



Коммерческие предложения для предприятий и организаций

ГБУ «ЦПЭИ АН РТ»



Бизнес-консалтинг



Для компаний, предприятий и организаций предлагается разработка, а главное – сопровождение следующих направлений:

- Реструктуризация бизнеса;
- Разработка программ снижения затрат;
- Моделирование бизнес-процессов;
- Стратегическое и перспективное планирование;
- Постановка системы учета и отчетности, в том числе и по международным стандартам;
- Исследование рынков и маркетинговое планирование;
- Подготовка бизнес-планов.





Бизнес-консалтинг



Реструктурирование бизнеса

- производственная реструктуризация (совместно с инжиниринговой компанией);
- финансовая реструктуризация;
- организационно-управленческая реструктуризация;
- имущественная реструктуризация (реструктуризация активов).

Состав основных работ по реструктуризации:

- Анализ целей и задач с точки зрения владельцев и топ-менеджеров;
- Диагностика бизнеса, выявление критических проблем;
- Определение ключевых компетенций;
- Разработка предложений по изменению состава активов;
- Формирование «новой» структуры бизнеса;
- Разработка программы проведения реструктуризации.



Результаты:

- Увеличение доходности бизнеса/отдачи на вложенный капитал;
- Увеличение конкурентоспособности и снижение издержек;
- Концентрация инвестиционных ресурсов бизнеса на наиболее важных направлениях;
- Избавление от непрофильных и «проблемных» бизнесов.

Бизнес-консалтинг



Разработка программ снижения затрат

- Исследование динамики и структуры затрат по видам деятельности/по основным продуктам;
- Сопоставление структуры издержек с издержками аналогичных предприятий и предприятий- лидеров по отрасли исследования;
- Выявление причин роста затрат и определение степени возможности влияния на издержки;
- Разработка подробных рекомендаций по направлениям снижениям издержек.

Результат: снижение издержек, при условии реального исполнения предложенной программы

Особенностью выполнения этих работ является следующее:

- за счет проведения углубленных интервью, как со специалистами предприятия-заказчика, так и с внешними экспертами, консультанту удастся существенно сократить сроки поиска ключевых проблем и причин их возникновения;
- по желанию заказчика специалисты готовы участвовать в сопровождении при внедрении предложенных рекомендаций.





Бизнес-консалтинг

Моделирование бизнес-процессов:

- формирование эффективной системы управления;
- оценка и анализ эффективности бизнес-процессов;
- оптимизация бизнес-процессов;
- разработка нормативных документов, регламентирующих технологию выполнения бизнес-процесса;

Состав работ:

- диагностика, существующей системы целей, проблем управления;
- описание бизнес-процессов верхнего уровня "Как есть";
- описание бизнес-процессов верхнего уровня "Как должно быть";
- разработка стандарта моделирования;
- составление функциональной карты подразделений;
- разработка плана проекта моделирования бизнес-процессов нижнего уровня.

Результат:

- увеличение производительности/отдачи на вложенный капитал;
- снижение издержек;
- увеличение скорости и качества выполняемых процессов;
- увеличение конкурентоспособности.



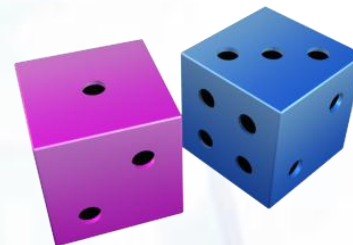


Бизнес-консалтинг



Стратегическое планирование

- Анализ существующих целей и ключевых компетенций компании;
- Анализ сильных и слабых сторон компании, возможностей и угроз (SWOT-анализ);
- Разработка сценариев развития бизнеса;
- Разработка стратегической миссии, целей и задач компании;
- Разработка программ и планов реализации стратегии





Бизнес-консалтинг



Следующие шаги

- Определение ответственных и перечня рекомендуемых предприятий и проектов;
- В течение недели подготовка по ним коммерческих предложений;

Финансирование

- Учитывая стратегических характер взаимоотношений, возможны особые условия оплаты
 - Обычные, 30% аванс, 40% - выполнение работы и 30% после ее принятия;
 - Особые, 70% по достижению запланированных параметров развития в форме процентов от прироста выручки, от экономии затрат или от капитализации.





