



# Balanced Scorecard Presentation

---

## ПОДГОТОВИЛИ:

ОСТРОУХОВ МАКСИМ(141)

ЖЕЛАНДОВСКАЯ ЕКАТЕРИНА(141)

ЯРОПОЛОВ ОЛЕГ(141)

СТАНКЕВИЧ АЛЕКСАНДРА(141)

ЛЕБЕДЕВ ГРИГОРИЙ(141)

ПАВЛОВ СЕРГЕЙ(141)

КАШИЦЫНА ОКСАНА(141)

ПОЛЫНОВА ЮЛИЯ(146)



---

**Кидзания** — всемирная сеть образовательных парков, где дети в игровой форме получают навыки реальных профессий.

**Миссия** – предоставление посетителям наилучшего образовательного опыта в виде ролевой игры, обеспечение наиболее эффективной интерактивной среды общения с партнерами и создание благоприятных условий для членов команды.

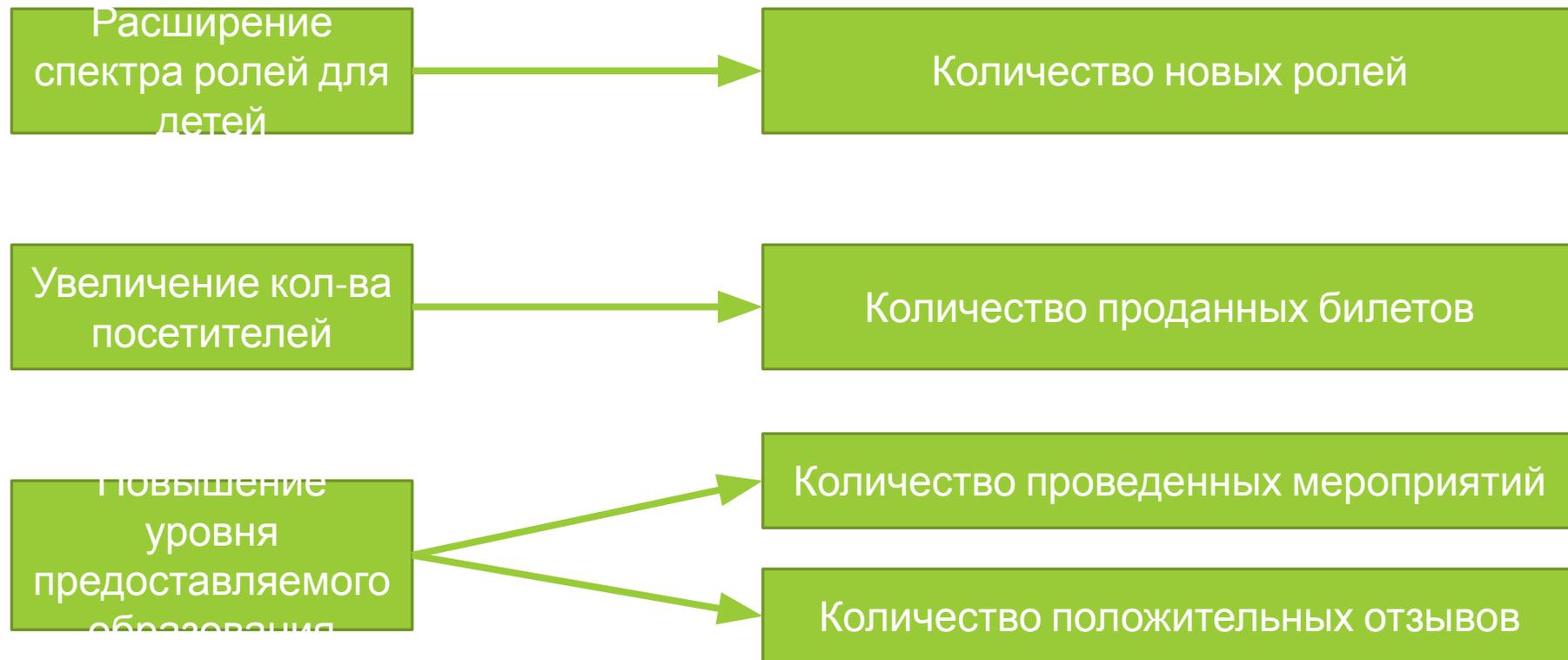
**Видение** — показать детям разнообразные возможности, которые ждут их в будущем, задать правильный вектор их развития и помочь выбрать любимую специальность.

