



УДК 658.8
ББК 291.3

ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Качалов Дмитрий Леонидович

Магистрант кафедры системы автоматизированного проектирования
и поискового конструирования
Волгоградского государственного технического университета
kachalov@volgograd.ru
ул. Ленина, 28, 400005 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. В работе рассматривается стратегия индивидуализации деятельности компании. Разработана система для автоматизированного определения стратегии индивидуализации деятельности предприятия.

Ключевые слова: стратегия, индивидуализации, информационные технологии, деятельность предприятия.

Стратегическое планирование

Основной идеей стратегического планирования и управления является идея органичного последовательного приспособления организации к изменяющейся обстановке внешней среды, идея целевого подхода к решению любых управленческих задач и организации системы управления в целом. Но чтобы уметь приспосабливаться к изменениям внешней среды и при этом всегда выдерживать курс на достижение поставленных целей, организация должна иметь стратегию.

Стратегия – это средство достижения конечного результата, заранее спланированная реакция организации на изменения внешней среды. Стратегия организации – это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей. Главная задача стратегии состоит в том, чтобы перевести организацию из ее настоящего состояния в желаемое руководством будущее состояние.

На наш взгляд, ее содержание включает в себя следующее:

– стратегия объединяет все части организации в единое целое;

– охватывает все основные аспекты организации;

– это результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития;

– это долгосрочный план организации;

– стратегия обеспечивает совместимость всех частей планов организации.

Слово «стратегия» означает «искусство развертывания войск в бою». За последние 20 лет это понятие широко вошло в обиход специалистов: теорию и практику менеджмента рассматривают как набор правил, которыми руководствуется организация при принятии управленческих решений. Вместе с тем, стратегию рассматривают и как общий комплексный план, обеспечивающий осуществление миссии и достижение хозяйственных целей организации. Стратегия определяет цели и основные пути их достижения так, что организация получает единое направление действий. Таким образом, стратегия определяет границы возможных действий организации и принимаемых управленческих решений.

Стратегическое планирование – это инструмент для руководителей, позволяющий не только приспособиться к изменениям, но и смоделировать свой путь к созданию той организации, о которой они мечтают [2].

Стратегия индивидуализации

В быстро меняющемся бизнесе, в котором динамично обновляются производители и продуктовый ряд, одно из центральных мест занимает понятие индивидуальности, персонализации своей компании, своего продукта или сотрудников.

Все эти элементы должны отграничивать одного производителя от другого, создавать различия, направленные на запоминание и формирование лояльности.

Человек устроен так, что серость, безликость, ординарность его не привлекает. Напротив, его тянет ко всему тому, что отличается яркостью, отличительными особенностями и нетривиальностью. В повседневной жизни и в бизнесе, в потребительских предпочтениях и в приобретениях товаров люди выбирают себе те объекты, которые нравятся, запоминаются, которыми можно гордиться и восхищаться.

Контрастные отличия создают эффект импринтинга, впечатывания в память потребителей характерных особенностей какого-либо продукта или компании. И если эта индивидуальность подкрепляется позитивным эмоциональным восприятием, качеством товара или имиджем торговой марки, то возникает определенная психологическая связь покупателя с данным продуктом, формируется привычка потребления.

Иными словами, для успешного ведения бизнеса всем производителям товаров, услуг и информации требуется выделить себя из ряда прочих конкурирующих предпринимателей и

компаний, создать себе неповторимый, уникальный имидж. И тогда клиенты и потребители потянутся к возникшей индивидуальности, сделаются ее друзьями и партнерами [1].

Применение информационных технологий для расчета стратегии индивидуализации компании

В экономике часто используются информационные технологии: для анализа статистических данных, для прогнозирования событий и расчета важных для предприятия показателей, связанных с разработкой маркетинговой стратегии. Маркетинговая стратегия индивидуализации может быть определена с помощью применения маркетинговой модели Ф. Котлера.

Для определения стратегии индивидуализации предприятия по данной модели необходимо оценить деятельность предприятия по ряду показателей. Необходимо оценить предприятие в целом, работу предприятия с клиентами и партнерами, а также организацию работы персонала. По данным показателям составляется итоговая матрица показателей, по которой определяется стратегия индивидуализации предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Галкин, В. В. Индивидуализация бизнеса и ее элементы / В. В. Галкин. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://vadim-galkin.ru/business-basics/torgovye-marki/individualizaciya-biznesa-i-ee-elementy/>. – Загл. с экрана.
2. Головицына, М. В. Автоматизация стратегических задач планирования и управления. Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ» / М. В. Головицына. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/department/itmngt/iteconomy/4/>. – Загл. с экрана.

USE OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN COMPANY'S CUSTOMER-ORIENTED ACTIVITY

Kachalov Dmitriy Leonidovich

Master Student, Department of Computer-Aided Design,
Volgograd State Technical University
kachalov@volgograd.ru
Lenin St., 28, 400005 Volgograd, Russian Federation

Abstract. The paper considers the strategy of company individualization. A system for automated determination of company individualization strategy is developed.

Key words: strategy, customize, information technology activities of the company.