

БИБЛИОТЕКА БИЗНЕСХАКОВ



FIT FOR PARTNERSHIP WITH GERMANY



ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ

АЛЕКСАНДР АЛЕШКО

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ / КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ



Задача – повышение доверия к компании и к себе как руководителю.

Бизнесхак – проактивность в коммуникациях с партнером.

Такой проактивный подход особенно актуален в случае нарушения вашей компанией любых договоренностей или условий контракта с иностранным партнером. Важно первым проинформировать его о случившемся, дать четкое объяснение причин, приведших к этому, а также путей и сроков решения сложившейся проблемы.

Причины нарушений могут быть различными. Например, задержки при покупке валюты банком и как следствие, задержки перевода денег вашему зарубежному партнеру на один два дня.

Результат – как следствие, использования таких коммуникаций приводит:

к снижению напряженность в общении с вашим партнером

к тому, что ваш партнер видит, что вы не меньше его обеспокоены этим и принимаете все необходимые меры для решения возникшей проблемы

к повышению доверие к вам лично и вашей компании в целом.



ЕВГЕНИЙ ИВАШКЕВИЧ

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ / КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ



Задача: выход на лицо (иностранный контрагента), принимающее решение о заключении партнёрского соглашения/контракта

Бизнесхак: использование социальной сети LinkedIn и Instagram для получения контактной информации лица, принимающего решения

Результат:

- Получение прямой контактной информации непосредственно от лица, принимающего решения
- Успешное проведение переговоров
- Заключение контракта в кратчайшие сроки



НАТАЛЬЯ ХАРЧЕНКО

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ



Задача: выход из конфликтной ситуации на переговорах

Бизнесхак: При возникновении конфликта и накалении ситуации, не спешите отвечать, дайте вашему собеседнику высказаться, взвесив полученную информацию, и продумав разумный ответ, который не зацепит личные качества человека. Выразите ваше сопереживание, понимание собеседника, если это уместно, поставьте себя на его место, а затем сделайте предложение, которое может быть взаимовыгодным для двоих сторон. Также обратите внимание на особенности Вашей речи. Если будете говорить спокойно и размеренно, добавив соответствующую жестикуляцию, Вы сможете своей реакцией немного успокоить собеседника, призвав трезво взглянуть на ситуацию и ее решение. Если же ситуация не меняется, по возможности стоит взять тайм аут и вернуться к разговору как минимум через час. Скорей всего эмоции за это время частично улягутся, и удастся наладить конструктивный диалог.



Результат:

- Урегулирование конфликта;
- Достижение взаимовыгодного решения;
- Укрепление деловых взаимоотношений;
- Увеличение продуктивности

КОНСТАНТИН ШИХАЛЕВ

ДЕЛОВОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО



Проблема: Установление доверительных отношений с партнером

Задача: Обеспечить стойкие деловые отношения с партнером и коммуникацию

Бизнесхак:

По результатам переговоров всегда обеспечивайте фидбек путем отправки e-mail не позднее следующего дня после встречи. В письме отражайте тезисно главные месседжи встречи

Результат:

Будут зафиксированы и сохранены в переписке основные договорённости, достигнутые во время встречи.

БОГДАНА ЛЕЩИШИН

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ



Задача: модель переговоров, основанная не на эмоциях, а на решениях

Бизнесхак: Сначала в переговорах говорите «нет», понимая, что «нет» — это решение. Слишком рано сказанное «да» — скорее всего, уловка, «может быть» — всего лишь «может быть» и ни к чему не приведет. Но «нет» — это решение. Оно дает каждому предмет для разговора, оно помогает удерживать контроль над ситуацией.

Результат:

На переговорах решения полностью, на все 100%, лежат в области эмоций. Ваша работа на переговорах — ясно видеть и преодолевать эмоции с помощью точного принятия решений. Для деловых людей и участников переговоров в любом бизнесе есть вещи намного важнее чем проявления дружелюбия, это эффективность и уважение. Не воспринимайте «НЕТ» как личное оскорблениe. Считайте это слово честным решением, которое можно обсуждать и, возможно, изменить.



ВАЛЕНТИНА ЯЛУНИНА

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ / КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ



Проблема: офисный сидячий образ жизни многих сотрудников и клиентов, минимум свободного времени

Задача: сделать рабочие дни более активными и подвижными, найти удобное общее свободное время для проведения переговоров

Решение: проведение встреч и переговоров в парке во время пешей прогулки (от 20 до 60 мин, от 1 до 3 встреч и т.д., в зависимости от рабочего графика, времени обеденного перерыва и свободного времени)



Результат: пешие прогулки на свежем воздухе очень полезны для здоровья, снимают стресс, активизируют деятельность мозга; общение и переговоры проводятся в приятной непринужденной обстановке; счастливые клиенты и успешные достигнутые договоренности после встреч на свежем воздухе

ЕЛЕНА БЕЙ

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ – «Я УМЕР(ЛА) ВЧЕРА»



Задача: Успокоиться перед важными и сложными переговорами

Описание бизнесхака: Мы обычно нервничаем перед сложными переговорами. Часто мы не можем собраться и успокоиться и во время этих переговоров, особенно, если кто-то или что-то выводит нас из себя. У нас снижаются мыслительные способности, нам труднее сосредоточиться, это усложняет ситуацию, требующую предельного напряжения умственных ресурсов. Мы хуже контролируем интонацию, мимику, жесты, что может плохо отразиться на важных переговорах. Эксперты советуют «подышать» или сделать утреннюю пробежку. А можно представить себе, как будто вчера вы умерли, и сегодня вам уже все равно: какой будет исход этих переговоров, подпишите ли вы контракт на миллион или нет, «достает» ли вас неприятный собеседник или нет. Вам все равно, вы умерли вчера.



Какой результат был получен: Возможность «отстраниться» от ситуации, посмотреть на переговоры как бы «с небес», лучший контроль своих эмоций во время переговоров, лучшее понимание собеседника, более эффективная и быстрая реакция (не затуманенная эмоциями), лучший для вас результат переговоров

ЭДУАРД БУКРЕЕВ

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ / КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ



Задача: установление длительных устойчивых партнерских отношений с иностранными компаниями.

Бизнесхак: большая часть информации о потенциальных партнерах в наши дни находится в свободном доступе. Потрудитесь собрать ее, обработать, и подготовиться к переговорам. Постарайтесь поставить себя на место партнера для ясного представления себе его интересов. НЕ стоит игнорировать либо недооценивать значимость культурных различий, вероисповедания. Каждая культура имеет негативные и позитивные стороны. Глубокое понимание особенностей станет возможным после изучения соответствующего иностранного языка.

Результат:

- большинство поступков партнера будет предсказуемо;
- отсутствие негативных «сюрпризов»;
- возможность среднесрочного и долгосрочного прогнозирования;
- возможность использовать позитивные, и брать во внимание негативные особенности;
- синергетический эффект от совместной деятельности.



