

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МАСТЕР-ПЛАН КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ДЛЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ ООО "ОФОРТ"

Анотація. Раскрыты этапы построения и поддержания имиджа успешной компании, предложены мероприятия по обеспечению безупречной репутации.

Анотація. Розкрито етапи побудови та підтримки іміджу успішної компанії, запропоновано заходи щодо забезпечення бездоганної репутації.

Annotation. The stages of building and maintaining the image of a successful company, the measures to ensure the perfect reputation have been disclosed.

Ключевые слова: имидж, успех, репутация, коллектив, эффективность, Мастер-план.

В современных условиях ведения бизнеса все большей актуальности набирает вопрос конкуренции брендов, имиджей компаний, а не только товаров, которые они выпускают. Имидж и репутация – самое ценное имущество компаний. Корпоративный имидж и репутация образуют первый и второй этажи структуры любого бизнеса, над которым достраивается все остальное. Внимание, которое уделяет фирма своему имиджу и своей репутации, является залогом ее успеха и процветания в будущем.

Для формирования могущественного имиджа, как личного, так и корпоративного, необходимо прикладывать большое количество усилий на протяжении всего времени функционирования компании. Одним из шагов на пути достижения данной цели является создание имиджеформирующей системы. И такая система укладывается в Мастер-план, который помогает компании построить прочный фундамент для формирования эффективного внутреннего и внешнего имиджа.

Мастер-план – официальный документ, прописывающий шаги построения эффективного всестороннего имиджа компании. Он является основополагающим и необходимым документом для компаний, планирующих вести длительную успешную деятельность. Документ составлен для строительной компании ООО "Офорт", которая занимается оформлением зданий, разработанных архитектурными бюро и дизайн-студиями. Стеклопанельные фасады, офисные перегородки, витражи, зимние сады становятся необходимой частью архитектуры современного города.

Для эффективного ведения бизнеса менеджерам организации необходим подробный план достижения дополнительных конкурентных преимуществ в виде прописывания фундаментальных основ компании и ее внешнего имиджа. Основными составляющими фундамента являются принципы, положение о цели создания компании, корпоративная философия, долгосрочные цели компании и ее стандарты.

Принципы – это образ жизни компании. От правильности их построения зависит успешность позиционирования компании среди конкурентов, в глазах потребителей и членов коллектива.

*Всякого рода беспринципная деятельность
в конце концов приводит к банкротству.*

Йоганн Вольфганг Гёте

• **Ответственность, уважение, целеустремленность.**

Ясность цели повышает управляемость компанией. Владимир Костельман.

• **Компетентностный подход.**

Почет ценнее известности, уважение ценнее репутации, честь ценнее славы. Никола Себастиан Шамфо.

• **Уважение закона.**

Закон одинаков что утром, что вечером, потому что, где кончаются законы, там начинается тирания. Питт.

• **Ориентирование на успех.**

Взлетает лишь тот, кто не жалеет сил на разбег. Владимир Борисов.

• **Следование принципу конкурентной борьбы.**

Конкуренция или становится добросовестной, или перестает быть интересной. Михаил Мамчич.

• **Соблюдение этических правил и норм поведения.**

В культуре основанием служит вершина. Григорий Ландау.

• **Следование принципу "кайдзен".**

Тот, кто не смотрит вперед, оказывается позади. Джордж Герберт.

• **Принцип причастности.**

От верности в малом зависит успех в великом. Аврелий Августин.

Прописывая принципы, на которые должны опираться сотрудники компании, правильно ориентируя их на выполнение поставленных задач в соответствии с этими принципами, руководство компании надеется на то, что, приняв и следуя этим принципам, сотрудники будут корреспондировать свои действия и поступки с ними.

Положение о цели создания компании определяет обязанности сотрудников компании и ориентирует на

Основная цель компании ООО "Офорт" – обеспечение украинцев современным качественным жильём, которое отвечает всем международным нормам строительства, а также давать клиентам новое качество жизни.

