

За потребительское признание!



620100, г. Екатеринбург
ул.Сибирский тракт, 35
+7 343 2629741

Презентация проекта

Докладчик:

Зотов Федор Павлович, доцент кафедры
Управления качеством ИКЖ, УГЛТУ.

Соавтор:

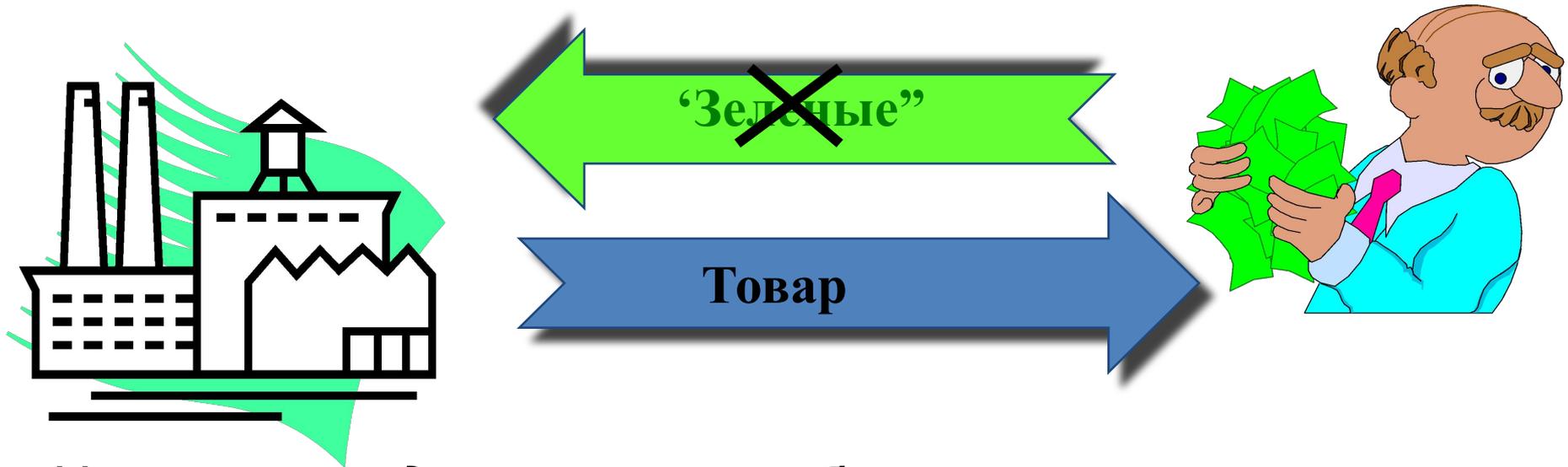
Копнов Виталий Анатольевич, профессор,
зав.кафедрой УК ИКЖ, УГЛТУ

Почему нужно стремиться к потребительскому признанию?

Потребительский рынок за последние 20 лет существенно изменился:

- *Во-первых*, потребители взяли в свои руки контроль на рынке
- *Во-вторых*, сформировались новые ожидания относительно потребляемых товаров и услуг
- *В-третьих*, потребитель интересуется не только готовой продукцией, но и

За потребительское признание



Цели производителя и потребителя антагонистические:

Производитель.

Произведу товар

если



- заработаю деньги;
- увеличу капитализацию своей компании.

“Дорого яичко ко Христову дню!” (Народная пословица)

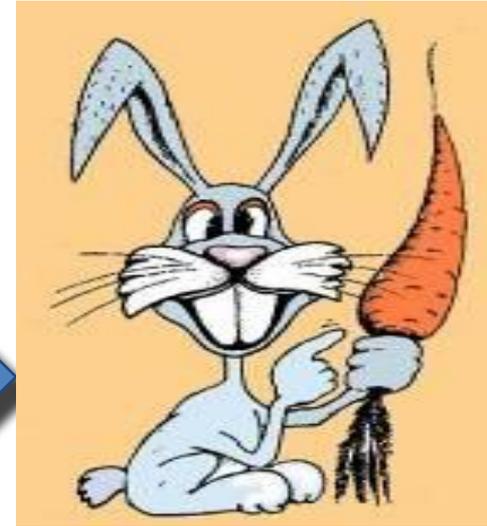
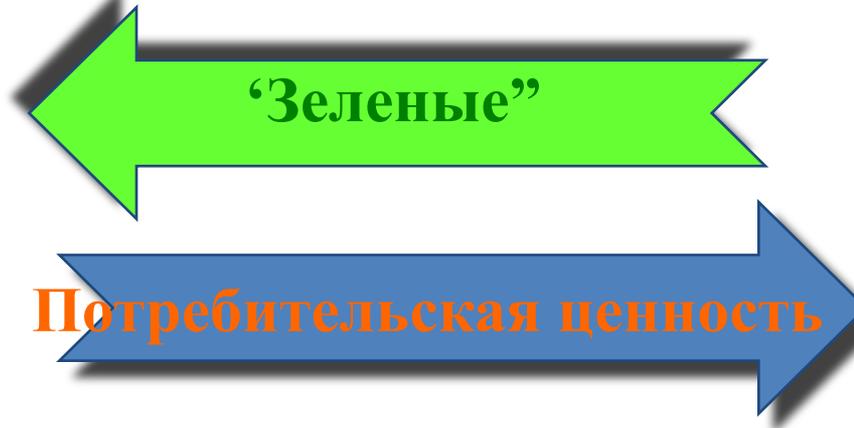
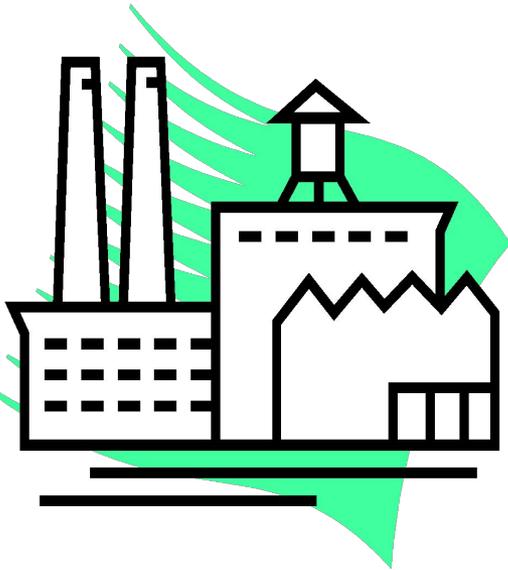
Покупатель.

