

БENCHMARKING – РОЛЬ И МЕСТО В МАРКЕТИНГОВОМ
УПРАВЛЕНИИ

Аникина Дарья М-ЭФ-16

БЕНЧМАРКИНГ

- процесс поиска, исследования и внедрения успешной практики других организаций для улучшения деятельности собственной компании

ЦЕЛИ, ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ КОТОРЫХ КОМПАНИИ ПРОВОДЯТ БЕНЧМАРКИНГ

- оценка и постановка достижимых целей на основе опыта других компаний
- внедрение изменений
- улучшение бизнес-процессов
- мониторинг деятельности конкурентов

ОСНОВНАЯ ЗАДАЧА БЕНЧМАРКИНГА

- выявить несоответствие между текущей деятельностью и лучшей практикой, чтобы определить и устранить причины, которые не способствуют достижению бизнес целей

НЕДОСТАТКИ БЕНЧМАРКИНГА

Сложность в подборе объектов для сравнения

Получение доступа к информации, которую, зачастую, не так просто найти в открытых источниках

Трудность в сравнении характеристик и причин, которые на них влияют

Бенчмаркинг ориентирован на существующий опыт, а не на инновации

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ БЕНЧМАРКИНГ

- сравниваются результаты и процессы в одной бизнес-функции, но в различных секторах экономики

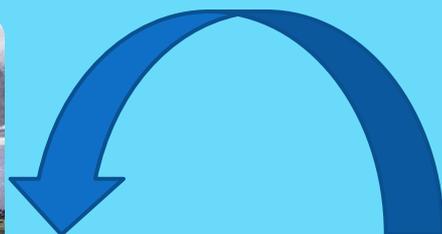
ПРЕИМУЩЕСТВА ФУНКЦИОНАЛЬНОГО БЕНЧМАРКИНГА

легко выявить функциональных лидеров

не возникает проблем с конфиденциальностью

существуют широкие возможности обнаружения уникальных подходов полезных для организа

ПРИМЕР ФУНКЦИОНАЛЬНОГО БЕНЧМАРКИНГА



ВНУТРЕННИЙ БЕНЧМАРКИНГ

- сравнение между собой различных служб и подразделений одной компании с целью выяснения наиболее эффективных методов работы, позволяющих сделать продукцию или услугу более конкурентоспособными

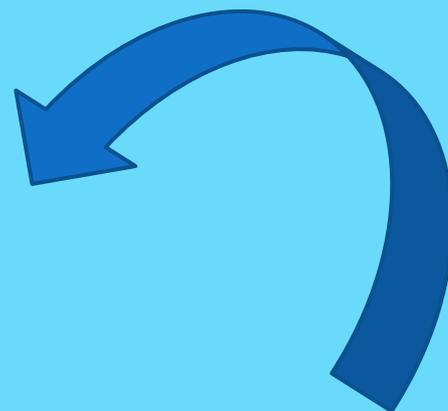
ПРЕИМУЩЕСТВА ВНУТРЕННЕГО БЕНЧМАРКИНГА

- простоте получения данных
- отсутствию проблем, связанных с доступом к информации

ОБЩИЙ БЕНЧМАРКИНГ

- сравнение бизнес-процессов, протекающих в организациях, относящихся к разным отраслям промышленности

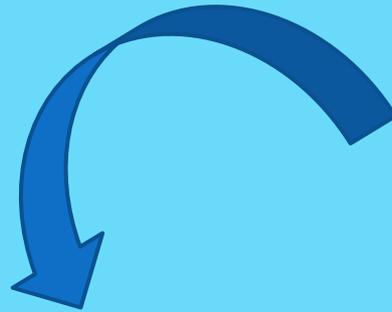
ПРИМЕР ОБЩЕГО БЕНЧМАРКИНГА



КОНКУРЕНТ НЫЙ БЕНЧМАРКИ НГ

- сравнение ведется с компанией той же отрасли (конкурентом) или компанией-партнером из других отраслей

ПРИМЕР КОНКУРЕНТНОГО БЕНЧМАРКИНГА



БЕНЧМАРКИНГ ИЗДЕРЖЕК

- направлен на снижение затрат, определении факторов, влияющих на их образование, поиск различий формирования себестоимости между компаниями

БУДУЩЕЕ БЕНЧМАРКИНГА





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

