

ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский»





Анализ действующей организационной структуры.



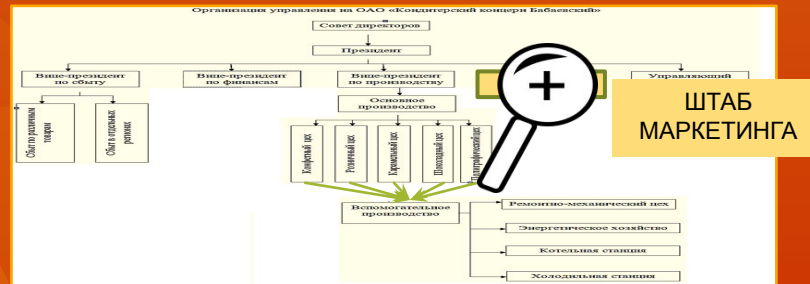
МИНУСЫ

- оторванность процессов сбыта и маркетинга
- разделение основного и вспомогательного производства, из-за чего между ними теряется контакт и временные издержки могут возрасти
- судя по старой схеме, вице-президент по маркетингу курирует все вопросы одновременно, нет целостной маркетинговой команды, которая занималась исследованием рынка разными продуктовыми направлениями, рекламой и PR



Основными направлениями деятельности аппарата маркетинга в системе управления ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский».

ШТАБ МАРКЕТИНГА





Модернизация отдела маркетинга.

ПОСЛЕ

ДО

Вице президент
по маркетингу

МИНУСЫ

- оторванность процессов сбыта и маркетинга
- судя по старой схеме, вице-президент по маркетингу курирует все вопросы одновременно, нет целостной маркетинговой команды, которая занималась исследованием рынка разными продуктовыми направлениями, рекламой и PR

