

بهینه‌کاوی و توسعه مدل فرآیند کسب و کار بازاریابی و فروش خودروساز (مطالعه موردی)

علی صفری^۱، سیدغلامرضا جلالی نائینی^۲، سیدعلی هاشمی‌نژاد^۳

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه تهران، رئیس اداره نشر اطلاعات راهبردی شرکت سایپا؛ safari@saipacorp.com

^۲ دانشیار دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت ایران؛ sghjalalin@ind.iust.ac.ir

^۳ دانشجوی دکتری دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت ایران؛ s_hasheminejad@ind.iust.ac.ir

چکیده

چندی است که مهندسی مجدد فرآیندهای کسب و کار به عنوان یکی از پرکاربردترین و مهمترین تکنیک‌ها در راستای چابکسازی و اثربخشی فرآیندهای اجرایی در سازمان‌ها و بهبود چشمگیر در شاخص‌های مهمی مانند هزینه، کیفیت، خدمات و سرعت مورد استفاده قرار می‌گیرد. حال از مرسوم‌ترین ابزارها برای مدل‌سازی فرآیند، بهینه‌کاوی و الگوگیری از شرکتهای برتر و پیشتاز جهانی می‌باشد. لذا در این تحقیق، فرآیند بازاریابی و فروش خودروساز برای مهندسی مجدد انتخاب شده و با استفاده از تکنیک بهینه‌کاوی امر مدل‌سازی صورت گرفته است. نسخه ۲۰۱۴ چارچوب طبقه‌بندی فرآیند خودروسازی مربوط به مرکز کیفیت و بهروری آمریکا (APQC) به عنوان الگو مورد بررسی قرار گرفته و با بهره‌گیری از متدولوژی نمادگذاری فرآیندهای کسب و کار (BPMN)، مدل فرآیندی بازاریابی و فروش متناسب با کسب و کار شرکت خودروسازی سایپا ارائه گردید. در پایان نیز، نتایج حاصله بر اساس شاخص‌های فرایندی تعریف شده و نظرسنجی از خبرگان صحنه‌گذاری شده است.

کلمات کلیدی

مهندسی مجدد فرآیند کسب و کار، بهینه‌کاوی، بازاریابی و فروش، APQC، صنعت خودروسازی

Developing new Marketing Business Process Model in Automotive Industry via Benchmark technique (Case Study)

A.Safari¹, S.Gh. Jalali², S.A. Hasheminejad³

¹M.Sc. Student, Industrial Engineering dept., Iran University of Science & Technology

² Associate Professor, Industrial Engineering dept., Iran University of Science & Technology

³ Ph.D. Student, Industrial Engineering dept., Iran University of Science & Technology

ABSTRACT

Recently, Business Process Re-engineering is applied in organizations as a most important and applicable technique in order to improve agility and effectiveness throughout organizations. Hence, they have implemented fundamental changes in their processes to drastically, improve some vital indicators such as cost, quality, cycle time, etc. Nowadays, Benchmarking from best Practices and Pioneers is the most frequently used technique in BPR. In this paper, marketing process in automotive industry has been selected and benchmark technique has been used in order to design a new process model. The APQC process classification version 2014 has been designated as a best practice and the new developed model (Saipa marketing process) has been presented by BPMN methodology. Finally, based on several process indicators and expert questionnaire survey, the results have been evaluated.

KEYWORDS

Business Process Re-engineering, Benchmarking, Marketing, APQC, Automotive industry