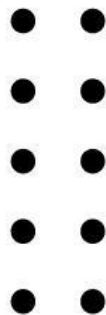


СОДЕРЖАНИЕ



- О компании
- Вводные данные аудита
- Анализ организационной структуры, функциональной матрицы, KPI
- Оценка персонала
- Оценка системы продаж
- Анализ бизнес процессов
- Тайный покупатель
- Оценка внешнего бренда компании
- Бренд компании. Продукт.
- Рекомендации по развитию зон роста
- Коммерческое предложение



О КОМПАНИИ



БИЗНЕС БЮРО

Ваш HR партнер

ОТРАСЛЬ

Центр развития детей

ТЕРРИТОРИЯ ПРИСУТСТВИЯ

Г.Самара.

НАПРАВЛЕНИЯ

Детский сад, бассейн, занятия (мероприятия)

ТОВАРНЫЕ КАТЕГОРИИ

22 программы для детей, 16 программ для родителей

ТОЧКИ КОНТАКТА С КЛИЕНТАМИ

On-line

- ● obereg-samara.ru
- ● https://vk.com/obereg_sam
- ● <https://www.facebook.com/oderegdeti>
- ● <https://www.instagram.com/oberegssamara/>
- ● <https://www.youtube.com/channel/UCI7UaVW9eFDWaXqrQFc8R-Q/featured>

Off-line

Г.Самара, Адреса:

- пр. Масленникова, 24;
- ул. Победы, 4 «Б»;
- ул. Мичурина, д. 147;
- ул. Лукачева, 29

ЭКСПРЕСС АУДИТ

ПЕРИОД 15.02.2021-28.02.2021

ПЛАН

- Анализ организационной структуры
- Анализ системы продаж/взаимодействия с клиентами
- Анализ бизнес-процессов

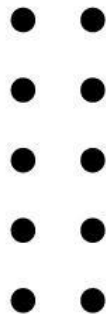
МЕТОДЫ

- Анализ нормативных документов
- Наблюдение за работой сотрудников
- Тайный клиент
- Интервью с сотрудниками
- Интервью с ТОПами
- Парсинг информации



БИЗНЕС БЮРО

Ваш HR партнер



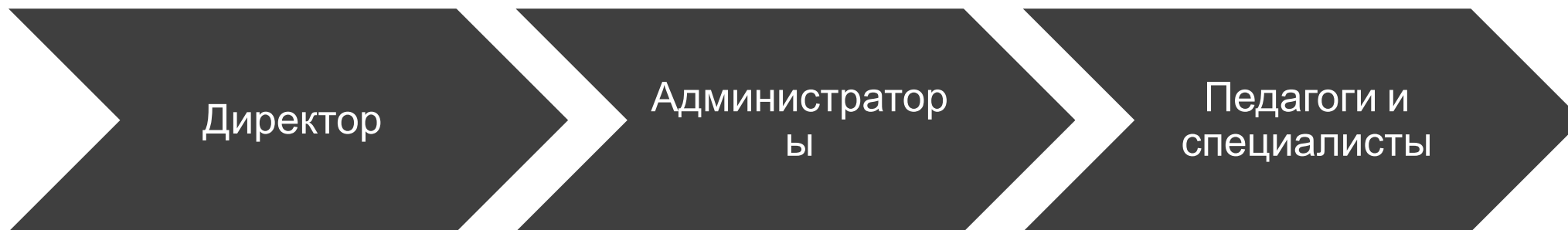
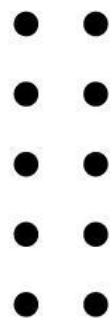
АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ



Организационная Структура сформирована по линейно-функциональному принципу. Горизонтальная структура управления. Функционал и обязанности сотрудников прописаны в должностных инструкциях. Показатели эффективности персонала не описаны, не зафиксированы. Мотивация выстроена: «на личном энтузиазме».

Управление компанией. Ответственным за продажи, привлечения клиентов, административно-хозяйственную функцию, менеджмент, функцию развития бренда, а так же экономическую функцию является непосредственно – директор (сосредоточено на одном лице), которому в свою очередь помогают администраторы в продажах, привлечении клиентов и в административно-хозяйственном функционале. Далее ведут мероприятия педагоги и специалисты. Роли ответственности разделены условно.

Управление продажами. Функция прописана, есть ответственный, но не реализуется. Сотрудники не знают финансовых целей бизнеса. Фокус на процесс здесь и сейчас, в процесс достижения результата никто не вовлечен.



ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА

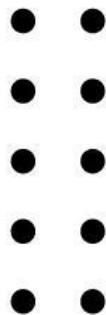


Достаточность: штат 41 сотрудник. Организационная потребность в персонале и в выделенном функционале не выявлена, но были пожелания о расширении штата от сотрудников. Штат превышает функциональную необходимость. Корректное прямое управление штатной единицей невозможно.

Компетентность: исходя из данных с должностных инструкций сотрудники полностью соответствуют по компетентности. Интеграция в компанию носит характер в формате передачи опыта действующим штатом. Опыта работы в продажах, навыков продаж очевидно недостаточно.

Мотивация: материальная мотивация имеет прямую связь с трудозатратами персонала. Форма оплаты труда у администраторов почасовая, у педагогов сдельная. Нет мотивации на продажи и результат.

Лояльность и вовлеченность: уровень лояльности достаточно высок в первую очередь из-за комфортных условий и интереса к продукту (услугам).



