

به نام خدا

شرکت ایکیا



گردآورندگان:
عطیه زحمتکش
فرناز رسولی

بهار ۹۷

شرکت آیکیا بزرگترین و معروف ترین شرکت لوازم خانگی و خرده فروشی لوازم منزل است که توسط یک شخص سوئدی به نام آقای اینگوار کامپراد در سوئد به وجود آمد.

او با ایجاد کار آفرینی و خلاقیت و نوآوری خودش توانست این شرکت را احداث کرده و تا به امروز در نوع خودش بی نظیر جلوه کند.

شرکت آیکیا در طول سالهای فعالیتش تاکنون یک شعار کلی را مطرح کرده است و آن هم این است که « ما میخواهیم یک زندگی روزمره ی بهتر را برای مردم در سراسر جهان بسازیم ».

و در واقع با این شعار بعلاوه ی ارزش های خاص این شرکت تاکنون توانسته تاثیرات مهمی در زندگی میلیون ها نفر در سراسر جهان بگذارد. تلاش این شرکت بهبود سبک زندگی مردم و کمک به آنها برای داشتن یک زندگی بهتر و کم هزینه تر است که با ایجاد چالش ها و اهداف معین برای خود تاکنون به آنها دست یافته است.

درباره ی آیکیا بطور کلی:

Core Business یا فعالیت اصلی این شرکت تولید لوازم و خرده ریزهای لوازم منزل است. که آنها را با هدف هزینه ی کم و کیفیت بالا طراحی و تولید می کند تا مردم در جامعه از هر قشری بتوانند آنها را تهیه و استفاده کنند.

ارائه کالاها:

کالاهای ارائه شده در این شرکت کاملاً کاربردی و باقیمت های مقرون به صرفه عرضه می شوند. اهمیت به محیط زیست در طراحی و استفاده از منابعی که کمتر محیط زیست را به خطر بیندازد هم جزو قوانین و ارزش های این شرکت است. همچنین بسته بندی هایی که خاص این شرکت است که بصورت **flat pack** یا تخت عرضه می شوند تا اولاً از هزینه ای جابجایی و حمل و نقل برای مشتری کاسته شود ثانیاً مشتریان خودشان می توانند آنها را سرهم بندی کنند. و گاهی نیاز به آموزش خاص هم ندارد. البته این شامل تمامی موارد نمی شود.

هزینه کم:

استفاده از کالای مشترک کاهش هزینه حمل و نقل، استفاده از منابع ارزان و مقرون به صرفه و البته با کیفیت ، باعث ماندگاری محصولاتش در قیمت پایین شده که این امر یکی از استراتژی های اساس شرکت است که ابتدا بایستی توسط مدیر این شرکت رعایت شود. که میبینیم آقای کامپراد خودش در هتل های ارزان قیمت اقامت میکند و ماشینش متعلق به ۲۰ سال پیش است. پس می توان نتیجه گرفت که مدیران شرکت بیشترین تاثیر را در ایجاد ارزش و نام شرکت برای پیشبرد اهداف دارند.

شرکت آیکیا معتقد است که: **we do our pare , you do your pare**

یعنی همکاری بین فروشنده و خریدار بدین صورت که آنها می گویند ، یعنی فروشنده و خریدار جزو خانواده ی بزرگ آیکیا محسوب می شویم و بخشی از کار ها را ما و بخشی را شما انجام می دهید.

و مشتریان را دعوت به مشارکت می کنند. و از این طریق یک ارزش را به زنجیره ی عرضه افزوده و باعث خلاقیت و نوآوری می شوند.

کارکنان آیکیا:



۱- استخدام کارکنان و گزینش آنها:

- * انتخاب افراد مناسب برای کار.
- * همه چیز از استخدام افرادی که با ارزش های سازمان هماهنگ اند شروع می شود.
- * سیاست استخدام آیکیا بر اساس ارزش های سازمان و مهارت افراد است.
- * همکاری کارکنان در تمام سطوح اعم از کوچکترین کارکنان تا مدیران ارشد.

۲- آموزش و توسعه مشتریان شاد = کارمندان شاد

- * آموزش توسط تیم های متخصص (تنها راه رشد).
- * لذت بردن از کار و خشنودی.
- * آموزش از روز اول (چرخش شغلی).
- * آموزش دهنده مانند همکار.
- * آموزش مدیران در جهت بهبود عملکرد مدیریت (آشنایی با مهارت های مدیریتی که منحصر به گسترش ارتباطات با محیط برون سازمانی می شود).

