|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Бизнес-проблема | Месячная выручка кафе ниже запланированной при открытии. |  |
| Задачи бизнес-анализа | Выяснить что именно происходит вне нормы и причины этого. Возможные причины:  1. высокие расходы на содержание и обслуживание кафе  2. не конкурентные цены  3. реклама и маркетинг |  |
| **Исследование 1.:** выявить текущие расходы на содержание и обслуживание кафе. | **Этап 1:**  - получить информацию от первоисточника  - получить информацию о текущих статьях и суммах расходов  - изучить действующие бизнес- процессы и модель работы кафе  - изучить имеющиеся договора и тарифы на аренду помещения, коммунальных платежей, обслуживание оборудования, поставку продуктов и товара  - изучить функционал сотрудников  - изучить и ФОТ.    **Этап 2:**  - провести поиск и анализ альтернативных поставщиков продуктов и товаров  - проработать возможность оптимизации расходов коммунальных услуг  - провести переговоры с арендодателем об улучшении условий аренды  - провести поиск и анализ альтернативных служб по ремонту и обслуживанию оборудования  - провести оценку целесообразности использования каждой единицы оборудования  - проверить техническое состояние оборудования  - произвести анализ обязанностей и задач сотрудников.    **Этап 3:**  - выбрать новых поставщиков продуктов и товаров или пересмотреть условия договора с имеющимися поставщиками, на основании анализа  - провести оптимизацию расходов коммунальных услуг  - зафиксировать новые договорённости с арендодателем в доп. соглашении к Договору аренды  - выбрать новые службы по ремонту и обслуживанию оборудования или пересмотреть условия договора с имеющимися, на основании анализа  - создать регламент использования оборудования  - пересмотреть и произвести распределение обязанностей и задач сотрудников, при возможности сократить численность сотрудников | **Метод БА**  - интервьюирование  - анализ данных  - моделирование  - анализ документации    - моделирование БП  - бенчмаркинг  - определение критериев принятия и оценки  - моделирование БП  - участие в деятельности  - определение критериев принятия и оценки  - бенчмаркинг  - бенчмаркинг  - моделирование БП    - участие в деятельности    - моделирование БП  - участие в деятельности  - участие в деятельности    - моделирование БП  - определение критериев принятия и оценки |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Исследование 2.:** ценообразование в кафе, ассортимент, маркетинговое исследование. | **Этап 1:**  - получить информацию от первоисточника о ценах, ассортименте в меню, конкурентах  - получить информацию о текущих ценах  - изучить факторы, влияющие на формирование цен  - получить информацию об ассортименте  - выявить потенциальных конкурентов, влияющих на спрос в нашем кафе  - изучить статистику продаж.    **Этап 2:**  - изучить возможность корректировки цены товара на основании оптимизации расходов после Исследования №1  - изучить необходимость и возможность изменения ассортимента на основании анализа конкурентов  - изучить необходимость и возможность изменения стоимости товара на основании анализа конкурентов  - выявить причины низких продаж.      **Этап 3:**  - скорректировать цену товара  - изменить ассортимент    - разработать варианты увеличения продаж. | **Метод БА**  - интервьюирование  - анализ данных  - анализ данных  - анализ данных  - участие в деятельности  - анализ данных      - анализ данных    - бенчмаркинг    - бенчмаркинг    - анализ данных        - определение критериев принятия и оценки  - определение критериев принятия и оценки  - моделирование БП |
| **Исследование 3.:** привлечение клиентов. | **Этап 1:**  - получить информацию от первоисточника о том, как привлекаются и удерживаются клиенты сейчас  - изучить текущие способы привлечения клиентов и их эффективность в живую  - изучить текущие способы привлечения клиентов и их эффективность онлайн и через СМИ  - изучить текущие программы лояльности.    **Этап 2:**  - выявить эффективность действующей рекламы и продвижения  - изучить дополнительные возможности и способы рекламы в живую  - изучить возможность и необходимость продвижения онлайн в СМИ и соц.сетях  - просчитать эффективность создания программы лояльности для клиентов      **Этап 3:**  - выделить бюджет на рекламу  - создать или изменить программу лояльности  - разработать рекламные акцие  - разработать стратегию продвижения в СМИ и соц.сетях. | **Метод БА**  - интервьюирование    - анализ данных    - анализ данных    - анализ данных      - анализ данных    - моделирование БП    - анализ данных    - моделирование БП          - анализ данных  - бенчмаркинг  - мозговой штурм  - моделирование БП |