СЕРГЕЙ ГРИЦЕНКО

КОММУНИКАЦИИ С БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ



Задача: Завоевать авторитет у ключевых сотрудников Клиента (Аэропорты Украины) для продвижения основных позиций. (Снегоуборочная техника)

Бизнесхак: Заходим на аэропорт как компания, которая занимается ремонтом и сервисным обслуживанием техники. Получаем мелкие заказы на ремонты и поставку запасных частей. Блестяще выполняем контракты. Имеем несколько положительных отзывов. Подаем заявку на регистрацию членства в Ассоциации Аэропортов Украины, заручившись поддержкой этих аэропортов. Получаем членство в Ассоциации.

Результат: Попадаем в так называемый «закрытый клуб надежных поставщиков» и успешно продаем снегоуборочную технику. Поддерживаем постоянный контакт с клиентами имея подписанные контракты на гарантийное и послегарантийное обслуживание техники.

Как полноправный член Ассоциации имеем возможность регулярно общаться с ключевыми фигурами аэропортов лично на форумах и заседаниях ассоциации.



ІРИНА КУРОПАСЬ

ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ – «БУДЬТЕ ТУТ І ЗАРАЗ З ЛЮДИНОЮ»



Задача: налагодити довготривалі партнерські стосунки

Бізнесхак: Прагніть завжди широко зануритися в діалог з потенційним партнером. Повага і чесність допоможуть емоційно налаштуватися один на одного. Не будьте формальними. Не варто говорити з людьми, ніби ви щойно вийшли з курсів із корпоративного спілкування. Це нещиро, люди відчувають, і їм це неприємно. Будьте щирими. Якщо Ви знаєте свою справу, вірите в те, що говорите, і сповнені бажанням втілити в життя ваші плани, це переконує потенційного партнера.



Результат:

Можливість налагодити довготривалі партнерські відносини, орієнтовані на довіру, спільні цінності та повагу.

ІРИНА КУРОПАСЬ

ДОРОЖНЯ КАРТА ПЕРЕГОВОРІВ



Задача: підвищити результативність і ефективність ведення переговорів

Бізнесхак: пам'ятаємо, що необхідно зібрати максимум інформації про компанію, людину, з якою проводимо переговори, використовуючи всі можливі джерела.

Варто під час планування побудувати дорожню карту переговорів у різних площахах: спочатку ми визначаємо список наших "хочу" і складаємо такий же список для тих, з ким проводимо переговори. Потім покроково визначаємо, що ми готові віддати і що готова натомість віддати інша сторона, причому ранжуємо це все в порядку пріоритетів і цінності кожного фактора для них і для нас. Здається, що це складно, але насправді - це дуже захопливо.

Результат:

Більше інформації, краща підготовка- сильніша переговорна позиція



ВЛАДИМИР ТЫЩУК

ПЕРЕГОВОРЫ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ ЗАРУБЕЖНЫМИ БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ



Задача: проведение успешных переговоров с потенциальными зарубежными бизнес-партнерами и заключение контракта

Бизнесхак: Перед началом переговоров постарайтесь предварительно уточнить, какие товары (бренды) данный клиент импортирует из Украины. Проанализируйте их на предмет географии (места отгрузок), возможно, некоторые производители (не прямые Ваши конкуренты) находятся недалеко от Вашего склада/завода. Это может стать дополнительным аргументом в переговорах, так как партнеру будет логистически удобно закупить у Вас на старте сотрудничества небольшие пробные партии продукции.



Результат: При прочих равных условиях (продукт, цена и т.д.) это будет Вашим дополнительным аргументом для партнера начать сотрудничество, так как будет экономия на логистических затратах.

ФЕДОР МИШИН

КОММУНИКАЦИЯ С БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ



Задача: Установление партнерских связей.

Бизнесхак: Зачастую участники переговоров сковывают себя чрезмерным официозом в переговорах с бизнес-партнерами для лучшей коммуникации старайтесь предать переговорам неформальный характер, если это позволяет обстановка. Это сделает Вашего партнера более открытым и честным с Вами.

Результат:

- улучшение коммуникации;
- лучшее понимание целей партнера;
- достижение консенсуса во взглядах



ВИКТОРИЯ СТЕПАНЕНКО

КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ

Проблема: высокая конкуренция на рынке бумаги для полиграфии + низкие объемы продаж дорогостоящего материала премиум-сегмента + наличие более дешевых товаров-субститутов. Бумага Munken представлена компанией с 2010 года. Стоимость бумаги на 30-40% выше аналогов. Продукт лидирует по продажам в Европе, но украинский рынок не готов платить более высокую цену за качество.

Задача: увеличить лояльность клиентов к бренду+к нашей компании-дистрибутору.

Решение: организация тематических клиентских поездок на фабрику, где производится бумага Munken с целью разделения с клиентами понимания миссии производителя, знакомства с процессом «рождения» продукта. Разработка конкурса «Лучшая книга Украины на бумаге Munken», победители которого летят в Швецию на фабрики, подготовка специфической технической и маркетинговой информации об уникальности бумаги (к примеру, 200 лет архивных свойств книги, напечатанной именно на этой бумаге). Обучение работе на этом материале в сегменте B2C для усиления позиций клиентов на рынке.

Результат: идентификация лучшей бумаги для книг и дизайна с отличными от конкурентов свойствами только с бумагами Munken, ассоциативный ряд с самым экологичным производством в мире, построение имиджа продукта на украинском рынке, увеличение лояльности клиентов, распространенность бренда в широком сегменте потребителей (от дизайнеров и художников до крупных полиграфических предприятий), увеличение объема продаж.



НАТАЛЬЯ РОМАНОВСКАЯ

КОММУНИКАЦИЯ С БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ



Задача: выстроить доверительные отношения с принимающей стороной

Бизнесхак: планируя командировку, изучите информацию о городе, Ваших партнеров приятно удивит, что Вы знакомы с регионом и позволит интересно и познавательно провести свободное время

Результат:

- налаживание доверительных межличностных отношений способствует длительным и стабильным отношениям в бизнесе
- правильное планирование рабочей поездки поможет вам не только решить бизнес-задачи, но и побывать в увлекательном путешествии, продолжая работать
- общаясь с бизнес партнером в неформальной обстановке вы сможете по-настоящему понять его потребности, которыми он поделится общаясь тет-а-тет
- изучение информации о регионе не только обогатит вас интеллектуально, но и позволит создать запоминающийся образ в глазах вашего бизнес партнера



ТАТЬЯНА ГАЛАНИНА

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ



Проблема: недобросовестная конкуренция на рынке семян

Задача: получение дополнительных скидок путем переговоров

Бизнесхак: тщательная подготовка к переговорам; выход на уровень выше - расширенные переговоры с производителем семян; всегда просите максимум, но знайте, на что вы можете согласиться.