# Стратегические цели:



# КПР

---



# Процессы реализации целей

---

## **Для цели 1**

- Организация встреч с представителями других компаний с целью дальнейшего сотрудничества
- Размещение вакансий на площадках поиска работы, участие в студенческих ярмарках вакансий

## **Для цели 2**

- Запуск новых рекламных компаний, социально направленных, с информацией о программе лояльности, в том числе в интернете, СМИ, общественном транспорте, социальных сетях
- Сотрудничество с целью рекламы с компаниями, чья ЦА - дети и их родители
- Интеграция с другими партнерами (бонусы и подобное).

## **Для цели 3**

- Организация мастер-классов и других мероприятий с целью повышения квалификации сотрудников

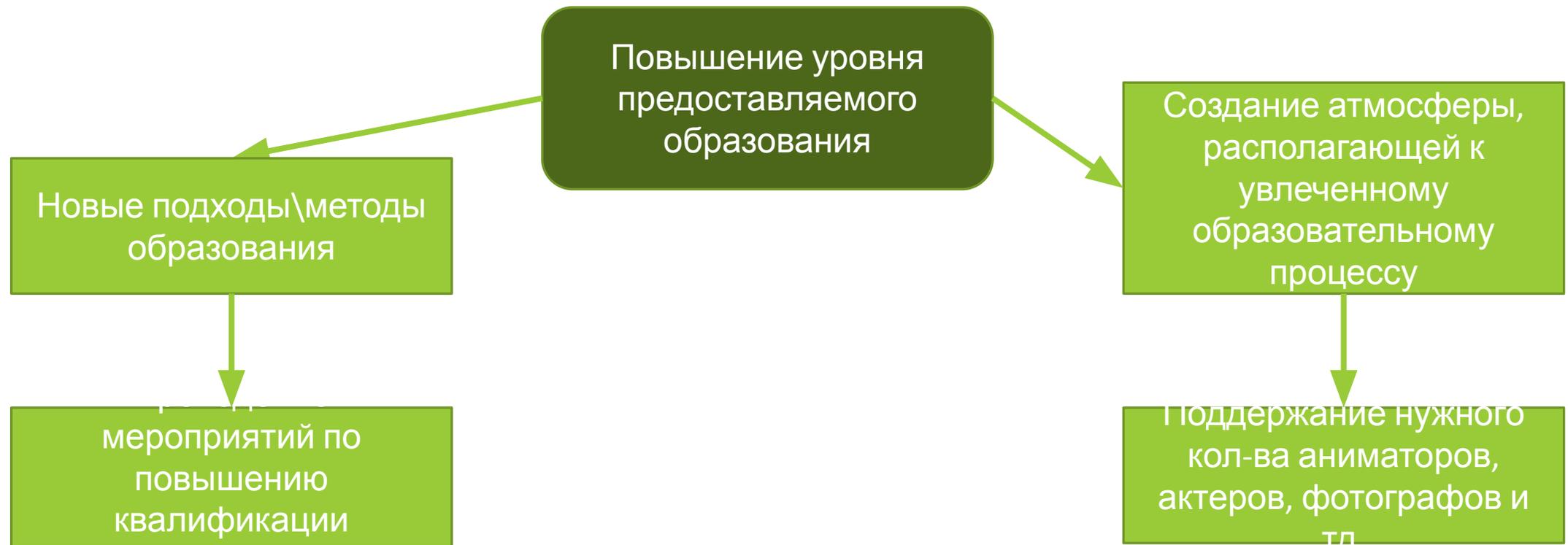
# Расширение спектра ролей для детей



# Увеличение количества посетителей



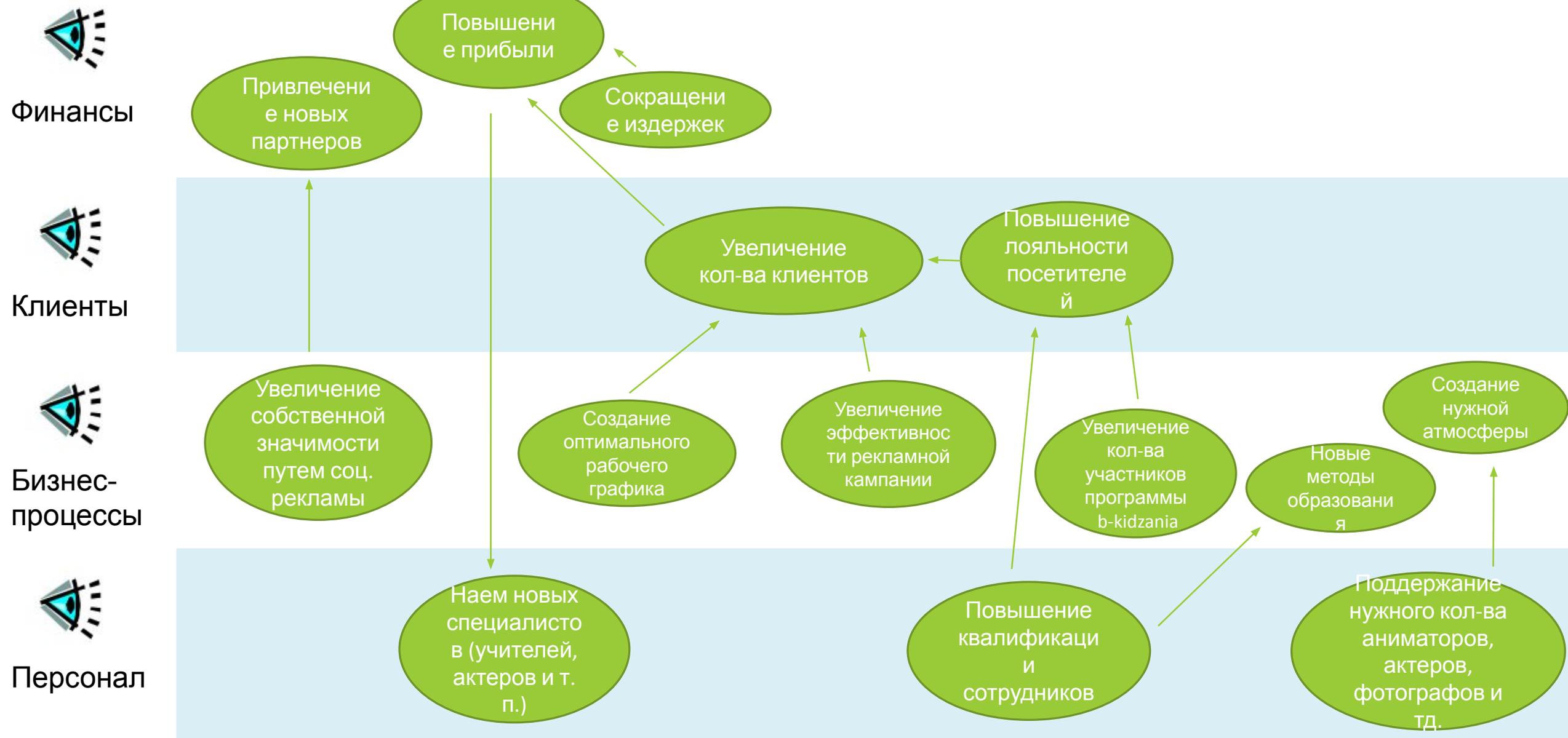
# Повышение уровня предоставляемого образования



