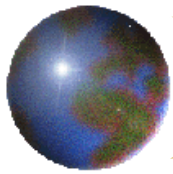


Сети в экономике впечатлений: модели бизнеса XXI века



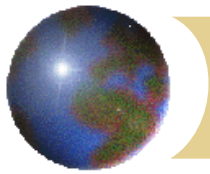
**Родольфо Баджо, Коммерческий университет Луиджи Боккони,
Милан
Марина Шерешева, МГУ имени М.В. Ломоносова**



Содержание презентации

- ❖ Менеджмент 2.0: сети и взаимоотношения
- ❖ Создание ценности для потребителя в сфере услуг
- ❖ Сети в экономике впечатлений





Менеджмент 2.0



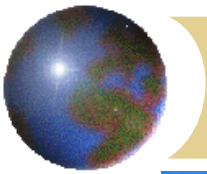
«Изначально управление призвано было решать две задачи... Задачи назывались «эффективность» и «масштаб». А решались они созданием иерархической структуры, формулировкой последовательных целей, четким распределением ролей, системой правил и процедур. Сейчас перед управленцами стоят новые задачи, порожденные изменчивой и безжалостной внешней средой...»

Гэри Хэмел. «Менеджмент 2.0»: новая версия для нового века.
Harvard Business Review – Россия. Октябрь 2009



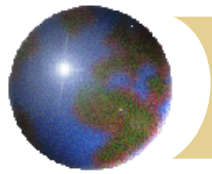
«Добро пожаловать в эпоху постоянно срабатывающей сигнализации, где вся жизнь – сплошная неожиданность, и никто не может сказать, что случится завтра»

