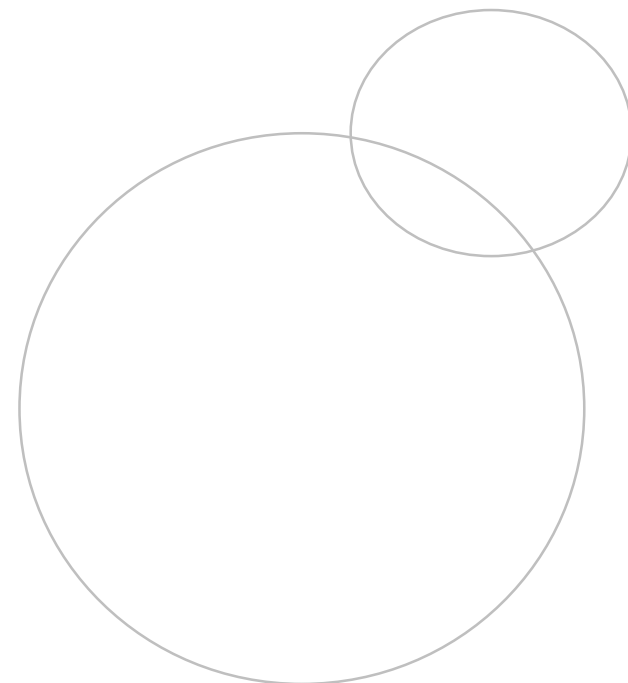




# مدیریت ارزش

www.sadaghianifar.com

محمد رضا صدقیانی فر





جلسه سوم

# زنجیره ارزش در سازمان

[www.sadaghianifar.com](http://www.sadaghianifar.com)



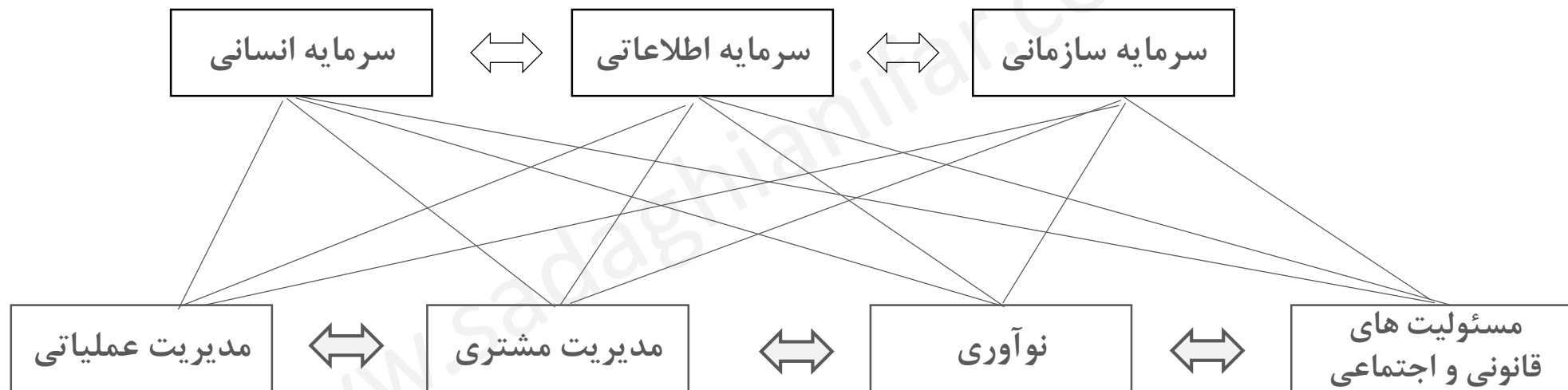
از آنجا که وظیفه سازمان ایجاد و خلق رشد پایدار در ارزش ذینفعان، کاهش هزینه ها، بالا بردن بهره وری و سودآوری بلندمدت است، باید فرایندهای داخلی خود را در جهت توازن نیروهای متضاد، افزایش و تجمیع توان، و همسویی برای ایجاد ارزش های مشخص شده در اهداف تدوین، تنظیم و تجهیز نماید.