Оплачу товар,

если

- качественно
- недорого
- срочно к месту

За потребительское признание



Цели потребителя мы поменять не можем, у него деньги. Поменяем цели у производителя:

Производитель.
Произведу товар
если

- смогу создать в нем **потребительскую ценность.**

**“Дорого яичко ко
Христову
дню!” (народная
поговорка)**

Покупатель.
Куплю товар,
если

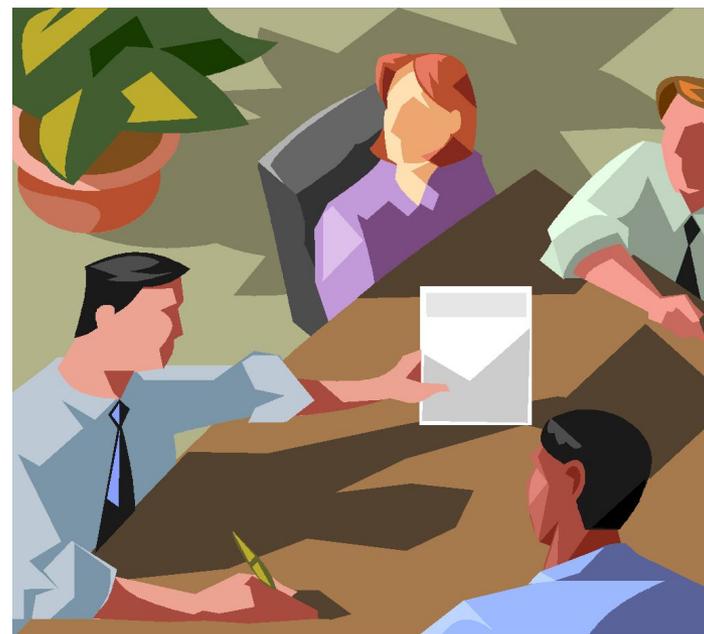
- качественно
- недорого
- срочно
- к месту

Послание потребителя поставщику:



”Товарищ! Ты движешься в правильном направлении, если осознал, что **цели** покупателя важнее твоих собственных”

Предлагается
пригласить и привезти
потенциального
потребителя на
территорию
изготовителя.
Для чего???



Для чего потребителя приглашать на фирму?

- Для того, чтобы потребитель оценил не только продукт, но и возможности изготовителя.
- Поставщики для потенциального покупателя все одинаковые. Покупатель не знает возможностей изготовителя. Он знает только продукцию, причем в ограниченном виде.
- Для того, чтобы потребитель сформировал свою точку зрения на изготовителя и на его конечный продукт

Какие выгоды получит изготовитель от визита к нему потребителя?

- Сформирует новые цели и доверие потребителя
- Повысит собственную деловую репутацию в глазах потребителя
- Укрепит свой имидж
- Заработает денег

Конкурс

“За потребительское признание!”



Конкурс

“За потребительское признание!”

Вход в Проект

- Решение общего собрания Ассоциации Уральских мебельщиков “ О старте конкурса “За потребительское признание!”

