



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Московский государственный технический  
университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский  
университет)»  
(МГТУ им. Н.Э. Баумана)

## СЛАЙДЫ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ БАКАЛАВРА НА ТЕМУ:

### РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ КРЕАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА ТКАЧИ

Студент

Кондратьев И.О.

Руководитель

Гущина Л.А.

Москва – 2021

# Цель и основные задачи работы

## ЦЕЛЬ РАБОТЫ

Разработка мероприятий по повышению удовлетворенности клиентов Креативного Пространства «Ткачи».

## ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ РАБОТЫ

### Экспериментально-исследовательская часть

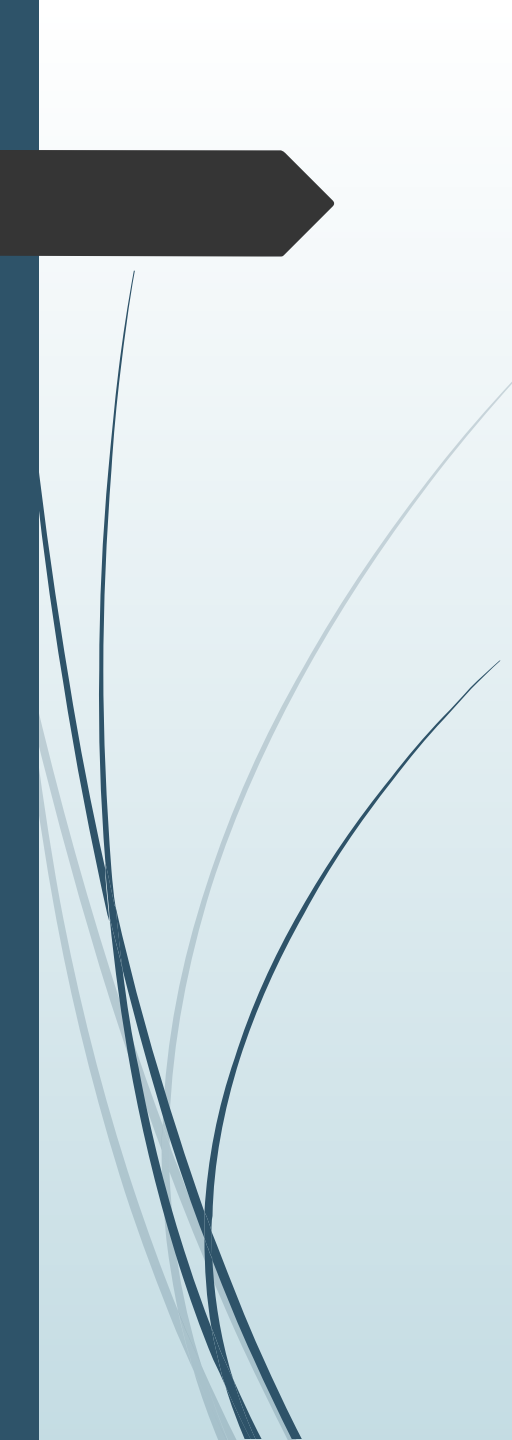
- описать понятие и сущность определения креативного пространства;
- изучить сущность методологии ключевых факторов успеха в обеспечении удовлетворенности клиентов;
- провести анализ выборки и применяемых методов исследования удовлетворенности клиентов.

