

۱) وفادارسازی و راه اندازی باشگاه مشتریان

باشگاه وفاداری مشتریان می تواند به عنوان یکی از ابزارهای ایجاد ارتباط مستمر با مشتریان در جهت حفظ و تحکیم زنجیره وفاداری مشتریان فعلی شرکتها، بسیار موثر باشد. اما متأسفانه شاهد آن هستیم که بسیاری از طرحهای باشگاه مشتریان که در کشور راه اندازی شده اند اثر بسیار کمی بر حفظ یا افزایش وفاداری مشتریان داشته و در کوتاه مدت با شکست مواجه شده اند. بر اساس مطالعات انجام شده در تجربیات موفق جهانی در راه اندازی باشگاههای مشتریان (مانند AmEx، Skywards و غیره) لازم است تا گامهای ذیل در راه اندازی باشگاه مشتریان مورد توجه قرار گیرد:

۱. تحلیل زنجیره وفاداری مشتریان بر اساس سگمنت بازار
۲. طراحی و راه اندازی زیرساختهای باشگاه مشتریان
۳. ایجاد ارزش افزوده برای مشتریانی که عضو فعال باشگاه می باشند.

با بکارگیری توان متخصصان مجرب در حوزه روانشناسی فروش و همچنین مشارکت با شرکتهای نرم افزاری فعال شرکت خدمات ذیل ارائه می گردد:

- ۱C: تحلیل و طراحی زنجیره وفاداری مشتری (Customer Loyalty Analysis)
- ۲C: طراحی عملیاتی باشگاه وفاداری مشتریان (Loyalty Club)
- ۳C: طراحی شبکه ارتباطی باشگاه یا مشتریان (CCNM)
- ۴C: ایجاد سرویس های ارزش افزوده برای مشتریان فعال باشگاه مشتریان (VAM)
- ۵C: طراحی تاکتیک های افزایش وفاداری مشتریان (Loyalty Tactics)
- ۶C: مدیریت شبکه واسطه های فروش (SPRM)
- ۷C: ارائه راهکارهای بهبود رضایت مشتریان (CSM)
- ۸C: تحلیل و طراحی سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM)
- ۹C: طراحی سیستم خدمات پس از فروش (After Sales Services)

خدمات:

- باشگاه مشتریان بانک آینده (ایران کارت)
- باشگاه پزشکان و اساتید (شرکت تامین رفاه و مسکن پزشکان و اساتید)
- باشگاه سهامداران شرکت ذخیره شاهد
- باشگاه تخفیف offChi

دارای افتخار حضور و همکاری با:

(۲) مشاوره برندینگ

بسیاری از مشکلات در فرآیند بازاریابی و فروش، به دلیل عدم طراحی صحیح برند می باشد، لذا می بایست کلیه فعالیتهای طراحی محصول، بازاریابی، تبلیغات و فروش بر اساس اصول برند (Brand Discipline) صورت گیرد :

- چشم انداز برند (Brand Vision)
- تمایز برند (Brand Differentiation)
- ذات ماندگار برند (Brand Permanent Nature)
- ارزشهای اصلی برند (Brand Values)
- منشور هویت برند (Brand Identity Prism)
- مشخصات فیزیکی برند (Brand Physical Specifications)
- شخصیت برند (Brand Personality)
- فرهنگ برند (Brand Culture)
- روابط برند (Brand Relations)
- انعکاس برند (Brand Reflection)
- خویش تصویری برند (Brand Self Imagine)
- جوهره برند (Brand Mantras)
- جایگاه برند (Brand Position)
- تصویر برند (Brand Image)
- تداعیات برند (Brand Associations)
- هویت برند (Brand Identity)
- نام برند (Brand Name)
- شعار برند (Brand Slogan)
- اجزای بصری برند (Brand Visual Properties)
- اجزای آوایی برند (Brand Vocalic Properties)

با توجه به اینکه برند قرار است همانند یک موجود زنده با مشتریان ارتباط عاطفی برقرار کرده و به مرور آنها را نسبت به خود وفادار سازد لازم است از ابتدای تولد، به خوبی شکل داده شده و برندهایی که در جایگاه نامناسبی قرار گرفته اند بازسازی شوند. بر این اساس خدمات اصلی در حوزه برندینگ را می توان در سه گروه زیر دسته بندی نمود :

۱B: طراحی برند جدید (Brand Discipline)

۲B: بازسازی/مهندسی مجدد برند (Brand Reconstruction)

۳B: بسط برند (Brand Extension)

۴B: تثبیت جایگاه برند (Brand Positioning)

خدمات:

- محصولات دهان و دندان با برند Merident در شرکت پاکشو (گروه صنعتی گلرنگ)
- محصولات چندمنظوره نانو با برند عطرینه
- شرکت سرمایه گذاری تدبیرگران اتحاد ایرانیان
- محصولات دردانه (حوزه کودک و خانواده)
- قلم هوشمند دیجیتال با برند نگار
- محصولات تلفن همراه با برند پرینیا همراه

دارای افتخار حضور و همکاری با :

(۳) مشاوره تبلیغات و طراحی کمپین تبلیغاتی موثر

جالب است بدانید طبق بررسی میدانی صورت گرفته در مدیریت فردا، بیش از هفتاد نوع رسانه وجود دارد که بر نحوه تصمیم گیری خرید مصرف کننده نهایی موثر است. برای افزایش اثربخشی تبلیغات باید بر اساس نوع محصول، جایگاه برند در بازار و بودجه تبلیغات، ترکیب همگونی از این رسانه ها را بکار گرفت.

مدیریت فردا افتخار دارد با سابقه همکاری با برخی از برندهای معروف و معتبر کشور، خدمات مشاوره تبلیغات را به مشتریان خویش در حوزه های ذیل ارائه نماید:

A۱: طراحی و برنامه ریزی کمپین تبلیغات (Advertising Campaign)

A۲: نظارت بر تیم مجری تبلیغاتی کارفرما (Monitoring)

A۳: طراحی تبلیغات چریکی (Guerilla Advertising)

تبلیغات

- محصولات دهان و دندان با برند Merident در شرکت پاکشو (گروه صنعتی گلرنگ)
- محصولات چندمنظوره نانو با برند عطرینه
- شرکت سرمایه گذاری تدبیرگران اتحاد ایرانیان
- محصولات دردانه (حوزه کودک و خانواده)
- قلم هوشمند دیجیتال با برند نگار
- محصولات تلفن همراه با برند پرنیان همراه
- کشتارگاه صنعتی مرغ هما
- Malaysia World Wide Science
- موسسه اورنگ آفرین
- گروه طراحی چوبه

دارای افتخار حضور و همکاری با :

۴) توسعه و بهبود فروش

یکی از ارزشمندترین تجربیاتی که طی سالهای گذشته به دست آورده ایم این است که با تحلیل سوابق فروش بر اساس کالا، سگمنت بازار، مشتریان، فروشندگان می توان زمینه های توسعه فروش در کوتاه مدت و بلندمدت را فراهم نمود. بر این اساس چهار نوع راهکار برای افزایش فروش (یا به عبارت بهتر افزایش حاشیه سود شبکه فروش) ارائه می شود که شامل «افزایش تعداد مشتریان»، «افزایش دفعات خرید مشتری»، «افزایش حاشیه سود سبد فروش» و «افزایش تعداد کالاها در سبد فروش» می باشد.

انتخاب استراتژیها و تاکتیکهای توسعه فروش می تواند (حتی در کوتاه مدت) بر افزایش فروش و سود شرکت اثر قابل توجهی را داشته باشد. در این زمینه خدمات قابل ارائه به شرکتهای پخش عبارتند از:

- S۱: تحلیل تعادل وزنی و همگونی سبد فروش (Portfolio Analysis)
- S۲: تحلیل فاکتورهای کلیدی فروش (KSF)
- S۳: استقرار سیستم تحلیل و برنامه ریزی فروش (Sales Analysis)
- S۴: تعیین تاکتیکهای افزایش فروش (Promotions Tactics)
- S۵: تحلیل و افزایش ارزش افزوده برای مشتری (Value Added Analysis)
- S۶: طراحی شبکه معرفی علمی محصول (Scientific Representation)
- S۷: نظارت و بهبود عملکرد تیم بازاریابی و فروش (Sales Development)
- S۸: تحقیقات بازاریابی (Marketing Research)

خدمات:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - شرکت آبا توسعه تهیه - ماهنامه عطر و طعم - مرکز طب فیزیکی و فیزیوتراپی مرکزی - شرکت به سامان پیشرو - موسسه فرا نمای دنیای تصویر و هنر - شرکت راهبرد توسعه سپند آسا - شرکت فناوری پردازشگر سانا | <ul style="list-style-type: none"> شرکت پخش دایان شرکت PTC شرکت مشاورین کسب و کار گمیک شرکت پردیس هوا رایحه شرکت تولیدی آبا صنایع گازی پرستلی شرکت یاسین یارانه شرکت تولید پلی اتیلن کیمیاگران |
|---|--|

دارای افتخار حضور و همکاری با :

