Лабораторная работа № 3

Описание компании

Название компании: "EcoSmart"

Сфера деятельности: Производство и продажа экологически чистых товаров для дома (уборка, косметика, упаковка и т.д.).

Миссия: Создание безопасных и устойчивых решений для дома, способствующих сохранению окружающей среды.

Количество сотрудников: 150 человек.

Способы ведения бизнеса: Прямые продажи через интернет-магазин, сотрудничество с крупными ритейлерами и участие в выставках.

Основные конкуренты: "GreenHome", "EcoLife", "Nature's Best".

Конкурентная стратегия: Уникальное предложение на основе экологичности, инновационных технологий и доступной цены.

Основные поставщики: Местные производители органических материалов, компании по переработке.

Основные потребители (клиенты): Семьи, заботящиеся об экологии, малые и средние предприятия, магазины органических продуктов.

Цели компании

На ближайший год:

1. Увеличить объем продаж на 20%.

2. Запустить новую линейку продуктов для уборки.

3. Расширить присутствие на рынке за счет открытия 5 новых точек продаж.

4. Увеличить количество подписчиков в социальных сетях на 50%.

5. Провести 3 экологические акции по повышению осведомленности.

На ближайшие три года:

1. Выйти на международный рынок (Европа, Азия).

2. Увеличить долю рынка на 15%.

3. Разработать и внедрить программу лояльности для клиентов.

4. Снизить углеродный след компании на 30%.

5. Запустить образовательную платформу по устойчивому развитию.

На ближайшие пять лет:

1. Стать лидером на рынке экологически чистых товаров.

2. Разработать новые технологии для упаковки и производства.

3. Увеличить количество сотрудников до 300.

4. Достичь 100% использования переработанных материалов в производстве.

5. Создать фонд для поддержки экологических инициатив.

Организационная структура компании

1. \*\*Генеральный директор\*\*

- Отдел маркетинга

- Отдел продаж

- Производственный отдел

- Отдел исследований и разработок

- Финансовый отдел

- Отдел кадров

Техническая архитектура компании

1. Серверная инфраструктура

- Облачные сервисы (AWS, Azure)

- Локальные серверы для хранения данных

2. Системы управления

- ERP-система для учета ресурсов

- CRM-система для управления клиентами

3. Сетевые технологии

- Виртуальные частные сети (VPN)

- Защита данных (межсетевые экраны, шифрование)

Системная архитектура компании (архитектура приложений)

Вариант 2: уровень данных, уровень бизнес-логики, уровень приложений

1. Уровень данных:

- Базы данных клиентов

- Базы данных товаров

- Базы данных поставщиков

2. Уровень бизнес-логики:

- Модули для обработки заказов

- Модули для анализа продаж

- Модули для управления запасами

3. Уровень приложений:

- Веб-приложение для клиентов

- Мобильное приложение для клиентов

- Внутреннее приложение для сотрудников

Бизнес-архитектура предприятия (ментальная карта)

Критически важные бизнес-процессы:

1. Разработка продукта

2. Производство

3. Маркетинг и реклама

4. Продажи

5. Обслуживание клиентов

6. Логистика и доставка

7. Анализ и отчетность

To do list:

- Определить требования к новым продуктам.

- Составить план производства.

- Разработать рекламную стратегию.

- Обучить сотрудников по обслуживанию клиентов.

- Оптимизировать процессы логистики.

Связи между критически важными бизнес-процессами

|  |
| --- |
| | Бизнес-процесс | Связи с другими процессами |
| | Разработка продукта | Влияет на производство, маркетинг | |
| | Производство | Зависит от разработки и логистики | |
| | Маркетинг и реклама | Влияет на продажи, зависит от разработки | |
| | Продажи | Зависит от маркетинга, обслуживания клиентов | |
| | Обслуживание клиентов | Влияет на продажи, зависит от |