

Основы маркетинга в сфере сервиса

Доцент кафедры СТЭА Г.Л.Овсянникова

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

План лекции: Компоненты бизнес-плана. Рыночная среда и конкурентоспособность предприятия. План маркетинга. Оперативный план. Финансовый план.

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

Бизнес-план – это программный документ, дающий детальное пояснения, как будет происходить управление бизнесом для обеспечения прибыльности предприятия и возвратности инвестиций.

Процесс планирования бизнеса – это самооценивающая деятельность. Она осуществляется регулярно, вне зависимости от внешнего финансирования

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

Структура бизнес-плана.

- 1. Титульная страница*
- 2. Оглавление*
- 3. Резюме*
- 4. Описание рынка и конкуренции*
- 5. План по трудовым ресурсам*
- 6. Медиа – план (реклама)*
- 7. План маркетинга*
- 8. Оперативный план*
- 9. Финансовый план*

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

Отраслевая конкуренция – результат существования большого количества компаний, предлагающих те же товары.

Автосервис использует два способа повышения конкурентоспособности:

- предложение рынку более низкого уровня цен (ценовая конкуренция);
- предложение рынку более высокого качества оказываемых услуг

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

Критерии оценки конкурентоспособности предприятий автосервиса:

- месторасположение СТО;
- ценообразования;
- ассортимента услуг;
- уровень технологий обслуживания;
- уровень технологий управления запасами;
- квалификация персонала;
- качество обслуживания и ремонта;
- имидж;
- режим работы;
- методы работы с клиентами.

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

.Media-средства массовой информации :Этапы планирования

Шаг 1 Сбор необходимых данных и отработка эффективных каналов доведения информации до .потребителя

.Шаг 2 Определение цели и задач

Шаг 3 Детальная проработка: целевая аудитория, частота воздействий

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

:Этапы планирования

Шаг 4 Выбор медианосителей и первичное ;распределение бюджета

Шаг 5 Составление сетки рекламных событий на основе выявленных предпочтений целевых групп;

Шаг 6 Проведение рекламной компании;

Шаг 7 Оценка эффективности (по уровню продаж или проведению опросов)

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

План маркетинга – документ лежащий в основе финансовых прогнозов, который точно отражает состояние дел в компании, направления деятельности и пути достижения цели.

План маркетинга включает в себя:

- Характеристику компании.
- Описание клиентов и их потребностей.
- Анализ сильных и слабых сторон конкурентов.
- Реальные цели и прогнозы.
- Стратегию в области рекламы и продвижения товара.
- Риски и барьеры бизнеса.

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

Важным элементом анализа является уровень **технического обеспечения, технологии и организации.**

Анализ выполняется в следующей последовательности:

- структура спроса: какие услуги и в каком количестве они будут востребованы рынком в будущем.
- соответствие техники и технологии требованиям клиентуры и конкурентов;
- перечень того, что необходимо иметь для привлечения клиентов;
- Соответствие кадров по квалификации.

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

Программа продвижения услуг:

Ценообразование: Модернизация автосервиса и совмещение с организацией продаж (предпродажная подготовка) позволит увеличить стоимость норма-часа.

Описание услуги: Автосервис из вспомогательной услуги стал самостоятельным направлением с множеством услуг.

Оснащение сервиса: Перечень действующего оборудования.

Комплексное обслуживание: в рамках развития программы долгосрочного сотрудничества.

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

Организация работы с клиентурой:

клиенториентированный подход.

Наиболее часто встречающиеся претензии, актуальные для клиентов:

- медленное обслуживание;
- грубый персонал;
- бедный ассортимент;
- несоблюдение сроков;
- низкое качество услуг;
- превышение конечной стоимости проведенного ремонта первоначальной оценки затрат

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

Оперативный план или ***план материально-технического снабжения*** (пример):

- формирование технического задания;
- создание укрупненной сметы расходов;
- экономические расчеты;
- ввод в эксплуатацию первой очереди СТО;
- развитие мощностей СТО;
- включение дополнительных направлений в работу.

Бизнес-планирование на предприятиях автосервиса

Финансовый план состоит в определении потребности в финансовых средствах текущего и долгосрочного характера.

Разделы:

- сметы затрат,
- прогнозы объема реализации,
- таблицы доходов и затрат,
- план поступлений и расходов денежных средств (движение наличности),
- график безубыточности,
- анализ эффективности проекта.