**Тема: бізнес-процеси, пов’язані зі споживачем.**

**Завдання 1.**

Ситуація: Зниження рівня задоволеності клієнтів у фізичному магазині роздрібної торгівлі.

Ви є менеджером у роздрібному магазині, який спеціалізується на продажу електроніки та гаджетів. За останні місяці ви помітили зниження рівня задоволеності клієнтів, що проявляється у зростанні кількості скарг, падінні обсягів продажів та втраті лояльності.

Завдання:

Визначити основні причини зниження задоволеності клієнтів. Чи це пов'язано з обслуговуванням, асортиментом товарів, цінами чи іншими факторами?

Створити регламент забезпечення процесу «Управляти обслуговуванням клієнтів» (вказати ціль процесу, продукт процесу, критерії оцінки продукту, споживачів продукту, регламентні документи процесу, ресурси процесу). Встановити ключові показники ефективності для вимірювання результатів.

**Завдання 2.**

Ситуація: Кав'ярня-кондитерська стикається з проблемою залучення нових клієнтів та забезпечення повернення покупців для утримання стабільного обігу.

Куплена пів року тому кав'ярня кондитерська завжди була у роздумах її власника Михайла. При її купівлі він вважав її прибутковим бізнесом, оскільки раніше дана кав'ярня користувалася попитом серед споживачів та за словами її колишнього власника давала хороші прибутки. Як підтвердження цьому, Михайло, був ознайомлений зі звітністю кав'ярні та на основі певних прогнозів вбачав її майбутню прибутковість на достатньому рівні.

Однак, через пів року діяльності кав'ярні Михайло зрозумів, що справи йдуть не так добре як хотілося - від споживачів надходила невдоволені відгуки, а виручка з кожним місяцем зменшувалася. Намагаючись зрозуміти в чому річ Михайло вирішив провести дослідження та виявив наступне:

- за останні 3 місяці почастішала кількість скарг на одного із працівників - баристу Миколу. За словами споживачів Микола все частіше дозволяє собі грубе відношення зі споживачами та і досить часто не дозволяє скористатися картами з бонусами накопичення, мовляв зараз вони не діють і взагалі знижка у 10% для постійних клієнтів це копійки. На думку Михайла така самовільність Миколи могла призвести до значної втрати постійних клієнтів;

- за рогом, у сусідньому будинку відкрилася нова кав'ярня, яка хоч і має відносно однаковий рівень цін з кав'ярнею Михайла, але у обідній час кількість споживачів нового закладу значно більша за кав'ярню Михайла, оскільки серед продукції є несолодкі перекуси, тоді як асортимент продукції кав'ярні Михайло в основному зосереджений саме на десертах;

- за словами працівників у споживачів почастішали скарги на те, що продукція (десерти) стала несмачна, а інколи взагалі здається, що вона зовсім не свіжа;

- за останні 2 місяці асортимент продукції значно зменшився, оскільки споживачів стало менше, а продукціє має короткий термін придатності.

Завдання:

Запропонувати бізнес-модель залучення нових клієнтів та утримання споживачів. Встановити ключові показники ефективності для вимірювання результатів.