



национальное
брендинговое
агентство

Управление качеством

Евгений Момот,
основатель, бизнес-консультант,
Группа компаний KAZAKHSTANIKA

WORKSHOP: «Годовой отчет: эффективный инструмент коммуникации»

14 декабря 2018 г., Алматы

Организаторы:

Expert

РЕГИСТРАЦИОННОЕ
АГЕНТСТВО
КАЗАХСТАН

KASE

Генеральный партнер:



Информационный партнер:



Консорциум:



Цель: Совместное развитие практики подготовки ежегодной отчетности, в том числе, проведение настоящего мероприятия

Национальное Брендинговое Агентство «Казакхстаника»

Генеральный партнер конкурса годовых отчетов
рейтингового агентства «**Эксперт РА Казахстан**»

**А Вы
за качество?**

think

A yellow pencil is positioned vertically between the letters 'h' and 'n' of the word 'think'. The pencil is oriented vertically, with its tip pointing upwards. The word 'think' is written in a bold, yellow, sans-serif font. The background is a plain, light gray surface.

Надо знать
и ПОНИМАТЬ, ЧТО

**«Потребитель –
самое важное звено в
производственной цепи»**

Генри Нив. «Организация как система. Принципы построения устойчивого бизнеса Эдвардса Деминга»

Дэминг, Уильям Эдвардс
(англ. William Edwards **Deming**, 14 октября 1900 — 20 декабря 1993), также известен как Эдвард **Дэминг** — американский учёный, статистик и консультант по менеджменту

А как?

Все просто -
Клиента надо
баловать.

**Баловать
инновациями.**

Немного теории

Организация как система

14 пунктов программы Деминга для менеджмента, болезни и препятствия на пути преобразований

Это для компаний, но как можно трактовать для целей Проекта

1. Постоянство цели улучшения
2. **НОВАЯ ФИЛОСОФИЯ БИЗНЕСА (ПРОЕКТА)**
3. Покончите с зависимостью от массового контроля
4. **ПОКОНЧИТЕ С ПРАКТИКОЙ ЗАКУПОК ПО САМОЙ НИЗКОЙ ЦЕНЕ**
5. Улучшайте каждый процесс системы
6. Введите в практику подготовку и переподготовку кадров
7. Учредите лидерство среди руководителей всех уровней
8. Изгоняйте страхи перед начальством
9. Разрушьте барьеры между подразделениями
10. Откажитесь от пустых лозунгов и призывов
11. **УСТРАНИТЕ ПРОИЗВОЛЬНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ НОРМЫ И ЗАДАНИЯ**
12. **ДАЙТЕ СОТРУДНИКАМ ВОЗМОЖНОСТЬ ГОРДИТЬСЯ СВОЕЙ РАБОТОЙ**
13. Поощряйте стремление к образованию
14. **ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ВЫСШЕГО РУКОВОДСТВА И ЕГО ДЕЙСТВИЯ**



Немного теории

14 пунктов программы Деминга для менеджмента, болезни и препятствия на пути преобразований

Это для компаний, но как можно трактовать для целей Проекта.



2. Новая философия бизнеса (проекта)

4. Покончите с практикой закупок по самой низкой цене

11. Устраните произвольные количественные нормы и задания

12. Дайте сотрудникам возможность гордиться своей работой

14. Вовлеченность высшего руководства и его действия

Это не просто несколько руководящих принципов, идей, правил или методик, которые вы могли бы добавить к обычно используемым в вашей компании. На самом деле предполагается серьезное радикальное переосмысление ваших взглядов

Немного теории

14 пунктов программы Деминга для менеджмента, болезни и препятствия на пути преобразований

Это для компаний, но как можно трактовать для целей Проекта.



2. Новая философия бизнеса (проекта)

4. **Покончите с практикой закупок по самой низкой цене**

11. Устраните произвольные количественные нормы и задания

12. Дайте сотрудникам возможность гордиться своей работой

14. Вовлеченность высшего руководства и его действия

Стремитесь к тому, чтобы каждый компонент поставлялся только от одного производителя, с которым у вас установились взаимные лояльность и доверие в результате долговременных отношений. Цель в этом случае – минимизация общих, а не только первоначальных затрат

Немного теории

14 пунктов программы Деминга для менеджмента, болезни и препятствия на пути преобразований

Это для компаний, но как можно трактовать для целей Проекта.