Маркетинговые и социологические исследования



Реализованные проекты:

- ❑ "Социологическое и маркетинговое исследование внутреннего и въездного туризма в Республике Татарстан»;
- ❑ «Социологическое исследование коррупции в сфере предпринимательства в Республике Татарстан»;
- ❑ «Социально-экономические потери общества от наркомании»
- ❑ «Потребительские установки и поведение населения на рынке жилой недвижимости Ульяновской области»;
- ❑ «Изучение общественного мнения по оценке населением социально-экономического положения Республики Татарстан и об удовлетворенности населения качеством услуг социальной сферы Республики Татарстан»;
- ❑ "Социологическое исследование «Неформальные платежи в высшем образовании: мнения студенчества»;
- ❑ Социологическое исследование «Доступно и комфортное жилье» ;
- ❑ Социологическое исследование «Эволюция семейных ценностей» ;
- ❑ Социологическое исследование «Удовлетворенность посетителей качеством работы учреждений культуры г. Казани»;
- ❑ « Казанцы о Казани: мнения, суждения, оценки»;
- ❑ «Изучение мнения населения по проблемам социально-экономического развития»;
- ❑ «Удовлетворенность населения Республики Татарстан основными составляющими качества жизни и проводимыми социальными и экономическими реформами»;
- ❑ Определение на основании общественного мнения емкости, структуры среднего класса в Республике Татарстан.

Исследования рынка:

- объем рынка;
- структура рынка;
- емкость/потенциал рынка;
- основные игроки;
- динамика рынка;
- определение факторов, влияющих на развитие рынка;
- прогноз рынка;
- Анализ конкурентов окружения;
- SWOT-анализ
- конъюнктура;
- сегментация;
- тестирование возможности введения новых услуг.



Исследования потребителей/продуктов и услуг:



- целевая аудитория / потенциал роста целевой аудитории;
- изучение удовлетворенности спектром/качеством услуг;
- изучение лояльности;
- исследование привычек и предпочтений;
- сегментация/портрет потребителя/психотип потребителя;
- перспективные сегменты;
- степень информированности об услугах;
- анализ процесса принятия решения о приобретении и факторов, влияющих на него;
- анализ эффективности каналов коммуникации;
- анализ ценовых ожиданий;
- “Lost customers” – причины переключения клиентов на конкурентов;
- пути оптимизации коммуникации
- структура потребления;
- барьеры и стимулы к потреблению;
- ценовая эластичность продукта;
- оптимальная цена продукта;
- разработка и тестирование концепции продукта, оптимизация продукта:
- восприятие продукта в конкурентном окружении.



Исследования брендов:



- анализ имиджа компании;
- тестирование рекламной продукции;
- разработка концепций и идей для рекламы
- здоровье бренда;
- капитал бренда (brand equity);
- потенциал бренда; мониторинг бренда
- позиционирование бренда;
- удовлетворенность брендом;
- лояльность к бренду;
- восприятие бренда;
- разработка и тестирование концепции бренда:
 - имидж бренда;
 - позиционирование бренда;
 - стоимость бренда;
- мониторинг бренда



Методы исследований



- **Количественные методы**
- Личные интервью, в т.ч. интервью по месту жительства респондента
- Уличные интервью
- Интервью в местах продаж
- Hall тесты
- Телефонные интервью
- CATI
- CAPi
- On-line опросы
- **Качественные методы**
- Групповые дискуссии (фокус группы)
- Глубинные интервью
- Игровые фокус группы
- Экспертные фокус группы и интервью
- Расширенные креативные фокус группы
- Фокус группы и глубинные интервью on-line
- Домашние визиты
- Сопровождение покупки
- Анализ документов, контент анализ
- Включенное наблюдение
- Mystery Shopping



Контакты



Моренко Ирина Борисовна

к.с.н., доцент

Заведующая отделом качественных исследований

Irina.Morenko@tatar.ru



Нагимова Айсылу Мирзарифовна

к.с.н., доцент

Главный научный сотрудник

Aysylu.Nagimova@tatar.ru



Ермолаева Полина Олеговна

Тел.: 292-00-10,

Polina.Ermolaeva@tatar.ru



Бакиров Тимур Талгатович

Тел.: 292-00-10,

Timur.Bakirov@tatar.ru