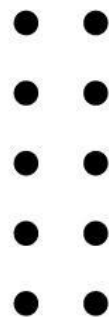
ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ

Легенда: увидел вывеску, решил зайти. Масленикова 24.



БИЗНЕС БЮРО
Ваш HR партнер

Этап	Комментарий
Приветствие	Поздоровалась, с улыбкой. Не представилась, имени у меня не спросила. В глазах читалась удивление, что зашел случайно.
Выявление потребности	Уточнила что я хотел, какой возраст у деток и все!
Презентация	Видна максимальная погруженность, детализирует информацию о программах.
Возражения	Отработаны по мере поступления в плане информирования
Завершение контакта	Не было попыток на коммерческое завершение (бронь, продажа). Не были взяты контакты. Была дана брошюра.
Эмоциональное впечатление клиента	Администратор приятная женщина, увлеченная своей деятельностью. Скрипт самого диалога никак не направлен на продажу, только общее информирование. Помещение (ресепшн) с тусклым светом. Отделка под «деревянный дворик» (размеры под маленьких деток). Для родителя (гостей) условий для ожиданий почти не предусмотрено (либо в мероприятии с ребенком, либо 2 маленьких стула при входе). Нет парковки. Вывеска на входе малозаметна.



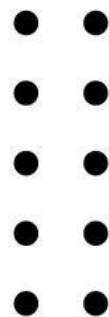
ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ

Легенда: пришел по рекомендации, ребенок 6 лет, племянник. Победы 4Б.



БИЗНЕС БЮРО
Ваш HR партнер

Этап	Комментарий
Приветствие	Поздоровалась, с улыбкой. Не представилась, имени у меня не спросила.
Выявление потребности	Уточнила что я хотел, какой возраст у деток и все!
Презентация	Видна максимальная погруженность, детализация информации о программах с примерами на компьютере. Экскурсия по локациям (помещения). Очень много диалога).
Возражения	Отработаны по мере поступления в плане информирования.
Завершение контакта	Не было попыток на коммерческое завершение (бронь, продажа). Не были взяты контакты. Были даны 2 брошюры. «Звоните...», «обращайтесь, приходите, давайте дружить...»
Эмоциональное впечатление клиента	Администратор приятная женщина, погруженная и увлеченная своей деятельностью, эмоционально располагает. Скрипт самого диалога никак не направлен на продажу, только общее информирование. Помещения (ресепшн, другие комнаты) пустоваты, выглядят коммерчески устаревшими, требуется косметический ремонт. С парковкой проблематично. Расположение в спальном районе на 1 этаже, почти цокольном. Вывеска с логотипом визуально мало заметна.



Спускаясь по ступенькам,
скользко!

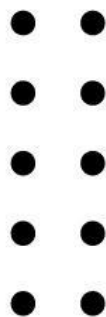
ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ



Лукачева 29, детский бассейн. Оознавательных знаков, лого и т.д. про «обережку» нет совсем. Только лого «оберег» на стенде около кассы. На стойке администратора говорят, что тут строго детский бассейн от «оберега».



Мичурина 147, детский сад. Найти удалось не сразу. Находится с торца здания, на 1 этаже, визуально со стороны улиц не видно. Девушка встретила на крыльце, на пороге. Кратко сообщила, что тут только детский сад и все. На диалог особо не шла.



ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ



БИЗНЕС БЮРО

Ваш HR партнер

Звонок. 2 исходящих звонка, 1 входящий. Легенда: подружка посоветовала.



Этап	Комментарий
Приветствие	Поздоровалась, представила компанию. Не представилась, имени не спросила.
Выявление потребности	Уточнила какой возраст у ребенка, ходили ли куда-то. Не узнала есть ли еще дети, возраст, чего бы хотели сами, какие сложности, пожелания.
Презентация	Начала с названий программ «ладушки» и «колосок» , далее кто по имени ведет и когда. Сложно для понимания «природный цикл». Говорит программа «то же самое, но немного по-другому»(нет ценности). Прыгает от программы к программе (в голове путаница). Много информации.
Возражения	Отработаны по мере поступления в плане информирования. Не отработан скрипт по коммерческому завершению (бронь на число, перезвонят через период времени).
Завершение контакта	Была попытка на коммерческое завершение (бронь, но не завершено). Не были взяты контакты. «Приходите, пробуйте»
Эмоциональное впечатление клиента	Администратор приятная женщина, увлеченная своей деятельностью. Чувствуется положительная эмоция в коммуникации, располагает. Скрипт самого диалога никак не направлен на продажу, только общее информирование. Не было предложения, формата завлечения (УТП).

2 звонок на саму бронь оборвался. Далее

перезвонили.



Этап	Комментарий
Приветствие	Поздоровалась, представила компанию. Не представилась, имени не спросила.
Выявление потребности	Уточнила на какое занятие и к кому. Уточнила, что есть пробный абонемент на 4 занятия. Уточнила фамилию, имя, имя малыша. Уточнила на чем будут добираться, чтобы легче найти.
Презентация	Проговорила что необходимо прийти на занятие минут на 10 раньше, чтобы ребенок адаптировался. Озвучила что необходимо взять с собой (удобная одежда, носочки). Проговорила адрес и с какой стороны лучше зайти.
Возражения	Если не получится прийти. Озвучила как и где лучше сообщить, в какой день и время , «чтобы не остались в неинформационном поле».
Завершение контакта	Озвучила, что сохранит в вайбере, чтобы обозначались (создание КБ). Попрощалась. Не было попыток на дополнительные продажи.
Эмоциональное впечатление клиента	Администратор приятная женщина, увлеченная своей деятельностью. Чувствуется положительная эмоция в коммуникации, располагает. Скрипт самого диалога на бронирование более проработан, с коммерческим завершением (КБ).