К.А.Нордстрем, Й. Риддерстрале. Бизнес в стиле фанк

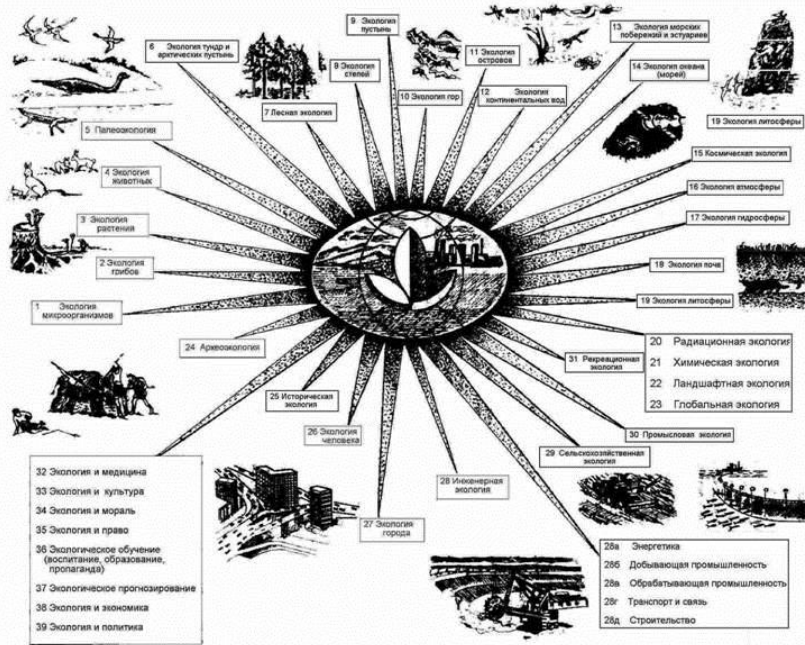


http://ru.123rf.com/photo_8802292_businessman-works-with-social-network.html



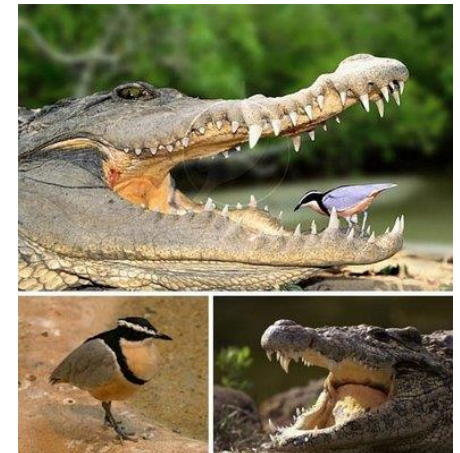


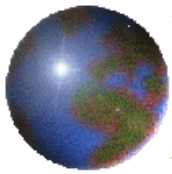
Экосистемы бизнеса



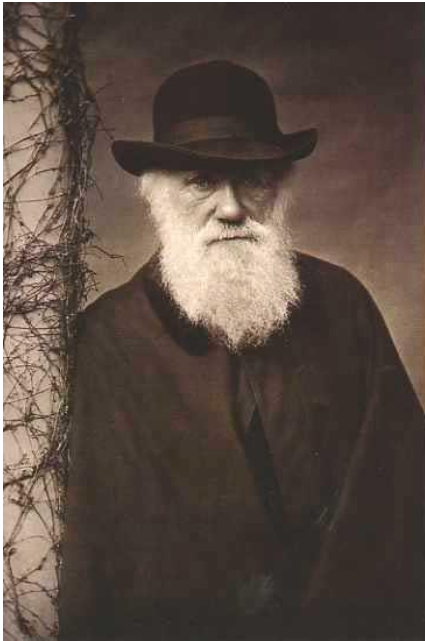
- ❁ Дж. Мур (Moore, 1996):
- ❁ *экосистемы бизнеса* - сообщества, состоящие из производителей, потребителей, рыночных посредников (включая агентов, каналы, продавцов комплементарной продукции и услуг), поставщиков.

Как в биологической экосистеме, любые изменения в экосистеме бизнеса оказывают влияние на систему в целом – потому что все ее элементы взаимосвязаны и взаимодействуют между собой





Сотрудничество конкурентов



✚ Чарльз Дарвин:
наиболее приспособленными оказываются не те, кто физически сильнее или хитрее, или ловчее других, а **те, кто лучше умеет соединяться и поддерживать друг друга!**

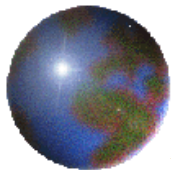
✚ Карл Федорович Кесслер:
взаимная помощь – такой же естественный закон, как и взаимная борьба; но **для прогрессивного развития вида первая несравненно важнее второй**



Съезд русских естествоиспытателей, 1880 г.



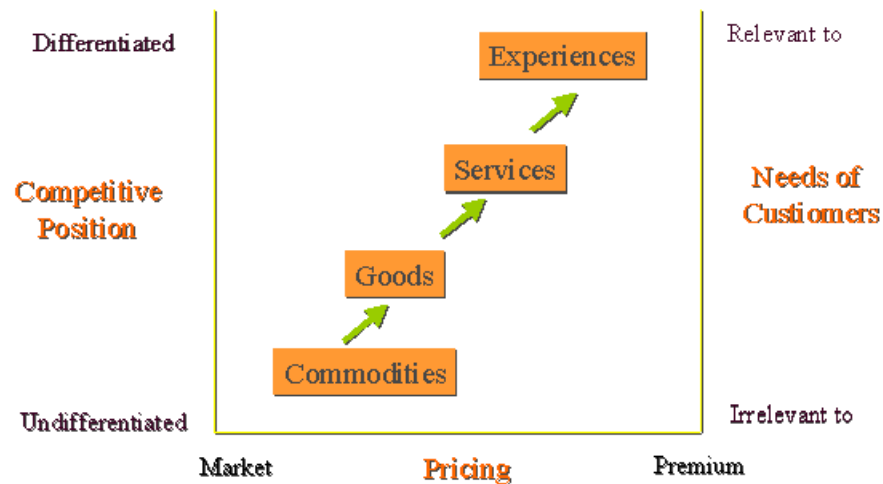
✚ **COOPERATION** = competition + cooperation



