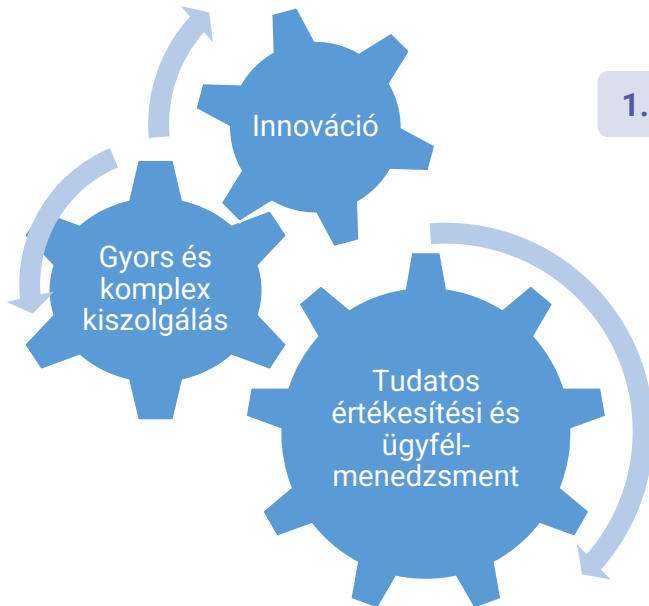


A Mintacég Kft. fejlesztési lehetőségei

Készítette: 2022. okt. 3-án Kálmán Edina

Következtetések az üzleti modellre vonatkozóan

A helyzetfeltárás alapján a következő három nagy stratégiai terület azonosítható, amelyek jelenlegi működése és fejlesztése kritikus a cég eredményességét tekintve:



1. Gyors és komplex kiszolgálás

Üzleti modelljében a cég nem az árral versenyez a többi versenytársal, hanem a kiszolgálási színvonallal, fókuszálva:

- a szállítási határidőkre
- a termékhez nyújtott szolgáltatásokra
- a komplexebb igények megértésére és ezekre egyedi megoldások nyújtásával

Webshopja, árukészlete, raktára, saját flottája, folyamatkarcsúsítási és digitalizációs törekvései mind ezt az üzleti modellt támasztják alá.

2. Tudatos értékesítési és ügyfélmenedzsment

Mindezt a társaság azért tudja biztosítani, mert folyamatosan monitorozza a felhasználói igényeket, és mert közvetlen kapcsolatot ápol a felhasználókkal. Valid igényekre sikeresebben lehet reagálni is. Közösségi média megjelenése, a vevőkkel kialakított jó kapcsolat, az egyedi megoldások vagy az ügyfélbarát webshop ezt támasztják alá.

3. Innováció

mind saját működését, mind a piaci igényeket tekintve a cég erőteljes innovációs törekvései a jellemzők. A céges folyamatok összehuzalozására vonatkozó törekvések, az értékesítési csatorna megújítása (webshop), a saját márkás termékek kibővítése, a szolgáltatások kiterjesztése, az újszerű elképzelések ennek jelei.

A vállalat üzleti teljesítménye (nyereségesség, egyre bővülő árbevétel, azaz piaci részesedés) azt támasztja alá, hogy ez a modell életképes és fejlesztendő.