# Расширение спектра ролей для детей

# Увеличение кол-ва посетителей

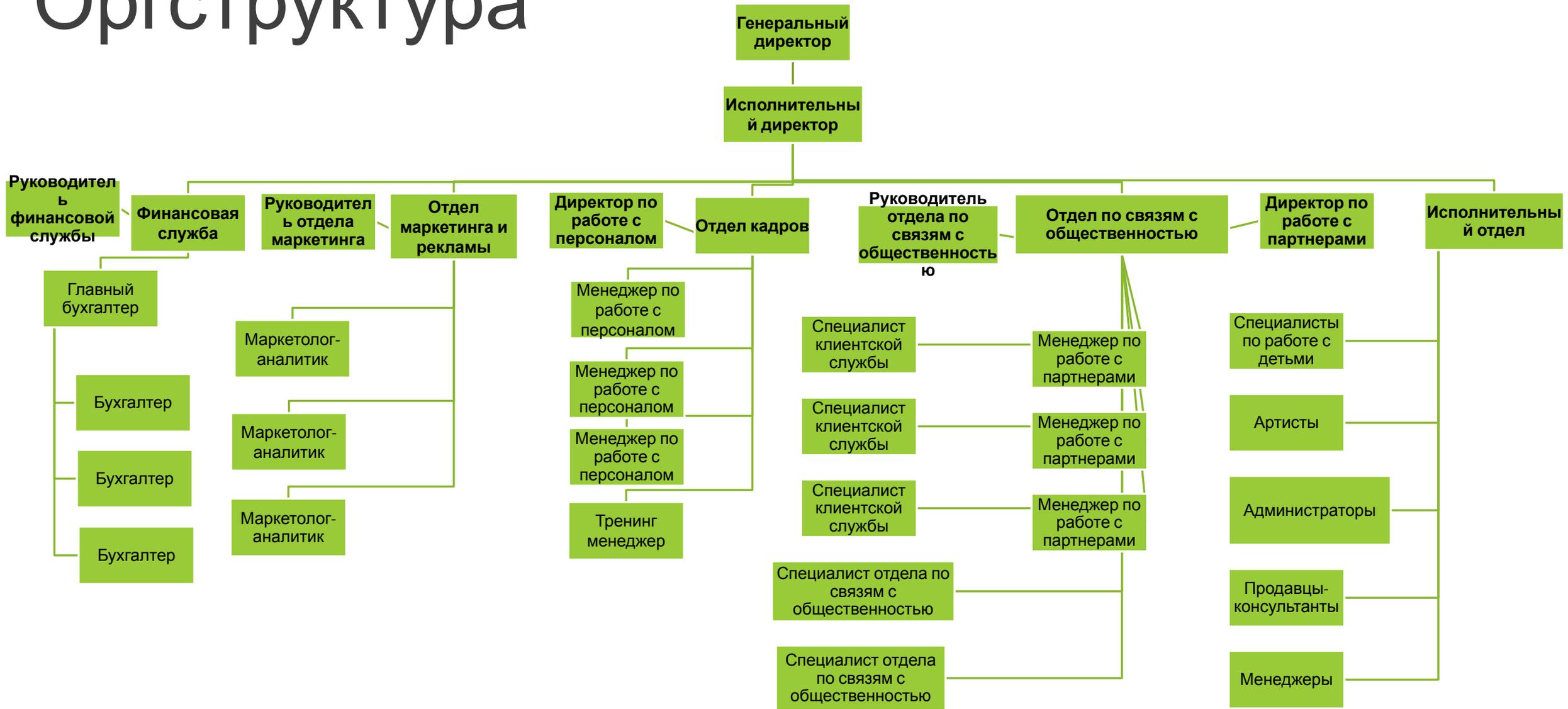
# Повышение уровня предоставляемого образования



