**Business performance management (**[**Business intelligence**](https://www.google.ro/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjm_-H89bnYAhXoBZoKHYLaCGMQFgguMAE&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FBusiness_intelligence&usg=AOvVaw1BVwRpZYedbQJW3l2RROUD)**)**

Managementul perfomanţei unei afaceri se referă la acele acţiuni sau procese din cadrul unei organizaţii care au în vedere realizarea obiectivelor si evaluarea constantă a rezultatelor obţinute într-un interval de timp.

Firma S.C. FMI Construct S.R.L. are ca obiect principal de activitate comerţul cu ridicata al materialului lemnos şi de construcţii.

Societatea comerciala S.C. FMI Construct S.R.L are ca principal obiectiv de activitate achizitionarea, confectionarea si vanzarea cu ridicata a urmatoarelor produse:

- materiale de constructii

- materiale de zidărie;

- lianți

- agregate;

- materiale hidroizolante;

- materiale termoizolante;

- materiale fonoizolante;

- materiale de finisare.

- adezivi, parchet si faianta, adezivi si lianti;

- baterii sanitare, betoane, sape si mortare;

- cabine de dus, ceramica decorativa si ciment, cofraje;

- constructii alei, trotuare si platforme,corpuri de iluminat si cosuri de fum;

- echipamente si accesoriii pentru igiena in toalete;

- elemente de fixare si organe de asamblare;

- fantani arteziene si garduri metalice, gresie si faianta;

- hidroizolanti, instalatii si echipamente pentru epurarea apei;

- izolatii anticorozive, izolatii fonice si termice,linoleum, lucrari de alimentare cu apa;

- marmura, granit si materiale izolatoare;

- parchet, pardoseli din PVC,pavele, dale, grile iarba si bordure;

- perdele si galerii, pigmenti, placari gips-carton;

În prezent activitatea firmei se desfăşoară la sediul social din localitatea Timişoara, Calea Lugojului nr. 66 jud. Timiş, unde sunt amplasate  birourile administrative. Birourile administrative cu o suprafaţă de 160 mp pe doua nivele, inchiriate pentru suma de 800 euro pe lună.

Societatea în prezent are 40 de angajaţi şi doi prestatori cu contracte de furnizare de materiale de construcţii - în baza organigramei aprobate de AGA.

Astfel, administratorului firmei are in subordine trei compartimente:

* departamentul economic-administrativ-ru  (3 economişti, 1 asistent administrator, 2 juridic)
* departamentul resurse umane (2 recrutori)
* departamentul comercial (2 asistenţi vânzări )
* departamentul IT (2 IT-işti)
* departamentul de logistica (2 magazioneri, 4 şoferi).
* Departamentul de manipulare marfă (20 muncitori)
* Departamentul de relaţii cu clienţi (2 call-center)

Comunicarea cu beneficiarii, se face prin reprezentanţi desemnaţi şi prin administratorul firmei. În interiorul firmei comunicarea se face în scară ierarhică.

În anul 2017, societatea a realizat o cifră de afaceri de 669.699 lei şi un total al veniturilor în suma de 1.333.501 lei. Veniturile obţinute sunt constituite în principal din activitatea de vânzări de marfuri-materiale de construcţii .

Strategia afacerii are drept obiectiv general obţinerea unui echilibru cât mai bun între: riscurile firmei, condiţiile de mediu, resursele disponibile, concurenţa, perspectivele pe termen lung.

Strategia adoptată de către societate este cea de diferenţiere prin care urmareşte să dobândească statutul de unicat în afacere prin câteva caracteristici ale ofertei sale, caracteristici ce se bucură de o largă apreciere din partea clienţilor. Diferenţierea se face prin intermediul materialelor de construcţii de calitate şi a personalului calificat. Muncitorii direct productivi sunt bine pregătiţi şi instruiţi să pună pe primul loc calitatea.

Valorile în care societatea crede sunt: productivitate şi eficienţă, profesionalismul echipei, experienţa, clienţii, calitatea produselor vândute. Numai datorită unei echipe puternice, unite şi bine pregătite profesional va reuşi să-şi facă un renume, prin produsele şi serviciile pe care le oferă.

Experienţa acumulata pană în prezent ii dă siguranţa că poate merge inainte promovând calitatea şi eficienţa în tot ceea ce face. Societatea doreşte să construiască relaţii de bună colaborare cu toţi clienţii, bazate pe încredere şi respect faţă de necesităţile acestora.

Piaţa liberă îi permite să colaboreze şi în acelaşi timp să concureze cu firmele de construcţii, aplicând metode de lucru moderne.

