стратегии развития.

Матрица Ансоффа



Сегментирование и исследование рынка субъектов ЖКХ

города	кол-во жителей, по данным на апрель 2010	предположительное кол-во ЛС	Наличие конкурентов	Заинтересованность администрации	Примечание	Рейтинг платежеспособности	ПОСТАВЩИК И КОММУНАЛЬНЫЕ УСЛУГИ
--------	--	-----------------------------	---------------------	----------------------------------	------------	----------------------------	---------------------------------

Для регионального развития выбраны : **указать города**

Прогноз развития рынка

стабильность



увеличение кол-ва конкурентов



ВЫБОР СТРАТЕГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

Анализ потребностей клиентов и требований к заказчикам и соотнесение с компетенциями «XXX»

The image contains several handwritten notes on various topics, including:

- Задачи поставщика:**
 - 1) обеспечить дисциплину платежей
 - 2) обеспечение прозрачности начисления
 - 3) ↑ тарифы
 - 4) бесперебойная работа оборудования
 - 5) обучение персонала
 - 6) чем поможет Алсеко?
 - 1) сайт, личн. кабинет, инфор. на квитанциях
 - 2) дисциплина платежей
 - 3) расширение спектра услуг
 - 4) наличие квитанций для развозки
 - 5) наличие расценок, статистика
 - 6) Аналитик, расчеты, работоспособность
 - 7) ПО по отсчитыванию расходов
 - 8) оборудование, сервис
 - 9) обучение персонала
 - 10) как дисциплина
 - 11) качество услуг
 - 12) независимость от Алсеко
 - 13) стоимости услуг
 - 14) возможности предоставления доп. услуг
- Компетенции и отклики:**
 - 1) Опыт в сфере коммуна. услуг
 - 2) сниженные затраты заказчика
 - 3) высокая производительность труда
 - 4) гарантии и сервис, комфортное обслуживание заказчика
 - 5) формализованные бизнес процессы (ISO)
 - 6) особая культура / чистота
 - 7) корпоративная культура
 - 8) наличие ПВ для всех видов коммуна. услуг, не ЕРД
 - 9) создание, ориентировать компании (личн. кабинет, ин. банкинг, горячая линия)
- Компетенции и отклики:**
 1. КОМПЛЕКСНОСТЬ ОКАЗ-Х УСЛУГ
 2. УНИКАЛЬНОСТЬ ОПЫТА В СФЕРЕ БИЛЛИНГА
 3. ВЫСОКИЕ ПРОИЗВОДСТВ. МОЩ-ТИ
 4. ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ЗАКАЗЧИКАМ.
- Клиент:**
 1. ЧТО НУЖНО ВЦ
 - Единый счет
 - Привлечение поставщ. в.
 - Создание един. БАЗЫ
 - Созд. един. АБ. и т.д.
 - ЗАРАБОТАТЬ ДЕНЬГИ!
 2. ОПЫТ, ТЕХНОЛОГИИ (почему всеобщ. Алсеко)
 3. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ
 - ПОВЫШЕНИЕ СОБРАЕМ. ПЛАТ.
 - ОТЗЫВЫ ДР. КЛИЕНТОВ АЛСЕКО
 - ФУНКЦ. и ПРОСТОТА ПО. ПРОГНОЗ.
 - СРОКИ ВНЕДРЕНИЯ
 - СТОИМОСТИ УСЛУГ (АЛСЕКО)
 - ЗАТРАТЫ (ДЕНЕЖИ, ОБОРУДОВАНИЕ)
 - БЫСТРОТА РЕАГИРОВАНИЯ
 - ВОЗМОЖНОСТЬ ПОДЛЕЖИТ ЗАТРАТАМ.
- Риски:**
 - НЕТ ИСТОЧНИКОВ
 - РАЗМЕЩЕНИЕ ДАННЫХ
 - НЕ СООГЛАСИЕ ПОСТ. В АЕПД
- Тарифы:**
 - ЗАВИСИМОСТЬ ОТ АЛСЕКО

- АКЦИМ:**
1. Сбор денег на дом
2. Ответственность прозрачности
3. Социальная функция
4. Подготовка ресурсов
5. Финансирование/оплата
6. Итог: написание о на. Новин, написание. Надо рисовать. IT-ресурсы. Знать
7. Опыт (готовые решения)
8. Цена
9. Сроки
10. Место (Ресторан)
11. Откат
12. IT доля КЗ?
- Клиент:**
1. Отказ от услуг
2. Функциональ.
3. Доступ к компьютеру
4. Снижение затрат заказчика
5. Скорость реакции на запросы клиентов

