

Управление коммуникациями в Евросети

Подготовил студент 2 курса
УД21.1/Б-14 Киселёв Иван

ЕВРОСЕТЬ

- Евросеть - одна из крупнейших розничных компаний России, СНГ и Прибалтики, работающая в формате дискаунтера с человеческим лицом, и один из ведущих дилеров операторов сотовой связи.
- Компания была основана в апреле 1997 года, тогда же был открыт первый салон сотовой связи Евросеть в Москве.



- С самого начала Компания делала ставку на розничные продажи, с каждым годом расширяя ассортимент товара. В конце 1999 года Евросеть проводит ряд масштабных рекламных кампаний.
- Бурный рост магазинов Евросеть начался после смены стратегии развития, основным направлением которой стало резкое снижение цен на мобильные телефоны.





- С января по декабрь 2002 года Евросеть открывает более 100 салонов связи, в 2003 году - к этому числу добавилось еще 117 салонов, в 2004-м – более 800 новых салонов связи Евросеть, а 2005-м - 1934 новых магазина Евросеть, в 2006-м – 1976 новых магазинов. По итогам 1 квартала 2007 года количество магазинов Евросеть в 12 странах составило 5156.

- В конце 2003 года состоялся выпуск I транша векселей группой компаний Евросеть.
- В мае 2004 года – компания Евросеть переходит на новый виток деятельности, запуская в продажу цифровые фотоаппараты, MP3-плееры и DECT-телефоны.
- В апреле 2004 года - выпущен II транш векселей.



www.fotodom.ru QP03-3690 Fotoimedia E0





- 2 апреля 2007 года компании Евросеть исполнилось 10 лет. Для компании Евросеть главным приоритетом остается клиент. Поэтому вся политика продаж строится исключительно исходя из платежеспособности потенциальных покупателей и спроса на товары и услуги, предоставляемые группой компаний.

- Группа компаний Евросеть насчитывает 18 региональных филиалов с развитой инфраструктурой местного управления. Сегодня ни одна компания не имеет таких темпов регионального развития, как группа компаний Евросеть.
- Реальное преимущество компании «Евросеть» - качество коммуникации с потребителем. Под качеством коммуникации подразумевается комплекс маркетинговой активности – от прямой рекламы до оформления мест продаж. При этом по таким факторам, как ассортимент, удобство мест продаж сеть «Евросеть» входит в число лучших.



ЕВРОСЕТЬ

Внешние коммуникации в компании «Евросеть»

- Коммуникационный процесс начинается с идеи сообщения (приказа, постановления, решения). Какое сообщение следует сделать предметом обмена, решает отправитель. Отправителем в данном случае выступает директор фонда. На этом этапе отправитель решает, какую точку зрения следует передать получателю. Но чтобы обмен информацией прошел эффективно, необходимо учесть множество ситуационных факторов характеризующих обстановку в целом, воспринимающую сторону и возможные последствия коммуникационного процесса.

Внешние коммуникации в компании «Евросеть»

- На втором этапе руководителю необходимо превратить идею в сообщение, т.е. закодировать ее с помощью символов – слов, интонации, жестов. Типу символов соответствует канал передачи информации. Характерными каналами является передача речи, письменных материалов, электронные средства связи, электронная почта, реже всего - видеоконференции.

- Для того чтобы быть уверенным в том, что информация поступила к получателю, нередко в организации компании «Евросеть» пользуются двумя - тремя каналами передачи. Так, например, переданное по телефону сообщение подтверждается письменным приказом.

Эффективность двух, трехканальной связи подтверждается наблюдениями в ходе проведения анкетирования. Но все же без крайней необходимости многоканальные связи не употребляются, чтобы не увеличивать потоки бумаг. Они предназначены, прежде всего, для усиления контроля над выполнением работы, акцентированием важности предлагаемого задания, правильной интерпретации сообщения получателем. Нередко канал передачи сообщения зависит от самой информации, содержащейся в нём.

Информация, которая используется в организации для коммуникационного управления, подразделяется на:

- А) базовую, формируемую независимо от конкретной управленческой задачи;
- Б) текущую, регулярную или разовую, специально собираемую для данной управленческой задачи.



По аспектам коммуникационного управления информация может быть экономическая, организационная, социальная, техническая.

Текущая информация, в свою очередь, подразделяется на:

- А) документированную, фиксируемую в документах (счетах, учетных, бухгалтерских и других документах);
- Б) недокументированную (телефонные разговоры, совещания, межличностные контакты, сплетни и т. д.)

