

Cíle

V Liptovském Mikuláši sídlí firma LUNA Motor, autorizovaný distributor firmy Honda. Má 25 zaměstnanců, z nich 18 mechaniků a 7 administrativních zaměstnanců. Předmětem činnosti je prodej automobilů Honda a servisní činnost s omezenými službami: záruční a generální opravy, opravy po havárii, instalace autopříslušenství a výměna autosoučástí. Základním cílem firmy je prodej automobilů Honda v regionu Liptov. Dílčím cílem je rozšiřování služeb pro zákazníky. V rámci plnění těchto cílů vybudovala firma novou automyčku. Aktivně využívá marketingové aktivity v širokém rozsahu, například prezentace modelů Honda s odborným slovním doprovodem, ale i formou zkušebních jízd, leasingový prodej s 20% akontací apod.

Úkol:

Formulujte SMART cíle firmy LUNA Motor.

Plánování

Pan Karel Truber je výrobním manažerem firmy Hotcold, která se zabývá prodejem a instalací klimatizací pro firmy a domácnosti. Firma je v dobré kondici, zaměstnává přes 50 kvalifikovaných pracovníků, má efektivní organizační strukturu moderní IT vybavení. Karel Truber tedy přišel s myšlenkou, že by firma mohla dále expandovat, tzn. rozšířit produktové portfolio o instalaci otopných systémů pro podniky i domácnosti.

Navrhl novou definici mise firmy, a to: „Přinášíme tepelnou pohodu do Vaší práce a Vašeho domova“. Hotcold je akciovou společností, kromě Karla tvoří tříčlenné představenstvo další dva členové včetně předsedy, kteří nejsou jeho myšlenky příliš nakloněni. Předseda představenstva, zodpovědný za rozvoj firmy a finance, jakož i třetí člen, zodpovědný za nákup a personalistiku, argumentují tím, že v regionu je poměrně silná konkurence, rozšíření firmy by znamenalo další investice, bylo by nutné requalifikovat některé pracovníky a přijmout nové, což znamená další náklady.

Karel Truber se však nechce své myšlenky na expanzi firmy Hotcold vzdát, rád by viděl Hotcold v dohledné době jako firmu č. 1 v regionu, jeho dalším nápadem je perspektivně nabízet i montáž a údržbu zabezpečovacího zařízení do rodinných domků a bytů.

Rozhodl se proto připravit na příští zasedání představenstva obsáhlý materiál, který by se v případě přijetí stal strategickým plánem rozvoje firmy. Pomozte plán panu Karlovi připravit.

Otázky:

1. Odpovídá zmíněná rozvojová úvaha misi a vizi firmy?
2. Kterou část plánovacího cyklu ve své úvaze pan Karel přeskočil?
3. Co by měl pan Karel ve své plánovací úvaze ještě provést, tak aby se jednalo o plán, který by představil na jednání top managementu?
4. Připusťme, že výše uvedená rozvojová úvaha by byla přijata jako budoucí cíl firmy. Reformulujte rozvojový úkol tak, aby se jednalo o cíl.