Потребности клиентов и требования к заказчикам	Характеристики «XXX», соответствующие потребностям	Суть характеристик
Увеличить доход, оптимизировать расходы	Снижение затрат заказчиков за счет использования передовых технологий	выгодно

Стратегия позиционирования

Компания «ХХХ»

экспертно, ответственно, надежно



Стратегия позиционирования

Продукт «ЕПД /ЕРЦ»

ВЫГОДНО, КОМПЛЕКСНО, КАЧЕСТВЕННО



Функциональные стратегии

Продуктовая стратегия «XXX»

ориентирована на увеличение качества предоставляемых услуг, разработку новых продуктов и включает в себя следующие мероприятия:



- ПО, не связанное с биллингом.
- Оптимизация ПО
- Модернизация ПО
- Интеграция ПО с 1С-Бухгалтерия
- Продажа продукции Microsoft
- ИТ – консалтинг
- Услуги Data – центра
- Продажа услуг Call –центра

Функциональные стратегии

Стратегия ценообразования «XXX»

Дорого, потому что качественно!



Функциональные стратегии

Стратегия распределения «XXX»
где и как продавать?



Функциональные стратегии

Коммуникационная стратегия «ХХХ»

А вы о нас знаете?

организовать ряд PR-мероприятий, направленных на формирование имиджа «ХХХ» согласно выбранным характеристикам: экспертно, ответственно, надежно.



План реализации стратегии на 2011-2012

Направл-е деятель-сти	Задачи	Сроки	Ответственность
PR, маркетинг и продажи		2 квартал 2011	PR-менеджер
		2 квартал 2011	Начальник ИТ-отдела
		3 квартал 2011	Начальник ИТ-отдела
		3 квартал 2011	PR-менеджер
		3 квартал 2011	PR-менеджер
		4 квартал 2011	PR-менеджер
		3-4 квартал 2011	PR-менеджер
		3-4 квартал 2011	PR-менеджер
		3-4 квартал 2011	PR-менеджер
		4 квартал 2011	PR-менеджер
		4 квартал 2011	PR-менеджер
		2 квартал 2012	PR-менеджер
Модернизаци я ПО		2 квартал 2012	Начальник отдела разработки ПО
			Начальник отдела управления персоналом
		3 квартал 2011	
		2 квартал 2012	Начальник отдела разработки ПО
		2 квартал 2012	Начальник отдела разработки ПО
Интеграция с 1С		3-4 квартал 2011	Начальник отдела разработки ПО
		1-3 квартал 2012	Начальник отдела разработки ПО
Организацио нная структура			
Продажи		1-3 квартал 2012	Коммерческий директор
Влияние на результат		2 квартал 2012	Начальник отдела управления персоналом
		1-2 квартал 2012	Коммерческий директор

Диаграмма Ганта

245	Подарочные клиентам с Наурузом	15 дней	Пн 27.02.12
250	Подарочные клиентам с Днем конструктора	22 дней	Ср 01.08.12
255	Подарочные бизнесистам с Днем национальной валюты	20 дней	Ср 17.10.12
260	Приобретение подарков к Новому году	30 дней	Пн 03.09.12
261	Формирование и утверждение списка участников	20 дней	Пн 03.09.12
262	Выбор состава подарков	20 дней	Пн 03.09.12
263	Поиск поставщиков ТМД	20 дней	Пн 01.10.12
264	Закуп ТМД	30 дней	Пн 29.10.12
265	Формирование и выдачи подарков	10 дней	Пн 10.12.12
266	Проведение опроса удовлетворенности клиентов	35 дней	Пн 09.04.12
267	Формирование списка оптимизации	5 дней	Пн 09.04.12
268	расписка клиент	5 дней	Пн 16.04.12
269	обор. плат и личные данные	5 дней	Пн 23.04.12
270	Анализ полученных данных	5 дней	Пн 30.04.12
271	составление по результатам опроса		Вт 08.05.12
272	Формирование и расписка обр.12	12 дней	Пн 10.05.12
273	Разработка программы улучшения лояльности клиентов	208 дней	Пн 16.08.12
274	Круглый стол из специалистов	21 дней	Ср 01.02.12
275	Таблицы с клиентами (к.м)	35 дней	Пн 02.07.12
276	Организация бизнес-оптимизации	21 дней	Пн 01.10.12
277	РК	310 дней?	Пн 19.09.11
278	производство полиграфии	310 дней?	Пн 19.09.11
279	Производство новых буклетов	60 дней	Пн 09.01.12
280	Написание текстов буклета	10 дней	Пн 09.01.12
281	Составление и утверждение текстов	21 дней	Пн 23.01.12
282	забор поставщика услуг печати	21 дней	Пн 23.01.12
283	подписание договора	5 дней	Вт 21.02.12
284	уточнение дизайна	14 дней	Вт 28.02.12
285	производство и получение ТМД	10 дней	Пн 19.03.12
286	Производство буклетов и рекламных пакетов	22 дней	Пн 04.06.12