	Цель	Показатель	Ответственный
Финансы	Рост прибыли	Прибыль	Ген. Директор
	Сокращение издержек	Производственные издержки	Исп. Директор
	Привлечение новых партнеров	Кол-во партнеров	Директор по работе с партнерами
Клиенты	Увеличение кол-ва клиентов	Кол-во клиентов	Руководитель отдела маркетинга
	Повышение лояльности посетителей	% вернувшихся клиентов	Исп. Директор
Бизнес-процессы	Продвижение соц. Рекламы	% узнаваемости среди людей	Руководитель отдела маркетинга
	Создание оптимального рабочего графика	% удовлетворенности клиентов	Менеджер по персоналу
	Увеличение эффективности рекламной кампании	Кол-во новых клиентов	Руководитель отдела маркетинга
	Увеличение кол-ва участников программы B-Kidzania	Кол-во проданных "PaZZports"	Специалист отдела по связям с общественностью
	Новые подходы к обучению персонала	% удовлетворенных детей	Директор по персоналу
Персонал	Наем новых специалистов	Кол-во новых специалистов в год	Директор по персоналу
	Повышение квалификации сотрудников	Кол-во тренингов в год	Тренинг-менеджер
	Поддержание нужного кол-ва	% удовлетворенных клиентов	Директор по персоналу

	<b>Сбор и агрегация метрик</b>	<b>Отвественный</b>
Реклама	CTR – показатель кликабельности объявлений	Маркетолог-аналитик
	ROMI – возвратность инвестиций в маркетинг	Маркетолог-аналитик
	LTV – размер чистой прибыли от клиента за всё время его сотрудничества с компанией	Маркетолог-аналитик
HR	Текучесть рабочей силы(показывает, какой процент работников уходит с компании за конкретный период.	Менеджер по персоналу
	Расходы на поиск сотрудников (внешние плюс внутренние)	Менеджер по персоналу
	Количество новых сотрудников за месяц	Менеджер по персоналу
	Прирост дохода с каждым нанятым сотрудников	Менеджер по персоналу
	Длительность работы сотрудников в компании	Менеджер по персоналу
Лояльность	Количество клиентов в программе лояльности, отношение клиентов в программе, ко всем клиентам	Специалист клиентской службы
	Процент людей, вступивших в программу лояльности и вернувшихся после первого посещения	Специалист клиентской службы
	Разница между средней прибылью с обычного посетителя и вступившего в программу лояльности	Специалист клиентской службы
Партнеры	Количество партнеров, участвующих в самом игровом процессе	Менеджер по работе с партнерами

# Оргструктура



# Взгляд изнутри

---

В рамках выполнения работы мы побеседовали с HR-ом московского отделения Кидзании (на анонимной основе). Он дал нам следующий комментарий о своем процессе:

Да, мы часто берем на работу студентов. Более того, для множества вакансий они подходят как нельзя лучше: частичная занятость, не напрягающая и не мешающая учебе работа, зарплата не большая, но работать намного приятнее, чем в каком-нибудь общепите.

Компания современная и относительно молодая, многим нравится.

Нужды в специальных мероприятиях для поиска сотрудников нет – о Кидзании сейчас знают почти все, поэтому нам хватает общей рекламы. Конечно, ходим на все ярмарки вакансий, откуда и идет наибольший приток студентов. Всем интересно, что мы можем предложить. В то же время, многие находят нас сами и приходят с конкретной целью: хочу в Кидзанию.

Отдельно ищем актеров. Во время студенчества им обычно тяжело зарабатывать, кому нужен неопытный студент театралки? А у нас они и практикуются, и деньги получают в то же время.

---

**Спасибо за внимание!**