



ПАЗАРНА КОНЦЕПЦИЯ (СТРАТЕГИЯ)

ПАЗАРНА КОНЦЕПЦИЯ (СТРАТЕГИЯ) на СиВЗК

Много мениджъри обичат да съветват фирмите да се променят и преосмислят целите си. От СиВЗК обаче защитаваме противоположна идея.

Ние изповядваме продуктова простота и универсалност.

Споделяме три основни принципа:

- 1. Ясно различим основен бизнес и основен продукт.*
- 2. Полагаме големи усилия за да поддържаме бизнес модела си, колкото се може по-опростен.*
- 3. Прилагаме този бизнес модел неотстъпчиво към нови проекти.*

Кооперацията освен това е безкомпромисна относно раздробяване на асортимента си.

Формулата на „опростявай и повтаряй“ се възприема много добре и от малки и от големи компании.

Смятаме, че има три начина за прилагане на модела за повтораемост.

- 1. Изготвяме все по-ясно определени целеви групи от клиенти.*
- 2. Характерно лого с агресивна форма и алтруистично продуктово съдържание, поставено на всичките ни книжа и реклами.*
- 3. „Постна“ управленска система - всяка дейност, която не създава добавена стойност и/или нова продукция, се смята за излишна, освен ако не е изрично изискана от закона.*

Опростеността е полезен инструмент срещу нарастващата сложност в корпоративните структури. Предприятията имат естественото свойство да се разрастват и усложняват. В някои моменти се назначават хора, които да съблюдават за доставките на кламери, а шефът на звеното за доставка на кламери свиква редовни заседания и има задължителни срещи с ръководството. Тази тенденция се задълбочава с разрастването на бизнеса. За да се справят с глобализацията, компаниите започват да използват сложни матрични системи за управление, назначават експерти за развитието на нови технологии и правят редица събрания, които стресират необратимо

нормалните служители. Според СиВЗК това е „скрития убиец“ на сегашния тип бизнес. За да се избегнем това, то трябва да се стремим към повече простота. Това обаче е по-лесно да се каже, отколкото направи. Кооперацията трябва постоянно да налага и да се придържа към мантрата за простота.

„Ролята на председателя е да опростява сложността на бизнеса и да се придържа към основните принципи и политики, той е основният мениджър на СиВЗК“. Простотата в концепцията не е достатъчна.

Същевременно кооперацията има следните, задължителни и неподлежащи на оспорване бизнес практики:

- подмладяване на личния състав;
- възпитание на собствени таланти;
- всички ресурси в пазарно действие и активно застъпничество чрез AMICE;
- сложните административни задачи да не се решават от големи групи специалисти.

СОРП се извършва поне веднъж годишно и е неделима част от настоящата стратегия, като винаги се взема предвид при стратегически решения на предприятието СиВЗК ! За извършването на СОРП се използва Quantitative Reporting Template, адаптиран към изискванията на ЕЮРА, към 31.03.2015г.

НАСТОЯЩАТА КОНЦЕПЦИЯ Е ЧАСТ ОТ ГПР И Е УТВЪРДЕНА НА ГОДИШНОТО СЪБРАНИЕ НА ПЪЛНОМОЩНИЦИТЕ НА ЗАСТРАХОВАТЕЛЯ НА 27.03.2015г.