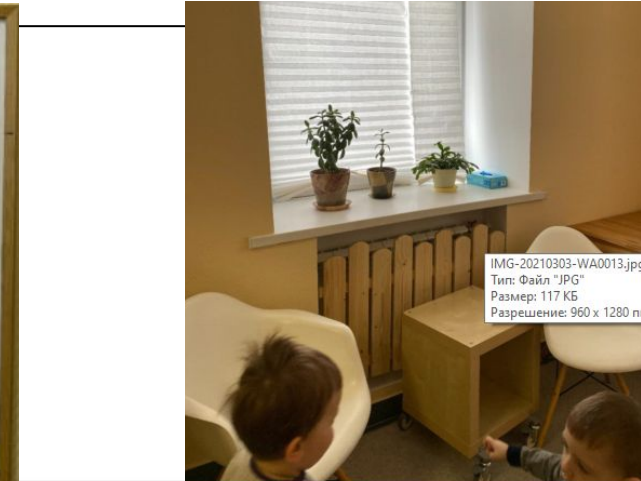
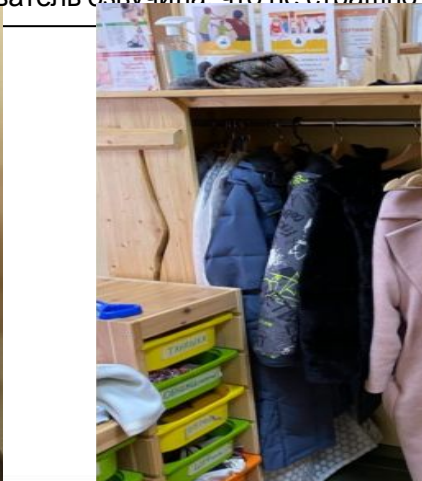
ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ

Посещение мамы с ребенком 2 года. 02.03.2021 в 11:00, занятие «Ладушки».



БИЗНЕС БЮРО
Ваш HR партнер

Этап	Комментарий
Внешний вид помещения	Снаружи есть вывеска, сразу можно увидеть центр. В целом все чисто, место администратора немного нагромождено папками и документами, в зале для занятий чисто и светло. В туалете не было воды в унитазе. Весит одно полотенце для рук. В новых условиях страны предпочла бы одноразовые полотенца.
Внешний вид персонала	Формы нет, бейджа нет. Одежда чистая, в свободном стиле.
Приветствие	При встречи с нами поздоровались. Уточнили кто мы (мама, сын). И на этом все: не инструктажа, не информации о занятии, не о компании в целом не последовало. Причём я уточнила, что мы у них впервые. После того, как я расплатилась и инфо не последовало- Сама спросила куда идти. И тогда уже администратор проводила в группу.
Выявление потребности	Выявления потребности не происходило. Администратор спросила сколько раз в неделю вы будете ходить. На что я ответила, что мы впервые, посмотрим, как все пройдет. После занятия повторного вопроса о записи не последовало.
Презентация	Все этапы отсутствовали. Хотя мы прибыли за 10 минут до начала занятия. Время было.
Возражения	Возражать было не чему. Диалог не состоялся.
Завершение контакта	В целом от урока остались положительные впечатления как у меня, так и у ребёнка. Занятие проходило интересно, детей Татьяна увлекала, постоянная смена действий не давала заскучать ни мамам ни детям. Каких-либо доп. продаж не последовало.
Эмоциональное впечатление клиента	Мне не хватило информации обо всем. Чувство «потерянного котёнка». Преподаватель Татьяна знала, что мы впервые. Но не ввела в курс дела урока. Я бы хотела знать: что нас ждёт на уроке, какие мои действия и что мы должны будем делать. Преподаватель озвучила что не страшно если ребёнок не будет ничего лепать. Лепайте все сами



IMG-20210303-WA0013.jpg
Тип: Файл "JPG"
Размер: 117 КБ
Разрешение: 960 x 1280 пикс

ВНЕШНИЙ БРЕНД КОМПАНИИ



БИЗНЕС БЮРО
Ваш HR партнер

Точки контакта с клиентом

- Сайт
- Телефон
- Социальные сети
- Гео-навигаторы
- Мессенджеры

Выдача в поисковиках

Яндекс

Отраслевой запрос: «детско-родительский центр Самара»

Выдача на 1 странице, 1 строке

Брендовый запрос: «Обережка Самара»

