Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/406595

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Менеджмент (другое)

-

Для успешной реализации инновационной стратегии организации необходимо использовать различные виды инноваций в зависимости от своих целей и потребностей. Ниже представлены четыре основные стратегии, которые помогут достичь этой цели: дифференциация продукта, улучшение продукта, технологическое лидерство и оптимизация процессов.
Первая стратегия связана с созданием совершенно нового товара на основе изобретения. Она предполагает разработку и внедрение инновационных решений, которые позволят организации обладать уникальным продуктом на рынке. Кроме того, оптимизация процессов и улучшение продукта также являются важными компонентами данной стратегии.
Вторая стратегия предполагает совершенствование выпускаемого товара на основе ноу-хау. Здесь акцент делается на развитии новых технологий и методов производства, что приведет к улучшению параметров товара и его конкурентоспособности. Подобная стратегия позволяет организации поддерживать лидерство на рынке и укреплять свои позиции перед конкурентами.
Третья стратегия состоит во внедрении новой технологии на основе изобретения. Здесь основное внимание уделяется применению новых научно-технических разработок и изобретений, что позволяет организации развиваться и соответствовать современным требованиям рынка.
Четвертая стратегия заключается в совершенствовании действующей технологии на основе ноу-хау. В данном случае компания сосредоточивает свои усилия на оптимизации существующих производственных процессов, внедряя новые методы и технологии, которые позволяют повысить эффективность и качество продукции.
Таким образом, различные виды инноваций и стратегий позволяют организациям быть конкурентоспособными, современными и успешными на рынке, осуществлять постоянное развитие и повышать уровень своей производительности.

8. Разработать бизнес-модель внедрения инноваций (рис. 4 –бизнес-модель внедрения инноваций в компании ООО «Городок»

Небольшой выбор Рынок Введения акционных программ Увеличение качества продуктов за счет более качественной проверке товара при приеме от поставщика Партнерство с российским малым бизнесом (отечественные фермерские хозяйства)
Увеличение ассортимента продукции Повышение конкурентного преимущества Качественные продукты Индивидуальный подход
Снижение затрат за счет поиска новых поставщиков и сотрудничества с фермерскими хозяйствами
Рис. 4 БМ венчурного стартапа

Развитие клиента Развитие продукта
Захват новых рынков сбыта (продажа детский товаров, а также увеличение сегмента сезонных предложений) Высокий уровень предложений Введение сезонных товаров высокого спроса Аналогичные ритейлеры Снижение цен на товары / введение акций
От 18 до 70 Сми, интернет ресурсы Владельцы компании Увеличение вида предоставляемых товаров, Увеличение числа постоянных клиентов,
Динамика показателя «прибыль – рекламный бюджет» Увеличение притока клиентов введением акционных мероприятий и внедрением эксклюзивных товаров
Прогрессивная модель доходов Минимизация структуры затрат

Рис.5 БМ «прорывного» мышления

9. Общие выводы и заключение

Стратегическое управление является неотъемлемой частью успешного функционирования любой компании, особенно в сфере розничной торговли. В рамках данного объемного текста мы будем анализировать стратегическое управление продуктовым ритейлером ООО "Городок".
ООО "Городок" является одним из ведущих участников рынка продуктового ритейла, предлагая широкий ассортимент товаров и услуг для своих клиентов. В своей стратегии управления компания фокусируется на нескольких ключевых аспектах.
Во-первых, "Городок" осуществляет тщательный анализ рынка и конкурентной среды. Это позволяет установить актуальные требования и предпочтения потребителей, а также выявить сильные и слабые стороны конкурентов. На основе этого анализа компания разрабатывает уникальные и компетитивные стратегии, направленные на выделение среди остальных участников рынка.
Во-вторых, "Городок" активно работает над развитием и укреплением своего бренда. Компания осознает важность имиджа и репутации в сегменте продуктового ритейла и поэтому вкладывает значительные ресурсы в создание, управление и продвижение своей марки. Это включает в себя качественную упаковку товаров, целенаправленное рекламное продвижение, а также уделяется внимание коммуникации с клиентами для укрепления их лояльности к бренду.
Третий аспект, на который делает упор "Городок" в своей стратегии, - это развитие эффективной системы логистики. Компания стремится обеспечить быструю и надежную поставку товаров на полки своих магазинов, а также улучшить процессы складирования и управления запасами. Оптимизация логистических процессов позволяет повысить эффективность работы компании в целом и снизить издержки, что в свою очередь может влиять на цены товаров и конкурентоспособность компании.
Кроме того, "Городок" активно внедряет технологические инновации в свою деятельность. Это включает автоматизацию и улучшение работы кассовых систем, внедрение систем управления клиентскими данными и аналитикой, а также онлайн-продажи товаров. Внедрение современных технологий позволяет компании быть конкурентоспособной на рынке, обеспечивая более быстрое и удобное обслуживание клиентов, а также повышая эффективность внутренних процессов.
В итоге, стратегическое управление продуктовым ритейлером ООО "Городок" предполагает не только анализ рынка и конкурентной среды, но и разработку уникальных стратегий, укрепление бренда, оптимизацию логистики и внедрение технологических инноваций. Все эти аспекты объединены в цель обеспечения удовлетворенности клиентов и укрепления позиций компании на рынке продуктового ритейла.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/406595