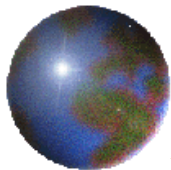
Экономика впечатлений



Joseph Pine & James Gilmore



- ✦ Новая экономика - экономика впечатлений - ориентирована на *ощущения потребителя*
- ✦ В отличие от традиционных отношений между компанией и клиентами (я продал - ты купил; до свидания), компания должна стать «режиссером впечатлений», клиенты - «зрителями» или «гостями»



Концепция «систематического варьирования воспринимаемой ценности»

- ⊕ Техническое качество услуги – «с чем остается потребитель, когда процесс производства услуги закончен» →

стандартизация «технического» качества услуги (ее результата) и реализация этих стандартов на уровне выше среднего по отрасли

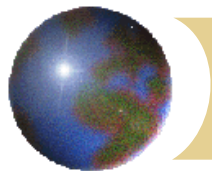
- ⊕ Качество внешнего окружения - «стержень услуги» →

создание внешнего окружения, выгодно отличающего поставщика услуги от других, варьирование элементов внешнего окружения

- ⊕ индивидуальный подход к каждому потребителю в обслуживании персоналом:

- ⊠ *максимально положительное отношение к потребителю*
- ⊠ *максимум проявления этого отношения*
- ⊠ *максимум профессионализма в обслуживании*

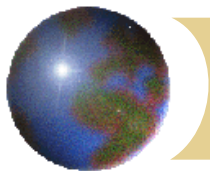
- ⊕ **Совместное создание ценности** - создание продуктов и услуг совместными усилиями всех заинтересованных сторон (компания, ее клиенты и партнеры, другие стейкхолдеры)



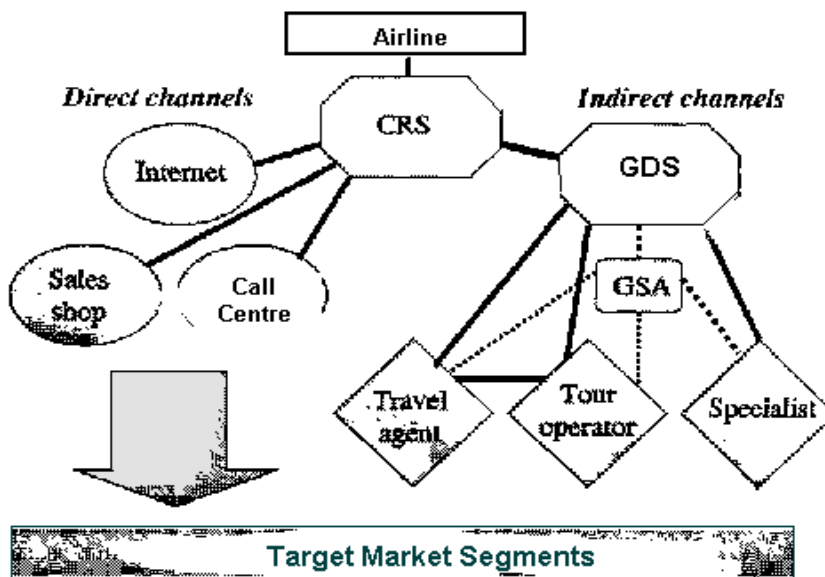
Гостиничный бизнес

- ☉ «Большая семерка» - семь международных игроков: *Accor, Carlson Hospitality, Choice Hotels International, Hilton Worldwide, Intercontinental Hotels Group (IHG), Marriott International, Starwood Hotels and Resorts*
- ☉ Каждая имеет портфель брендов (в сумме – около 40 различных брендов)

