

Слайд 1

Уважаемый Председатель и уважаемые члены ГЭК. Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему – УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЕКТОВ.

Слайд 2

Цель выпускной квалификационной работы - обобщить теоретические и практические основы управления маркетинговыми проектами и показать перспективы их оптимизации в рамках процессного подхода. Данная цель предполагает решение задач, отображенных на слайде.

Слайд 3

Интернет-портал Элек-Трансфер - официальный дилер более 50 торговых марок светодиодной продукции. На портале можно подобрать все необходимое электрооборудование и светотехническое оборудование под любые задачи. Элек-Трансфер осуществляет розничные поставки электрооборудования ведущих мировых и Российских производителей. Согласно данным, компания Элек-Трансфер показала положительную динамику роста выручки и прибыли от продаж в период с 2020 по 2022 год. Однако рентабельность продаж снизилась, что может быть связано с увеличением себестоимости продаж и увеличением численности работающих. В то же время, производительность труда значительно возросла, что может свидетельствовать о повышении эффективности работы компании.

Слайд 4

Оценить уровень конкурентоспособности продукции Элек-Трансфер можно с помощью сравнения товаров с эталонным образцом. Для оценки конкурентоспособности продукции выбран такой товар, как светодиодный универсальный led светильник. В результате, с помощью экспертов информационных агентств, которые непосредственно контактируют как с потребителями, так и с производителями, были оценены указанные факторы для проведения анализа конкурентоспособности данного товара. Каждый из производителей, который предлагает продукцию, представляет свое конкурентное преимущество товара. Однако проблема заключается в том, что поскольку рынок насыщен, ни один товар не является конкурентоспособным, так как потребность удовлетворена. Анализируя конкурентов, можем сказать, что Элек-Трансфер занимает высокое место среди активных конкурентов по продажам, качеству,

цене и ассортименту продукции. Качество товаров и услуг гарантируется поставкой от официальных производителей и квалифицированным персоналом, поэтому цена зависит от этих условий. Сегодня потребители получают большее удовольствие от употребления качественного продукта по разумной цене. Таким образом, конкурентная стратегия компании состоит в том, чтобы предлагать потребителям качественную продукцию по доступным ценам и широкий спектр товаров и услуг

Слайд 5

Анализ внешней среды компании начинается с анализа макросреды компании на основе анализа многофакторных систем (PEST-анализ). Результаты анализа представлены в таблице. Выяснилось, что деятельность Элек-Трансфер больше всего зависит от внешних угроз (сумма – 42,34), а наиболее опасным фактором является неуплата услуг, предоставляемых потребителям. Как известно, оплачиваемые потребителями деньги составляют основную часть общего дохода компании, поэтому невыплата является залогом дальнейшего застоя в ее развитии. Из-за нестабильности законодательной базы и возрастающих требований потребителей к качеству предлагаемой продукции эти факторы были несколько менее важны. Демографические и политические факторы были наименее важны в этом блоке.

Слайд 6

Рассмотрим посещаемость сайта в 2022 году, структура источников трафика представлена на рисунке. Согласно этой диаграмме, основная доля трафика сайта приходится на поисковые системы, это обусловлено тем, что компания продвигается в этом канале за счёт размещения на сайте SEO-оптимизированных статей, содержащих необходимые ключевые слова, относящиеся к продукции компании. Далее располагаются прямые заходы по адресу сайта и переходы по ссылкам со сторонних ресурсов. Эти переходы можно отнести к брендовым, так как по адресу сайта переходят, как правило, посетители, которые уже знакомы с компанией или им её рекомендовали, также такой переход может быть результатом маркетинговых мероприятий проводимых вне интернета. Переходы по ссылкам на сайтах можно отнести к брендовым запросам, так как компания продвигается на сторонних сайтах за счёт размещения экспертных статей с прямым упоминанием бренда, а также ссылки на сайт могут встречаться в новостных материалах и в комментариях на отраслевых форумах. Они оказывают значительное влияние на узнаваемость бренда.

Слайд 7

Для отечественных предприятий очень важно внедрять методы усовершенствования, требующие значительных изменений в руководстве. Методы улучшения маркетинговых процессов можно разделить на два класса в зависимости от продолжительности внедрения и степени смены маркетингового процесса. Различают краткосрочные и долгосрочные методы.

Слайд 8

Оптимизация и реинжиниринг отличаются по скорости получения результатов. Оптимизация процессов имеет преимущества перед реинжинирингом, так как предприятия лучше адаптируются к изменяющейся внешней среде, в то время как реинжиниринг не обеспечивает долгосрочной стратегической адаптированности. Большинство методов оптимизации косвенно связаны с проблемой оптимизации маркетинговых процессов и достаточно полно освещены в литературе. К примеру, группа аналитических методов является вспомогательным инструментом выявления ошибок и проблем в маркетинговых процессах с целью их улучшения. Остановимся более конкретно на тех, кто имеет прямое отношение к проблеме оптимизации маркетинговых процессов и создан или разработан в рамках решения задачи улучшения маркетинговых процессов. На практике особенно интересны методы бенчмаркинга, аутсорсинга, Кайдзена и шести сигм.

Слайд 9

Используя ключевые характеристики эффективности (KPI), мы можем сравнить оптимизированные бизнес-процессы Элек-Трансфер и бизнес-процессы, принятые как стандарт Элек-Трансфер. Объективная необходимость использования процессного подхода в Элек-Трансфер, т.е. формирование и оптимизация бизнес-процессов в целях удовлетворения потребностей клиента, обусловлена поиском способов снижения затрат, включая материально-технические ресурсы и рабочее время, для повышения эффективности работы компании. Практическое применение процессного подхода Элек-Трансфер позволило оптимизировать бизнес-процессы, что привело к улучшению основных показателей эффективности. Представим результаты передачи маркетинговых процессов на аутсорсинг для компании.

Слайд 10

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание!