



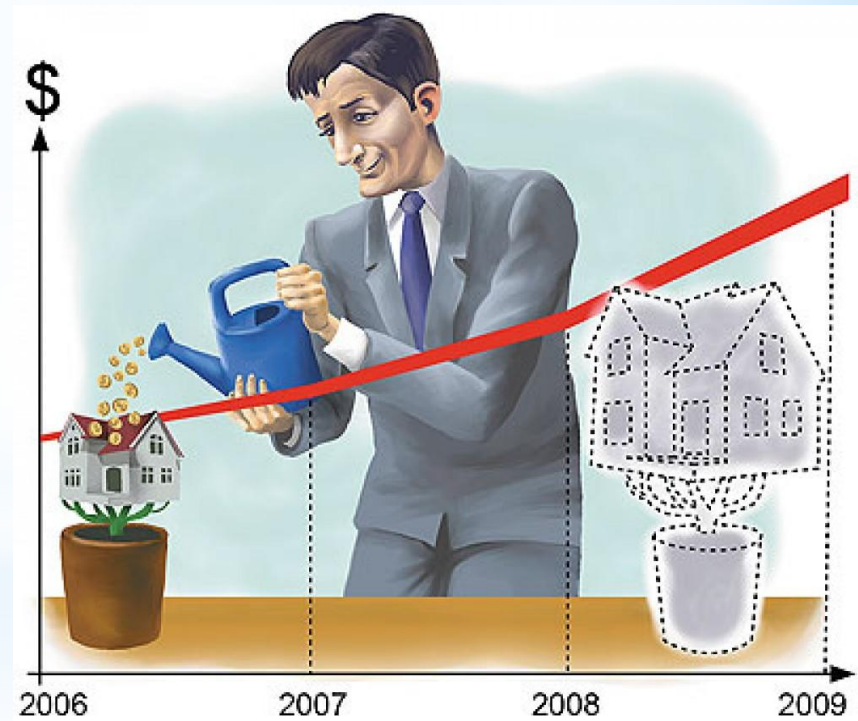
\*Чечерина Оля

\*ДММ-204

**\*Пример стратегии  
роста: компания  
Dell**

*\* С самого начала (1984) Майкл Делл поставил перед собой амбициозную цель - победить IBM на рынке компьютеров.*

*\* Таким образом компания начала внедрять стратегию роста.*





# Цель

# Пример стратегии роста: компания Dell





# Цель

# Пример стратегии роста: компания Dell

Баланс темпов роста и прибыли

Интернет-прорыв в системе «клиент- пр-ль -поставщик»

Рост за счёт освоения новых видов продукции

Цель: с \$3 до 10 млрд. за 3 года

Факт: \$12,2 млрд.

- «Охота за прибылью» (ROI)
- 3-летний план работы
- Система разработки новых товаров
- Усиление топ-команды
- Матричная система и «почкование»
- Возвращение на рынок ноутбуков
- Отказ от продаж через магазины
- Выход на рынок серверов

- Продажа техники через сайт (цель – до 50%)
- Кампания Net-зации персонала
- Программа Dell Premier Pages для крупных клиентов
- Модель «потребность-поставка»
- Сокращение числа поставщиков (со 140 до 40)
- "E-Support Direct from Dell"

- Опросы «Tell Dell»
- Инициатива победителя культуры
- Программа "Императив лидерства"
- Выводят на рынок проекторы, принтеры, бытовую электронику
- Переименование в Dell Inc.

**Проблемы:** Спад в отрасли, низкая лояльность персонала

Л  
А  
В  
И  
Т  
У  
С  
Т  
А  
Б  
И  
Л  
Н  
О  
С  
Т  
Ь  
Р  
О  
С  
Т  
А

# Этапы

Сбалансированный рост

Виртуальная интеграция

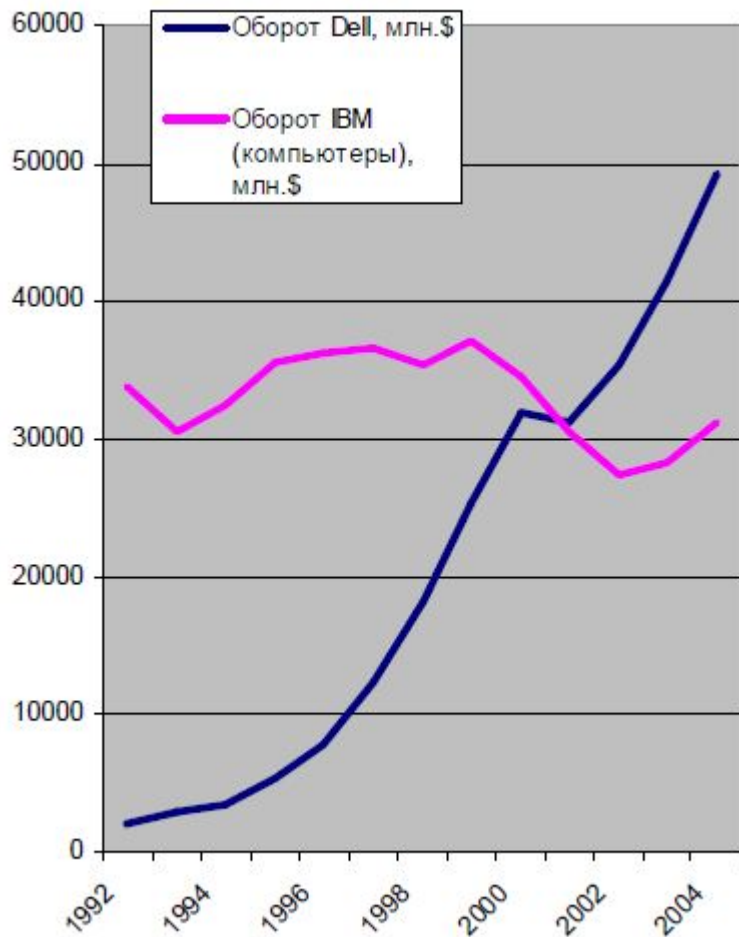
«Корпорация Dell»

1993

1996

1999

2004



Результат  
выполнения  
задуманной  
стратегии.