



Задание № 29

Подготовила

студентка

Бизнес 4-1

Бутнева А.А.

**Курсовой на тему
«Моделирование и организация
процесса разработки, принятия
и реализации управленческих
решений в организации»**

Информация о предприятии



- Крупный дилерский центр по продаже новых и подержанных автомобилей различных марок.
- Занимается продажей грузовых автомобилей и запасных частей.
- Сотрудничает с банком и страховой компанией.
- Продвижением центра занимается сторонняя организация.
- Работает с прибылью, но наблюдается высокая конкуренция.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

- Учредители
- генеральный директор
- Руководство
 - Отдел продаж авто с пробегом
- Call-центр
- Бухгалтерия
- Отдел системного обслуживания
- Отдел продаж новых авто
- Отдел ЗЧ
- Представительство банка
- Отдел маркетинга
- отдел обслуживающего персонала
- отдел кадров
- Представительство страховой компании

Управленческая ситуация:

Автодилер рассматривает вопрос о внедрении новой технологии продаж – продажи легковых автомобилей корпоративным клиентам по лизинговым договорам. Необходимо сформировать комплекс управленческих решений по введению такого способа продаж в ассортимент услуг дилера, а также по его эффективному использованию.

Формулировка и анализ проблемы (по методу диаграммы Исикавы):



- Нет технологии продаж автомобилей в лизинг
- Неполный ассортимент услуг
- Высокая конкуренция
- Нет корпоративных клиентов

**НЕПОЛНЫЙ
ОХВАТ РЫНКА**

НА ПЕРЕГОВОРАХ ОБСУЖДАЛИСЬ ДВА ВАРИАНТА:

- ⦿ провести рекламную кампанию, чтобы привлечь лизинговые компании, а затем с помощью набора критериев выбрать из них лучшую;
- ⦿ по выбранным критериям составить список подходящих компаний, оповестить их о своих намерениях ввести новую услугу, далее в ходе предварительных переговоров выявить заинтересованную в сотрудничестве лизинговую компанию.



В ПРОЦЕССЕ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ПРИМУТ УЧАСТИЕ СЛЕДУЮЩИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ:

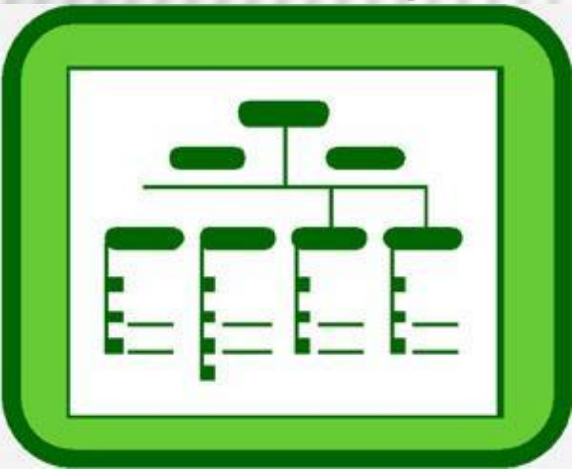
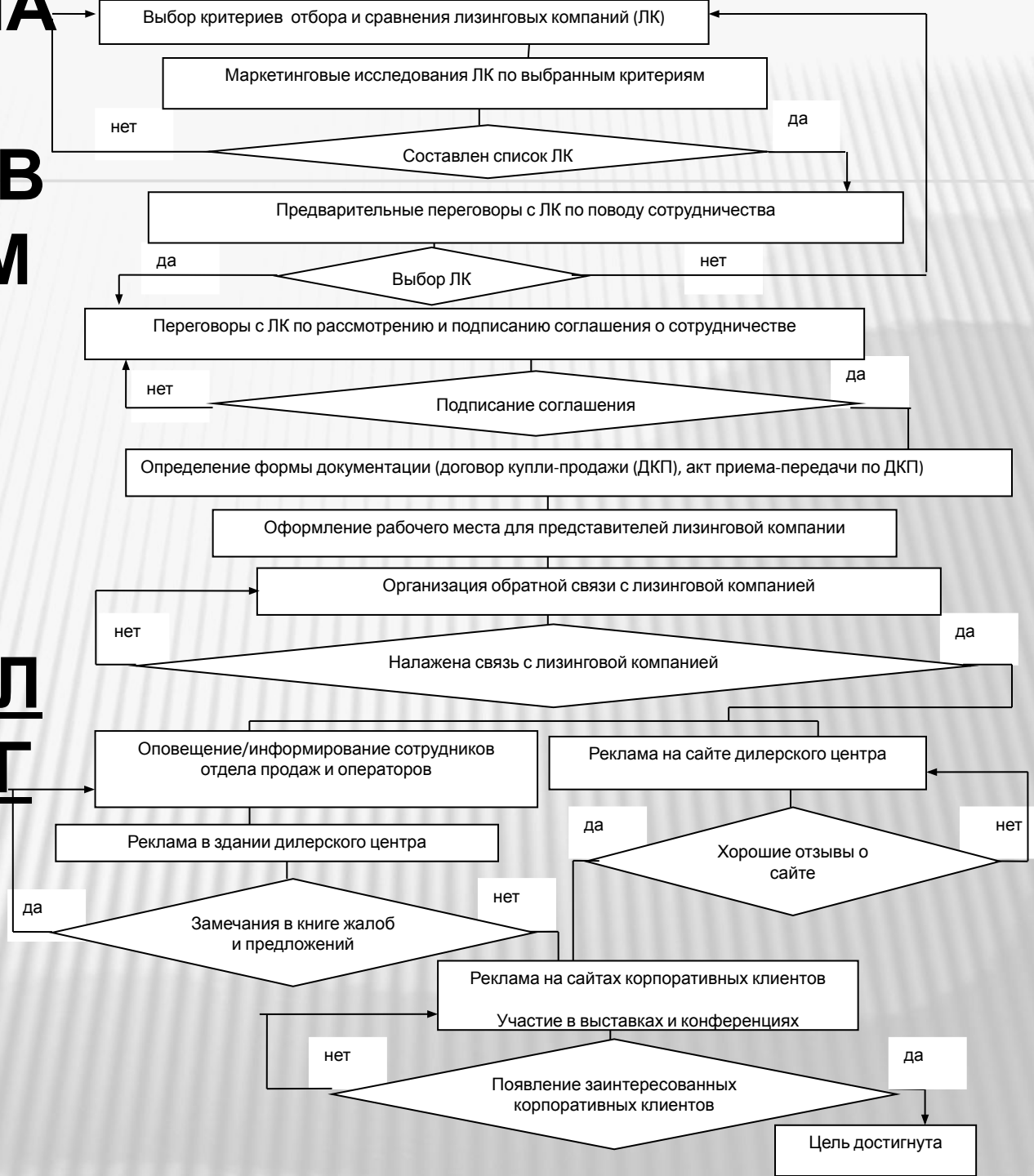
- ▣ Представители лизинговой компании;
- ▣ Финансовый директор;
- ▣ Отдел маркетинга;
- ▣ Отдел продаж;
- ▣ Руководство;
- ▣ Операторы Call-центра;
- ▣ Отдел системного обслуживания;
- ▣ Учредители.