Выдача на 1 странице, 1 строке

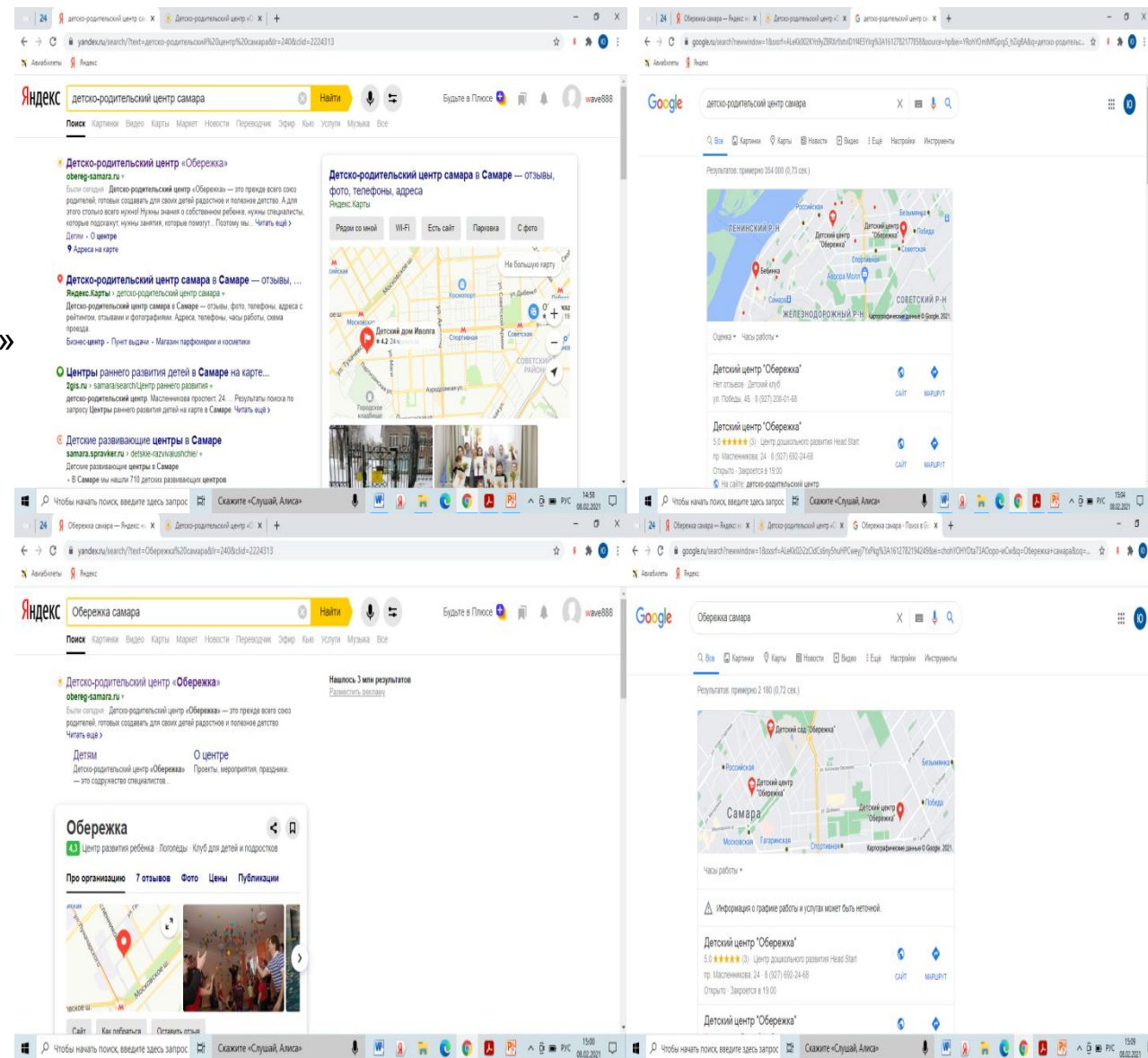
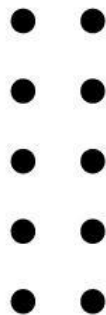
Google

Отраслевой запрос: «детско родительский цент Самара»

Выдача на 1 странице, 1 строке

Брендовый запрос: «Обережка Самара»

Выдача на 1 странице, 1 строке



ВНЕШНИЙ БРЕНД КОМПАНИИ

Мессенджеры

- ❑ WhatsApp
- ❑ Viber

Выдача в поисковиках

Яндекс

Отраслевой запрос: «детский центр Самара»

Выдача на 3 странице, 6 строке

Отраслевой запрос: «центр развития детей Самара»

