

Таблица 1 - Сводная таблица анализа конкурентов по модели Value Chain

Компетенции	ЗАО «Банк Русский стандарт»	Ренессанс Кредит	«ТИНЬКОФФ КРЕДИТНЫЕ СИСТЕМЫ»	Банк Москвы
Закупки	13	13	10	8.8
Маркетинг	61.1	58.4	44.5	37.5
Продажи	15.1	26.1	19.1	17.3
Итого	119.3	112	80.2	68.1



**ВСЕРОССИЙСКИЙ
СЕРВИС ДИПЛОМНОЙ
ПОДДЕРЖКИ СТУДЕНТОВ**



**Презентация + Дипломный доклад = 2000 р.
Раздаточный материал БЕСПЛАТНО**

**СРОК – ОТ 1 ЧАСА ДО 24 ЧАСОВ.
ОПЛАТА ПОСЛЕ ВЫПОЛНЕНИЯ!**

VAKADEME.RU

Закупки		ЗАО «Банк Русский стандарт»		Ренессанс Кредит		«ТИНЬКОФФ КРЕДИТНЫЕ СИСТЕМЫ»		Банк Москвы	
Компетенции	I	D	E	D	E	D	E	D	E
Конкурентные цены	9	0.9	8.1	0.9	8.1	0.8	7.2	0.9	8.1
Ритмичность поставок банковских продуктов	7	0.7	4.9	0.7	4.9	0.4	2.8	0.1	0.7



Маркетинг		ЗАО «Банк	Ренессанс	«ТИНЬКОФФ	Банк Москвы
-----------	--	-----------	-----------	-----------	-------------

	I	Русский стандарт»		Кредит		Ф КРЕДИТНЫ Е СИСТЕМЫ»			
		D	E	D	E	D	E	D	E
Компетенции									
Сегментирование потребителей	5	0,7	3,5	0,7	3,5	0,5	2,5	0,5	2,5
Четкое позиционирование	8	0,8	6,4	0,8	6,4	0,6	4,8	0,5	4,5
Прогнозирование спроса	9	0,9	8,1	0,8	7,2	0,8	7,2	0,8	7,2
Планирование закупок	9	0,9	8,1	0,8	7,2	0,5	3,5	0,2	1,8
Уровень технологичности	7	0,6	4,2	0,6	4,2	0,4	2,8	0,4	2,8
Конкурентоспособность цены	8	0,5	4,0	0,7	5,6	0,7	5,6	0,7	5,6
Имидж компании	6	0,7	4,2	0,6	3,6	0,4	2,4	0,3	1,8
Квалификация менеджеров	8	0,8	6,4	0,8	6,4	0,5	4,0	0,3	2,4
Рекламная активность	7	0,7	4,9	0,5	3,5	0,4	2,8	0,3	2,1
PR	5	0,7	3,5	0,6	3,0	0,5	2,5	0,5	2,5
Выставки	6	0,6	3,6	0,6	3,6	0,6	3,6	0,6	3,6
Сервис	7	0,6	4,2	0,6	4,2	0,3	2,8	0,1	0,7

Продажи	I	ЗАО «Банк Русский стандарт»		Ренессанс Кредит		«ТИНЬКОФ Ф КРЕДИТНЫ Е СИСТЕМЫ»		Банк Москвы	
		D	E	D	E	D	E	D	E
Компетенции									
Квалификация персонала	9	0,8	7,2	0,8	7,2	0,5	4,5	0,3	2,7
Обучение персонала	7	0,7	4,9	0,7	4,9	0,6	4,2	0,6	4,2
Управление продажами	6	0,7	4,2	0,7	4,2	0,5	3,0	0,5	3,0

Потребитель

Рисунок 2. Результаты анализа по модели Value Chain

Таблица 2- Рейтинг ключевых факторов успеха (КФУ)

Область	КФУ	Степень важности для функционирования отрасли	Степень развития КФУ у компании	Итоговый рейтинг
закупки	Сбалансированный ассортимент	9	0,7	6,3
продажи	Конкурентные цены	7	0,6	4,2
реализация	Широкая сеть филиалов	8	0,7	5,6

маркетинг	Позиционирование маркетинговые коммуникации	и 5	0.4	2
-----------	--	-----	-----	---

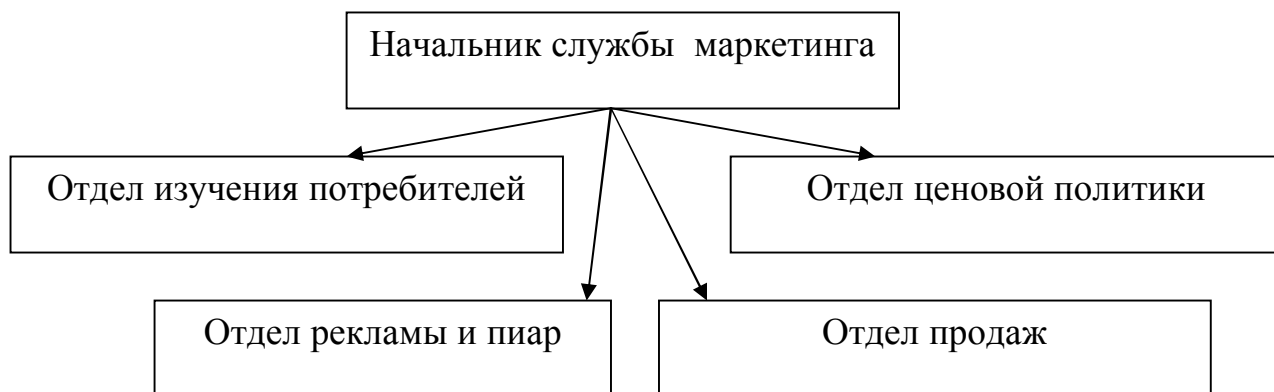


Рисунок 1. Предлагаемая структура отдела маркетинга

Таблица 3 – Затраты на создание маркетинговой службы (за год)

Статьи затрат	Сумма, руб.
1. Расходы на заработную плату: (с учетом отчислений в фонды и уплаты налогов): (в месяц)	1420000
1.1 начальнику службы маркетинга	120 000
1.2. менеджер по продажам (5 человек)	350 000
1.3 менеджер по рекламе (5 человек)	300 000
1.4. менеджер по ценовой политике (3 человека)	250 000
1.5. маркетолог (5 человек)	400 000
Расходы на зарплату за год	17 040 000
2. Расходы на оборудование:	459000
Стол – 19 шт.	38000

Стулья – 20 шт.	6000
Офисная техника (19 ноутбуков, 5 принтеров)	400000
Канцтовары (на год)	15 000
Расходы на коммунальные услуги в год	18 000
Итого	17517000



**ВСЕРОССИЙСКИЙ
СЕРВИС ДИПЛОМНОЙ
ПОДДЕРЖКИ СТУДЕНТОВ**



**Презентация + Дипломный доклад = 2000 р.
Раздаточный материал БЕСПЛАТНО**

**СРОК – ОТ 1 ЧАСА ДО 24 ЧАСОВ.
ОПЛАТА ПОСЛЕ ВЫПОЛНЕНИЯ!**

VAKADEME.RU