№ п/п	Наименование задачи	Длительность	Начало	№ п/п 2012	№ п/п 2012	№ п/п 2012	№ п/п 2012	№ п/п 2012
№ п/п	Наименование задачи	Длительность	Начало	№ п/п 2012	№ п/п 2012	№ п/п 2012	№ п/п 2012	№ п/п 2012
301	Производство еженедельных календарей	35 дней	Пн 08.10.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
302	Производство настольных и настенных календарей	39 дней	Пн 01.10.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
313	EVENT	218 дней	Вт 03.01.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
314	Конференция в Алматы (12-13 апреля)	88 дней	Вт 03.01.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
315	Согласование участия спонсоров	10 дней	Пн 23.01.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
316	выступления и утверждение программы	5 дней	Пн 06.02.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
317	Рассылка приглашений	54 дней	Пн 23.01.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
318	Написание текста к сопроводительному письму	4 дней	Пн 23.01.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
319	Дизайн приглашения	5 дней	Пн 27.01.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
320	Печать и форматирование Direct-mail	10 дней	Пн 03.02.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
321	Рассылка	5 дней	Пн 17.02.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
322	Провод и уточнение ре-15	15 дней	Пн 24.02.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
323	Координация прямых ам-15	15 дней	Пн 16.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
324	Аренда помещений	27 дней	Пн 05.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
325	Поиск помещения для к-10	10 дней	Пн 05.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
326	Подписание договора	5 дней	Пн 19.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
327	Выбор поставщика пята-5	5 дней	Пн 26.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
328	Подписание договора	5 дней	Пн 02.04.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
329	Проверка работоспособн-1	1 день	Пн 09.04.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
330	Подготовка помещения	1 день	Вт 10.04.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
331	Бизнес-симуляция	52 дней	Вт 03.01.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
332	Постановка пята-4	4 дней	Вт 03.01.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
333	заключении договора на разработку игры	5 дней	Вт 09.01.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
334	разработка игры	40 дней	Пн 16.01.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
335	аппробация	3 дня	Пн 12.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
336	Разработанный материал	22 дней	Пн 12.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
337	Написание текстов раздаточных материалов	6 дней	Пн 12.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
338	Дизайн раздаточных материалов и подготовка к печати	3 дня	Вт 20.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
339	Дизайн Direct-mail	1 день	Пн 23.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
340	Печать раздаточных материалов и Direct-mail	5 дней	Пн 26.03.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
341	Брошюрование раздаточных материалов	2 дня	Пн 02.04.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
342	Формирование "пакета участника" (раздатка, блокнот, ручка, буклет о компании)	5 дней	Ср 04.04.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
343	Культурная программа	50 дней	Пн 06.02.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
344	Написание сценария культурной программы	10 дней	Пн 06.02.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
345	Поиск поставщиков	7 дней	Пн 20.02.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
346	Проведение	2 дня	Вт 12.04.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
347	Проведение Конференции	24 дня	Пн 02.04.12	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5



Оценка рисков

	люди	процессы	технологии	политика
Источник				
Риск				
Условия возникновения				
Последствия				
Оценка значимости				
Вероятность				
Итоговый вес				



Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий

Инвестиции	Сумма (\$)	
	1 год	2 год
Доходы	Сумма (\$)	
	1 год	2 год

Чистый дисконтированный доход

ставка дисконтирования для «XXX» – 23,5%

$$NPV = -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+D)} + \frac{CF_2}{(1+D)^2} + \dots + \frac{CF_N}{(1+D)^N}$$

Где

- CF_0 - инвестиции сделанные на начальном этапе.
- D — ставка дисконтирования.
- CF_n — поток платежей на шаге n
- $CF_n/(1+D)^n$ — дисконтированный денежный поток на шаге n .



NPV = **Привести
расчет**

NPV =

Вывод: инвестиции эффективны

Оценка рентабельности

коэффициент доходности от инвестиционных вложений ROI

$$ROI = \frac{\text{выручка} - \text{себестоимость}}{\text{Инвестиции в проект}} * 100\%$$

$$ROI = \text{Привести расчет} = 130\%$$

Вывод: инвестиции рентабельны

Период окупаемости

1 год = **привести расчет**

2 год = **привести расчет**

Вывод: инвестиции окупятся в 1 год



Заключение

**поставленные в работе задачи решены
в полном объеме, цель достигнута –
разработана стратегия выхода
компании «ХХХ» на региональные
рынки в сфере биллинговых услуг.**



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

**THANK YOU FOR
ATTENTION!**