Выдача на 7 странице, 8 строке

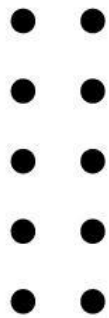
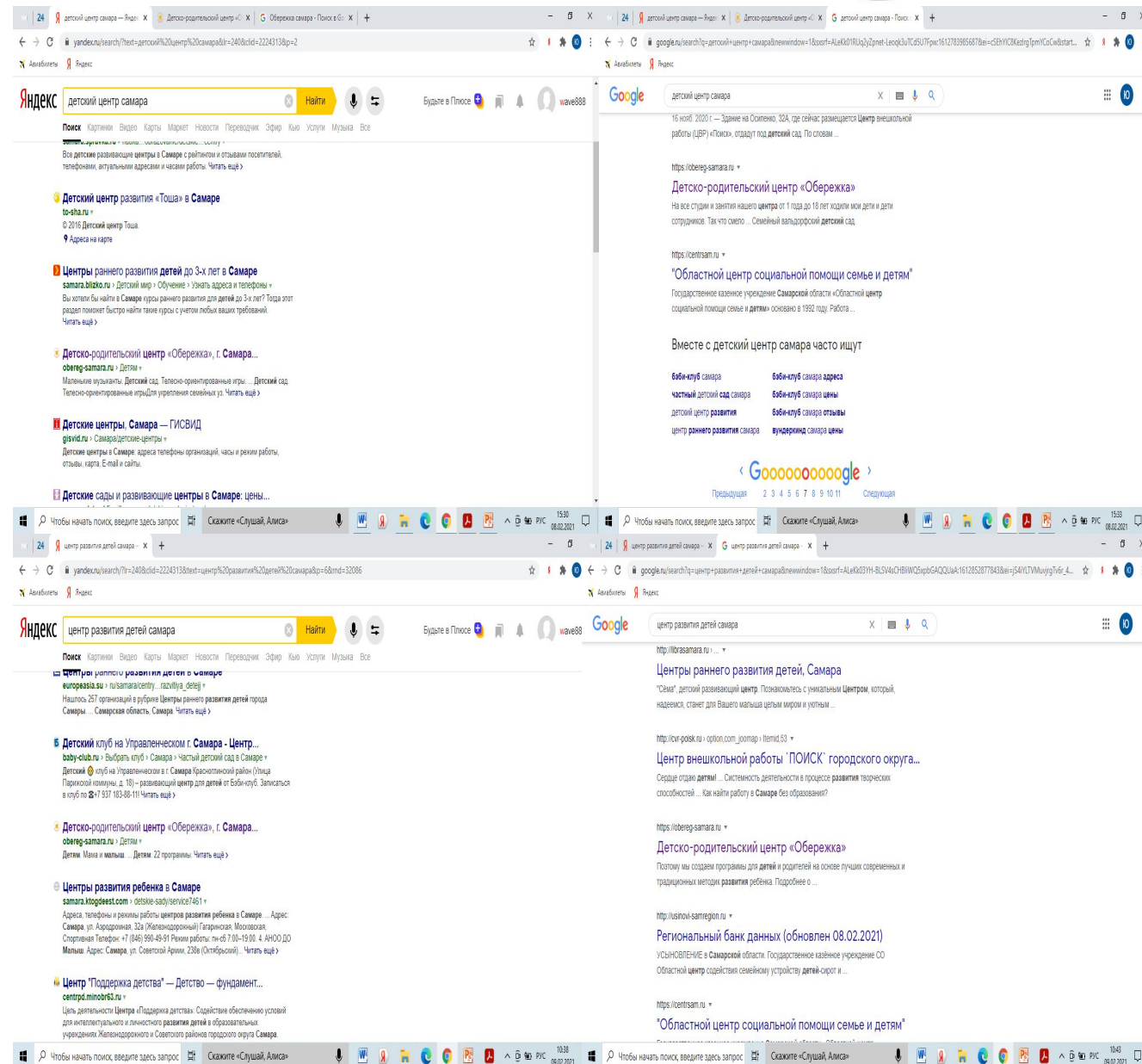
Google

Отраслевой запрос: «детский центр Самара»

Выдача на 7 странице, 9 строке

Отраслевой запрос: «центр развития детей Самара»

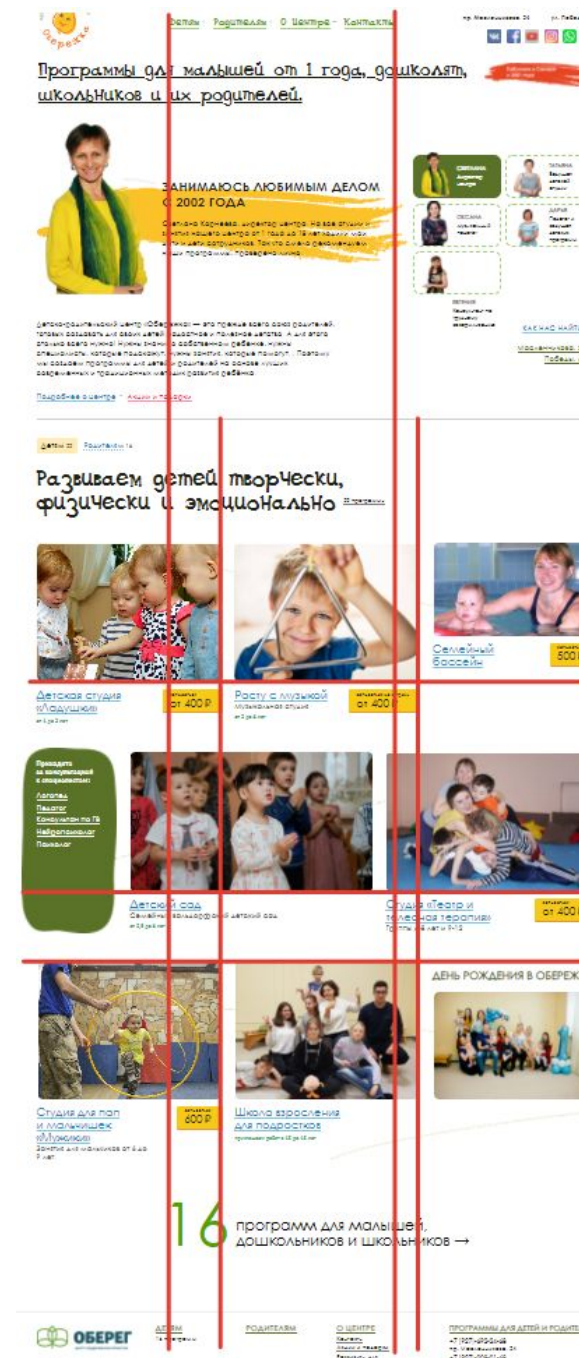
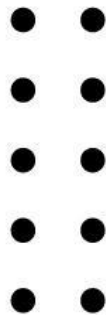
Выдача на 8 странице, 6 строке



ВНЕШНИЙ БРЕНД КОМПАНИИ

Сайт.