Obiectivul firmei este să ofere soluţii optime, de calitate, care să respecte cerinţele beneficiarilor şi bugetul alocat. Toate acestea le va realiza cu o echipă tehnică bine pregatită, capabilă să aplice tehnologiile şi sistemele de lucru la nivel european.

**SEGMENTAREA PIEŢEI**

Segmentarea pieţei constă în divizarea ei in grupuri distincte de cumpărători care au comportament distinct şi care solicită un anumit mix de marketing. Societatea are ca ţintă următoarele segmente de piaţă pe care doreste să-şi dezvolte oferta, divizate după urmatoarele criterii:

Criterii geografice: Activitatea are specific zonal, cu excepţia comenzilor venite din afara judeţului, dar care nu se ridică la 10% din activitatea firmei.

Criterii demografice: Clienţii firmei sunt persoane fizice şi juridice, firme cu capital privat, care nu caută neapărat preţuri minime, ci produse de calitate şi cu o implicare minimă în activitatea de aprovizionare. Persoanele beneficiare sunt cu vârsta cuprinsă între 30 şi 50 ani.

Criterii psihografice: Persoanele fizice sunt persoane din toate clasele sociale, preponderent cu venituri medii şi mari din clasa sociala de mijloc şi superioară, care sunt foarte atenţi la calitatea produselor cumpărate şi mai ales la aspectul calitate-preţ.

**Activitatea de promovare a vanzarilor**

Pornind de la convingerea că rolul publicităţii este de a determina o evoluţie crescătoare a cererii pentru produsele/materialele oferite, societatea intenţionează ca in anul 2018 să deruleze o publicitate în conformitate cu:

* obiectivele generale ale societăţii
* posibilităţile financiare
* oportunitatea şii eficienţa estimată a acestora.

In acest context am identificat ca esenţial de stabilit următoarele elemente principale:

**Scopuri urmărite prin publicitate**

* promovarea imaginii   companiei şi a calităţii produselor;
* crearea de relaţii stabile şi performante cu partenerii (furnizori şi clienţi).

**Mesajul de transmis**

Mesajul general de transmis este că  SC FMI Construct S.R.L oferă avantaje şi beneficii potenţialilor clienti prin:

* utilizarea de materiale şi tehnologii de top;
* servicii şi produse de cea mai bună calitate;
* disponibilitate permanentă în raport cu clientul;
* un raport preţ-calitate-timp, foarte bun;
* garanţii reale şi modalităţi de rezolvare a garanţiilor.

**Canale şi metode utilizate**

În general vor fi utilizate toate canalele de publicitate specifice: vizuală, tipărituri, reclamă fizică static acestea însemnând: afişe, website, pagina facebook, reclame pe alte site-uri etc. Campania de publicitate se adresează  societăţilor comerciale şi persoanelor fizice.

**Obiectivele activităţii publicitare**

Obiective generale ale publicitatii  SC FMI Construct SRL pentru anul 2018:

* consolidarea firmei
* promovarea continuă a imaginii firmei
* promovarea serviciilor oferite de firma
* consolidarea relaţiilor cu furnizorii
* încadrarea în bugetul stabilit cu atingerea deplină a obiectivelor propuse.

**Obiective informative**

* descrierea serviciilor oferite
* corectarea impresiilor false
* Obiective de convingere
* reorientarea preferinţelor
* convingerea potenţialilor clienţi în studierea ofertei  SC FMI Construct SRL

**Obiective de reamintire**

* reamintirea periodică că SC FMI Construct SRL oferă servicii în construcţii
* menţinerea unui grad ridicat de informare asupra ofertei

 Zona de publicitate este judeţul Timiş, în principal Timişoara.

**Structura publicităţii**

Conform structurii activităţii  SC FMI Construct SRL, politica de publicitate se va referi la deomeniul de activitate:

- vanzarea efectivă a materialelor de construcţii şi a produselor firmei

Bugetul de publicitate: 3000 euro

**Obiectivele pe termen scurt ale companiei**

Având în vedere domeniul de activitate şi anume comerţul materialelor de construcţii, printre obiectivele pe termen scurt se numără:

