

## Ćwiczenie ZPR 1

### Firma „Krasnale”

Szef działu marketingu w firmie "Krasnale" zajmującej się importem i dystrybucją krasnali ogrodowych doszedł w końcu lutego do wniosku, że istniejąca od trzech lat strona WWW firmy, utrzymywana na serwerach jednego z dostawców Internetu, zdezaktualizowała się. Jako, że jest entuzjastą nowych technologii, a hasło e-biznesu stało się ostatnio bardzo modne, przekonał Zarząd, aby zmienić stronę WWW, aby była nowocześniejsza.

Warto wspomnieć o zasadzie działania firmy na rynku. Firma "Krasnale" jako taka, nie ma własnych produktów- jest zależna od działań dostawców, renomowanych światowych firm produkujących krasnale. Zatem np. marketing nie polega na promocji tych produktów, zajmują się tym polskie centrale firm, ale na zdobywaniu rynku poprzez lepsze warunki dostaw, promocję siebie w branży , itp. Klientami są głównie hurtownie krasnali i sieci handlowe. Sposoby sprzedaży , mogą być w zasadzie dowolne, aby tylko sprzedaż była duża.

Odpowiedzialny za informatykę w firmie - pracownik działu administracji, zajmujący się głównie utrzymaniem w ruchu systemu finansowo-księgowego -został zaproszony pewnego dnia i na spotkanie z Zarządem. Tam dowiedział się, że ma zająć się zmianą strony WWW i najlepiej, jakby na następny dzień zaplanował prace i przedstawił założenia Zarządowi -ile mają kosztować i kiedy nowa strona będzie działać. Na zakończenie spotkania Prezes przypomniał, że za cztery miesiące jest zgromadzenie wspólników i chciałby pokazać, że nowocześnie prowadzi firmę, a w związku z tym nowe strony WWW powinny być gotowe przed tym terminem.

Informatyk wraz ze swoim pomocnikami -dziewczyną, studentką pracującą na pół etatu i zajmującą się stroną graficzną istniejącego serwisu WWW oraz programistą, który zna całkiem nieźle html i php (miłośnik Linuxa), zaczęli zastanawiać się nad poleceniem Zarządu.

Jak się okazało, nie tylko trzyosobowy dział marketingu jest zainteresowany modernizacją strony WWW, ale także największy -trzydziestopięciosobowy -dział sprzedaży. Szef działu sprzedaży postanowił, że w zasadzie nic nie stoi na przeszkodzie, aby przymierzyć się do sprzedaży przez Internet. Spodziewa się przy tym obniżenia kosztów związanych z długą kolejką zamówień przetwarzanych ręcznie (skrócenia czasu rotacji towaru).

Z kolei dział finansów twierdzi, że taka forma sprzedaży skomplikuje dotychczasową praktykę księgową wprowadzając dodatkowe typy dokumentów. Poza tym spodziewa się trudności w interpretacji pojęć takich jak "termin złożenia zamówienia", itp.

Wiadomo także, że szefowie działu marketingu i finansów rywalizują ze sobą, gdyż kolejne zgromadzenie wspólników ma wskazać nowego wiceprezesa.

Ostatecznie Sponsorem projektu został wybrany szef działu sprzedaży, gdyż projekt ma dostarczyć głównie narzędzia do sprzedaży przez Internet, natomiast przy okazji mają powstać nowe strony WWW firmy.