

УДК 338.242

***РЕАЛИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ
(НА ПРИМЕРЕ ВИЗОВОГО ЦЕНТРА)***

Воронов Д.Г.

к.э.н., доцент, доцент

МИРЭА – Российский Технологический Университет (РТУ МИРЭА),

Москва, Россия

Нурмаммедов Р.

магистрант

МИРЭА – Российский Технологический Университет (РТУ МИРЭА),

Москва, Россия

Аннотация

Данная статья посвящена внедрению мероприятий в работу такой организации, как визовый центр, учитывая сложные условия во внешней среде в настоящее время. Предлагаемые мероприятия затрагивают бенчмаркинг, максимальное сокращение ненужных затрат, организацию оплаты труда сотрудников, реализацию специальных предложений для клиентов, а также организацию рекламных мероприятий.

Ключевые слова: проектные мероприятия, адаптация, развитие, компания, визовый центр.

***IMPLEMENTATION OF ACTIVITIES FOR THE DEVELOPMENT OF THE
COMPANY (ON THE EXAMPLE OF VISA CENTER)***

Voronov D.G.

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor

Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «MIREA – Russian Technological University»,

Moscow, Russia

Nurmammedov R.

undergraduate

Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «MIREA – Russian Technological University»,

Moscow, Russia

Annotation

This article is devoted to the implementation of events in the work of such an organization as a visa center, given the difficult conditions in the external environment at present. The proposed activities include benchmarking, the maximum reduction of unnecessary costs, the organization of remuneration of employees, the implementation of special offers for customers, as well as the organization of promotional events.

Keywords: project activities, adaptation, development, company, visa center.

С каждым днем компаний в сфере визовых услуг становится все больше. Чтобы просто сохранить свои позиции и большие обороты, владельцам компаний все чаще приходится обращаться за помощью к маркетологам и креативным агентствам.

Если раньше для того, чтобы выделиться на фоне конкурентов нужно было просто сделать хороший сервис и иногда не забывать про рекламу, то сейчас этим уже никого не удивить, и компаниям приходится «копать глубже», чтобы найти новые эффективные инструменты, которые помогут расти дальше.

Можно отметить, что внедрение Agile-методологии способно оптимизировать работу компании, а также упомянуть проблему важности CRM-системы для бизнеса, при этом сейчас нужно смотреть ещё глубже в суть проблемы, и найти новые рычаги для дальнейшего роста.

Проектный менеджер сейчас – не просто сотрудник компании, отвечающий за других подрядчиков или коллег, которые выполняют процессы. Это человек, который относится к своему делу, как к своему бизнесу (по той причине,

что имеется слишком большая ответственность, и проектный менеджер просто обязан быть максимально погруженным в работу).

Это значит, что оптимизация и модернизация каких-либо процессов всегда в приоритете. Если проектный менеджер улучшит в компании то, благодаря чему увеличится доход или сократятся затраты, то он соответственно сможет улучшить и текущее положение дел.

А с учетом обстоятельств, при которых в данный момент все границы (в условиях распространения коронавирусной инфекции) закрыты, соответственно и спрос на оформление виз, а также покупку авиабилетов резко упал, бизнесу приходится нелегко.

В компании «Объединенный визовый центр», которая является объектом исследования в настоящей статье, работает около 45 сотрудников: менеджеры, сотрудники по работе с клиентами, документами, курьеры, технический персонал и многие другие. Нужно найти выход и сохранить бизнес, т.к. еще не известно, как долго продлится текущая ситуация.

В данной статье предлагается выход из текущей ситуации с сохранением всех рабочих мест, с сохранением позиций на рынке, не влезая при этом в кредиты, долги и без использования «финансовой подушки».

Предлагается внедрить мероприятия, которые помогут компании не только выйти из текущей ситуации, но и улучшить своё положение.

Компании стоит начать с бенчмаркинга, т.к. анализ конкурентов компании очень важен, особенно сейчас. По результатам данного анализа, можно сделать вывод о том, что фактически большинство компаний отправили всех своих сотрудников в отпуск. Многие компании при этом залезли в кредиты и долги, что, в свою очередь, создаст им трудности в дальнейшем [1].

Необходимо в срочном порядке сократить все ненужные затраты, т.е. нужно, в первую очередь, договориться с арендодателем о том, чтобы сократить

стоимость аренды помещения, либо вовсе её убрать, т.к. в данный момент компания не использует арендуемое помещение и может взять арендные каникулы. Это дает компании возможность убрать лишние затраты, а значит сэкономить ресурсы.