Определение целей (по методу дерева целей):

- Освоить технологию продажи автомобилей в лизинг
 - Выбор лизинговой компании
 - **Выбор критериев оценки и сравнения; Маркетинговые исследования лизинговых компаний; Предварительные переговоры по поводу сотрудничества; Подписание соглашения о сотрудничестве; определение формы документации; налаживание обратной связи; Организация рабочего места для представителя лизинговой компании.**
 - Привлечение корпоративных клиентов
 - **Реклама новой услуги на сайтах потенциальных клиентов; реклама на выставках и конференциях**
 - Продвижение услуги
 - **Реклама в дилерском центре; реклама на сайте; информирование персонала о новой услуге**
 - **Основная цель**
 - Подцели
 - Задачи
-

БЛОК-СХЕМА ПРОЦЕССА ВВЕДЕНИЯ В ДИЛЕРСКОМ ЦЕНТРЕ НОВОЙ УСЛУГИ – ПРОДАЖ АВТОМОБИЛ ЕЙВ ЛИЗИНГ



План реализации управленческого решения

Наименование мероприятия	Ответственные лица	Ресурсы	Результат/ документ
Маркетинговые исследования	Отдел маркетинга	Информация о лизинговых компаниях (ЛК), необходимая для исследования	Список наиболее подходящих ЛК
Переписка (предварительные переговоры)	Финансовый директор	контакты исследуемых ЛК	Выбор заинтересованной в сотрудничестве ЛК
Переговоры по заключения соглашения	Финансовый директор, генеральный директор, представители ЛК	Проект стандартного соглашения о сотрудничестве	Подписанное соглашение о сотрудничестве
Определение формы документации	Финансовый директор и представители ЛК	Стандартная форма документации	Утвержденная форма документации
Организация рабочего места для представителей ЛК	Отдел кадров	Знание порядка оформления	Выгодное расположение кабинета
Налаживание обратной связи с ЛК	Отдел системного обслуживания	Знание контактной информации о ЛК	Быстрота и оперативность обратной связи
Оповещение/ информирование сотрудников	Представители ЛК	Информация об основных условиях лизинга, контакты лизинговой компании	Документы для ознакомления с подписями
Реклама новой услуги на сайте дилерского центра	Отдел системного обслуживания	Копия документа для ознакомления	Обновленный сайт
Реклама на сайтах корпоративных клиентов	Сторонняя организация по продвижению	Договор по продвижению центра в интернете	Измененный договор по продвижению

Этапы, на которых необходимы контроль и анализ:

- 1) Грамотное проведение предварительных переговоров
- 2) После оповещения необходимо произвести проверку знаний о лизинговой компании (тестирование, опрос или анкетирование).
- 3) Анализ посещаемости сайта после обновления

Спасибо за
внимание!