Результат: экономия 90 тыс. евро (25% от суммы закупки), кредитные условия на полгода, сохраненные отношения с поставщиком.



ВИКТОРИЯ ФОКИНА

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ / КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ



Задача: установление конструктивных положительных отношений с отделом снабжения Заказчиков.

Бизнесхак: при обсуждении цены с партнерами готовим подборку цен наших конкурентов. Этим мы показываем нашим покупателям, что мы открыты, честно работаем, что мы профессионалы – знаем досконально свой сегмент рынка и не боимся конкуренции, так как даем своим покупателям все самое лучшее по доступным ценам и всегда готовы идти на компромисс. Такая открытость и порядочность формирует положительный имидж компании. Наши Заказчики видят в нас надежных, проверенных поставщиков, а также надежных партнеров, с которыми можно развиваться.

Результат:

- отделы снабжения Заказчиков очень лояльны к нашей компании
- владеем достаточно полной информацией на состоянии рынка на сегодня
- есть возможность оперативно пересматривать условия сотрудничества
- отслеживаем появление новых конкурентов
- оперативно корректируем коммерческие предложения потенциальным Заказчикам



НАТАЛЬЯ ПОТЕМКИНА

КОММУНИКАЦИЯ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ ПАРТНЕРАМИ



Задача: фиксация обязательств и договоренностей, установленных с международными партнерами

Бизнесхак: всегда старайтесь фиксировать достигнутые договоренности или взаимные обязательства с международными партнерами в письменном виде. Часто в процессе постоянного тесного сотрудничества происходит много «рабочих» договоренностей. Не ленитесь написать follow-up email после встречи с партнерами и не стесняйтесь запросить подтверждение тех или иных обязательств в виде официального письма или e-mail. Такие подтверждения уберегут вас от возможных недопониманий/изменения точки зрения в будущем или помогут сохранить договоренности, если сотрудники партнера изменятся.

Результат:

- более четкое понимание и четко зафиксированные договоренности и/или обязательства
- возможность сохранить договоренности/уменьшить время на восстановление коммуникации, если сотрудники партнера изменятся
- создание вашего позитивного имиджа как надежного и последовательного партнера



ТАРАС МАНИВСКИЙ

ДОГОВОРЕННОСТЬ О ВСТРЕЧЕ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ДИСТРИБУЦИИ



Задача: установление контактов с интересующими вас компаниями.

Бизнесхак: “правильное” письмо за месяц до планируемой встречи всем интересующим вас компаниям с предложением сотрудничества, с повторением через несколько дней в случае отсутствия ответа, возможно с упоминаниями ваших, уже имеющихся, партнеров, даст вам возможность спланировать несколько встреч и откорректировать время в случае необходимости. Парадоксально, но письма на info@.... в небольших компаниях, в большинстве случаев, читают владельцы или заинтересованные в бизнесе компании люди – пишите на все адреса, которые найдете.

Результат:

- большое количество положительных ответов, так как встреча планируется заблаговременно;
- возможность перенести встречу в случае накладки;
- если поиск идет в узком направление, всегда найдутся люди в компаниях, согласившихся на встречу, знакомы с фирмами, интересующими вас – не стесняйтесь спросить и попросить о помощи с контактами;
- заблаговременный отрицательный ответ со стороны интересующего вас поставщика дает вам возможность обратиться к его конкуренту :).



СВЕТЛАНА ДРОГАН

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ / КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ / ПОИСК ЗАРУБЕЖНОГО ПАРТНЕРА



Задача: заинтересовать и начать сотрудничество с компанией – потенциальным бизнес партнером.

Бизнесхак: Находите возможность личной встречи с представителями интересующих Вас компаний. Изучайте историю, следите за деятельностью компаний. Если Вы и потенциальные бизнес партнеры – постоянные участники (посетители) Международных выставок – один из лучших вариантов «подружиться» и начать сотрудничество. В данном случае для вас ВСЕГДА выделят время (и руководство, и нужные менеджеры), даже без предварительной договоренности. При обмене визитками сразу же переносите данные в телефон. Не отказывайтесь от предлагаемых напитков (чай/кофе/вода). Не делайте длинных пауз при коммуникации. Будьте позитивными.

Результат:

- 100% вы получите новых бизнес партнеров
- Вашу компанию и вас лично будут помнить
- Полученные прямые контакты нужных Вам представителей дадут возможность оперативно начать сотрудничество, получить дополнительные скидки, подписать контракт (т.д.).



ИГОРЬ ДУДКО

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ / КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ



Проблема: Сособственники спортивного комплекса имеют разные планы на развитие комплекса, конфликтуют, не слышат, друг друга. Приближается отопительный сезон, отсутствует чёткий механизм начисления арендных/коммунальных платежей, кабинет директора заблокирован службой охраны одной из сторон.

Задача: изыскать возможности дальнейшей работы комплекса на условиях устраивающих равноправных собственников.

Решение: выяснить видение одной из сторон, зафиксировать по пунктам на бумаге, прочесть каждый пункт и спросить правильно ли Вы его поняли. Основываясь на данных полученных от первой стороны, задавать аналогичные вопросы второй стороне + внимательно выслушать мнение второй стороны, зафиксировать на бумаге, переспросить по каждому пункту. Во время диалога стараться сужать суждения сторон до размеров решения фактической проблемы, не распыляться. Имея видение всех собственников, учитывая интересы сторон, составить «договор о совместном использовании комплекса», договор подписать у обеих сторон.

Результат: Стороны выразили свою позицию, были услышаны. Помещения разблокированы, директор продолжил работу. Стороны заинтересованы в дальнейшей эксплуатации комплекса. В случае возникновения разногласий, всегда можно ссылаться на имеющийся документ, подписанный обеими сторонами.



ДМИТРИЙ КРИВОШЕЕВ

ПОДГОТОВКА К ОБСУЖДЕНИЮ



Задача: увеличить продуктивность встречи, собрания, обсуждения

Бизнесхак: Создать в Google Document текстовый файл с повесткой встречи и открыть доступ всем участникам. Так накануне встречи каждый сможет занести свои вопросы и идеи и ознакомиться с общим планом мероприятия.

Результат:

Когда все заранее представляют в деталях, о чем пойдет речь, и готовятся соответственно – встреча проходит гораздо эффективнее.



ДМИТРИЙ КРИВОШЕЕВ

ЖЕСТКОЕ И МЯГКОЕ КРЕСЛО



Задача: повлиять на говорчивость собеседника

Бизнесхак: пригодится, если переговоры или встреча проходят на вашей территории.

То, на какие кресла вы посадите своих гостей, может повлиять на степень их говорчивости. Чем жестче кресло – тем менее говорчивым будет собеседник, и наоборот. Конфликтно настроенный человек, попадая в мягкое кресло, тоже смягчается.

Результат: Более дружелюбный собеседник.