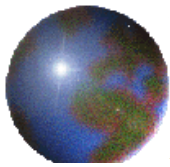




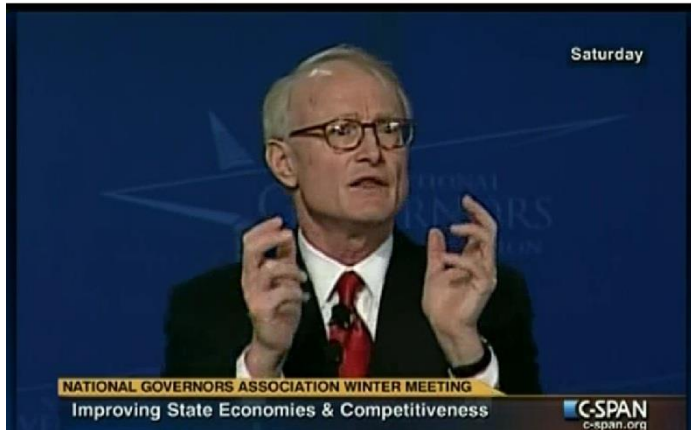
Авиакомпании и турфирмы



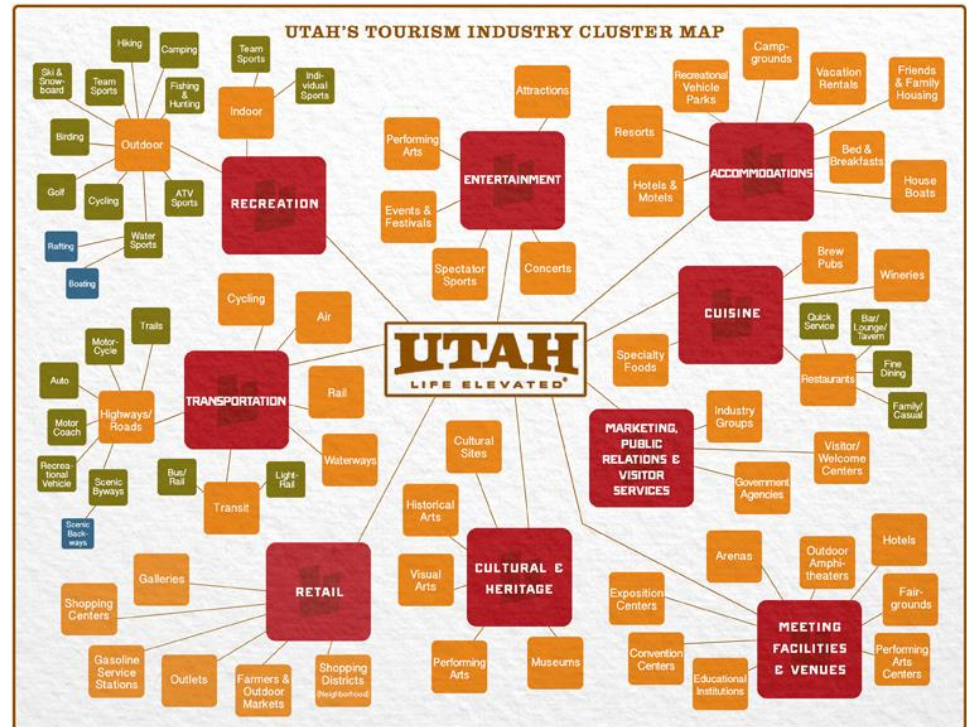
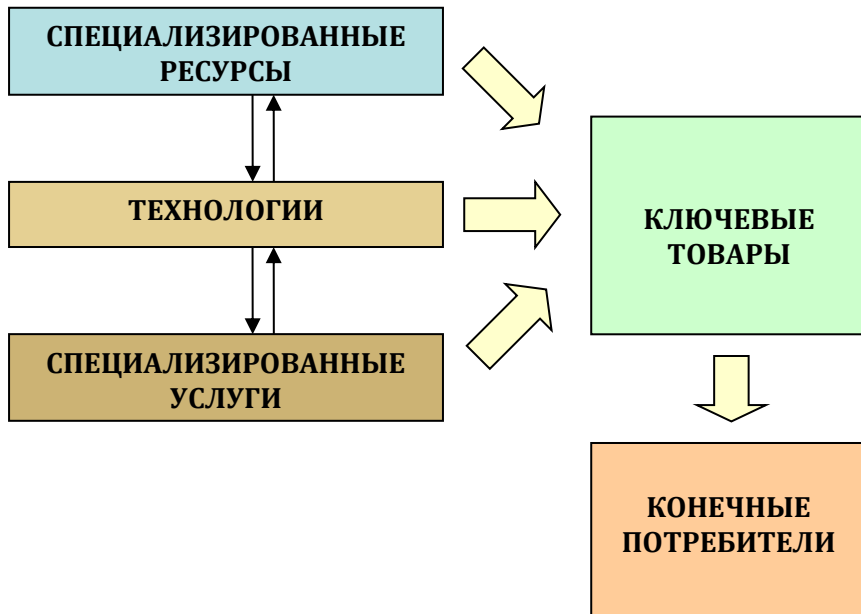
- ✦ Крупные транспортные узлы – «хабы»
- ✦ Соглашения code-sharing, состыковка расписания рейсов
- ✦ Общие офисы продажи билетов
- ✦ Совместные программы лояльности
- ✦ Star Alliance: полеты 24 компаний в 916 аэропортов в 160 странах, возможность перевозки из начального пункта в конечный пункт «по одному билету», «кругосветные билеты» (Round The World Tickets)