1. Скорость загрузки 8 секунд (оптимально 3 сек). перегружен изображениями и графикой.
2. Отсутствует сетка сайта как таковая. Восприятие информации усложняется, возникает ощущение каши из текста и картинок.
3. Структура не имеет логической компоновки: продукт – команда – контакты.
4. Шапка – иконки социальных сетей вверху сайта некорректны, так как в развитии приоритетнее удерживать пользователя на странице сайта.
5. Ссылки на чужие ресурсы (насколько это необходимо?) Нет обратных ссылок.
6. Не прослеживается семантического ядра по запросам в поисковиках, соответственно нет коммерческого продвижения.

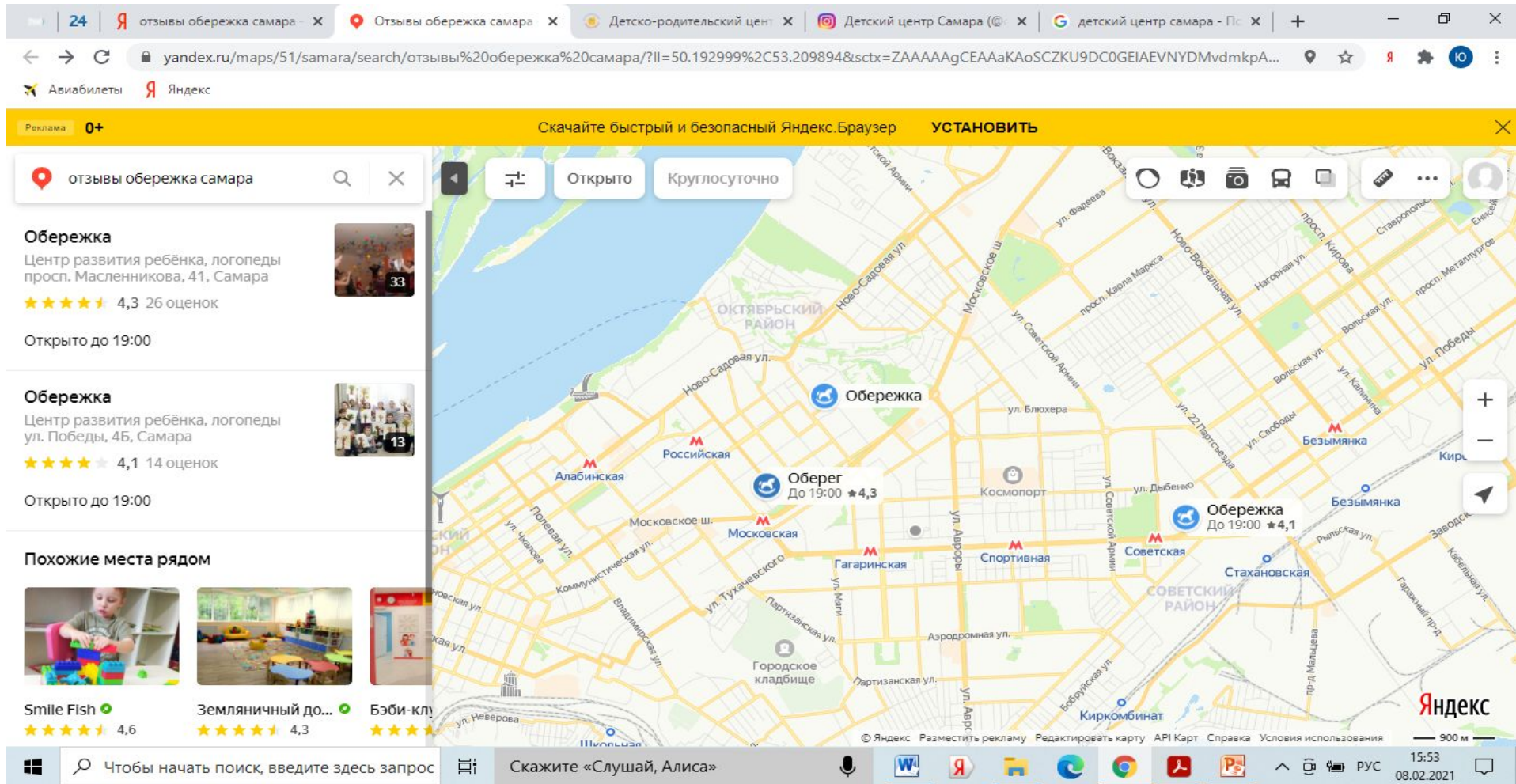


БИЗНЕС БЮРО
Ваш HR партнер

ВНЕШНИЙ БРЕНД КОМПАНИИ



На яндекс картах указаны отзывы по 3 адресам. При этом 1 из адресов указан Масленникова 41, а на сайте Масленникова 24(7 отзывов: 6 на «5», 1 на «1») Адреса Лукачева, 29 с отзывами нет.



ВНЕШНИЙ БРЕНД КОМПАНИИ



БИЗНЕС БЮРО
Ваш HR партнер

На гугл картах указаны 2 адреса, отзывы есть на Масленикова 24 (3 оценки, все на «5»). Все отзывы написаны год назад. Складывается впечатление не подлинных отзывов. На картах 2гис 2 отзыва с оценкой «5», оба за 2019 год. Отзывы о работодателе отсутствуют.