ОКСАНА КАПЛУНЕНКО

КОММУНИКАЦИЯ С БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ



Задача: установление контактов с ключевыми сотрудниками компании Вашего партнера

Бизнесхак: всегда важно коммуницировать с персоналом предприятия Вашего партнера. Необходимо использовать любую возможность, чтобы пообщаться и с другими менеджерами компании: менеджерами по сбыту, маркетингу, сервису и.т.д. Это позволяет выявлять потребности компании, с которой сотрудничаем



Результат:

- более глубокое понимание Вами в целом компании Вашего партнера
- увеличение числа полезных контактов внутри компании
- увеличение продаж
- возможность более оперативного получения необходимой вам информации

МАКС ВОРОЖКО

КОММУНИКАЦИЯ С БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ



Задача: получение инсайдерской информации и благосклонное расположение клиента к вашей компании

Бизнесхак: всегда старайтесь устанавливать дружественный контакт даже с не совсем «решающими» работниками вашего партнера. Иногда секретарь может помочь вам больше, чем кто-либо другой: записать на прием к шефу, пролоббировать интересы, рассказать инсайты о жизни компании или дать понять, как действовать в порой непонятных ситуациях. Это кладезь полезной информации и ваш «агент». Уважайте равным счетом уборщицу и генерального директора компании-партнера.

Результат:

- более глубокое понимание вашего партнера
- полезные инсайты
- возможность пролоббировать интересы
- другие нематериальные «бонусы и плюшки»
- возможность более оперативного получения необходимой вам информации



ЛЮБОМИР КАСЬЯНЧУК

КОММУНИКАЦИЯ С БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ



Задача: повышение доверия к своей компании

Бизнесхак: Украинские компании довольно часто воспринимаются иностранными партнерами, как недостаточно надежные и прогнозируемые из-за нестабильной политической и экономической ситуации, военных действий на востоке страны и прочих факторов, присущих странам постсоветского пространства.

Для снижения факторов риска компании в глазах иностранных партнеров предлагается:

- непосредственное общение (официальное и неофициальное) с сотрудниками иностранных компаний
- участие в крупных международных выставках
- проведение совместных мероприятий
- своевременное выполнение обязательств



ДАНИЛ ДЕРЕВЛЕВ

КОММУНИКАЦИЯ С БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ



Задача: Поиск новых рынков сбыта, разработка клиента

Решение: Поддержка клиента должна осуществляться не только в сфере его бизнеса, но и в частной среде. Помогите советом и делом по дому (в сфере вашей деятельности), и тогда вы сможете перейти на новый уровень доверия с Вашим партнером. Часто общение предпринимателей с партнерской компанией ограничивается исключительно официальными взаимоотношениями. Используйте любую возможность быть полезным, но не переступайте грань, навязчивость усугубит ваше положение. Необходимо чувствовать потребность клиента, возможно это не принесёт большой прибыли мгновенно, но ваши инвестиции окупятся. Ваш клиент точно поделится со своими друзьями своим опытом и Вашей квалификацией.



Результат:

- уровень доверия к Вам и Вашим работникам растет
- новый инструмент и новая аудитория - «сарафанное радио»
- получаете авансом кредит доверия
- повышение вашего имиджа как руководителя и человека

ВЛАДИСЛАВ СУШКО

ВЕДЕННЯ ПЕРЕМОВИН – ПРИВІВКА ВИБОРУ



Проблема: завжди можуть обрати вашого конкурента

Задача: в процесі перемовин поставити «прививку» на пошук аналогічного товару чи послуги на ринку.

Опис: під час перемовин, коли чітко зрозуміли що сторона перемовин готова реалізувати свою потребу з вашим продуктом, спровокуйте на діалог про можливість придбати аналогічний продукт у конкурентів і уважно вислухайте аргументи За і Проти. Далі розберіть кожний Проти і підтримайте кожний За.

Результат: якщо сторона перемовин отримає пропозицію від свого відділу з постачання знайти аналогічний продукт на вигідніших умовах, у відповідь отримає твердження що це питання не потребує розгляду так як вже було обговорено безпосередньо під час перемовин і кращого варіанту ніж придбати у вас на ринку не знайти.



ВЛАДИСЛАВ СУШКО

ВЕДЕННЯ ПЕРЕМОВИН – ПРО ЩО І З КІМ



Проблема: нерозуміння з ким спілкуватися на перемовинах

Задача: до початку проведення перемовин, визначити хто і за що відповідає, задача говорити тільки в межах сфери відповідальності кожного окремого участника сторони перемовин.

Опис: з керівником бізнесу говоримо про фінансову вигоду від використання вашого продукту, з інженером про практичні переваги від його використання, з секретарем про його чудову комунікабельність, а не навпаки)

Результат: після завершення перемовин кожен із учасників сторони перемовин буде тримати в пам'яті інформацію, що стосується виключно його компетенції, з відчуттям унікальності.



ОЛЕГ ДЖОЛОС

КОММУНИКАЦИЯ С АУДИТОРИЕЙ КАНАЛА



Проблема: В январе 2018 г. в результате реорганизации государственного телевидения Украины (телеканал УТ-1, 24 областные ТРК, 3 канала Украинского радио) была создана Национальная общественная телерадиокомпания Украины (лого: UA:ПЕРШИЙ). Несмотря на смену логотипа, менеджмента и программной политики, аудитория по-прежнему воспринимала вещателя как «ретроградное» государственное телевидение, рейтинг телеканала как и узнаваемость бренда «UA:ПЕРШИЙ» оставались низкими.

Задача: разработка стратегии PR-коммуникаций с целью повышения осведомленности граждан со стандартами программной политики (миссией, целями, принципами работы) общественного вещания и повышение рейтинга теле и радиоканалов НОТУ.

Решение: На основании проведённого соц. исследования аудитории и соответствующего SWOT-анализа НОТУ, мною была разработана и представлена экспертному совету при Кабинете министров Украины коммуникационная стратегия трансформации государственного вещания в Украине в общественное.

Результат:

- Завершение реформы государственных электронных СМИ;
- Формирование у населения позитивного отношение к общественному вещателю;
- Постепенное увеличение рейтинга программ общественной ТРК;
- Обеспечение финансовой независимости общественного вещателя от государства и бизнеса.



ВЛАДИСЛАВ СУШКО

ВЕДЕННЯ ПЕРЕМОВИН – ЗНАЙДІТЬ ПОТРЕБУ



Проблема: нерозуміння про що спілкуватися на перемовинах

Задача: в процесі діалогу виявити потребу і тільки потім дати зрозуміти що твій продукт чи пропозиція реалізовує цю потребу краще за інших.

Опис: потреба завжди виявляється шляхом запитань на кшталт: «Особисто для вас що являється цінністю при виборі (партнера, продукта, послуг)?»

Результат: презентація продукту чи послуги через потребу сторони перемовин сприймається на 80% краще за інші.