### Организационно-управленческая часть

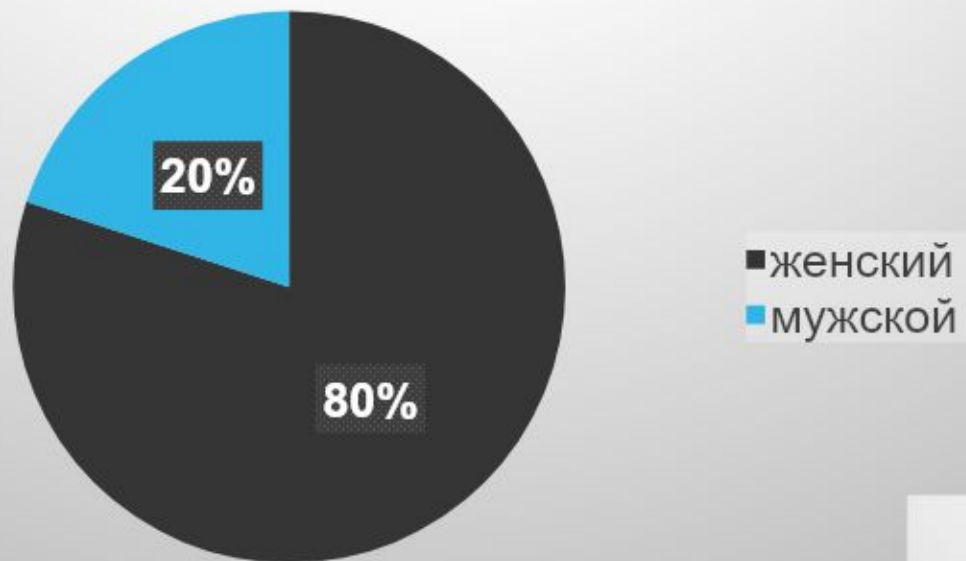
- охарактеризовать компанию: провести анализ внутренней и внешней среды креативного пространства «Ткачи»;
- провести комплексный финансово-экономический анализ результатов деятельности креативного пространства «Ткачи»;
- обосновать необходимость внедрения мероприятий по повышению удовлетворенности клиентов в бизнес-центре.

### Экономическая часть

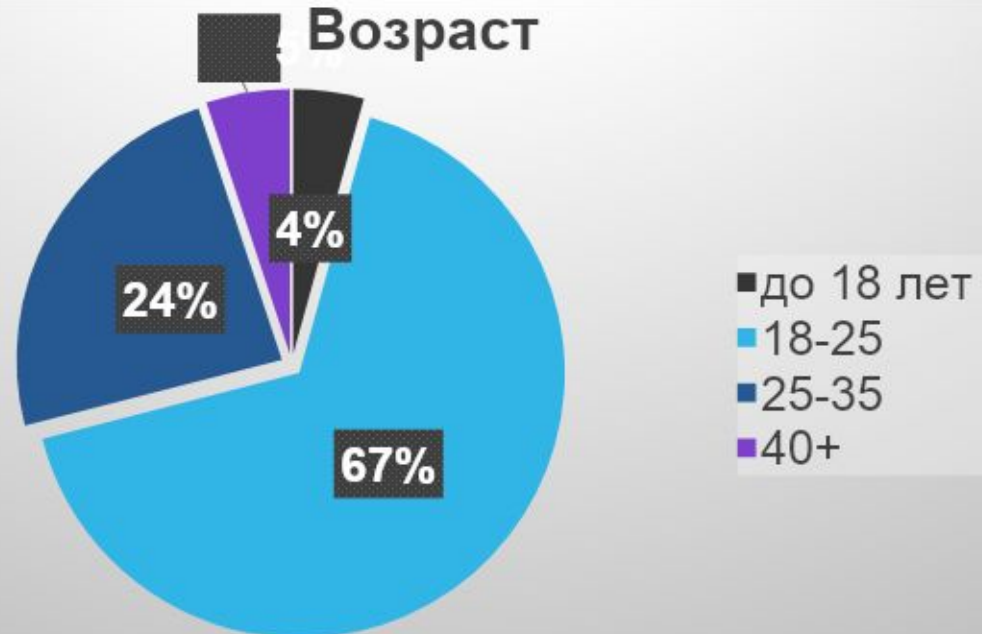
- разработать мероприятия по повышению удовлетворенности клиентов;
- оценить эффективность реализации проекта;
- оценить риски проекта

- 
- Для успешного и эффективного формирования системы мероприятий по повышению удовлетворенности посетителей Креативного Пространства «Ткачи», мы выполнили следующие задачи:
  - выявили конкурентов на рынке креативных пространств;
  - классифицировали клиентов креативного пространства по характеристикам:
    1. пол;
    2. возраст;
    3. виды потребляемых услуг;
    4. частота посещения.
  - исследовали уровень осведомленности клиентов о спектре услуг, предоставляемых креативным пространством;
  - оценили лояльность посетителей креативного пространства;
  - выяснили основные причины недовольства посетителей Креативного Пространства.

## Пол



## Возраст





- Креативному директору подчиняются все проект-менеджеры, администраторы и технические администраторы.
- Проект-менеджеры реализуют все, что связано с административным управлением.
- Администраторы должны информировать посетителей по всем вопросам, связанным с наличием определенных услуг, они осуществляют SMM-маркетинг и распространяют сведения о событиях, которые проходят в Креативном Пространстве «Ткачи».