فرهنگ سازمانی:

- * همبستگی پایدار
- * استفاده درست از نام تجاری سازمان در فضای رقابتی
- * ایجاد نوآوری در عین رقابت
- * سیون سینک (نویسنده-مشاور- و سخنران انگیزشی که در حوزه ی رهبری و مدیریت فعالیت دارد)
- می گوید سازمان های بزرگ و موفق با چرا شروع می شود. این هدف و اعتقاد آنهاست. یعنی چرا سازمان وجود دارد؟ این سود نیست بلکه رضایت مشتری است که سازمان را نگه میدارد.

ارزیابی کارکنان:

- ارزیابی به صورت ۳۶۰ درجه به صورت اینکه شامل ارزیابی کارمند، مشتری و همکاران می شود حتی مدیران ارشد.
- این ارزیابی به کارکنان دیدگاه وسیعی از نحوه ی عملکردشان و اینکه دیگران چگونه آنها را می بینند می شود.
- مدیران ارشد متوجه تاثیر کارکنان روی دیگران می شوند.
- و ارزیابی روی مدیریت هم باعث می شود در صورت عدم رضایت می توانند بودجه را به صرف آموزش بیشتر کنند.

مشتریان

- ۱- جلب رضایت مشتریان از اهمیت بالایی در این سازمان برخوردار است.
- ۲- ارتباط با مشتری و شیوه های مختص به خود را دارند.
- بخش فروشگاه و ارتباط با مشتری
- در آیکیا تلاش های زیادی جهت رفاه حال مشتریان انجام شده است که به چند نمونه اشاره می کنیم:
- ۱- فروشگاه های بزرگ درصد کالاها بصورت چیدمان کامل آنها در کنارهم. (بزرگی قابل توجه فروشگاه)
- ۲- طراحی فروشگاه ها بصورت *intentionally designed to disorientate the shopper* یعنی در پیچ و خم های موجود و با مشاهده انواع اجناس انگیزه خرید بیشتر می شود. (ممکن است سبد کالایمان پر شود) (شیوه جلب مشتری) (توسط آقای ویکتور گروئن)
- ۳- تنوع محصولات درون فروشگاه ها (فروشگاه های ایرانی با شناسنامه در آیکای مالمو)
- ۴- معمولا مشتاقان خرید در اروپا بیشتر از آسیاست بدلیل تمایل به مینیمال گرایی.
- ۵- فروشگاه ها معمولا به سه بخش فضای نمایشگاهی، تست فروشگاه برای برداشتن اجناس و خرید، انبارداری محصولات از انبار هم خود مشتریان استفاده می کنند برای کالاهای بزرگتر.
- ۶- فضای رفت و آمد با فلش های آبی روی زمین مشخص شده. (نشان دادن جهت صحیح حرکت منتهی به خروج)
- ۷- مونتاژ و حمل و نقل کامل محصولات بر عهده ی خود مشتریان است تا هزینه ها کم شود.
- ۸- تعداد کم پرسنل و حداقل در فروشگاه با توجه به وسعت و بجای آن اطلاعات و برچسب های روی کالاها.
- ۹- روش های کنترل کیفیت برای آزمایش محصولات
- ۱۰- رستوران های مخصوص . غذای گیاهی - پرداخت های الکترونیکی.
- ۱۱- وجود محل هایی برای بازی کودکان برای سهولت کار خانواده ها.
- ۱۲- رستوران ها فروشگاه های *pop-up* بخصوص در لندن مشاهده شد.

اطلاعات روی لیبل محصول:

مثلاً

Chair
URBAN
White

- Hocking, tap-to-tilt when not in use
- Suitable for both outdoor use and indoor use
- Hole in the seat for draining off rain-water
- Durable, easy care quality
- Also available in: beige, light turquoise, red

Design: C. Östman/M. Dahlbäck
Dhs 175

IKEA Over for more information

Self serve product
12 A

Probably the best thing we've ever designed

One of the secrets behind our low prices is the price tag. It contains full details of usage, materials, sizes and much more. Besides, everything you need to know in order to compare and make the right decision.

In most cases, you don't even need to speak to a salesperson. That means less staff. Which means lower costs. Which means lower prices.

See for yourself at your IKEA store. Browse, collect ideas and inspiration, test, compare – and make your own choice at your own speed.

IKEA

ل

که

□

مشتریان بخش تبلیغات:

(بهترین بخش ارتباط با مشتری)

کاتالوگ ها که بهترین بخش تبلیغات مناسب آیکیا است.(که در داخل فروشگاه ها هم وجود دارند).

- چاپ بصورت مجلات و کاتالوگ های مخصوص.
- کاتالوگ های دیجیتال با همان کیفیت برای داندود با قابلیت هایی مثل جست و جوی متن،فهرست محصولات و... .

اطلاعات کاتالوگ : نوع محصول - قیمت - قیمت های ویژه.