ЕКАТЕРИНА ЗАХАРЧУК

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯ



Проблема: разные ожидания, стереотипы и интерпретация коммуникации в бизнес-буднях партнёров с Украины и немецкоязычных стран (Германии, Австрии, Швейцарии).

Задача: осознать неизбежность различия в культурах, научиться наблюдать коммуникацию без шаблонных интерпретаций; научиться предвидеть, видеть ситуации недоразумений и легко говорить о них с европейскими партнёрами для уточнения интерпретации бизнес-коммуникации.

Эти знания необходимы были мне для: сопровождения в бизнес – переговорах (переводчик, секретарь – референт, ассистент регионального менеджера); организации и участия в международных образовательных проектах; проведения международных семинаров в рамках неформального образования для студентов; для формирования межкультурной компетенции у студентов факультета международных отношений ХНУ.



Решение: 1) Почитала литературу и провела собственное исследование (среди методов исследования и анкетирование, личные беседы с участниками деловой-коммуникации с Украины, Австрии, Германии, Швейцарии. 2) Когда возникает чувство «не знаю как у них принято в этой ситуации» или «у нас это делается так» - открыто и легко (ещё лучше с улыбкой) так и говорю в этих ситуациях иностранному партнёру об этом. Работает эффективно.

Результат: не раз предотвратила серьёзные недоразумения (с обеих сторон), сгладила и смягчила бизнес-общение с иностранными партнёрами; подготовила студентов, которые успешно развивают международные отношения Украины с немецкоязычными странами.

АЛЕКСАНДР СЕРГИЕНКО

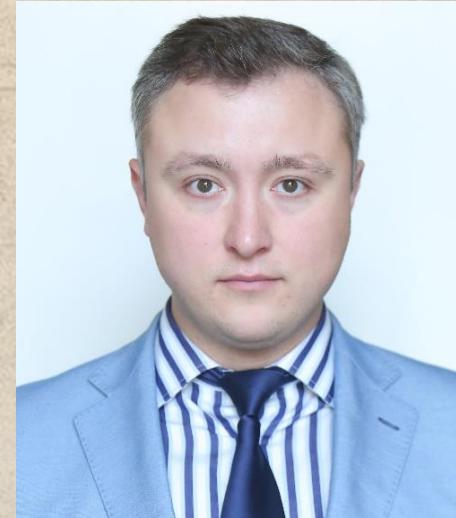
КОММУНИКАЦИЯ С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ



Задача: добиться от государственного органа более быстрого и качественного ответа

Бизнесхак:

- Указывать в запросе в конце, что просим дать ответ в соответствии с Законом про доступ к публичной информации.
- Указывать в адресатах в копии вышестоящие органы, например Администрация Президента, Кабинет Министров и т.д.
- В отдельных случаях (в зависимости от характера запроса) указывать в копии такие органы как Генпрокуратура, НАБУ, ДБР и т.д.
- Делать запрос в виде обращения гражданина (эти запросы стоят на контроле в органе и сроки по ним меньше).
- Писать запрос на КМУ, чтобы он «спустил» его на профильное министерство, тогда это будет как поручение КМУ, которое будет на контроле.



Результат:

- Более ответственный подход к исполнению.
- Контроль сроков со стороны внутреннего аудита государственного учреждения
- Возможность более оперативно получать необходимую вам информацию

ОЛЕГ ДРОТЕНКО

КОММУНИКАЦИИ С БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ



Задача: установление контактов с ключевыми партнерами

Бизнесхак: изучите поставщиков сырья, комплектующих, товаров партнера. Если прямой контакт с партнером установить не получилось, в силу ряда причин, в том числе в случае элементарного игнорирования Ваших запросов и предложений, делайте предложение поставщикам партнера, они могут стать вашим проводником. Ваша цель: продажи, включая цепочки не прямых поставок.
Зарегистрируйтесь в Линкедин и пытайтесь стучаться к поставщикам на уровне личных контактов.

Результат:

- повысите вероятность просмотра и возможной заинтересованности
- расширите количество прямых контактов
- услышите различные точки зрения и контраргументы
- стучите в двери и будете услышаны
- личные контакты на уровне сотрудников потенциальных контрагентов, которые в будущем смогут привести к заключению контракта
- конечная цель: получите цепочку прямых/не прямых поставок.





АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО РЫНКА ПОИСК БИЗНЕС-ПАРТНЕРА

АННА ГОРБЕНКО

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО РЫНКА



Задача: Понять ценообразование на рынке FMCG, стратегию выхода на рынок, определить целевые компании, с кем можно успешно сотрудничать

Бизнесхак: Изучая новый рынок, важно встретиться с основными игроками в каждом звене его цепочки: ритейл компания, дистрибуторы национального и регионального масштаба, импортеры и отраслевые консультанты. Каждый из них поделится информацией о среднерыночной марже на своем уровне, инсайдом, с кем и почему лучше сотрудничать, расскажет о своих ценовых ожиданиях и уровне конкуренции в вашем сегменте. Вы сможете идентифицировать всех ключевых игроков на этом рынке, увидеть их взаимосвязь, сильные и слабые стороны, сформулировать свое ценовое предложение и на следующем этапе встречаться более адресно с четким предложением с теми, кто вам действительно подходит. В вашем списке встреч уже не будет случайных компаний и по каждой из них будет важная инсайдерская информация, которая поможет как в переговорах, так и в принятии решений о сотрудничестве. Этого сложно достичь, изучая только внешние источники информации.



Результат:

- Значительная экономия времени на проработку длинного списка потенциальных контрагентов
- Уменьшение риска ошибок в вашем ценовом предложении
- Избежание чрезмерной информированности рынка о вашем ценовом и качественном предложении на ранних сроках

ВИКТОР ДУБАС

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО РЫНКА



Задача: анализ зарубежного рынка

Бизнесхак: изучение потребности рынка, изучение возможностей поставки продукции с нашей страны. Поиск контактов с сотрудниками компаний конкурентов и потенциальных партнёров для лучшего понимания структуры рынка. Изучение территорий с определенным качеством продукции. Изучение предприятий по переработке продукции.

Результат:

- более глубокое понимание структуры рынка
- подбор бизнес-контактов для заключения контрактов



АНТОН РЫЖЕНКО

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО РЫНКА



Задача: Анализ интересующих зарубежных тендеров и позиционирование себя на рынке Европы.

Бизнесхак: Для анализа рынка используйте тендерную площадку «Tenders Electronic daily» (<https://ted.europa.eu>) . площадка предоставляет возможность в большом числе случаев отслеживать, кому был присужден контракт и за сколько денег. Для поиска зарубежного партнера, воспользуйтесь онлайн сервисом <https://www.energy-xprt.com> (для энергетики).