Fejlesztési lehetőségek a három stratégiai láb mentén

Szervezeti folyamatok fejlesztése a gyors és komplex kiszolgálás érdekében

Javaslat	Indokoltság	Részletezés
Szegmentált értékesítési útvonalak kialakítása és működtetése	Jelenleg egy webshopos rendelés ugyanazon a csapaton megy végbe, mint amikor telefonon jelentkezik a vevő, és bizonytalan abban, hogy mit rendeljen és megoldást vár. Ugyanakkor a vevői érték teremtésének módja és képessége e két értékesítési forma esetében más. Mindkettőt a vevőkkel foglalkozó női kollégák kezelik, az utóbbi értékesítési áramot – szakértelem híján – problémásan.	A standard, különösebb szakértelmet nem igénylő értékesítésnél elegendő egy jól kitalált, automatizált folyamat, amit továbbra is a meglévő kollégák kezelnek, míg a komplex megoldásoknál egy szakértő / tanácsadó beiktatása lenne szükséges a folyamatba, az ügyvezető személyének kiváltása és a megoldásorientált kiszolgálás érdekében.
Értékáram, feladat- és felelősségi térkép és ez alapján digitális és karcsúsítási program elindítása	Nem világos, hogy a kollégák tevékenysége hogyan kapcsolódik egymáshoz, és ezek a tevékenységek hogyan teremtenek vevői értéket. ennek híján a teljesítményalapú javadalmazási rendszert, vagy egy hatékonyabb folyamatot sem lehet megalapozottan kialakítani.	A további teljesítménymenedzsment, digitalizációs és folyamatkarcsúsítási törekvések feltétele a cég értékteremtő térképének megrajzolása, azaz a tevékenységek, a szerepek, az anyag, az információ- és a pénzáram felrajzolása, a helyettesítések rendszerének kialakításával.
Vállalati teljesítménymenedzsment rendszer kialakítása	Egyelőre nem működik sem operatív mérőszám rendszer, sem csoportos vagy egyéni teljesítménymérési és -értékelési rendszer, amely alapján a cég hatékonysága mérhető és fejleszhető lenne, holott az üzleti modell stratégia pillérei kijelölik a fejlesztési irányt (gyorsaság, komplexitás)	A hatékonyságnövelés alapja az operatív működésre, az egyéni és a csoportteljesítményre vonatkozó célok meghatározása, majd a beavatkozások menedzselése a mutatók alapján. Ennek feltétele az értékteremtési folyamat ismerete és a vállalati célok kommunikálása a munkatársaknak.
Munkatársak felvétele, képzése	Egy vevői megoldásokat kínáló, szakértő kolléga biztosan hiányzik a szervezetből. A HR állomány soft skilljei (kommunikációs, értékesítési, problémamegoldási, ügyfélorientációs) fejlesztendők.	Egy beüzemelésekhez értő kolléga / kollégák felvétele a komplexebb megoldások szállításához, a kollégák soft skilljeinek fejlesztése, akár belső műhely, akár külső tréner révén.
Beszerezési és készletezési politika kialakítása	Egy ilyen profilú cégtől egyértelmű állásfoglalást kíván, hogy mekkora készleteket kíván tartani. A készletezés versus a beszállítói piacoknak való kiszolgáltatótságról született döntés a gazdaságos működést határozza meg. Az üzleti modellt kellene egyértelműbbé tenni (max. féléves mennyiség rendelése, ahol biztosan eladható, ott éves, ahol 3 hónapra hozza a beszállító, ott féléves készlet, stb.).	Forgási sebesség, biztonsági készlet, készletérték és beszerzési alku pozíció szempontjából fontos lenne bizonyos termékcsoporthoz (top200 termék, lassan forgó termékek) áttekintése, és ez alapján egy új beszerzési és készletezési politika kialakítása, a rendelkezésre állás biztosítása érdekében, és azért, hogy ne feleslegesen álljon a pénz a készletekben.

Tudatos értékesítési és ügyfélmenedzsment rendszer

javaslat	Indokoltság	Részletezés
Szerelői képzés elindítása	A cég akkor tudja eredményesen kiszolgálni vevőit, ha azokhoz közel van, igényeiket módszeresen és üzleti céljai szolgálatába állítva, feldolgozhatóan rögzíti, rendszerezi. Erre most nincs gyakorlat. Emellett szakember utánpótlásra is szükség van, ráadásul nem kezdő, hanem tapasztalt szakemberre.	Ezt módszeresen, rendszerezetten, értéket nyújtva lehet megtenni gyakorló szerelők műhelymunkaszerű fejlesztésével, problémáik gyűjtésével. A szerelők megismerésével és egy-egy szakember „elcsábításával” a munkaerőhiány kérdés is megoldható.
Tudatos ügyfélmenedzsment rendszer kialakítása	A vállalat most nem mutatja meg magát tudatosan az ügyfelek felé, pedig egy belátható piacon mozog, és az ügyfélkapcsolat ébren tartásával jobban szem előtt lenne, mint együttműködő partner.	Szükséges lenne rendszeres kapcsolat a nagyobb vevőkkel és az ügyfélreakciók tudatos vezetése. A webáruház sok egyéb funkciót tartogat, amellyel vevőket lehet vonzani, igényeket feltérképezni.
Vevői igények strukturált rögzítése	A céghez most is számos vevői igény fut be, amelyek nincsenek rögzítve és rendszerezve, további fejlesztések kiindulópontjaként. A vevőket nem kérdezik meg rendszeresen az igényeikről, de a webáruház forgalmát már nézik.	Akár csak egy közösen használt táblázat már sokat számítana a társasághoz befolyó vevői igények értékeléséhez.
Tudatos brand és marketing	A webáruház felfutásával a megtervezett és többlábú online jelenlét is szükségessé vált, aminek alapja az üzleti modell üzenetei közvetítik.	A honlapon a céginformációnál leírtak közvetítése közösségi médiában, cikkekben, bemutatkozókban, konferenciákon, stb.
Likviditástervezés	A fizetések átfutási ideje hosszú. A készletezés is „beragasztja” a pénzt, az árfolyam és egyéb kockázatokról nem is beszélve.	A készletfinanszírozás pénzügyi háttérét és mikéntjét érdemes szakemberrel megtárgyalni, likviditásmenedzsmentet tervezni.
Indulás tendereken	Eddig a társaság nem indult nemzetközi tendereken.	Érdemes lenne beszerzési kiírásokon indulni.

Innováció

javaslat	Indokoltság	Részletezés
K+F+I projektek tudatos keresése, menedzselése	Az ügyvezetésnek számos ötlete van innovációkra, amelyek piaci kihívásokra felelnek.	Tudatos innovációmenedzsmenttel az ötletekhez partnert, pénzt, tudást és erőforrást lehetne nyerni, ami a piacra dobás esélyét is nagyban segíti.
Saját márkás termékek	Amennyiben a társaság szaktudását és brandjét elismerik, úgy a saját márkás termékek is egyre nagyobb hangsúlyt kaphatnak.	Az erős brandre és szaktudásra épülő saját márkás termékek kiterjesztése a beszerzési és készletezési politikára és eredményes innovációkra építve.