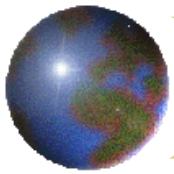


Отраслевые кластеры

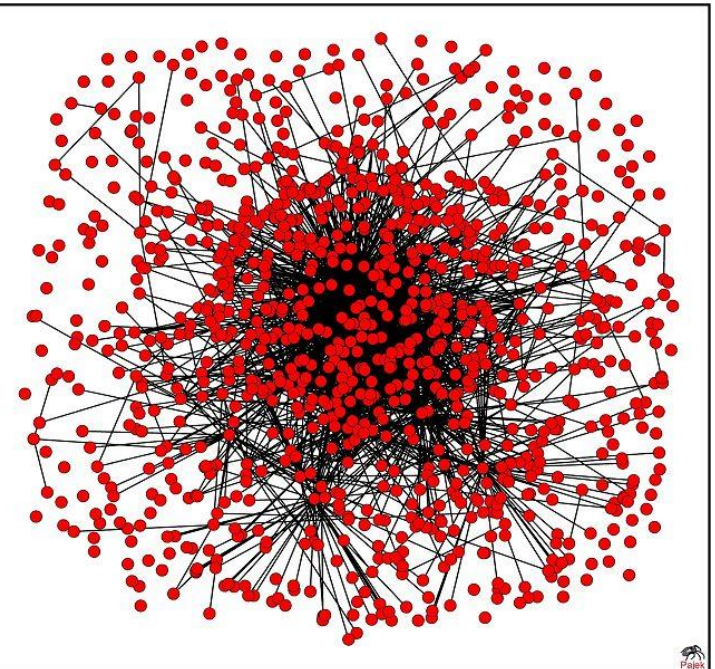


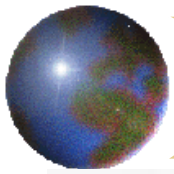
- ✦ наличие группы географически сконцентрированных предприятий, объединенных прямыми и обратными связями
- ✦ общая культурная и социальная среда
- ✦ отраслевая специализация
- ✦ *сеть государственных и частных институтов*, поддерживающих компании кластера
- ✦ наличие хорошо развитого сервиса (включая услуги специализированных маркетинговых, консалтинговых, юридических компаний)
- ✦ участие научного сообщества, результатом которого являются новые разработки и инновации





Туристические дестинации





Спасибо за внимание!

Rodolfo Baggio



Opp
unity

portu



Марина Шерешева