- Представим долю рынка конкурентов Ткачей (Лофт-проект «Этажи», Арт-центр «Пушкинская-10», КП «Тайга», «Арт-муза») и их самих с помощью таблицы.

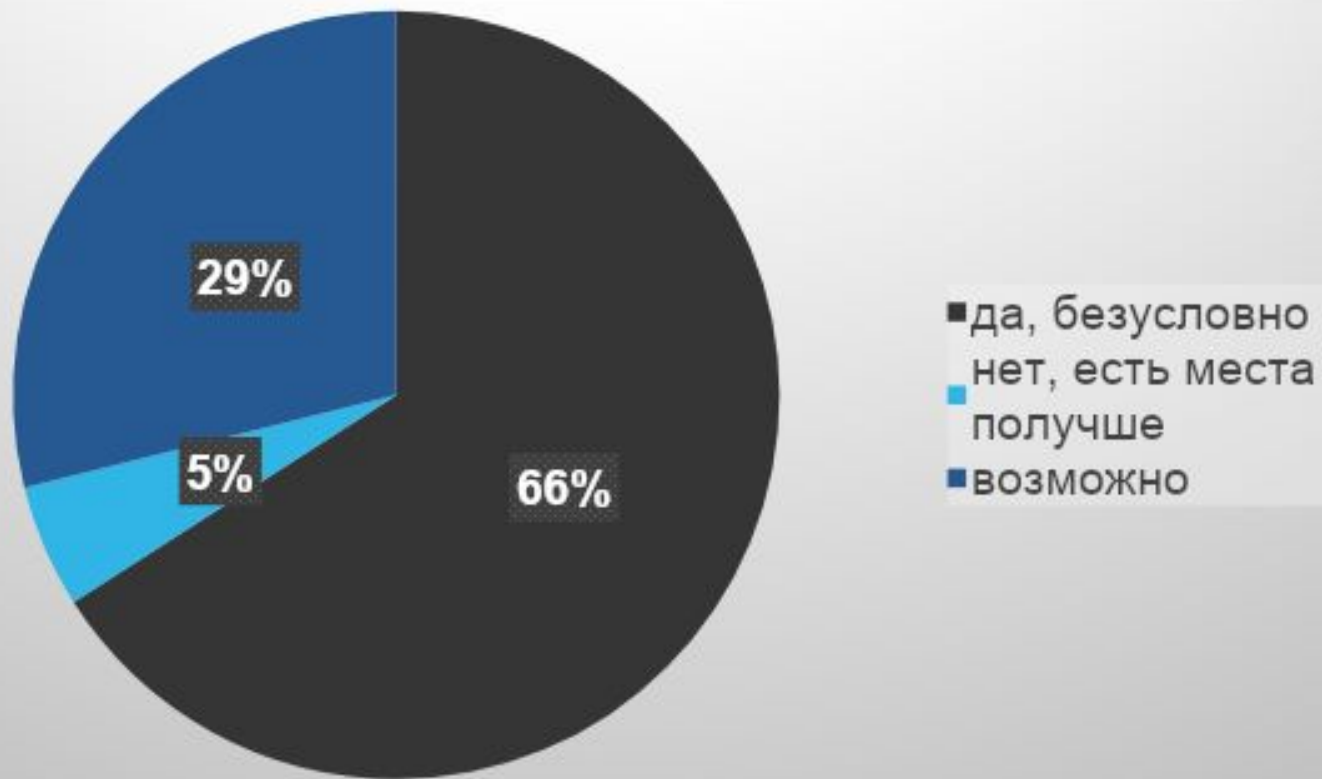
Конкуренты	Доля рынка, %	Темп роста, %
Ткачи	20	15
Лофт-проект Этажи	33	18
Арт-центр Пушкинская 10	15	5
Тайга	25	25
Арт-муза	30	10

- Более подробная картина с отражением карты конкурентов. С помощью карты конкурентов определяется совокупность креативных пространств – лидеров на рынке творческих индустрий, и выявляются примеры успешных решений и стратегий для их последующего развития.