Договорившись с арендодателем, «Объединенный визовый центр» переходит к более важному вопросу – к оплате труда сотрудников. Так как в компании работают исключительно квалифицированные сотрудники, то она не может просто взять и попрощаться с ними. Поэтому в первую очередь нужно перевести всех сотрудников на удаленную работу, но это не значит, что работа компании будет прекращена.

Поскольку заработная плата большинства сотрудников состоит из оклада и процентов с продаж, на первом этапе необходимо оставить только оклад и пересмотреть обязанности сотрудников:

- отдел по работе с клиентами перенаправить на колл-центр, чтобы они принимали звонки и обрабатывали заявки;
- отдел по работе с документами отправить на обучение к отделу по работе с клиентами в формате онлайн.

В список мероприятий для развития «Объединенного визового центра» предлагается также добавить специальные предложения для клиентов. С учетом того, что компания сократит арендную плату, будет возможно понизить стоимость услуг. А с учетом того, что большинство сотрудников в нынешних условиях будут находиться дома, организация пересмотрит процент с продаж, который идет им в качестве бонуса.

Необходимо сделать список заманчивых предложений для клиентов компании. Например, можно связаться с некоторыми организациями, которые предлагают путевки и туры, и договориться с ними о сотрудничестве, т.к. данные организации тоже сейчас в упадке. Сотрудничество заключается в том, что компа-

нии по продажам туров и путевок сделают клиентам исследуемой компании хорошие скидки, т.к. их цель сейчас – просто не потерять бизнес.

Договорившись о заманчивых предложениях для клиентов по доступной цене, возможно обратиться к специалисту в области СММ, обрисовать сложившуюся ситуацию и запустить рекламу [2]. В рекламе следует сделать акцент на то, что обеспечить 30-50% скидку для всех тех, кто обратится прямо сейчас, а также получит хорошие скидки при покупке предложений, о которых компания договорится с партнерами. Услуги исследуемой компании, которые она окажет только тогда, когда все наладится, нужно будет оплатить сейчас, а услуги партнеров – лишь тогда, когда клиентам будет удобнее, и ситуация будет яснее. Эти средства помогут компании оплачивать работу сотрудников, тем самым создавая дополнительную «финансовую подушку».

Также возможно сделать предложение о реферальной программе, при которой за каждого приведенного дополнительного клиента компания будет делать скидку 10%. В результате организация получает огромный поток лидов (т.е. потенциальных клиентов, отреагировавших на маркетинговую коммуникацию), который сможет конвертировать в реальных клиентов и получить от них деньги. В данном случае компания работает исключительно на количество, чтобы сохранить свой бизнес и увеличить базу клиентов. «Объединенный визовый центр» делает огромные скидки, но в то же время увеличивает клиентскую базу, компания получает деньги здесь и сейчас, а услуги окажет тогда, когда вся инфраструктура вновь будет работать.

С другой стороны, партнеры компании в условиях тяжелой ситуации получают поток лидов, оказывая свои услуги тоже по хорошей скидке [3]. Возможно, некоторые клиенты внесут предоплату сразу, кто-то захочет подождать, а кто-то и вовсе откажется. В любом случае организация выполнила свои обязанности перед партнером, направив людей к нему. Партнер компании имеет кон-

такт с отелями в других странах и хорошо знает о текущей ситуации и об изменениях стоимости.

Таким образом, сгенерировав огромный поток клиентов и обработав его, благодаря всем сотрудникам компании, предполагается получить возможность:

- зарабатывать даже в нынешних сложных условиях;
- не использовать «финансовую подушку», а, наоборот, создать дополнительную «финансовую подушку»;
- сохранить фактически все рабочие места и квалифицированных сотрудников;
- наладить контакты с новыми партнерами, что в свою очередь даст плоды в будущем;
- добавить в свою клиентскую базу новых клиентов, а также продолжить взаимодействие со старыми.

Внедрив указанные выше мероприятия, компания «Объединенный визовый центр» не только сможет сохранить свой бизнес, но и получит дополнительные возможности, которые пригодятся ей в ближайшем будущем.

Библиографический список

1. Портал «Финансовый директор» [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.fd.ru/> (Дата обращения 05.06.2020)
2. Портал «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.cfin.ru/> (Дата обращения 05.06.2020)
3. Портал «Управление производством» [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <http://www.up-pro.ru/> (Дата обращения 05.06.2020)

Оригинальность 94%