

Тема номера

ИТОГИ АВГУСТА

Продажи. Одна из главных причин невыполнения плана продаж августа – неисполнение в срок договорных обязательств. Особенно острая ситуация с «легкими» механизмами. Как следствие — невысокий процент выполнения заказов в 15-дневный срок (таблица). Приходится принимать заказы со сроком исполнения не 45, а 60 дней. Есте-

ственно, что наших потребителей это не совсем устраивает. Мало кто хочет кредитовать нас в виде 100-процентной предоплаты на двухмесячный срок. Приходится работать на условиях: 50% — предоплата, остальные 50% — после выполнения заказа, что сказывается на поступлении денег.

Производство. Задача месяца — ликвидировать отставание в днях по Бизнес-единице «ЭИМиП» полностью не выполнена. Вновь было допущено много ошибок при введении информации в систему MAX. Выполнение рекомендаций системы — основа ритмичной работы, только так можно ликвидировать отставание. Большая часть задержки пришлось на Отдел закупок. Всплеск отклонений от графика был в середине месяца, к концу августа ситуация несколько улучшилась.

Финансы. Задача — перевод финансовой отчетности за I полугодие в систему GAAP, выполнена. Не удалось существенно снизить налоговую нагрузку на предприятие (заплатили налогов больше предусмотренного планом).

Оборудование. Необходимость закупки каждой новой единицы оборудования нужно всесторонне анализировать. Генеральный директор С. И. Ляпунов

Показатель	Июль 2001 г.	Август 2001 г.	Август 2000 г.
Объем продаж продукции:			
- в текущих ценах	16 454	21 783	19 104
- в сопоставимых ценах	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
Доля заказов, выполняемых в срок 15 дней	57%	59%	64%
Выполнение фин. плана	26 838 тыс. руб.	27 283 тыс. руб.	20 295 тыс. руб.
Размер средней зарплаты	3 242 руб.	3 257 руб. (ожидаемый)	2 514 руб.

пор в стране произведено порядка 26 тысяч этих контроллеров и две трети из них приходится на наш завод.

Новый руководитель «Приборов» — руководитель с жилой конструкторской практикой. Хочется верить, что его назначение поможет собрать в Бизнес-единице конструкторские, научно-технические силы для разработки и освоения в производстве

предложил специалистам учитывать при этом мнение рабочих. Мы не можем позволить себе закупать станки, которые потом будут не полностью задействованы. Это очень дорого. Например, если лет пятнадцать назад на годовую прибыль можно было купить до пятидесяти станков, то теперь от силы десять.

Кадры. Новым руководителем Бизнес-единицы «Приборы» назначен Владимир Константинович Иванов. До после днего времени он был главным конструктором по приборам АСУ ТП и неплохо знает это направление. Одна из причин ухода прежнего руководителя Бизнес-единицы Н. В. Аргандеевой — сомнения относительно будущего приборной техники на нашем заводе. Отметим, что этапы подобных сомнений наше предприятие в своей истории уже переживало. Достаточно вспомнить ситуацию с Ремиконтом Р-130, когда мало кто верил в возможности его широких продаж. Однако с тех

новых изделий приборной техники, которые будут востребованы на рынке.

На совещании со стоялось ставшее уже традиционным анкетирование на волнующие заводчан темы. Были подведены итоги предыдущего опроса на тему «Что нужно сделать для повышения сплоченности команды?». Результаты: 21% — должно быть стремление к общей цели и результату; 15% — нельзя часто менять руководителей, должно быть постоянство кадров; 13% — необходимы уважение и доверие друг к другу, повысить культуру общения; 6% — нужна совместная работа конструкторов, производственников, технологов при разработке изделий; 6% — необходим хороший подбор высококвалифицированных специалистов и руководителей не старой «закваски»; 5% — доводить информацию до персонала; 3% — уменьшить нервозность, напряженность работы и «дергание».

Руководству нашего предприятия не безразлично, что волнует заводчан. Оно заинтересовано в получении объективной информации с мест и решении выявленных проблем. О результатах очередного опроса будет обязательно сообщено на следующем итоговом совещании. ☑

Задачи на сентябрь:

- Запустить модуль MAX СБЫТ в опытную эксплуатацию.
- Подготовиться к зиме (мероприятия по обеспечению нормальной температуры в производственных помещениях).
- Сформировать цели завода до 2004 года.

АРМ ПРОДАВЦА: ЧТО ЭТО ТАКОЕ?

23 февраля нынешнего года было принято решение о создании на Интранет-сайте нашего предприятия автоматизированного рабочего места продавца. Сокращенно — АРМ продавца.

Он представляет собой специальный раздел на Интранет-сайте (<http://zeim/armsaler/index.htm>). Доступ к нему можно получить при выборе в главном меню Интранет-сайта раздела «Проекты». АРМ продавца содержит различную информацию о нашем предприятии и продукции. Здесь, например, можно получить бланк заказа на ряд видов продукции, познакомиться с ее техническими характеристиками, прочитав ответы на наиболее часто задаваемые клиентами вопросы о предприятии, об организации у нас процесса продаж, о нашей ценовой политике, о сервисе и гарантийном обслуживании, узнать об отзывах на продукцию и т. д.

Кроме того, раздел АРМ продавца содержит так называемые конфигураторы. Что это такое? Это ряд простых вопросов компьютера, отвечая на которые, можно самостоятельно выбрать товар с нужными характеристиками, узнать его цену. «Конфигураторы» размещены и на внешнем сайте нашего предприятия.