- مدیریت عملیاتی : تولید و تحویل محصولات و خدمات به مشتری
- مدیریت مشتری : ایجاد و تقویت روابط با مشتریان
- نوآوری : توسعه محصولات ، خدمات ، فرایندها و روابط جدید
- مسئولیت های قانونی و اجتماعی : تبعیت از قوانین و انتظارات اجتماعی در جهت آفرینش جامعه ای قویتر



## زنجیره ارزش

در سازمان عبارتست از تلفیق همسو و همجهت طبقات ۳ گانه سرمایه ی در اختیار با فرایندهای ۴ گانه داخلی :



سرمایه سازمانی: فرهنگ ، رهبری ، هماهنگی کارکنان ، کار تیمی و مدیریت دانش

سرمایه اطلاعاتی: پایگاه داده ها ، نظام های اطلاعاتی ، شبکه ها و زیرساخت های اطلاعاتی

سرمایه انسانی: مهارت ها ، دانش و استعداد کارکنان



## فرایندهای مدیریت عملیاتی

- ۱- توسعه و حفظ روابط با تامین کنندگان
- ۲- تولید کالا و خدمات
- ۳- توزیع و تحویل کالا و خدمات به مشتریان
- ۴- مدیریت ریسک



## اهداف فرایندهای مدیریت عملیاتی

مدیریت ریسک	توزیع و تحویل کالا و خدمات	تولید کالا و خدمات	توسعه و حفظ روابط با تامین کنندگان	فرایندها
<ul style="list-style-type: none"><li>همکاری با مشتریان و ذینفعان برای مدیریت ریسک و سرمایه</li><li>رهبری در شناسایی ریسک</li><li>یافتن ریسک مناسب و راه حل های کارا با فرایندهای مدیریت ریسک</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>کاهش هزینه خدمات</li><li>ارسال و توزیع مسئولانه</li><li>بهبود کیفیت توزیع</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>کاهش هزینه تولید</li><li>بهبود مستمر فرایندها</li><li>بهبود پاسخگویی فرایند</li><li>بهبود کاربری دارایی های ثابت</li><li>بهبود بازدهی سرمایه در گردش</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>توسعه و حفظ روابط با تامین کنندگان</li></ul>	<b>اهداف</b> <ul style="list-style-type: none"><li>کاهش هزینه تامین</li><li>کسب توانایی های تامین به موقع</li><li>توسعه قابلیت های تامین با کیفیت</li><li>استفاده از ایده های جدید تامین</li><li>شراکت با تامین کنندگان (برون سپاری)</li></ul>



## فرایندهای مدیریت مشتری

۱- انتخاب و گزینش مشتری یا ذینفع

۲- جذب مشتری

۳- حفظ و نگهداری مشتری

۴- رشد ارتباطات ، مبادلات و دادوستد با مشتری



## اهداف فرایندهای مدیریت مشتری

فرایندها	انتخاب و گزینش مشتری یا ذینفع	جذب مشتری	حفظ و نگهداری مشتری	رشد ارتباطات ، مبادلات و دادوستد با مشتری
اهداف	<ul style="list-style-type: none"><li>• شناخت بهتر از بازارهدف و بخش های آن</li><li>• تشخیص مشتریان غیرسودآور</li><li>• هدف قراردادن مشتریان با ارزش</li><li>• مدیریت نام تجاری</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• انتقال و تشریح ارزش قابل ارائه</li><li>• جذب مشتری جدید</li><li>• گسترش بازارهدف</li><li>• ایجاد و توسعه روابط با توزیع کنندگان</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• تدارک خدمات برای مشتریان کلیدی</li><li>• خلق مشارکت های ارزش افزا</li><li>• خلق مشتریان وفادار</li><li>• سرآمدی در ارائه خدمت</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• تولید محصولات و خدمات متعدد</li><li>• فروش راه حل های ویژه</li><li>• مشارکت های روزافزون و برد-برد با مشتری</li></ul>





## فرایندهای نوآوری

۱- شناسایی فرصت های ارائه ارزش های جدید (در قالب محصولات و خدمات جدید)

