Повышение качества управление агентством недвижимости

Кризисы приходят и уходят, от этого никуда не денешься. В прошедшем две тысячи девятом году из-за падения спроса закрылось много агентств недвижимости. Сокращение денежных потоков вынуждает закрываться, нечем платить за аренду, зарплату, рекламу.

Выживают, как говорится сильнейшие. Вот теперь и поговорим, как стать одним из сильнейших, как обезопасить и снизить влияние финансовых рынков на агентство недвижимости. Метод только один – повышение качества управления.

Чтобы в дальнейшем не было лишних толкований, под управлением мы будем понимать управление бизнес процессами агентства, а не управление только кадровым составом. Чтобы успешно управлять агентством недвижимости необходимо разбить всю организацию на составляющие бизнес процессы.

Какие бизнес процессы можно вытащить из каждого агентства недвижимости, независимо на чем оно специализируется (аренда, продажа, жилая недвижимость, нежилая и так далее, без разницы). Выделим основные бизнес процессы – поиск объекта, реклама объекта и продажа объекта.

Можно конечно выделять и дальше бизнес процессы, но статья не о бизнес процессах, а о способах повышения качества этих бизнес процессов. Повышать качество необходимо у всех бизнес процессов одновременно, чтобы не было перегибов и дисбалансов.

Организация должна получиться маленькой и хорошо сбалансированной – это лучше, чем большая и разбалансированная. Выделив основные бизнес процессы нужно проставить оценки своим процессам, можно даже по пятибалльной шкале.

Что у нас получается на выходе - это диаграмма, которая отображает наиболее слабые процессы и наиболее сильные. Дальнейшим шагом будет подтягивание слабых процессов до сильных, и шкала процессов сравняется, тогда можно будет идти в перед.

Это теория, а на практике все намного сложнее. Необходимо, во-первых, чтобы изменения принял кадровый состав агентства и не отторгнул их. Как это сделать также отдельный разговор.

Теперь рассмотрим основные, по моему мнению, процессы – административные, маркетинговые и финансовые технологии. Административные технологии – технологии управления агентством, кадровым составом и всеми бизнес процессами.

Здесь упор делается на базы данных, внутренние базы данных, которые умеют заполнять сотрудники агентства, например, база данных сайта, где руководитель через панель администрации управляет всеми своими сотрудниками, оставляет им задания, планирует задания, контролирует выполнение заданий, это технический момент, который позволяет повысить качество управления сотрудниками агентства. Далее маркетинговые технологии, здесь немного сложнее, автоматизированные контроль за рекламой, не имеет значения какой – телевидение, газеты, интернет и так далее, постоянный мониторинг рынка недвижимости, опрос клиентов и так далее.

Что здесь можно улучшить, на каком уровне находится маркетинговые технологии в агентстве? Анализируем и идем дальше. Финансовые технологии.

Здесь программы «один с» и грамотного бухгалтера достаточно, чтобы заработать один бал за финансовые технологии. Чтобы получить бал выше и продвинуть организацию вверх на следующую ступень развития необходимо больше усилий.

Здесь уже нужен финансовый анализ, моделирование денежных потоков, моделирование развития бизнеса, анализ чувствительности – а для этого уже необходим финансовый аналитик. В каком агентстве есть финансовый отдел, который управляет финансовыми потоками организации?

Для начала хватит. Чтобы бороться с конкуренцией необходимо повышать уровень организации, все средства, вложенные в повышение качества отбиваются и делают организацию более устойчивой к финансовым кризисам, конечно, это не панацея от всех проблем, но если, удастся устоять и выдержать кризисные явления с наименьшими потерями, то это уже неплохо.