Рассмотрим типичную ситуацию. Потребителю нужен механизм МЭО с определенными характеристиками. Пример первый. Он обращается к нашему предприятию «традиционным способом». Звонит на завод, чтобы переговорить по интересующему его вопросу. Возможно, ему предстоит сделать несколько звонков, прежде чем он выйдет на нужного ему специалиста. На беду, у нашего специалиста не оказалось под рукой интересующего потребителя документа. Он вынужден тратить время на его поиск, одновременно продлевая «визит» клиента на телефоне. Ну а если необходимого документа под рукой все же не оказалось или клиент, не удовлетворенный беседой по телефону, попросил дополнительно выслать каталог? Будет потеряно еще немало времени, сил и средств.

Пример второй. У нашего менеджера по продажам на столе компьютер, с которого есть доступ к «АРМ продавца», а на внешнем сайте — нужная потребителю информация, в том числе в виде «конфигураторов». Клиент может сразу и самостоятельно приступить к выбору нужного ему механизма на сайте.

Последовательность его действий: выходит на наш сайт, открывает раздел «Продукция», затем — «Каталог продукции, механизмы электрические исполнительные», «Конфигуратор, МЭО». На экране монитора надпись «выберите номинальное усилие на валу», перечислены варианты. Выбрал, скажем, «16». Второй шаг — «выберите номинальное время хода вала», снова варианты. Выбрал «10». Третий шаг — «выберите ход выходного вала, в оборотах». Выбрал «0,25». Четвертый шаг — «выберите год разработки». Выбрал «93». Заключительный шаг — «выберите тип датчика». Из предложенных вариантов выбрал «Р». Компьютер выдал ответ, согласно которому запросам клиента соответствует МЭО-16/10-0.25-93 с датчиком Р. Цена — 3255 руб. Тут же указываются условия по ставке.

Если у потребителя возникнут дополнительные вопросы, менеджер сможет ответить на них, используя информацию из АРМ продавца. Покупатель освобождается от необходимости подробно изучать довольно сложный номенклатурный перечень. Таким образом, во-первых, менеджеры по продажам получают возможность более полно и оперативно удовлетворять потребности наших клиентов в получении необходимой информации - достаточно обратиться к компьютеру, подключенному к заводской сети, и правильно сформулировать свои потребности. Во-вторых, клиенты получают возможность самостоятельно получать нужную информацию и оформлять заказы, не теряя дополнительного времени и денег на телефонные звонки, переговоры, факсы и т. п. Все это в итоге способствует тому, что клиент, работая с нами, будет получать удовольствие и помогать нам увеличивать объем продаж.

Проект АРМ продавца делает первые шаги и сейчас активно развивается. За счет лучшего информирования клиентов, автоматизации сбора сведений об их потребностях планируется повысить эффективность работы отдела продаж. Но для достижения успеха необходимо активное участие в развитии «АРМ Продавца» как менеджеров по продажам, так и сотрудников отдела маркетинга, инженерно-исследовательского центра. В следующем номере «Контакт» продолжит информирование о развитии проекта «АРМ Продавца». □

Начальник интернет-группы ОПАСУ В. В. Казарин

ГОССТАНДАРТ ГОТОВИТ КИС ИСПЫТАНИЕ

Контрольно-испытательная станция (КИС) нашего предприятия готовится к аккредитации Госстандартом России на техническую компетентность.

Это значимое для завода событие должно состояться в ноябре, когда ожидается визит представителей федерального ведомства. Специалисты Госстандарта проверят станцию на соответствие требованиям, выполнение которых разрешит проводить на нашем предприятии сертификационные испытания.

За два года, прошедших с момента расширения станции, возможности подразделения заметно увеличились. Проведен ремонт помещений, создано новое оборудование. Например, камера дождя — позволяет проводить испытания на определение любой степени защиты от воздействия воды. В камере установлен расходомер для измерения интенсивности дождя, брендспойты, разбрызгиватель, устройство вертикального дождя. Создан также стенд горизонтального удара для испытания продукции выпускаемой БЕ «Расходомерия».

Имеющееся сегодня на станции оборудование позволяет проводить целый комплекс испытаний:

- электрической прочности и сопротивления изоляции;
- на воздействие внешних факторов (механические, климатические);
- на определение степени защиты от воздействия проникновения твердых тел и воды;
- на надежность.

Рабочие и специалисты станции, которыми руководит С. А. Клопфер, прилагают все усилия к тому, чтобы успешно пройти аккредитацию. Уже подготовлены и отправлены в Госстандарт необходимые документы. Если все пройдет успешно, КИС получит аттестат аккредитации — документ, который регистрирует факт официального признания компетентности станции.

В результате клиенты получают дополнительные гарантии качества нашей продукции, а завод сэкономит средства, которые ранее трагично тратились на проведение испытаний на стороне. □

ЕДИНАЯ АКЦИЯ

Управление собственности Электротехнического Холдинга «ЭЛЕКТРОПРОМИНВЕСТ» приступило к подготовке предложений по переводу предприятий Холдинга на единую акцию. При этом будет учтен опыт компаний, уже прошедших через эту процедуру («ЮКОС», «Норильский Никель», «Сибнефть»). Как показывает практика, основной вопрос, вызывающий дискуссии, — коэффициент обмена акций. Поэтому одна из главных задач подготовительной работы — установление «справедливого» обменного коэффициента для акций различных предприятий. □

КОНТАКТ

Группа рекламы и информации

Информационный бюллетень ОАО «ЗЭИМ»

т.: 3-25