Данные, полученные в результате проведенного нами анкетирования, наблюдения за документооборотом и беседы с сотрудниками компании «Евросеть» помогают понять состояние коммуникационных сетей и путей их совершенствования. Сначала необходимо воспользоваться следующими принципами построения коммуникационной сети:

- а) определяются миссия, цели, задачи, критические факторы успеха, бюджет и ресурсы, ~~возможный уровень централизации (или децентрализации) организации, при этом учитывается~~ мнение руководителя и специалистов по управлению (главных менеджеров, экспертов, аналитиков и др.);
- б) используя систему классификации, определяется общая модель-структура управления организацией (функциональная, дивизиональная, матричная или какая-либо другая) с разделением на управляемые центром части;
- в) определяется схема властных полномочий в данной организации;
- г) определяется схема формального взаимодействия между основными частями организации;
- д) определяется схема неформального взаимодействия начальников отделов организации;
- е) разрабатываются схемы информационного взаимодействия подразделений в подразделениях организации:

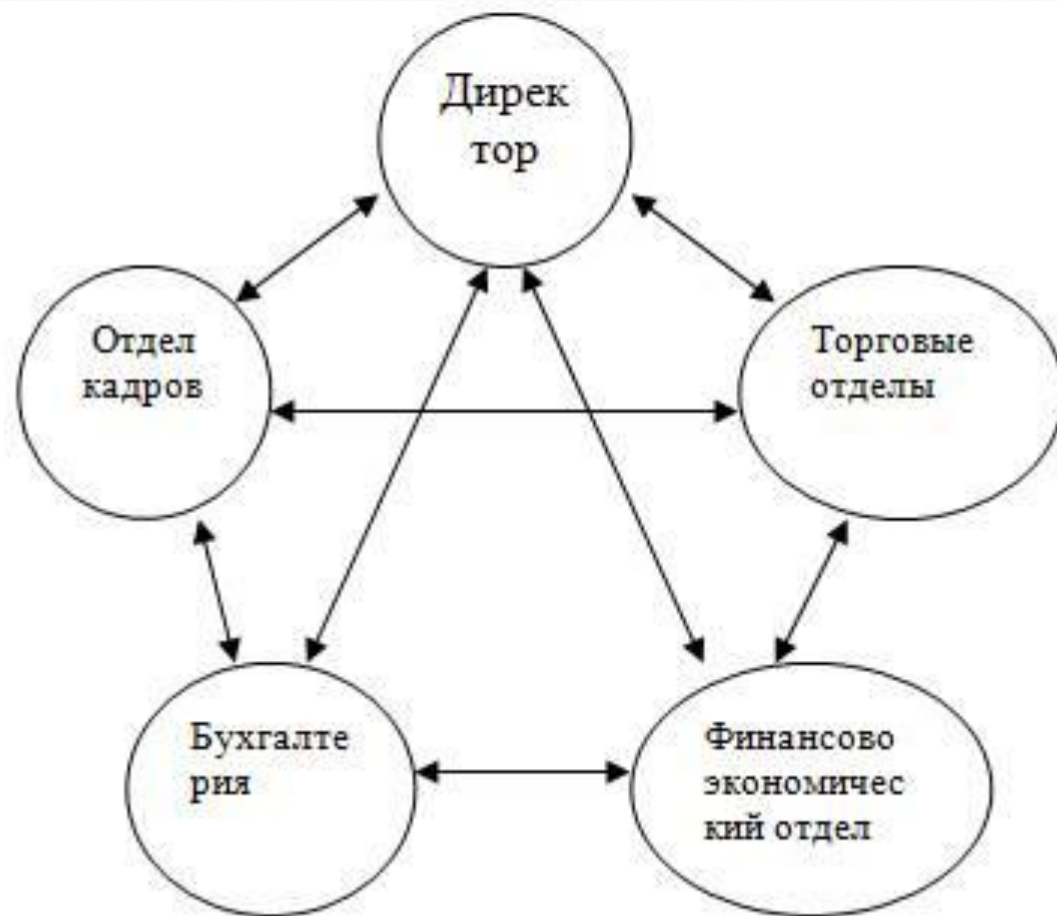


Схема 1. Коммуникационные сети в компании «Евросеть» полная связь всех подразделений между собой (всеканальное взаимодействие)

-
- Данная схема называется многоканальная или всеканальная. Все подразделения связаны между собой по принципу «каждое подразделение со всеми оставшимися». Запросы (задания) могут исходить из любого подразделения и идти сразу к тому подразделению, информация которого необходима для работы.