Для данной компании характерны следующие долгосрочные цели:

Войти в пятерку лучших строительных компаний.

Построить не менее 25 % украинского рынка элитного жилья.

Постоянно выделяться эффективными и нестандартными технологиями, использовать наиболее передовые и конструктивные решения, а также последние достижения в области строительства.

Повышать профессиональный уровень отрасли.

Для достижения поставленных целей и построения имиджа важна слаженная работа персонала, для чего необходимо четко определить стандарты его поведения и внешнего вида. Ключевым является деловой стиль в одежде, вежливость и профессионализм в работе с клиентами и партнерами.

Осязаемый имидж формируется из восприятия бизнеса клиентами и партнерами при помощи их пяти чувств. Впечатление складывается из зрительного и звукового образа, из ощущений и запахов.

Первым шагом в этом направлении является название – ООО "Офорт". Название подчеркивается лозунгом: "ООО "Офорт" – мы строим новую жизнь".

Особое значение в формировании имиджа организации имеет репутация руководителя – "лидера организации". Именно от первого лица компании во многом зависит принятие важных решений, а также то, как будет воспринята компания общественностью. Имидж руководителя – это совокупность определённых качеств, которые люди ассоциируют с определённой индивидуальностью личности. Имидж руководителя может быть позитивным, негативным и нечетким (завуалированным). Руководитель любой организации, как правило, стремится к созданию позитивного личного имиджа.

Можно выделить следующие составляющие имиджа руководителя организации:

персональные характеристики: физические, психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений и т. д.;

социальные характеристики: статус руководителя организации, который включает не только статус, связанный с официально занимаемой должностью, но также и с происхождением, личным состоянием и т. д.

Термин "элитное жилье" означает идеологию фирмы, отражает подходы к внешнему и внутреннему облику зданий, оснащению их инженерными сетями и применению самых современных технологий.

Компания очень ценит эмоциональную удовлетворенность каждого клиента, отвечая за качество не только продукции, предоставляя гарантию, но и за качество процесса работы компании, а именно:

индивидуальный подход, понимание психологии поведения типа клиентов;

каждый сотрудник должен понимать, что он лицо фирмы и от него зависит имидж, репутация и финансовое состояние компании;

идеальная чистота вокруг компании и внутри нее;

наличие парковки;

наличие охраны;

консьерж, открывающий дверь клиенту;

ключом поддержания компании в сознании людей является постоянное стремление соответствовать высоким стандартам во всем, что мы делаем и чем окружаем.

ООО "Офорт" строит такие дома, которые отвечают современным требованиям человека.

Главное достояние компании – творческая команда единомышленников:

- Компетентность и ответственность.
- Творчество и исполнительность.
- Отзывчивость и доброжелательность.
- Стремление к совершенствованию.

Персонал ценит интеллигентность и культуру своих коллег.

Также отношение персонала к работе будет налажено с помощью предоставления поощрительных поездок на международные тренинги, семинары, способствующих развитию персонала. Возможно предоставление дополнительного творческого отпуска для восполнения сил.

Еще одним пунктом воспитания лояльности персонала будет предоставление возможности обучения детям сотрудников за счет компании в случае прохождения отбора и выбора профильного для компании направления обучения.

Таким образом, выполнение Мастер-плана поможет архитектурно-дизайнерской компании ООО "Офорт" повысить осведомленность и приверженность клиентов, установить эмоциональные связи с клиентами и партнерами, создать имидж успешной компании, которой можно верить.

Научн. рук. Седова Л. Н.

Литература: 1. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб. : Изд. "Питер", 2000. – 224 с. 2. Методические рекомендации по самостоятельному изучению раздела 2 курса "Этика делового общения" для студентов всех специальностей всех форм обучения / сост. Л. Н. Седова, Л. Э. Добрунова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 152 с. 3. Седова Л. Н. Могущество имиджа : учебн. пособ. Ч. 2 / Л. Н. Седова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2005. – 400 с.