استفاده از تکنولوژی در آیکیا

وجود دستگاه های نصب و باز کردن - کاتالوگ های دیجیتال - تعداد محصولات



IKEA

Ikea is launching an augmented reality app in the fall to preview its furniture.

دیجیتال

مهم

و

است

و

ای

هر

بر

م

م

ی

ای

فر

است

ea

مایکل

کارکنان

راهیابی و ورود به بازار های جدید

راه مدیریت IKEA:

مشکلی که بسیاری از شرکت ها با آن مواجه هستند چگونگی وارد کردن فرهنگ فروش خود و فروش محصولشان در یک بازار جدید اند.

این بدان معنایست که بایستی تغییری در ساختار و رویکرد مدیریت اعمال شود بلکه در واقع روی سازگاری در محیط جدید با استفاده از روش های جدید است.

مثلا هنگامی که ایکیا وارد بازار های ایلات متحده شد با این چالش مواجه شد که این شرکت از مدیران باتجربه خود برای ورود به این بازارها استفاده کرد. با این حال کارکنان محلی از رویکرد متفاوتی در سازمان استفاده می کردند که باعث شد IKEA راه و روش مدیریت خود را به درستی برای آنان ترسیم کنند.

که با اعطای مسئولیت به آنها، آموزش به کارکنان فرهنگ جدید و آموزش نحوه ی موثر بودن در ایکیا تشویق آنها به اهداف آینده ، ایجاد فضای کارآفرینی و نو آوری ، پاداش های مالی مناسب، تحت قوانین و مقررات خودش در بازار جدید به انجام می رساند. که باعث جذب و نگهداری افراد با استعداد شد.

همچنین آنها قبل از ورود ، به طور دقیقی شرایط سیاسی و فرهنگی جوامع جدید را مطالعه کرده و با ساختار سازمانی خود مطابقت دادند و آن را واضح و دقیق در بازار جدید به کارکنان نشان دادند.

گزارش مدیریتی

- ۱- در هر فاصله زمانی چه میزان محصول تولید شده است.
- ۲- در هر فاصله زمانی چه میزان محصول فروش رفته است.
- ۳- در هر فاصله زمانی چه میزان محصول توسط طراحان استخدامی طراحی شده است.
- ۴- گزارش میزان مصرف مواد اولیه در هر دوره زمانی.
- ۵- گزارش درآمد شرکت در هر پریود زمانی .
- ۶- گزارش رضایت مشتریان از واحدهای مختلف.
- ۷- گزارش عملکرد هر یک از واحدها(طراحی,ساخت و...).
- ۸- چه روزهایی در هفته تولید محصول بیشتر بوده و باید اضافه کاری در نظر گرفت.
- ۹- حضور و غیاب پرسنل و کارکنان و میزان فعالیت آنها.
- ۱۰- در هر پریود زمانی چه میزان مواد اولیه خریداری شده.

- ۱۱- در هر دوره چه میزان مواد اولیه مصرف شده.
- ۱۲- میزان موجودی مواد و وسایل و ابزار برای شرکت.
- ۱۳- در هر دوره زمانی چه میزان افراد استخدام شدند.
- ۱۴- گزارش میزان رضایت کارکنان از پاداش و عملکرد شرکت.
- ۱۵- گزارش پرداخت به موقع حقوق و مزایای کارکنان.
- ۱۶- گزارش میزان رضایت مدیر از طراحان در هر دوره زمانی.

در پایان هر ماه	در پایان هر هفته	میزان سنجش کارکنان
		میزان عملکرد هر یک از کارکنان در هر دوره زمانی
		میزان عدم حضور کارکنان به دلایل متعدد
		میزان حضور کارکنان در شرکت بدون تاخیر
		میزان حضور کارکنان در شرکت با تاخیر
		میزان دادن پاداش به کارکنان
		میزان عدم حضور کارکنان به دلیل مرخصی های ماهیانه یا سالیانه بر اساس کارکرد آنها
		میزان رضایت کارکنان از مدیریت و سیستم شرکت

		حضور و غیاب طراحان کارگران
		روزهای هفته
		روزهای هفته
		جمع میزان ساعات کاری در هفته
		روزهای هفته

بررسی میزان عملکرد تامین کنندگان محصولات شرکت	در پایان هر هفته	در پایان هر ماه	
میزان تهیه ... زمانی تعیین شده			
میزان بررسی رسیدگی به ... رسیدگی به تنظیم بودن وسایل سرمایشی و یا گرمایشی درون کارگاه یا شرکت			
میزان رسیدگی و ... رسانی فروشندگان مواد اولیه			
میزان عملکرد طراحان			
میزان رضایت تامین کنندگان مواد اولیه (...) .. از شرکت			

با تشکر از توجه شما