2. Новая философия бизнеса (проекта)

4. Покончите с практикой закупок по самой низкой цене

11. Устраните произвольные количественные нормы и задания

12. Дайте сотрудникам возможность гордиться своей работой

14. Вовлеченность высшего руководства и его действия

Возможно, она и будет достигнута за счет «срезания углов»: снижения стандартов качества, пренебрежения к требованиям и стандартам и т. д. Таким образом, заданная цель будет достигнута ценой снижения качества со всеми многочисленными последствиями, которые проявятся на последующих этапах производственного процесса

Немного теории

14 пунктов программы Деминга для менеджмента, болезни и препятствия на пути преобразований

Это для компаний, но как можно трактовать для целей Проекта.



2. Новая философия бизнеса (проекта)

4. Покончите с практикой закупок по самой низкой цене

11. Устраните произвольные количественные нормы и задания

12. Дайте сотрудникам возможность гордиться своей работой

14. Вовлеченность высшего руководства и его действия

Обязанности менеджеров, контролеров, мастеров должны быть перенесены с достижения чисто количественных показателей на качество

Немного теории

14 пунктов программы Деминга для менеджмента, болезни и препятствия на пути преобразований

Это для компаний, но как можно трактовать для целей Проекта.



2. Новая философия бизнеса (проекта)

4. Покончите с практикой закупок по самой низкой цене

11. Устраните произвольные количественные нормы и задания

12. Дайте сотрудникам возможность гордиться своей работой

14. Вовлеченность высшего руководства и его действия

Вовлеченность высшего руководства и его действия

Без комментариев

Теперь практика Национальное Брендинговое Агентство «Казахстаника»

От 20 до 25 проектов в год

с 2007
года

Данное:
Разная спецификация проектов

Результат:
Разное качество

Как такое возможно в одном агентстве?



Теперь практика
Национальное Брендинговое Агентство
«Казахстаника»

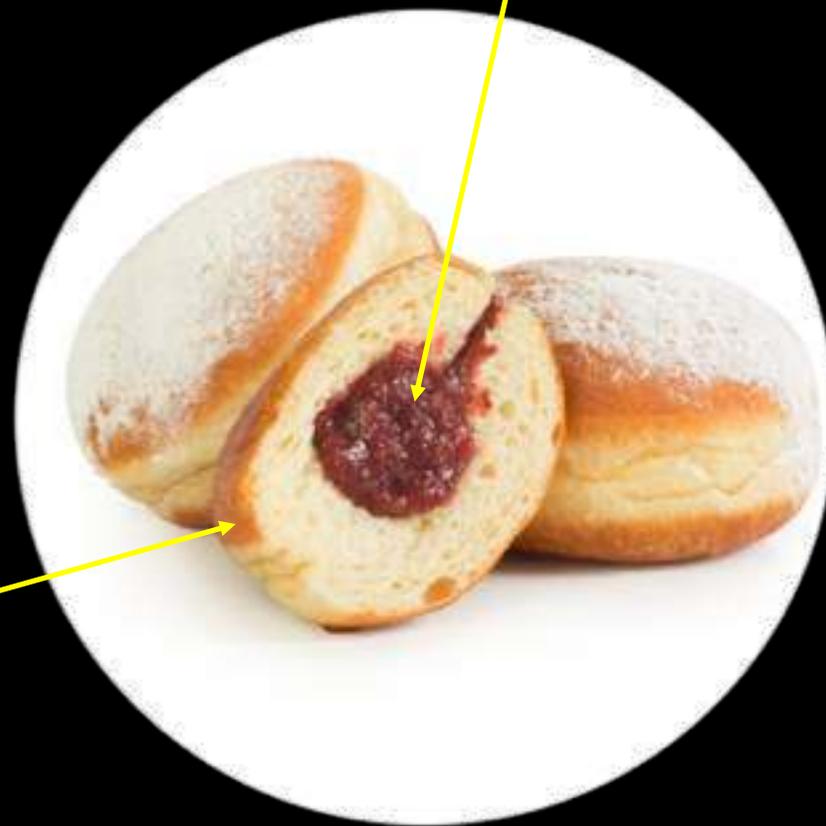
Качество

изнутри и снаружи

снаружи — коммуникация

дизайн,
полиграфия,
интерактив

внутри - КОНТЕНТ



Теперь практика

Национальное Брендинговое Агентство «Казахстаника»

1. **Цель** (конкретная дата),
2. **План** (пошаговый план действий),
3. **События** (влияние внешних факторов),
4. **Факт**

Как на это влияет

#ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ?



Сроки

их влияние
на качество



Иерархия #Принятия решения

Что
изменилось?



Что будет
если не
работать
командой

Из общего у
них только
техническое
описание
проекта:

Ракетоноситель и
шатл



1. Цель!
2. Стратегия!
3. Концепция коммуникации!
4. Целевая аудитория!
5. Главное сообщение проекта и бренда!

