

Сеть супермаркетов «Future Shop»

Выполнила:

Конева Ксения

Студентка Укбд-21

Супермаркет «Future Shop»- это крупный универсам по продаже полного ассортимента продуктов питания и напитков, а также предметов домашнего хозяйства.

Торговая площадь которого составляет 300 - 1000 м², а удельный вес продовольственных товаров и товаров первой необходимости более 2/3 от общего ассортимента товаров.

Миссия

Удовлетворение потребностей клиентов в покупке продовольственных товаров и товаров первой необходимости, а также в получении дополнительных услуг путем предложения им свежих необходимых продуктов и товаров первой необходимости с лучшим соотношением цены и качества в подходящем для них месте.

Стратегическая цель

Главной стратегической целью является максимизация прибыли, а так же повышение контролируемой доли рынка на 30% и поддержание репутации супермаркета у потребителей.

Наши клиенты.

Мы не устанавливаем ограничений, однако считаем, что нашими клиентами являются, прежде всего, жители районов, в которых расположены магазины.

Наши преимущества:

1. Мы предлагаем клиенту свежие и необходимые продукты и товары первой необходимости с лучшим соотношением цены и качества.
2. Те же товары клиенты могут приобрести в гипермаркетах или в больших супермаркетах, но в наших магазинах цены на ключевые товары всегда ниже.
3. Однако клиенты предпочитают покупать товары в наших магазинах, потому что мы предлагаем возможность быстрой и удобной покупки с хорошим уровнем обслуживания прямо в их жилом районе.

Проблема в сфере коммуникаций.

Нарушена обратная связь от сотрудников к руководителю. Бывают случаи, когда работник не имеет возможности сообщить о своих проблемах начальству, и в следствие накопления недовольств увольняется с работы.

Пути решения:

1. Руководителю необходимо установить часы приема для общения с сотрудниками.
2. Сотруднику предлагается бланк для ежедневного заполнения, в котором необходимо ответить по десяти бальной шкале о проведенном рабочем дне. Далее сотрудник должен написать, почему выбрал ту или иную оценку. Эти оценки проверяет руководитель, и в специально отведенное время (пункт 1) может обсудить их с сотрудником.

Контроль и корректировка.

Через 2 недели после нововведений проверить результаты:

- при непосредственном общении с сотрудниками проконтролировать совпадает ли их мнение с оценками в бланках. Если нет то выявить причину из-за которой сотруднику замалчивают проблемы.
- каждый месяц улучшать бланки (менять вопросы, добавлять варианты ответов) для лучшего понимания ситуации