Результат:

- Более глубокое понимание рынка Европы.
- Выявление потенциальных партнеров на Европейском рынке.
- Понимание специфики выполняемых задач путем получение тендерной документации.
- Возможность более оперативного получения необходимой вам информации по завершенным тендерам.
- Получение информации касающейся тендеров ЕБРР.
- Повышение вашей осведомленности как руководителя среди украинских компаний конкурентов.



ВИКТОРИЯ ЛУБЕНЕЦ

ПОИСК ЗАРУБЕЖНЫХ ПАРТНЕРОВ



Задача: Найти надёжных зарубежных партнеров на взаимовыгодных условиях и долгосрочное сотрудничество

Бизнесхак: Прописать критерии, которым должен соответствовать Поставщик/Продукт. Проанализировать минимум 20 компаний. Выбрать 10 компаний и написать им Запрос на сотрудничество. Получив ответ (по моему опыту отвечает 50%) выбрать 2-3 компании и начинать более детальную переписку (обсуждение условий сотрудничества, цены и т.д.) Запросить по возможности образцы Продукции. Получив ответ, понять какая из компаний наиболее соответствует критериям, которые Вам необходимы. Обязательно (по возможности) посетить компанию и провести личную встречу с менеджером, который будет работать с Вами.



Результат:

- Правильно составленный список критериев сокращает время поиска Партнёра
- Более детальное изучение потенциального Партнера позволит избежать проблем в будущем

НАДЕЖДА БАРДИНА

ПОИСК ЗАРУБЕЖНОГО ПАРТНЕРА



Задача: лидогенерация на внешних рынках

Бизнесхак: ищете в интернете данные об иностранной выставке, на которой участники — это ваши потенциальные клиенты. Нужно взять список участников с реквизитами и использовать как базу для холодных звонков и в последствии оговорить встречи/визит. А также, можно вспомнить «почту 20 века» и послать сэмплы вашей продукции или коммерческое предложение ~~голубем~~ классической почтой с почтовыми марками.

Результат:

- Бесплатная клиентская актуальная база
- Новые знакомства потенциальных партнёров
- В эру электронных писем, Вы точно удивите, прислав презентационные материалы в красиво оформленном конверте



СТЕПАН СОПКИВ

ПОИСК ЗАРУБЕЖНОГО ПАРТНЕРА



Задача: провести анализ рынка Германии в области производства строительных материалов и найти партнёра для сотрудничества

Рекомендуется поработать с такими компаниями как Germany Trade & Invest (GTAI), Creditinform, а также использовать Интернет-ресурсы:

www.handelsregister.de

www.bundesanzeiger.de

www.schufa.de



Отличным местом для поиска партнёров являются Торгово-промышленные палаты больших городов Германии.

Результат:

- Овладение нужными информационными ресурсами Германии
- Нахождение производителя оборудования для возможной установки на нашем заводе
- Благодаря программе **Fit for Partnership with Germany** удалось провести встречу на германском предприятии, ознакомиться с оборудованием и начертить планы будущего сотрудничества

АНДРЕЙ ВАСИЛЬЕВ

ПОИСК ЗАРУБЕЖНОГО ПАРТНЕРА



Проблема: поиск зарубежного партнера для экспорта специфического реабилитационного и инклюзивного оборудования из Украины в страны Европы

Задача: за короткое время охватить большое количество пассионарных партнеров в нишевом сегменте.

Решение: сотрудничество с отраслевыми объединениями и ключевыми фигурами в профессиональной среде. Объединения профессионалов хорошо знают своих участников и их интересы в отрасли. Они помогают быстрее выделить заинтересованных и надежных партнеров в определенной нише. А рекомендации профессионалов позволяют эффективнее адаптировать продукт под целевой рынок.



Результат: эффективный выход на нишевый рынок в другой стране.

МАРТА СТЕЦІВ

АНАЛІЗ ЗАКОРДОННОГО РИНКУ ТА ПОШУК БІЗНЕС-ПАРТНЕРА



Мета: знайти компанію потенційного партнера

Бізнесхак: визначивши основні критерії вибору компанії потенційного партнера, намагайтесь створити свою окрему базу даних тих компаній, які підходять під обрані критерії, використовуючи електронні платформи (*Wer liefert was, Bundesfirmenregister*), кластерні мережі, вебсайти тематичних виставок та подій. Чим більше компаній вона міститиме, тим більший шанс, що надіславши коопераційний проект Ви отримаєте позитивну відповідь щодо проведення переговорів. Під час пошуку відвідуйте вебсайти компаній, робіть примітки. Сформувавши свою базу даних, пріоритеzуйте компанії для подальшої роботи.

Результат:

- отримання загального бачення щодо кількості компаній у даній сфері та послуг/продукції, яку вони пропонують
- структурованість інформації, яка потрібна для того, щоб знайти потенційного партнера



МИКОЛА ТАВЕНКО

ПРИШВИДШЕННЯ ВСТАНОВЛЕННЯ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН З КОМПАНІЄЮ



Завдання: налагодження партнерських відносин з компанією

Бізнесхак: проаналізувати цікаву вам компанію та відповідний ринок по-максимуму. Зокрема чітко визначити більшість сильних і слабких сторін, тенденції розвитку в цікавому для вас напрямку, виявлення ключових осіб в компанії.

Базуючись на отриманих даних створити бізнес-модель відносин, що принесе найоптимальніші результати співпраці обом компаніям. Оформити презентацію себе/своєї компанії та потенційного профіту від вашої співпраці відповідно до прийнятих в даному регіоні правил.



Результат:

- максимальна готовність до ґрунтовних перемовин
- здатність до оперативного маневрування при налагодженні контакту
- позитивне враження від співрозмовників про вашу кваліфікованість

УЛЬЯНА РОМАНИВ

ПОИСК ПАРТНЕРА



Задача: Установить новые контакты с потенциальными партнерами по бизнесу

Бизнесхак: После встречи необходимо в этот же день отправить письмо, в котором поблагодарить за встречу, напомнить основные вопросы, которые обсуждались. Это укрепит доверие партнера и уверенность в серьезности намерений сотрудничества.

Результат:

Коммуникация и доверие, подписание договора

РОМАН ОВСИЕНКО

ПОИСК ПАРТНЕРОВ



Проблема: Привлечение новых клиентов

Задача: Получить контакт ТОП менеджера\нужного человека в компании

Бизнесхак: Посетить выставку на день раньше. На открытие стенда компании всегда приезжает ТОП менеджер компании. К тому же в это время нет наплыва посетителей, поэтому легче вступить в контакт для первого короткого разговора.