	+	-
+		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостаточное использование интернет и медиа-ресурсов при распространении информации о креативном пространстве и проводимых в нем мероприятиях.</li> <li>2. Потребность в высоком качестве предоставляемых услуг – тенденция к снижению качества предоставляемых площадок.</li> </ol>
-	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Высококвалифицированные специалисты по вопросам креативного управления проектами.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостаточное финансирование - некомплектованность современным техническим оборудованием.</li> <li>2. Недостаточная вовлеченность молодежи в культурно – общественную жизнь города.</li> <li>3. Возрастание потока информации, требующей своевременной обработки - недостаточно выстроена структура информационных потоков.</li> </ol>





- S (всего опрошенных) – 140
- Число «промоутеров» - 89
- P (% «промоутеров») -64%
  - Число «критиков» - 7
  - D (% «критиков») – 5%

□ Отсюда мы получаем, что  $NPS = P - D = 64 - 5 = 59\%$ .

□ По итогу, доля посетителей, которые желают порекомендовать это креативное пространство, равна 59%, это – средний показатель общей клиентской лояльности.



Предлагаемый комплекс мероприятий

донести до посетителей суть своей концепции

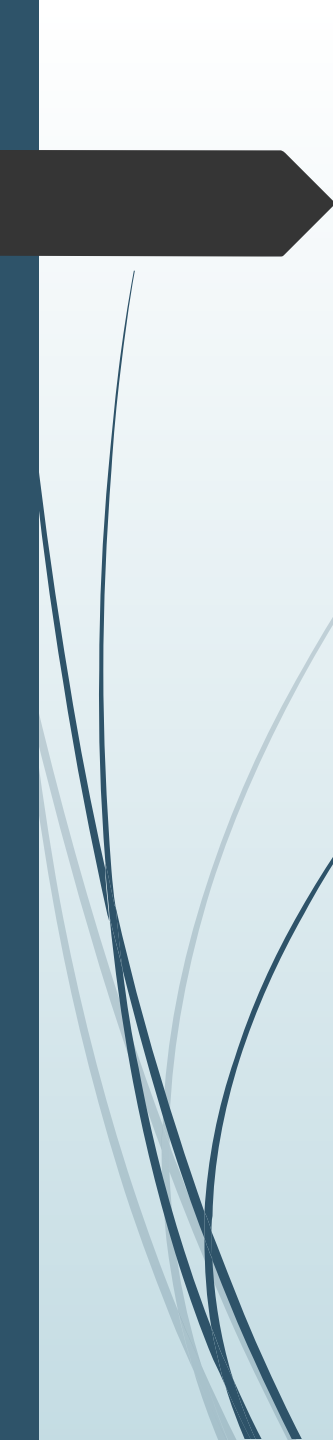
расширить перечень мероприятий

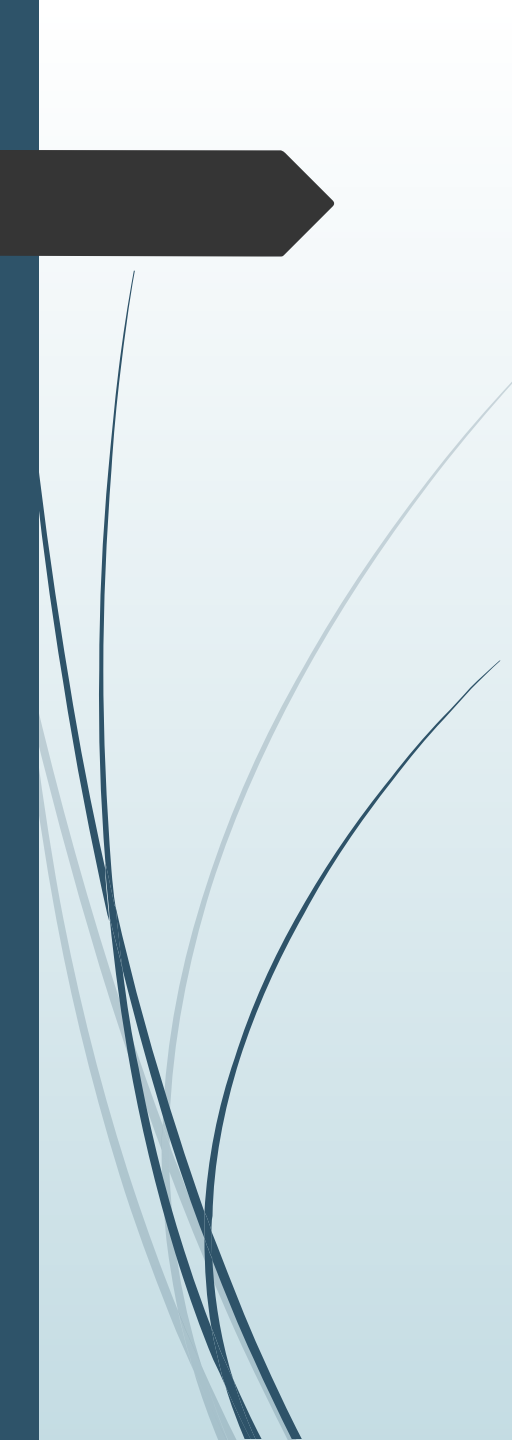
создать зону отдыха

комбинировать платные и бесплатные услуги

сделать акцент на рекламу

интегрировать CRM-систему в деятельности КП «Ткачи»

- 
- 1. Донести до посетителя сущность собственной концепции.
  - На официальном сайте должна быть размещена подробная информация о направлениях деятельности Пространства, большое значение должно быть уделено концепции и стилю работы.
  - 2. Увеличить количество мероприятий.
  - Событийная программа должна прорабатываться тщательнее, должно присутствовать больше интерактивных мероприятий с посетителями.
  - 3. Выделить зону отдыха.
  - Также должна быть оформлена зона отдыха, здесь посетитель сможет тихо посидеть, почитать или поработать с ноутбуком, сделать летнюю площадку для игр, добавить мягкие подушки. На данное мероприятие будет затрачено 88 тыс. рублей.

- 
- 4. Комбинировать платную и бесплатную услугу.
  - Нововведение заключается в комбинировании платной и бесплатной услуги. Это позволит приходить на мероприятия креативного пространства представителям различных ценовых категорий.
