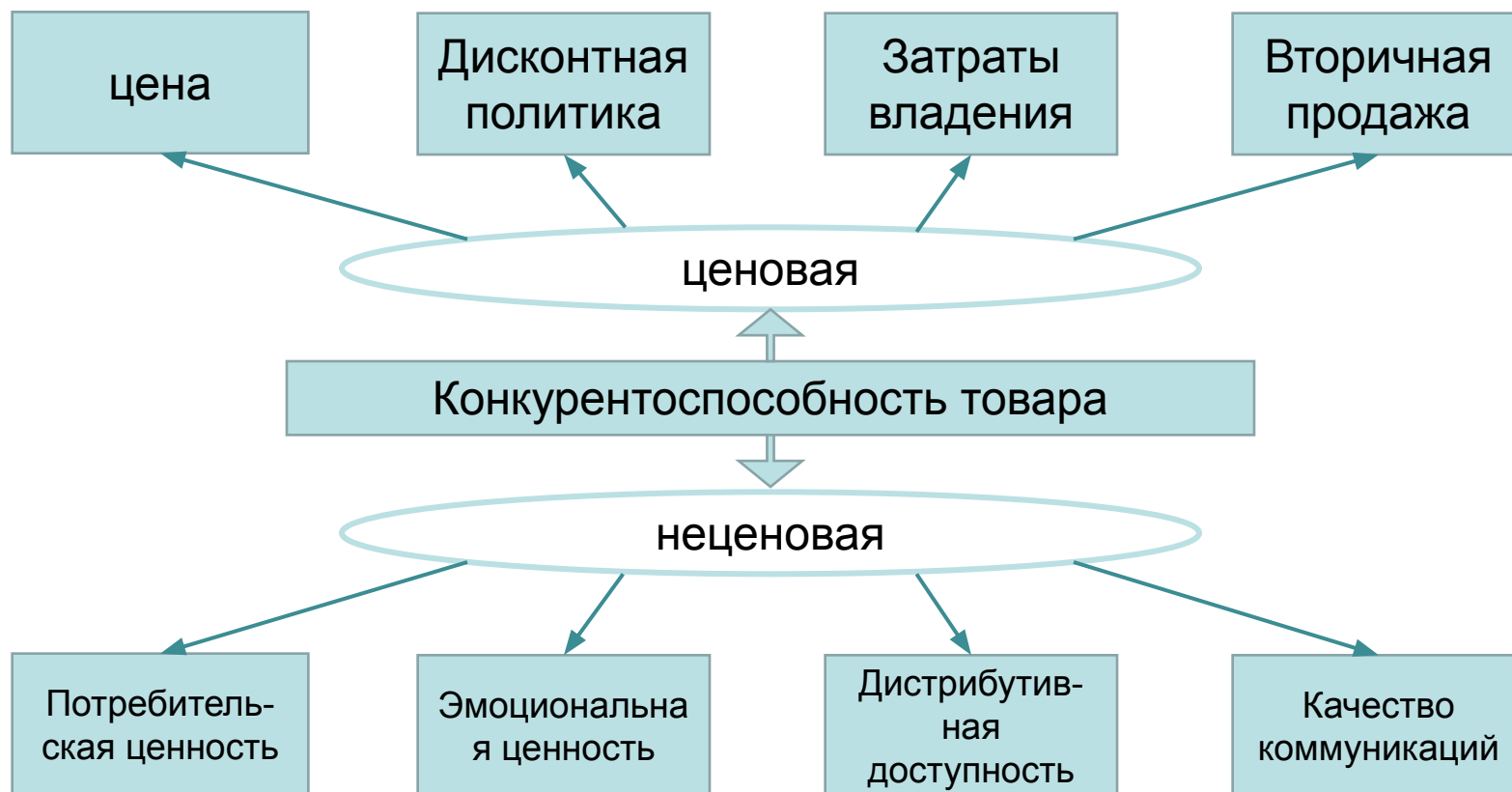

Конкурентоспособность товара и клиентоориентированность

Конкурентоспособность товара



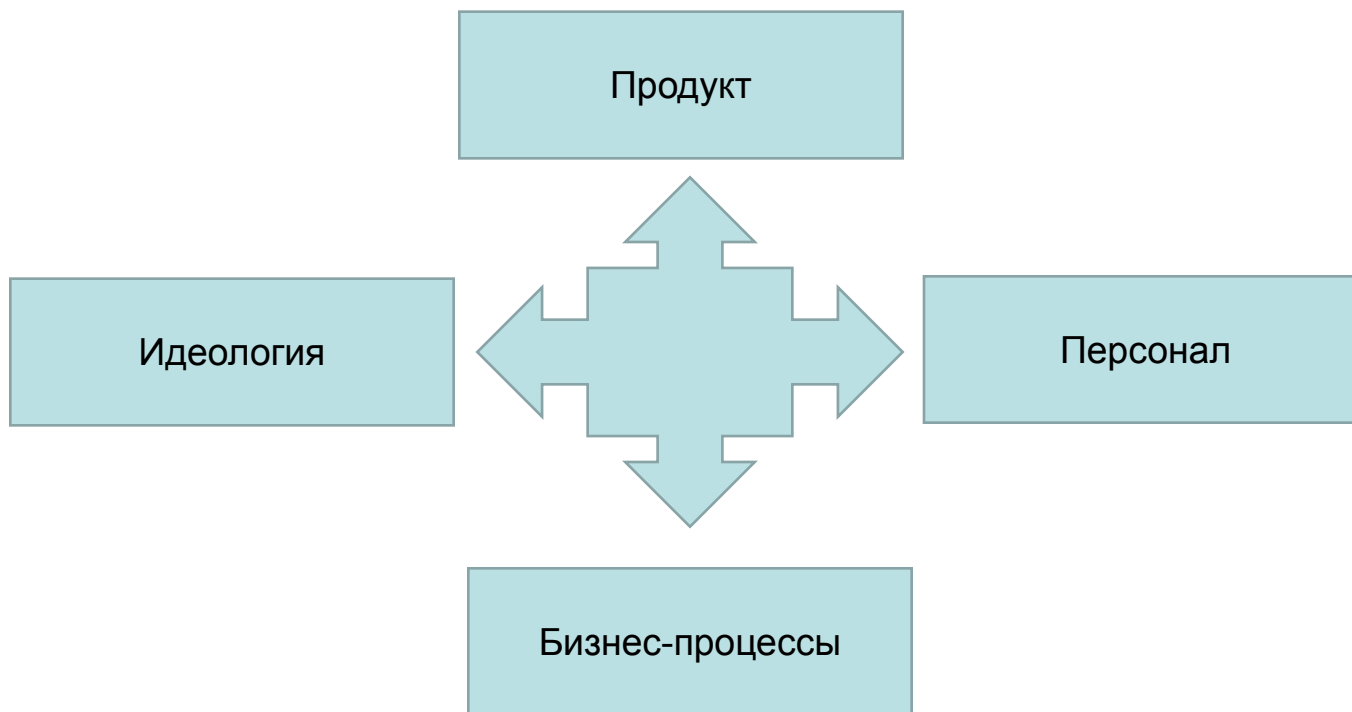
Факторы ценовой конкурентоспособности

- Эффективность бизнес-процессов по организации производства (Toyota, Ryanair);
- Эффект масштаба;
- Уникальное свойство при формировании себестоимости;
- Эффективная дисконтная политика;
- Свойства товара;

Факторы неценовой конкурентоспособности

- Ценность товара;
- Бренд и история;
- Клиентоориентированность;
- Реклама и коммуникации;
- Эмоциональная составляющая;

Элементы клиенториентированности



Система клиентоориентированности

- Руководитель и его вовлечение;
- Драйвер;
- Обучение;
- Финансирование и бюджет;
- Вовлечение всех сотрудников;
- Система мониторинга NPS;

Идеология

- Простота;
- Совместимость;
- Запоминаемость;
- Драйв и стимулирование;

Продукт

- Аудит ценности;
- Аудит клиенториентированности;
- Что меняем;
- Как меняем;
- Генерация идей

Бизнес-процессы

- Точки контакта;
- Фишки, способные вызвать удивление;
- Бестолковые вещи, которые необходимо ликвидировать;
- Работа с жалобами и отзывами;
- Работа с ушедшими клиентами;
- Интернет-маркетинг;
- Фокус-группы и т.д.

Персонал

- Наем;
- Обучение;
- ABC-анализ;
- Стимулирование;
- Ротация;

Спасибо за внимание !