* Vânzarea efectivă a produselor/materialelor de construcţii
* Promovarea zilnică a produselor şi a brandului FMI Construct pe diverse reţele de socializare şi pe site-ul official
* Îmbunătăţirea relaţiilor comerciale prin cerere de feedback şi rezolvarea unor probleme apărute la un moment dat
* Training constant pentru personalul începător pentru a evita erori
* Training constant pentru personalul cu vechime pentru a ţine pasul cu tehnologia, legislaţia şi diversele schimbări la nivel de companie
* Urmărirea efectivă a comenzii date de client, de la procesarea comenzii până la livrarea comenzii în condiţii benefice clientului
* Plata utilităţilor sediului în timp util pentru a evita întârzieri şi probleme în legatură cu comenzile efectuate de client
* Plata facturilor furnizorilor de servicii -firmele care colaboreaza cu SC FMI Construct S.R.L – de exemplu furnizorii de transport care asigură transportul de materiale de construcţii de la firma furnizoare la sediu SC FMI Construct. Este important să menţinem un echilibru în acest sens pentru ca firmele furnizoare să nu renunţe la contractele aferente.
* Menţinerea angajaţilor şi un mediu propice pentru muncă
* Verificarea şi asigurarea constantă că toate departamentele companiei SC FMI Construct SRL îşi îndeplinesc task-urile zilnice
* Verificarea erorilor de orice fel (erori comenzi, facturi, depozit, legal etc) şi rezolvarea lor în cel mai scurt timp
* Orice schimbare în cadrul companiei care poate aduce un deficit
* Urmăriea constantă a concurenţei (acest aspect este foarte important în măsura în care ne oferă date esenţiale despre cum am putea implementa o strategie de abordare a clienţilor)
* Verificarea produselor primite de la furnizori
* Depozitarea adecvată a produselor şi în funcţie de fragilitatea lor
* Alegerea materialelor de construcţii pentru comenzi în funcţie de starea lor
* O atmosfera plăcută la birou în aşa fel încat sa menţină o stare productivă a personalului

**Obiectivele pe termen mediu şi lung ale companiei**

Strategia de dezvoltare a S.C. FMI Construct S.R.L. pe termen mediu şi lung presupune realizarea unor obiective bine definite, prin prisma următoarelor puncte cheie:  
- eficientizarea activităţilor zilnice

- Cererea pe piaţă să fie satisfăcută  
- Evitarea fluctuaţiei de personal este de asemenea foarte importantă; este un factor important care poate duce la destabilizarea activităţilor zilnice

- reducerea costurilor tehnologice şi de exploatare;  
- creşterea calităţii serviciilor si produselor vândute;  
- atragerea noilor clienţi.  
Strategia are ca scop asigurarea satisfacţiei consumatorilor în condiţii optime, la preţuri accesibile şi cu respectarea principiilor companiei.

Realizarea obiectivelor propuse poate fi obţinută prin concentrarea eforturilor asupra următoarelor aspecte importante:  
- managementul – introducerea şi aplicarea celor mai bune practici internaţionale de administrare şi evaluare a oportunităţilor de reorganizare instituţională;  
- serviciul clienţi – vizează modul cel mai eficient în care poate fi intensificată orientarea spre client a SC FMI Construct SRL, obţinând astfel un grad sporit de satisfacţie a clientului şi, în consecinţă, o mai mare competitivitate, o rată mai bună de achitare şi un timp mai scurt de colectare. Estimările privind cererea, tarifele şi aspectele contractuale, precum şi o bună poziţionare a imaginii companiei constituie componente de importanţă majoră ale acestei strategii;  
- strategia financiară – vizează creşterea viabilităţii şi durabilităţii financiare a SC FMI Construct SRL .Sunt exploatate posibilităţile de reanimare financiară a întreprinderii, prin restructurarea structurii activelor, creşterea veniturilor, scăderea costurilor şi îmbunătăţirea situaţiei fluxului de numerar al companiei;  
- resursele umane – vizează utilizarea în condiţii de eficienţă sporită a celei mai valoroase resurse de care dispune SC FMI Construct SRL – personalul companiei. Aceasta cuprinde sisteme de salarizare, recrutare şi evoluţie în carieră, dezvoltarea competenţelor, mediul de lucru şi politica de echilibru între sexe;  
- de mediu – conţine rezultatele activităţilor pentru sporirea gradului de ecologizare a întreprinderii. Este foarte importantă contribuirea la îmbunătăţirea condiţiilor de mediu. Obiectivul strategic este: “Protecţia mediului, în conformitate cu reglementările naţionale şi cele ale Uniunii Europene”, care pot fi realizate prin intermediul: reducerii impactului asupra mediului în cadrul proceselor interne ale SC FMI Construct SRL”;  
- de operaţii – consideră importantă deplasarea atenţiei asupra vânzării existente vis-à-vis de accentul pus asupra cererii. Aceasta va avea efecte pozitive pe termen scurt şi mediu asupra eficienţei operaţionale şi financiare, precum şi efecte pe termen lung.   
- de investiţii – se axează pe direcţiile prioritare care ar permite atingerea eficienţei prin utilizarea eficientă a mijloacelor financiare destinate investiţiilor capitale.