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - محصولات آرایشی Vitry - ماسکهای بهداشتی Biomask - نرم افزارهای تلفن همراه - نرم افزار اتوماسیون پخش - شرکتهای پخش مویرگی - فروشگاههای زنجیره ای - وفاداری و باشگاه مشتریان | <ul style="list-style-type: none"> تحقیقات بازار در زمینه های : - فیلرهای پوستی Bohus - ملزومات پزشکی Biopol - مکملهای ورزشی Prolab - مکملهای دارویی NatureMade, VitaFizz, SupraVitt, HealthBurth ۲۱st Century, Vitabiotics |
|---|---|

۵) شبکه فروش و پخش مویرگی

اگرچه لازم است استراتژی توزیع و فروش همراستا با استراتژیهای برندینگ و مارکتینگ طراحی گردد ولی باید توجه کرد که بیش از ده عامل دیگر نیز بر طراحی شبکه توزیع و فروش موثر هستند. با توجه به بیش از ۲۰ مزیتی که راه اندازی پخش مویرگی برای تولیدکنندگان محصولات در کشور ایجاد می کند، بسیاری از شرکتهای تولیدی (به ویژه در صنایع غذایی، شوینده و بهداشتی، آرایشی و غیره) استراتژی راه اندازی شرکت مستقل پخش مویرگی را انتخاب می نمایند. اما باید توجه داشت که در راه اندازی و مدیریت یک شرکت پخش می بایست به بیش از ۲۵۰ نکته اجرایی و عملیاتی نیز توجه نمود.

لذا بر اساس تجربه عملیاتی در حوزه راه اندازی، بهبود عملکرد و توسعه شعب در شرکتهای پخش، در حوزه های ذیل به کارفرمایان مشاوره ارائه می گردد:

الف) راه اندازی و توسعه شبکه فروش (Distribution Channels)

- D۱: تحلیل و انتخاب استراتژی شبکه فروش (Sales Channels Analysis)
- D۲: مشاوره راه اندازی و توسعه شبکه پخش مویرگی (Initiation & Development)
- D۳: مشاوره استقرار زیرساختهای پخش مویرگی (Automation Solutions)

ب) طراحی و بهبود فرآیندی

- D۴: طراحی سیستم کامل فرآیندی شرکت پخش (Process-Based System)
- D۵: فرآیندهای انبارداری و توزیع کالا (Inventory & Distribution Process)
- D۶: بهبود فرآیندهای سفارشگیری، فروش و تسویه (Ordering & Sales Process)
- D۷: تحلیل عمومی شرکت پخش بر اساس منطق رادار (Diagnosis Model)

خدمات

- شرکت پخش دایان
- شرکت توزیع نشریات پیام رسان پیروز
- شرکت توزیع دارویی پورا پخش
- شرکت تجهیزات پزشکی فناوران
- شرکت پخش محلی آرایشی-بهداشتی آریانا
- شرکت پردیس هوا رایحه

دارای افتخار حضور و همکاری با :

۶) مشاوره اصلاح فرآیند و بهبود عملکرد سازمانی

تجربه همکاری با بیش از ۴۰ شرکت، موسسه و نهاد خصوصی و دولتی نشان داده است که عارضه های مشترکی بین همه آنها شایع است که مهمترین آنها عبارتند از:

- ساختار سازمانی نامناسب و غیرچالاک
- فرآیندهای غیرشفاف و یا غلط کاری
- فرهنگ سازمانی ضعیف و غیرکارا
- فرآیندهای غلط تصمیم گیری و تصمیم سازی
- عدم وجود روحیه کار تیمی
- عدم انطباق فعالیتها با راهبردهای کلان

بر این اساس به عنوان شاه کلید موفقیت هر کسب و کاری پیشنهاد می نماییم که موضوعات زیر به عنوان اصلی ترین دغدغه های مدیران ارشد شرکتها مورد توجه و اصلاح قرار گیرند:

۱. P: بازمهندسی ساختار سازمانی بر اساس وضعیت جاری بازار و شرکت
۲. P: اصلاح فرهنگ سازمانی با تغییر شیوه های تصمیم گیری در شرکت
۳. P: ایجاد ساز و کارهای تبدیل راهبردها و اهداف کلان به برنامه های عملیاتی روزمره
۴. P: سنجش عملکرد و بهبود عملکرد فردی، واحدی و سازمانی

نقدها
و
توضیحات

- هولدینگ دارویی پوراطب
- شرکت تولیدی کیمیاگران
- شرکت تدبیرگران اتحاد ایرانیان
- شرکت خدمات فرودگاهی شاهد
- شرکت فروشگاههای آزاد شاهد
- شرکت بازرگانی نوآوران
- صنایع گازی پرستلی

دارای افتخار حضور و همکاری با :