

БИЗНЕС-ИГРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Войтешёнок В. А., студент,

Моторин Р. С., студент

Научный руководитель – Карсеко А. Е.,

ст. преподаватель каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет

г. Минск, Республика Беларусь

Одним из эффективных инструментов принятия управленческих решений являются бизнес-игры. Это способ сотрудничества с клиентами, цель которого узнать их потребности, он позволяет ответить на вопросы о неудовлетворённых и идеализированных потребностях, видении клиентов будущих продуктов или услуг, способах их использования и взаимосвязи с другими продуктами и услугами.

Ярким примером бизнес-игры, позволяющей воспользоваться коллективным опытом розничных покупателей, является так называемая «Коробочка». В ходе игры, которая проводится с заранее собранными представителями целевой аудитории, клиентам предоставляется несколько коробок. Эти коробки они должны превратить в упаковку производимого организацией продукта, которая бы привлекла их внимание и побудила к приобретению продукта. Коробку можно изготавливать из различных материалов, а также изображать на ней маркетинговые слоганы, ценовые предложения и пр. После завершения работ по оформлению коробки клиенты должны «продать» её вместе с продуктом организаторам и другим присутствующим клиентам. Наблюдение за общением клиентов является источником ценной информации, помогающей решить проблему, с которой сталкиваются группы разработчиков продукта: сосредоточенность на преимуществах, а не на функциях. Ведь даже если клиенты отметят на упаковке функцию, продать они её смогут, рекламируя исключительно преимущества.

Таким образом, применение бизнес-игр в деятельности организации позволяет управлять решениями в области стратегии и планов развития продуктов и услуг и создать прочные отношения с клиентами.