۲- طراحی و توسعه ارزش های منتخب

۳- عرضه و ارائه ارزش های جدید به مشتریان

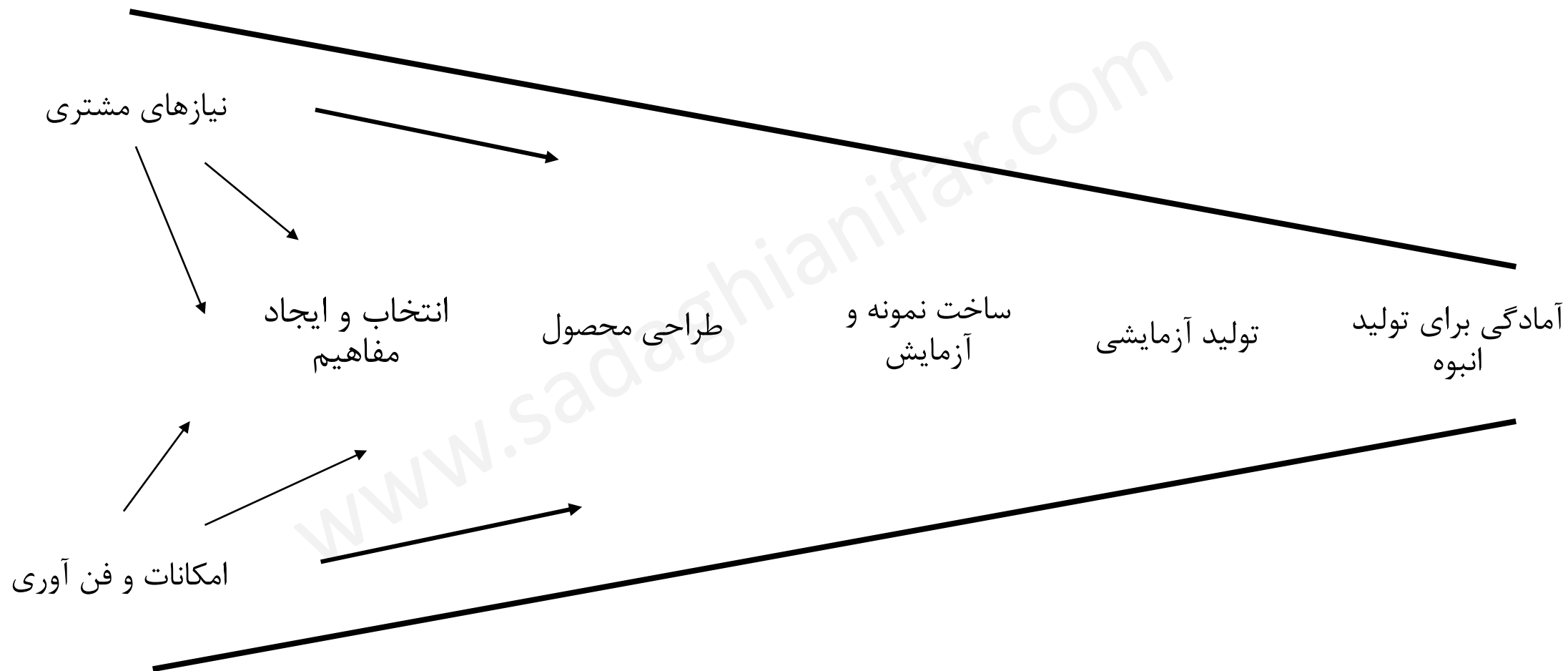


## اهداف فرایندهای نوآوری

فرایندها	شناسایی فرصت های ارائه ارزش های جدید	طراحی و توسعه ارزش های منتخب	عرضه و ارائه ارزش های جدید به مشتریان
اهداف	<ul style="list-style-type: none"><li>پیش بینی به موقع نیازهای بازار، مشتریان و ذینفعان</li><li>کشف و توسعه محصولات و خدمات جدیدتر، کارآمدتر و ایمن تر</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>مدیریت چرخه عمر محصولات و خدمات</li><li>مدیریت هزینه چرخه توسعه</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>عرضه سریع و بهنگام محصولات و خدمات جدید</li><li>تولید موثر محصولات و خدمات جدید</li><li>بازاریابی و توزیع اثربخش محصولات و خدمات جدید</li></ul>