Почему остановлен
проект?

Иерархия #Принятия решения

1. **Менеджер проекта**
(исполнитель со стороны заказчика)
2. **Руководитель отделения**
(департамента), внутренний заказчик)
3. **Заместитель первого руководителя** (куратор)
4. **Первый руководитель компании**



Как есть

Иерархия #Принятия решения

Как надо

1. Рабочая группа:

- Заместитель первого руководителя (куратор)
- Руководитель отделения (департамента), внутренний заказчик)
- Менеджер проекта (со стороны заказчика)
- Менеджер проекта (представитель исполнителя)

2. Первый руководитель компании



ЧЕСТНО
О ПРОБЛЕМАХ

ЧЕСТНО
О ПРОБЛЕМАХ



МЫ КОСЯЧИМ

NO!





2017
Годовой отчет

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | | | |
|---|-----------------------------|---|-----------------------------|
|  | СРЕДНЕ УСПЕШНОСТЬ ИНВЕСТИЦИ |  | СРЕДНЕ УСПЕШНОСТЬ ИНВЕСТИЦИ |
|---|-----------------------------|---|-----------------------------|



2017



2017



2017









материалы из:

Глобальные мегатренды, Потребительские тренды, Будущее маркетинга.

Дана Исабаева, Руководитель группы развития бизнеса,
маркетинга и коммуникаций EY в Казахстане и Центральной Азии

Алматы, Казахстан, 2018 г.



Потребительские тренды

Осведомленный клиент с расширенными правами и полномочиями



Сегодня он:

- ▶ осознает свою ценность для продавцов продуктов/услуг
- ▶ полагается на рекомендации других потребителей, а не на прямые сообщения продавцов
- ▶ желает быть частью процесса и получать не столько продукт/услугу, сколько интересный опыт
- ▶ готов сотрудничать с организациями для совместного создания/улучшения продукта/услуги
- ▶ ожидает персонализированного подхода
- ▶ если недоволен, и если таких много, имеет власть разрушить бренд

Потребительские тренды

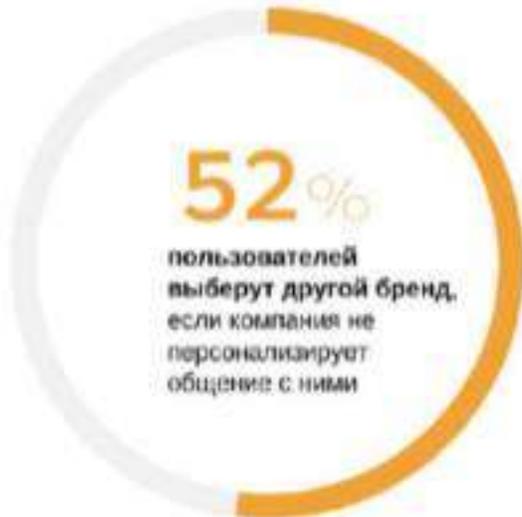
Персонализация



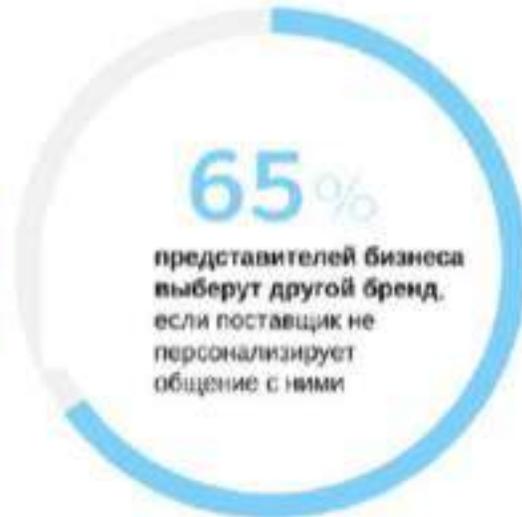
Аналитика SalesForce

Один из выводов опроса, в котором поучаствовали 7 000 потребителей из разных стран:

B2C



B2B



По данным аналитиков SalesForce:

«58% потребителей-миллениалов не против использования их персональных данных, если компании будут предлагать им именно то, что они хотят. Среди поколения X количество тех, кто готов делиться информацией о себе, несколько ниже — 52%».

Новая модель маркетинга



Результатом изменений потребительских паттернов и переосмысления своей деятельности ведущими маркетологами мира становится **новая модель маркетинга** (не без проб и ошибок в ходе ее имплементации).

