

Успешен пример



Клиента

Лалов и Вачев ЕООД, гр. Враца е сред водещите месопреработватели в България. Фирмата използва съвременни технологии и модерна западноевропейска техника. Разполага с изградена дистрибуторска мрежа и търговски представителства в големите градове - София, Пловдив, Варна, Бургас, Русе.

Предизвикателството

През 2004 г. фирмата получи подкрепа в областта на мениджмънта от експертите на **ЕР консулт** в рамките на проект PHARE BG 0102.01. Анализът идентифицира някои слаби места в маркетинговата стратегия, както и липса на систематизирана пазарна информация.

Решението

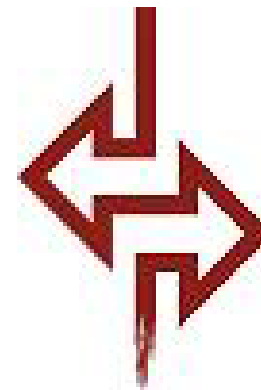
Разработена бе Маркетингова стратегия за периода 2005 - 2010, която отговаря на новите предизвикателства, произтичащи от присъединяването на България към ЕС. В рамките на стратегията бяха анализирани заплахите за бизнеса и възможностите за развитие. Проучени бяха детайлно конкурентите, потребителите, пазарите. Разработен бе Маркетингов план, интегриращ необходимите мерки и задачи (ресурсно осигурени и планирани във времето) за постигане на стратегическите цели на фирмата.



ЕР КОНСУЛТ И МЕНИДЖМЪНТ ООД

Жк. Хиподрума бл.22 ап.41
София 1612
Тел.: (0899) 907 211
Тел.: (0899) 907 248
office@er-consult.com
www.er-consult.com

ЕР консулт
www.er-consult.com



Стратегически мениджмънт

Маркетингови стратегии ✦ Финансови стратегии ✦
Производствени стратегии ✦ Стратегии за управление
на човешките ресурси ✦ Интегрирани бизнес
стратегии

Стратегията е интегриран план за постигане на определени цели, който е съобразен с уменията на фирмата и с нейните пазари.

Стратегически мениджмънт

МЕТОДОЛОГИЯ НА РАБОТА

- ⊕ Определяне на бъдещата ориентация
- ⊕ Анализ на възможностите и заплахите
- ⊕ Оценяване на съществуващия потенциал
- ⊕ Установяване на стратегически позиции
- ⊕ Набелязване на основни приоритети
- ⊕ Разпределяне на разполагаемите ресурси
- ⊕ Предприемане на практически действия
- ⊕ Изготвяне на интегриран план

МАРКЕТИНГОВИ СТРАТЕГИИ

Влизането на България в Европейския съюз през 2007 година ще изправи българските фирми пред нови предизвикателства. Освен качествено и модерно производство, продукти отговарящи на европейските изисквания на фирмите, ще бъдат необходими задълбочени пазарни изследвания, правилно позициониране на продуктите, професионално управление на марките, съвременни системи за дистрибуция, навременно излизане на външните пазари.

Готови ли сте за новите предизвикателства?

Стратегическият маркетинг поощрява непрекъснатото търсене на нови възможности в силно променливата бизнес среда. Позволява да се открият печеливши сектори на пазара, в които може да се постигне комерсиален успех.

ПРОИЗВОДСТВЕНИ СТРАТЕГИИ

Кое е по-разумно - да увеличите производствения капацитет или да сертифицирате продуктите си за износ? Необходимо ли е да внедрите система за управление на качеството? Има ли фирмата потенциал да разработва нови продукти и услуги?

Ако отговорите на тези въпроси Ви затрудняват, може би се нуждаете от производствена стратегия, която да формулира стратегическите ви цели, да определи алтернативи за постигането им, да планира конкретните задачи, да осигури ресурсно дейностите във времето.

РАЗРАБОТВАНЕ НА ФИНАНСОВИ СТРАТЕГИИ

Кои са възможностите за финансиране на Вашия бизнес растеж? Нуждаете се от кредит, но не знаете към кого да се обърнете? Искате да избегнете бъдещи рискови финансови събития, а не знаете как? Оптимизирана ли е цената на капитала Ви?

Финансовата стратегия ще определи Вашите приоритети и ще Ви покаже "пътя" на успеха.

СТРАТЕГИИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

Хората са най-важният ресурс в една организация, защото:

- те изпълняват задачите
- те могат да окажат най-голямо влияние върху резултатите
- те отличават компанията от нейните конкуренти
- те активно допринасят за имиджа на организацията в обществото
- те генерират идеите и създават продуктите на интелектуалната собственост.

Тяхното ефективно управление е ключов фактор за успеха на всяка организация. А за това е нужна стратегия.

ИНТЕГРИРАНИ БИЗНЕС СТРАТЕГИИ

Разработването на всяка една от основните видове стратегии (маркетингова, производствена, финансова и на човешките ресурси) следва да отчита връзките с останалите.

Целта е да се намери този баланс, който ще максимизира резултатите на организацията. Само чрез интегрирането на стратегиите в една обща ще може да се постигне оптимална ефикасност, ефективност, икономичност и най-висока полза за организацията.