

Как правило, все поступающие заказы можно разделить на два типа. Первый тип заказов со вполне конкретными формулировками:

- провести тренинг по продажам, переговорам, целеполаганию;
- усовершенствовать менеджерские навыки руководителей среднего звена;
- реализовать командообразующую программу;
- дать навыки публичных выступлений;
- разработать Миссию организации.

Однако, как показывает практика, если такого рода запросы ориентированы действительно на повышение эффективности работы компании, а эти формулировки звучат исключительно из-за своей коммерческой популярности, то в процессе обсуждения и уточнения они несколько трансформируются. И вместо задачной ориентации получают проектную направленность. Например:

- реорганизация структуры компании;
- испытание нововведений на реализуемость;
- согласование интересов и урегулирование конфликтов между подразделениями продаж и производства, front- и back-блоками организации, владельцами и совладельцами, собственниками и наемными менеджерами и т.д.;
- стратегическое планирование деятельности организации;
- повышение эффективности управления;
- развитие корпоративной культуры;
- совершенствование процесса обслуживания клиентов;
- создание центров обучения, адаптации и развития персонала;
- обеспечение реализуемости проекта;
- развитие системы мотивации персонала.

Это второй тип задач, в самих формулировках которых подразумевается более глубокая работа, как по поиску причин, побудивших поставить такие задачи, так и по созданию уникальных организационных планов для их решения. Это означает, что эффективность и результативность реализации именно таких задач более высока.

22.11.2011

Г.Ш.

{однакнопка}

---