Таким образом, коммуникационные процессы на компании «Евросеть» можно охарактеризовать следующим образом:

- 1. По субъекту и средствам коммуникаций больше всего преобладают межличностные коммуникации, которые проявляются без помощи технических средств и информационных технологий. Кроме того, межличностная коммуникация в малой группе, где каждый индивидуум имеет равный шанс участвовать в обсуждении, может быть легко услышан и взаимодействовать с другими – это самый характерный для такой организации, как компании «Евросеть».

- Межличностные коммуникации могут определяться как социальным статусом человека, его позицией в системе формальных отношений, так и чувствами, которые работники вольно или невольно испытывают друг к другу в процессе совместной деятельности и общения. Чувства, сопровождающие межличностные отношения, так основательно вмешиваются в процессы взаимодействия, определяя систему предпочтений и оценочных суждений, что заслуживают самого пристального внимания со стороны руководителя в контексте общения с коллективом и совместной деятельности.



Характеристика коммуникационных процессов

- 2. По форме общения, коммуникации в организации происходят при помощи устной речи, то есть вербальные.
- 3. По каналам общения, наряду с формальными коммуникациями присутствуют и неформальные, которые можно определить как «вероятностная цепочка». Этот вид неформальной коммуникации самый распространенный для такого типа организаций.



- Кроме того, неформальные коммуникации распространяются на празднованиях дней рождений, встречи «Нового года», «Восьмого марта» коллективных поздравлениях с новорожденным ребенком. Ежегодно в организации отмечается «день создания компании «Евросеть» На данные мероприятия принято собираться всем коллективом. Также организуются совместные поездки на туристическую базу и выход на природу. Такой системой коммуникаций руководитель оградил себя от излишних сплетней и пересудов, организовал эффективную передачу формальной (деловой) информации между отделами, сократил, на сколько это возможно, утечку информации.



Характеристика коммуникационных процессов

- 4. По пространственному расположению каналов или организационному признаку коммуникации в компании «Евросеть» происходят по горизонтальному признаку из-за малого количества структурных единиц, но периодически возникают и вертикальные коммуникации.

- Горизонтальные коммуникации в основном протекают неформальным образом, непосредственно через общение между сотрудниками. Если одному отделу необходима какая-либо информация от другого отдела, то данный запрос и поступившая в ответ информация чаще всего поступает напрямую, минуя директора, образуя следующую схему:

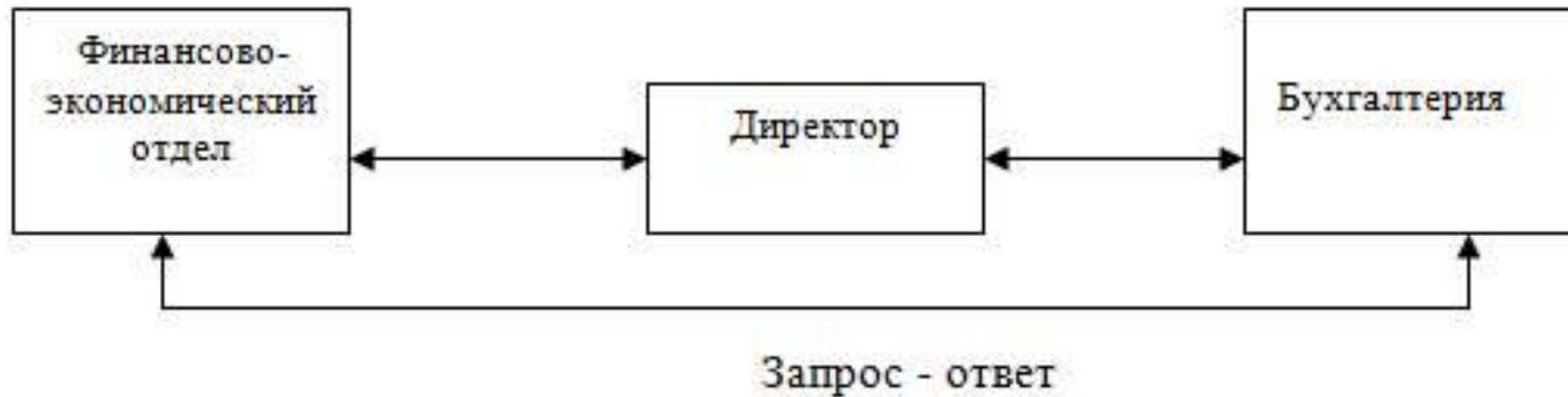


Схема 2. Горизонтальные коммуникации



Спасибо за внимание!