



Прозрачное взаимодействие в цепочке

«Производитель — дистрибутор
— конечный покупатель»

Иван Канаев
24.04.15



- Какова основная цель вашего бизнеса?

Понятие продуктивности лишено смысла, пока вы не знаете, какова ваша цель

- Цель любой производственной организации — **делать деньги**. Dr. Eliyahu M. Goldratt

- Кто приносит вам деньги?

Представим себе схему сбыта через ряд посредников: Производитель – Дистрибутор – Оптовик

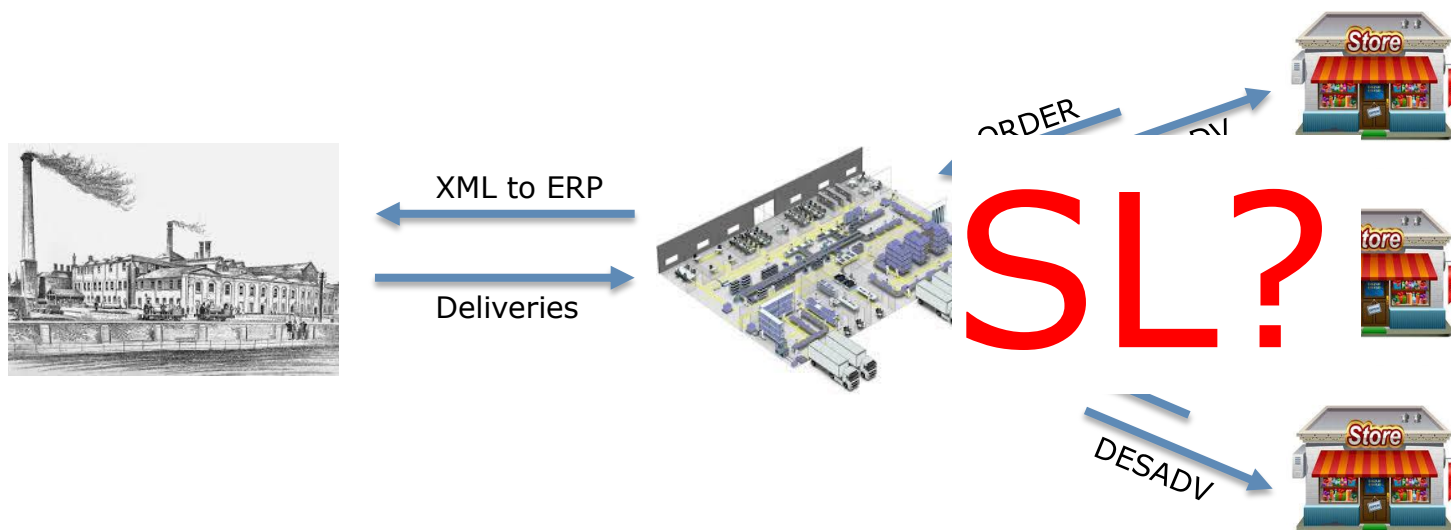
- Обычные **покупатели**, как мы с вами.

- Что позволяет покупателям быть лояльнее к нам?

При прочих равных условиях (цена, качество и т.д.)

- **Сервис**

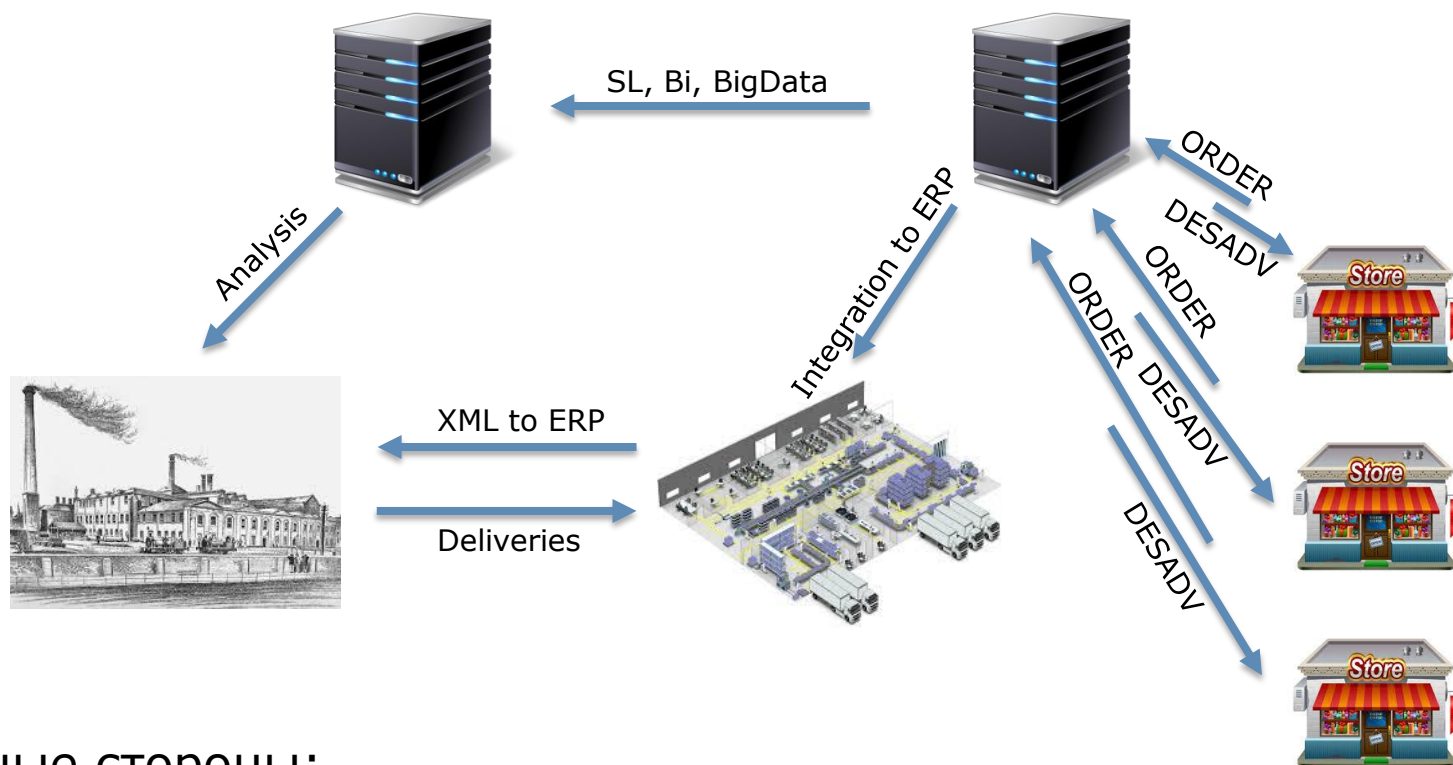
Как это было раньше



Слабые стороны:

- Отсутствие прозрачности операций
- Отсутствие контроля и системы мониторингов
- Возможность махинаций с предоставлением объёмов вторичных продаж
- Различность стоимости и качества услуг провайдеров
- Сложный процесс внедрения инноваций

Как это есть сейчас



Сильные стороны:

- Контроль за уровнем сервиса, прозрачность и измеримость процесса
- Максимальная полнота данных
- Экономия от эффекта масштаба
- Единый стандарт и качество работы
- Простота и скорость внедрения инноваций



- Your most unhappy customers are your greatest source of learning.

~Bill Gates

- Customers don't expect you to be perfect. They do expect you to fix things when they go wrong.

~ Donald Porter



СПАСИБО