The screenshot shows a Google search for "центр развития детей самара обережек". The search results list three locations:

- Детский центр "Обережка"**: 5.0 stars (3 reviews), located at пр. Масленикова, 24. Phone: 8 (927) 692-24-68. Status: Открыто. Description: "Из подход к детям! Их подход к своему обучению!"
- Детский центр "Обережка"**: No reviews, Детский клуб, ул. Победы, 4Б. Phone: 8 (927) 208-01-68.
- Семейный центр "Оберег"**: No reviews, Детский клуб, ул. Победы, 4Б. Phone: 8 (846) 248-01-68. Status: Открыто.

The map on the right shows the locations in Samara, with red pins marking the centers. A review from Данил Федотов (Local Expert, 12 reviews, 16 photos) dated a year ago is visible. The review text is: "Очень рад, что моя семья познакомилась с центром "Оберег". Нравятся педагоги! Из подход к детям! Их подход к своему обучению! Программы для детей - это отдельная радостная история! Мой сын с самого раннего возраста погружен в эту среду. Рад и всегда с радостью бежит на занятия. Всем советую познакомиться с методиками, программами и ведущими занятий!"

ВНЕШНИЙ БРЕНД КОМПАНИИ

Легенда: ДР у ребенка, что предложат.

Одинаковая текстовка была написана во всех социальных сетях и мессенджерах.

При нажатии на ссылку Viber из сайта, открывается окно и на этом конец.

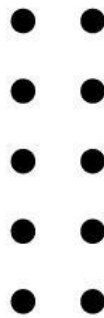
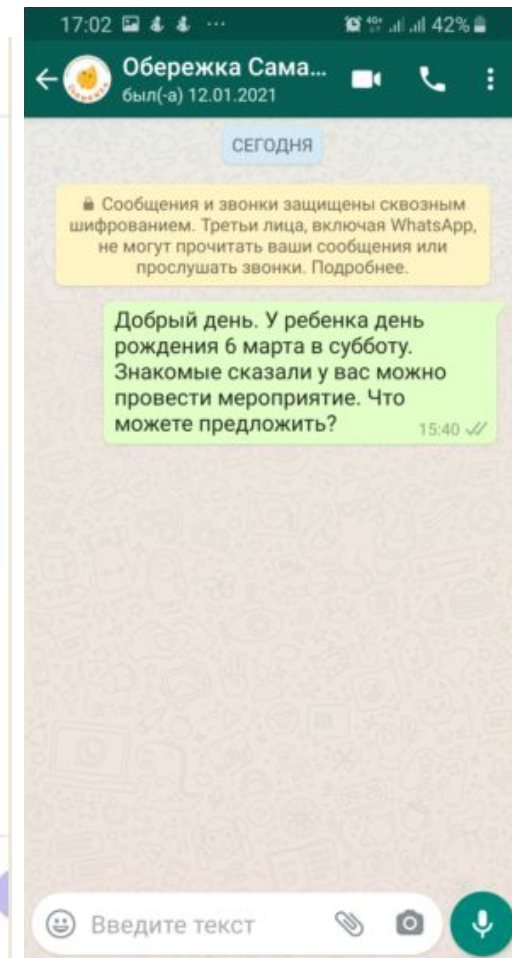
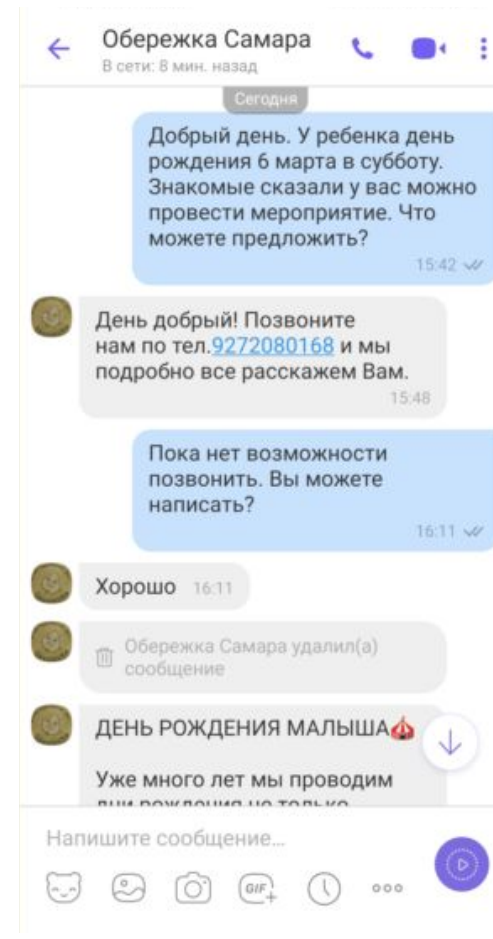
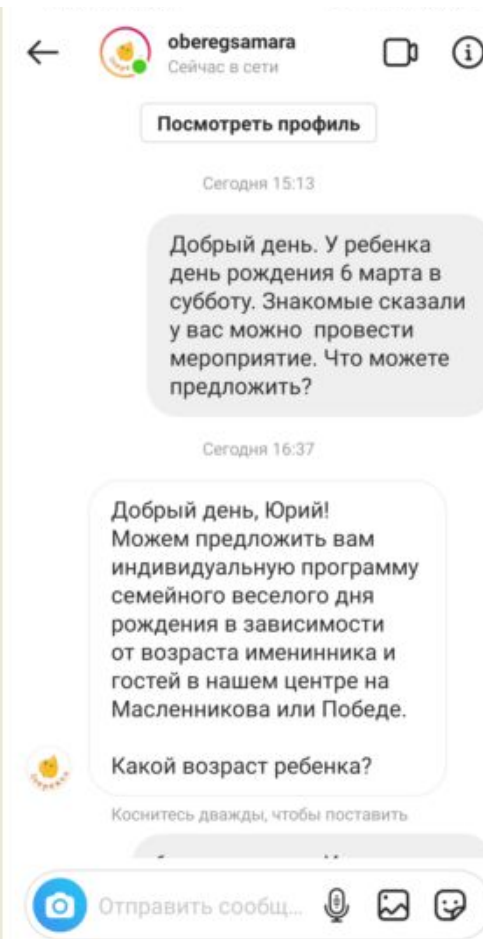
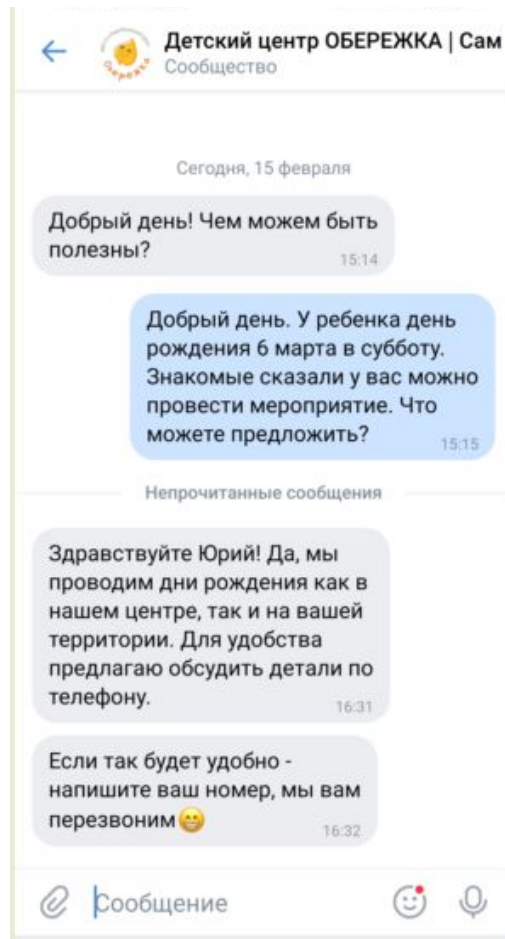
В «Вконтакте» ответ через 45 минут, в Instagram ответ через 22 минуты. В Viber ответ через 6 минут. WhatsApp так и остался без ответа!