Результат:

Увеличение количества клиентов



ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ НА
ПРЕДПРИЯТИИ

НАТАЛЬЯ АНДРУЩЕНКО

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ



Проблема: при внедрении инноваций на предприятии часто новые пути решения вызывают недовольство со стороны исполнителей и нежелание внедрения

Задача: внедрить инновацию для повышения работоспособности, улучшения условий труда

Решение: привлечение персонала к изучению инновации и учет мнения исполнителя поможет получить положительное решение и стремление сотрудника внедрить инновацию

Результат: внедрение инноваций без конфликтов и с поддержкой исполнителей



СТАНИСЛАВ ДЕРЕВЯНКО

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ / КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС ИДЕЙ



Задача: коммерциализация научных разработок в области микробиологии и нанотехнологий

Бизнесхак: патентируйте разработку на себя как на физическое лицо, а не на компанию в которой Вы работаете или являетесь собственником. Никогда не отображайте все технологические детали в описании патента. Если возможно, не оформляйте патент, а внедрение осуществляйте на основе ноу-хау

Результат:

- защита своей интеллектуальной собственности от копирования конкурентами
- в случае банкротства компании, ухода из компании, или из состава соучредителей остаётесь единственным собственником разработки
- возможность получать роялти, выплаты роялти идут как затраты производства и можно оптимизировать прибыль, а значит налогобложение
- таким образом, Вы защитите свою разработку, идею от недобропорядочных конкурентов и оптимизируете доходы



ЕВГЕНИЙ ИВАШКЕВИЧ

ВНЕДРЕНИЕ РЕШЕНИЙ И ТЕХНОЛОГИЙ ЧЕТВЕРТОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ



Задача: оперативное сведение баланса потребления энергоресурсов на промышленном предприятии

Бизнесхак: построение автоматической системы технологического учёта энергоресурсов на базе беспроводных энергоэффективных технологий, работающих в безлицензионном диапазоне радиочастот

Результат:

- снижение энергозатрат предприятия на 15%
- снижение затрат на содержание персонала
- сведение в on-line режиме баланса энергопотребления (газ, электричество, вода) по каждому цеху и по предприятию в целом
- контроль расхода энергоресурсов каждого потребителя (станка, печи, другого технологического оборудования)
- построение на предприятии заказчика собственной радиосети для Интернета Вещей, позволяющей подключить до 60-ти тысяч устройств, с возможностью масштабирования



ЕВГЕНИЙ ИВАШКЕВИЧ

ВНЕДРЕНИЕ РЕШЕНИЙ И ТЕХНОЛОГИЙ ЧЕТВЕРТОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ



Задача: построение инфраструктуры для управления роботизированным оборудованием (самосвалы, буровые станки и др.) на территории горнодобывающего предприятия

Бизнесхак: применение беспроводной высокоскоростной системы передачи данных на основе MESH-технологии

Результат:

- построение высокоскоростной системы передачи данных, покрывающей всю территорию карьера и позволяющей оператору дистанционно управлять роботизированным оборудованием
- снижение затрат на содержание персонала
- снижение простоев техники
- передача потокового видео в HD-качестве с каждой подвижной единицы техники в диспетчерский центр



ОЛЕГ СТЕЦЕНКО

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ



Проблема: удельные затраты на содержание и обслуживание сельскохозяйственной техники ежегодно растут. По сравнению с другими агрохолдингами затраты выше на 15-20%. Основные причины: недобросовестное отношение к технике, низкие компетенции персонала (механизаторов и сервисных инженеров), отсутствие аналитического учета, воровство при закупке запчастей и проведении ремонтов.

Задача: провести комплексный аудит процесса проведения ремонтов и реализовать мероприятия для оптимизации (распределение функций подразделений, назначение ответственных, автоматизация учета запчастей). Внедрить регламент проведения ремонтов техники. Сформировать инвестиционную модель по замене с/х техники.

Решение: функция по обслуживанию техники передана на аутсорсинг – сервисной службе дилера-поставщика. Со стороны обслуживающей компании обеспечен коэффициент технической готовности (КТГ) не менее 0,97. Персонал инженерной службы сокращен на 30%. Проведено обучение персонала производственной службы. Внедрены процессы по предиктивному обслуживанию и ремонтам, изменения в процесс дефектовки техники с целью снижения операционных затрат. Внедрена инвестиционная модель по обновлению (trade-in) с целью снижения инвестиционных затрат и общей стоимости владения (TCO).

Результат: внедрена политика по обслуживанию и эксплуатации сельскохозяйственной техники. По итогам отчетного периода: простои техники снизились на 11%, производственные потери из-за простоев техники снизились на 18%, прямые затраты на ремонты и обслуживание снизились на 16%.



ТАТЬЯНА МАРКИНА

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ



Задача: Обеспечить интегративность и созидательность процесса внедрения инноваций организацией в меняющейся внешней среде. По Адизесу, менеджмент изменений – сложить все компоненты компании вместе, интегрировать внутреннее и внешнее с любовью.

Бизнесхак:

Применять технологию реализации стратегии сотрудничества с внутренними клиентами организации (теми, от кого зависят инновации и на кого они направлены). Обучить сотрудничеству и создавать стимулирующую атмосферу = трансформировать с любовью.

Научиться использовать техники эмоциональной и телесной саморегуляции для снижения стресса, уменьшения количества деструктивных конфликтов, повышения личной осознанности, эффективного принятия решений, внедрения новых организационных привычек.

Результат: Переход от аутистического менеджмента (ориентированного исключительно на прагматичный результат) к интегрирующему (балансирующему интересы для достижения синергии и обретения общего смысла в деятельности).



СВЕТЛАНА РЕВУЦКАЯ

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ



Задача: повышение конкурентоспособности компании

Бизнесхак: внедрение системы менеджмента качества на предприятии

Результат:

- преимущества для участников конкурсов, тендеров;
- гарантия выполнения требований заказчика;
- повышение цены на продукцию (услуги);
- улучшение качества продукции и работ;
- сокращение издержек;
- рационализация бизнес-процессов;
- нормативно-техническая поддержка производственного процесса;
- оптимизация процессов управления и повышение технологической дисциплины



ДИАНА ПЕРЧУЛЯК

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ



Задача: коммерциализация инноваций в виде идей и готового продукта

Бизнесхак: от появления идеи и до ее реализации не один шаг. Генератором бизнес-идей можете быть как Вы, так и любой сотрудник Вашей компании. Нужно доверять коллегам и уметь добиваться вместе, мы все – команда. Мнение скептиков создают новые идеи для утверждения и реализации, часто помогают изменить уже принятый план действий в лучшую сторону. Идеальная команда – это команда мотивированных единомышленников, каждый участник которой находится в своей зоне компетенций.



Результат:

- повышение уровня генерации бизнес-идей сотрудниками компании;
- формирование команды/команд функциональных единомышленников;
- принятие максимально правильных решений и действий;
- коопeração между подразделениями предприятия.