  - 5. Взять за основу рекламу.
  - С позиции рекламной кампании и продвижения площадки, «Ткачи» должны больше анонсировать о том, что представлено на втором этаже и выше, потому что некоторые люди не знают, какие мероприятия там происходят.
  - 6. Интегрировать CRM в работу Креативного Пространства «Ткачи».

Сотрудники	Выполняемые функции
1. <b>Руководитель проекта</b> руководитель компании	Задаёт общее направление проекта, следит, чтобы все выполнялось в срок. Распределяет задачи между участниками проекта и контролирует соблюдение плана.
2. <b>Менеджер по продажам</b>	Выступает как тестировщик информационной системы. Исходя из того, как он совладеет с системой, можно сделать вывод, как с этой задачей справятся остальные
3. <b>Программист</b>	Взаимодействует с компанией КП Ткачи, занимается разработкой

Мероприятие	Затраты
<b>Прямые расходы</b>	
Покупка программного обеспечения	290800
Внедрение и настройка	162600
Аппаратная поддержка	46680
<b>Сумма, всего</b>	<b>500080</b>
<b>Косвенные расходы</b>	
Потери средств или сбоев	11000
<b>Общая</b>	<b>11000</b>

- Итоговая сумма затрат на последнее предложение составит 656080 руб.
- Всего на все предложенные мероприятия будет затрачено 744080 руб.
- Предлагаемые мероприятия должны увеличить показатели предприятия на 30% по нашему ориентировочному прогнозу.
- Чистая прибыль КП «Ткачи» на 2020 год составляет 2279759 руб.
- Так, 30% от 2279759 составляет 683927 руб. – именно на данную сумму мы прогнозируем повышение чистой прибыли предприятия КП «Ткачи» в 2021 при условии воплощения всех предложенных нами рекомендаций.
- Если затраты составят 744080, то они окупятся повышением чистой прибыли за  $744080/683927=1,08$  года. То есть, чуть больше, чем за год. После этого мероприятия будут приносить ежегодную прибыль в 683927 рублей.

# Заключение

- Сформируем картину общей удовлетворенности посетителей: люди достаточно лояльны к «Ткачам» и в 57% случаев будут советовать «Ткачи» своим друзьям для посещения и проведения свободного времени.
- 90% опрошенных говорят о том, что ассортимент мероприятий, реализуемых в Креативном Пространстве, является достаточно узким, 70% респондентов хотят его расширения.
- Предложенные мероприятия по повышению удовлетворенности клиентов КП «Ткачи» окупятся чуть больше, чем за год и позволят получать компании ежегодную прибыль в 683927 рублей.
- Таким образом, задачи исследования были решены, а основная цель исследования была достигнута.



Благодарю вас за внимание