Переадресация Viber

Вы будете перенаправлены через 0 сек.

ОТКРЫТЬ

Создать свою ссылку:
viber.click



БРЕНД КОМПАНИИ, ПРОДУКТ



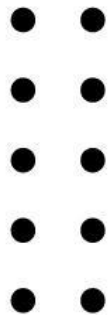
БИЗНЕС БЮРО
Ваш HR партнер

Узнаваемость бренда.

Визуальная составляющая бренда уникальна и соблюдена.

Продукт персонализирован предложениями услуг по возрасту, полу. Для детей и

МАМА И МАЛЫШ «Молочная мама»	ДЛЯ МАМ И МАЛЫШЕЙ ДО 6 ЛЕТ Для малышей от 1 до 2 лет "Ладушки" Для малышей от 2 до 5 лет "Колосок" СРЕДУМСАДИК для малышей 3-5 лет Семейный бассейн Маленькие музыканты Детский сад Телесно-ориентированные игры	ДЛЯ ДОШКОЛЯТ И ШКОЛЬНИКОВ Кружок «Весёлая наука» Студия «Подготовка к школе» Занятия для мальчиков "Мужики" Студия "Три Т" Городские школьные и семейные лагеря	ДЛЯ ПОДРОСТКОВ Школа взросления для подростков	ПРОЕКТЫ, МЕРОПРИЯТИЯ, ПРАЗДНИКИ Проект «Подвижные игры» заказать звонок Новогодние утренники Дни рождения Мастер-классы консультации Педагог Логопед Консультации подросткового психолога Консультация нейропсихолога
---	--	---	---	---



Нет вариантов для увеличения среднего чека за счет продаж дополнительных продуктов.

Система продаж

- Разработка и внедрение стандартов продаж и сервиса
- Разработка и внедрение скриптов и сценариев общения с клиентами на всех уровнях организационной структуры
- Выделение показателей эффективности бизнеса, через призму продаж и взаимодействия с клиентом, разработка форм и методик подсчета и анализа
- Создание и внедрение системы отчетности и управления результатом
- Создание и внедрение системы формирования клиентской базы и долгосрочной работы с ней
- Разработка и внедрение контрольных процедур по реализации системы продаж

Персонал

- Создание и внедрение организационной структуры для достижения целей бизнеса
- Выделение функционала, зоны ответственности по каждой должности
- Разработка показателей эффективности каждого функционала
- ● Разработка и внедрение системы мотивации от результата
- ● Ротация и/или подбор необходимых специалистов
- ● Адаптация, введение в должность, вывод на эффективность
- ● Обучение персонала стандартам продаж
- ● Обучение персонала технике продаж
- ● Обучение персонала сервису и продукту

Работа с брендом компании

- Актуализация визуального ряда и восприятия бренда в on-line и off-line точках
- Разработка стратегии продвижения
- СММ администрирование и ведение
- Разработка продуктового ряда на все типы целевой аудитории
- Разработка системы лояльности для клиентов
- Разработка акций и специальных предложений для стимулирования спроса