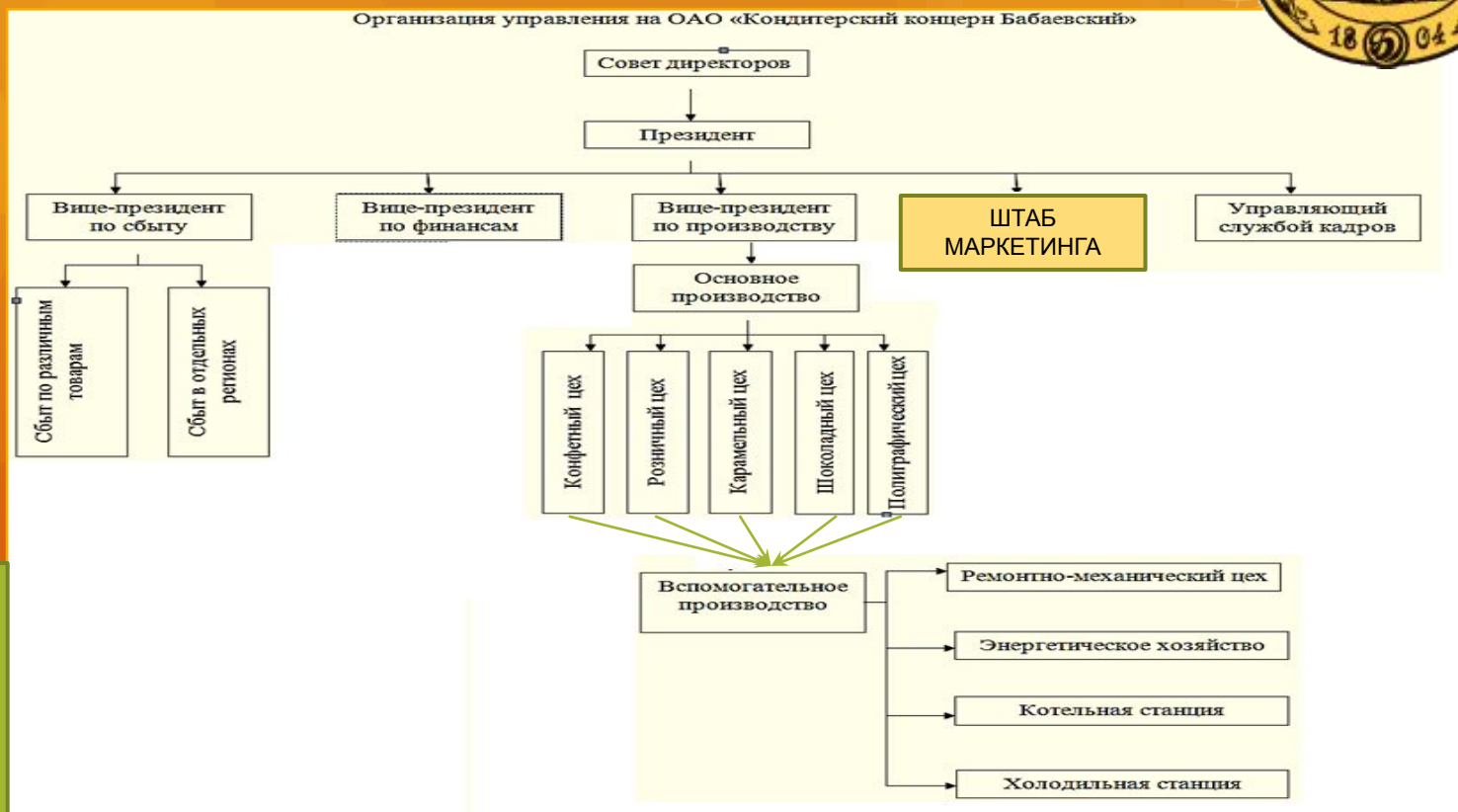


4

Штаб маркетинга



Новая организационная структура

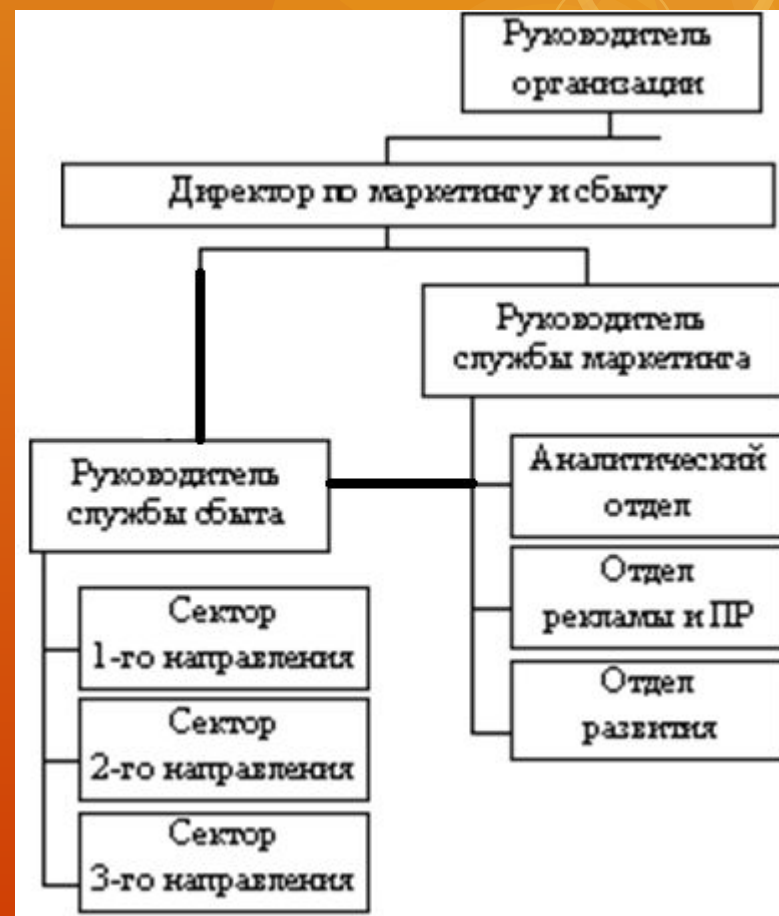


Плюсы

- вовлеченность сбытового и маркетингового подразделений в общий процесс развития компании и ее продаж
- гибкий маркетинговый отдел, способный заниматься развитием нескольких направлений
- наличие в маркетинге специалистов, хорошо знающих конкретные направления производства
- выделены продуктовые портфели, которые получат самостоятельное развитие



Переместить вице-президента по сбыту к вице-президенту по маркетингу.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ
И ИЗВИНИТЕ ЗА ОПОЗДАНИЕ ПО
СРОКАМ

КОНЕЦ