Выход из Проекта

- Награждение победителей конкурса в присутствии приглашенных представителей потенциальных потребителей

Заказчик

- Ассоциация Уральских мебельщиков

А СУДЬИ КТО? *)

- От Союза строительных предприятий -
- От Союза гостиничного хозяйства -
- От Союза рестораторов -
- От Управления здравоохранения области -
- От Управления образования области -
- От государственных учреждений - администрации г. Екатеринбурга и районов города
- От Союза курортных организаций области -

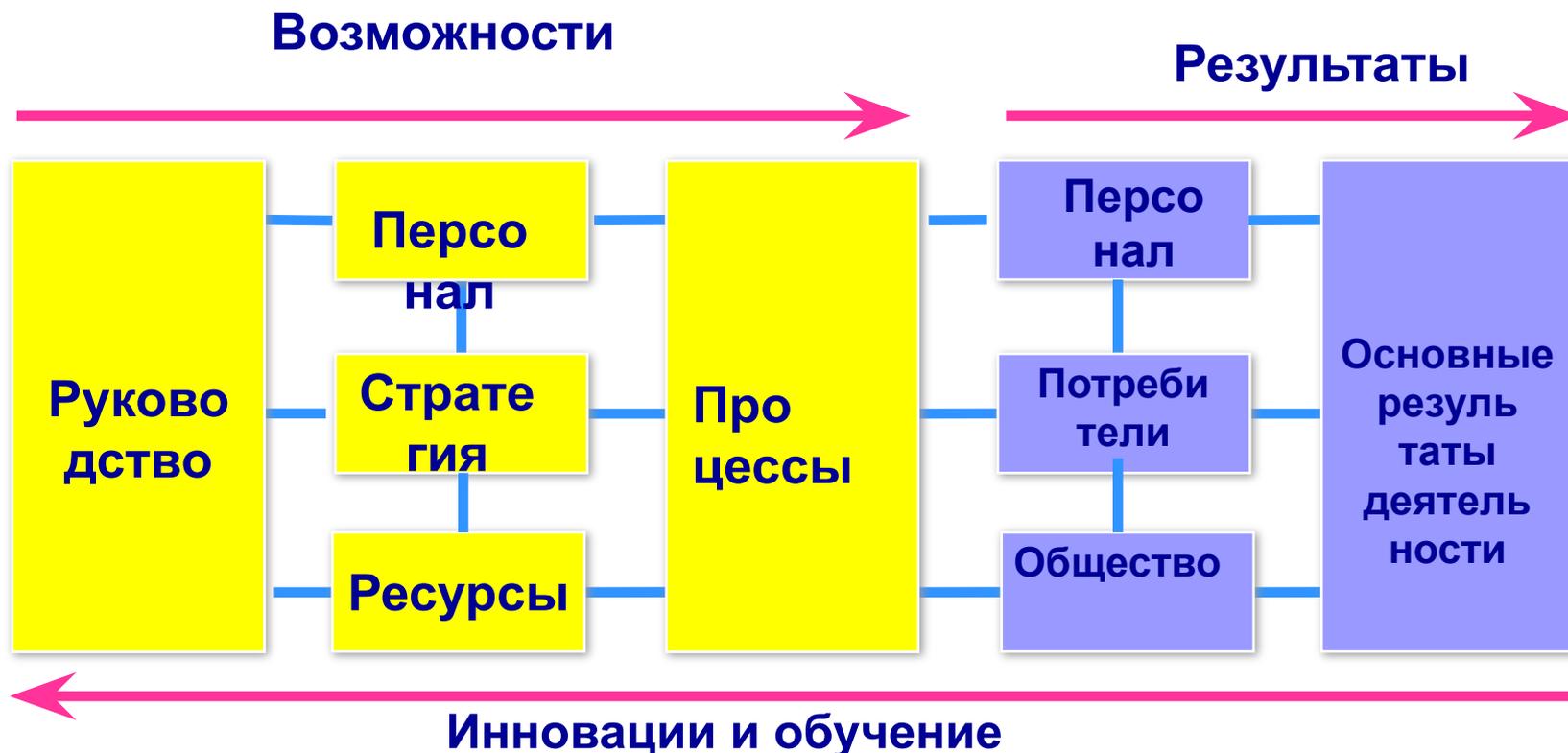
*) Формируется исключительно из представителей организаций и физических лиц – потенциальных потребителей мебели

Таблица конкурса

“За потребительское признание!”

Место в рейтинге	Поставщик	Руководитель	Адрес	Рейтинговое число	Тур конкурса
1					
2					
3					
4					
5					

Достаточные критерии рейтингового отбора (на основе методики EFQM)



Необходимые критерии рейтингового отбора

- Отсутствие информации от территориальных надзорных органов о законодательных нарушениях
- Свидетельства тестирования компонентов мебели на безопасность и подлинность
- Отсутствие обоснованных претензий потребителей в надзорные органы
- Отсутствие нарушений законодательных прав потребителей
- Наличие сертификатов соответствия готовой продукции

Институт качества жизни УГЛТУ



620100, г. Екатеринбург
ул.Сибирский тракт, 35

+7 343 2629741

- Обучает управлению бизнесом на основе качества
- Помогает внедрять современные методы ведения бизнеса (ИСО, бережливое производство, спин – продажи)
- Анализирует состояние бизнеса