Старая модель

в ее основе:

- ▶ Информирование
- ▶ Убеждение
- ▶ Напоминание

Новая модель

работает через:

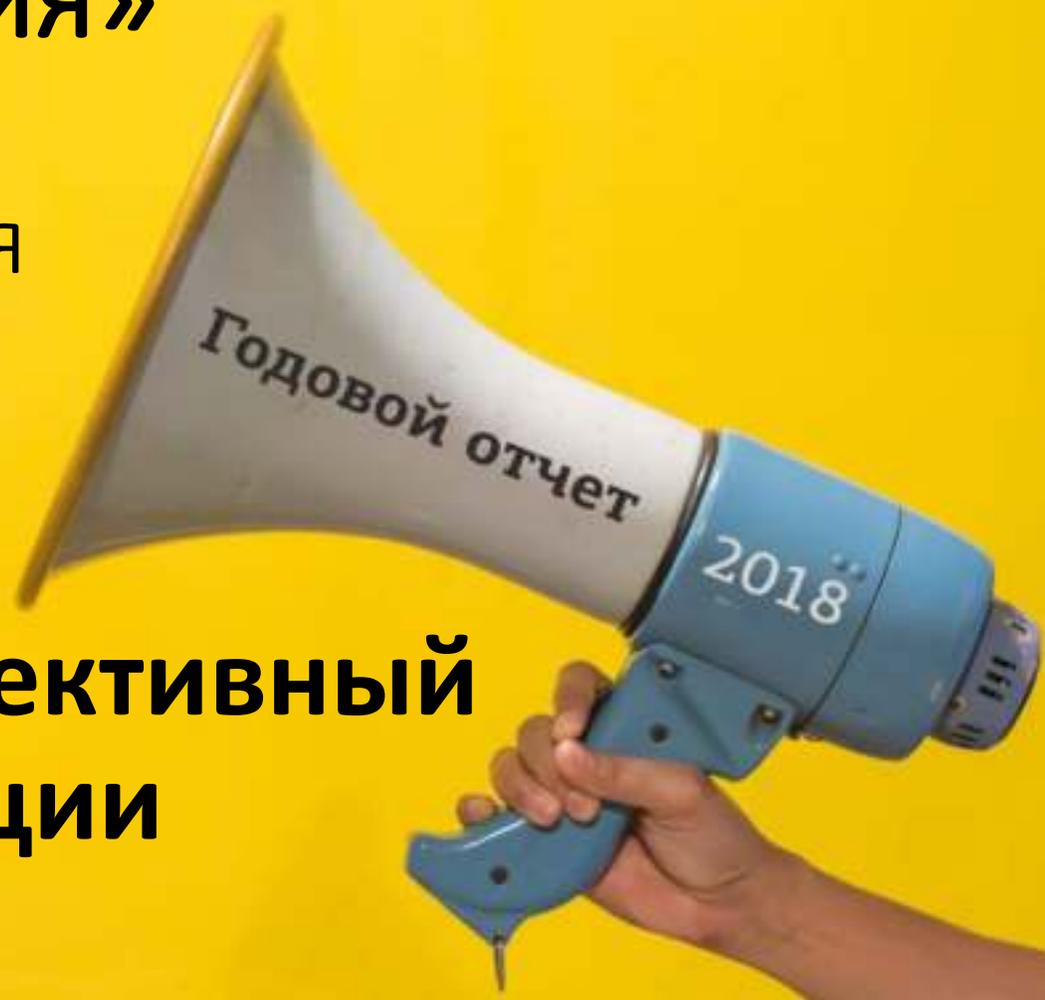
- ▶ Демонстрацию
- ▶ Вовлечение
- ▶ Расширение прав и возможностей потребителя
- ▶ Фокус на удержание клиентов
- ▶ Знание своего клиента и использование этого при предложении продуктов и услуг

В новой модели – критериями успешного бренда становятся:

- ▶ *Легкое комфортное восприятие* (через демонстрацию)
- ▶ *Увлекательность процесса взаимодействия с брендом* (через вовлечение клиента, в том числе эмоционально; empowerment)
- ▶ *Запоминаемость* (через переживание эмоций во время восприятия и взаимодействия или через формирование ассоциативных связей)

Значение «**Коммуникация**»
в качественном росте
инструментов продвижения
бизнеса

**Годовой отчет – это эффективный
инструмент коммуникации**



Управление качеством

- Потребитель – главный!
- Улучшать методы ведения проектов
- Качество внутри и снаружи
- Сроки
- Иерархия принятия решений
- Глобальные мегатренды
- Годовой отчет – это эффективный инструмент коммуникации

создана группа в **FB**

@Годовые отчеты Казахстана

Присоединяйтесь к обсуждениям!

Спасибо за внимание ;)