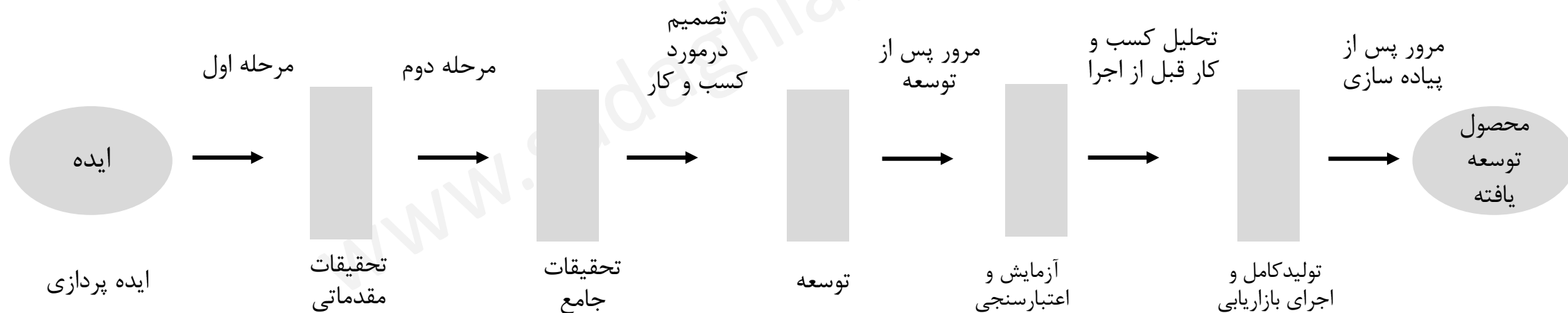


## مدل کیف توسعه محصول



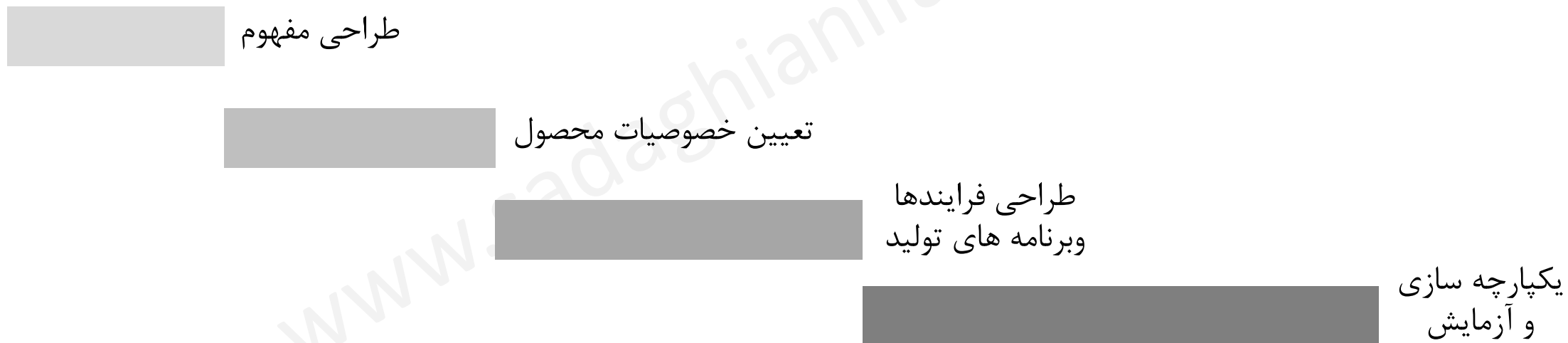


## مدل مرحله ای توسعه محصول





## مدل آبخاری توسعه محصول





## مدیریت فرایندهای قانونی و اجتماعی

- ۱- عملکرد محیط زیستی
- ۲- عملکرد ایمنی و بهداشت
- ۳- فرصت های استخدامی و اشتغال
- ۴- سرمایه گذاری اجتماعی



## مراحل همسوسازی

۱- همسوسازی مدیران شرکت با واحدهای عملیاتی

۲- همسوسازی واحدهای خدماتی و پشتیبانی داخلی

۳- همسوسازی سازمان های بیرونی

۴- مدیریت همسوسازی بعنوان فرایند



[www.sadaghianifar.com](http://www.sadaghianifar.com)



sadaghianifar

[www.sadaghianifar@hotmail.com](mailto:www.sadaghianifar@hotmail.com)

0912-4969-112