АНДРЕЙ НАЙДА

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ



Задача: осуществление изменений на предприятии

Бизнесхак: выпуск новых видов труб, закрытие старых производств

Результат:

- Выпуск новых видов труб: предварительно-изолированных, безнапорных гофрированных труб
- Оптимизация персонала



АНДРЕЙ НАЙДА

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ



Задача: улучшение продажи труб для водоснабжения

Бизнесхак: внедрение инновационного метода получения труб из полиэтилена для водоснабжения путём нанесения на неё защитного шара из трещиностойкого RC полиэтилена.

Результат:

- Увеличились продажи таких труб на 20%
- Уменьшился риск неправильного монтажа труб при подготовке траншей и засыпки
- Продукция предприятия стала более узнаваемой



ДМИТРИЙ ВЕРЕМЕЙЧУК

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТРУКТУРЕ И ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ



Задача: Заключения договора частного государственного партнерства с КП

Бизнесхак: мы создаем арт-резиденцию и коворкинг локацию для художников и креативных людей с разнообразной профессиональной поддержкой.

Организация и ХОС имеют намерение заключить договор государственного частного партнерства на территории «эколого-натуралистического отдела», расположенного в центре г. Харькова, неподалеку от «Госпрома» (одного из культурных и архитектурных символов города) в благоприятной зоне, с великолепно сохранившимся природным ландшафтом. Общая площадь территории с административными зданиями, составляет 3 га.



Мы надеемся, что территория «Посольства художников» будет первым шагом в воплощении идей креативной экономики.

Таким образом, данная локация будет уникальной моделью, для создания аналогичных точек по всей Украине и миру.

Результат: прошли первый этап подачи концептуальной записки, переходим к этапу создания рабочей группы по подготовке конкурса.

ВАСИЛИЙ КОВАЛЬ

ОПЕРАТИВНАЯ АДАПТАЦИЯ ИННОВАЦИЙ К СУЩЕСТВУЮЩИМ ТЕХПРОЦЕССАМ



Задача: внедрение инновационной технологической составляющей в существующие производственные процессы для минимизации расходов предприятия и благотворного влияния на окружающую среду

Бизнесхак: не всегда для оптимизации процессов, повышения уровня экологичности производства предприятию нужно полностью «ломать старое» и осуществлять большие капитальные инвестиции. Уделите должное внимание процессу всестороннего анализа существующих технологических процессов на предмет возможности их частичной или полной адаптации для новых технологических решений, доступных на рынке. Это позволит уменьшить финансовую составляющую модернизации, а также минимизировать уровень технологических разрывов в процессах предприятия.



Результат:

- увеличение эффективности работы предприятия;
- уменьшение уровня капитальных инвестиций на общую модернизацию;
- возможность оперативно реагировать на технологические инновации, позволяющие экономить;
- оперативность внедрения для минимизации технологических разрывов в процессах предприятия;
- повышение вашего имиджа как руководителя среди акционеров и конкурентов.

СЕРГЕЙ ГЕРШИКОВ

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ



Проблема: Сезонность спроса на один из основных видов продукции, выпускаемой предприятием, приводил к нехватке рабочих кадров при пиковых нагрузках и незагруженности персонала, и соответственно убытках предприятия из-за затрат на его содержание в периоды спада.

Задача: Провести реорганизацию производства с целью обеспечения выпуска продукции в пиковые периоды и избежание убытков при падении спроса.

Решение: На первом этапе выделили узлы оборудования и технологические операции, которые определяют уникальность и ноу-хау наших изделий, что составило порядка 20-25% общей трудоемкости. Изготовление этих узлов в выполнение уникальных операций по сборке независимо от загрузки, мы локализовали на своем предприятии. Провели поиск и обучение Партнеров способных и имеющих возможность выполнять по аутсорсингу изготовление простых узлов во время пиковых нагрузок.

Результат: Во время максимального спроса все простые детали, производство которых мы не можем обеспечить, изготавливаются не предприятиях Партнерах. В периоды падения спроса мы приостанавливаем работу по аутсорсингу и все узлы изготавливаем на своем предприятии, что позволяет обеспечить загрузку собственного персонала и не нести убытков от содержания рабочих, находящихся на простое.



ДАРИНА ДУШКО

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ



Задача: внедрить все процессы и процедуры для компании, у которой офисы в 4х странах, которая растет и развивается в размере 3 раза в год

Бизнесхак: использовать максимально количество коммуникационных каналов, найти один инструмент, где хранить всю информацию и сообщать сотрудникам, диджитализировать все возможные отчеты и коммуникации.

Результат:

- все занесено в систему и используются понятные инструменты для коммуникации и отчетности
- более глубокое понимание сотрудниками внутренних процессов
- повышение эффективности труда и улучшение коммуникации между офисами



ВИКТОРИЯ ЛАЗАРЕНКО



ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ – ВВЕДЕНИЕ В ПРОИЗВОДСТВО НОВОГО АССОРТИМЕНТА ОДЕЖДЫ

Проблема: ранее мы выпускали только верхнюю мужскую и женскую одежду. Как правило, заказчики хотят размещать заказы на одном предприятии с разным ассортиментом одежды. Для того, чтобы быть конкурентоспособным и удержать заказчика, нам необходимо быть гибким и выполнять любые заказы по изготовлению одежды.

Задача: переоборудовать производство, освоить новые технологии и выпускать одежду разного ассортимента

Решение: проанализировать запросы заказчиков, определиться, какой ассортимент одежды стоит вводить в производство, приобрести новое автоматическое оборудование, обучить технологов новым методам работы, запустить новые линии производства

Результат: предприятие работает на клиента и производит ассортимент одежды, который необходим заказчику. Производство работает бесперебойно, загружено постоянными заказами



МИХАИЛ ГРЕЧУХА

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ



Задача: коммерциализация бизнес-идей

Бизнесхак: от появления идеи и до ее реализации не один шаг. Генератором бизнес - идеи можете быть как Вы, так и любой сотрудник Вашей компании. Нужно доверять коллегам и уметь сомневаться в себе, вы все – команда. Мнение скептиков Вам в помощь, так как их сомнения часто помогают изменить уже принятый план действий в лучшую сторону. Идеальная команда – это команда мотивированных единомышленников, каждый участник которой находится в своей зоне компетенций.

Результат:

- повышение уровня генерации бизнес-идей сотрудниками компании;
- формирование команды/команд функциональных единомышленников;
- принятие максимально правильных решений и действий;
- коопeração между подразделениями предприятия.



АЛЕКСАНДР САМУХА

ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В КОМПАНИИ



Задача: внедрение проектов, изменений в компании

Бизнесхак: осознавая и планируя внедрение изменений в компании целесообразно привлекать к подготовке проектов рабочие группы-микс, состоящие из сотрудников разных департаментов и рангов. В составе групп обязательно должны присутствовать интеграторы будущих изменений и те, на кого они повлияют.

Результат: Вы удивитесь, насколько дополнят картину Вашего прогноза внедрения изменений те участники рабочей группы, которые стоят непосредственно «на процессе» (зачастую – это линейный персонал) или косвенно к нему относящиеся (как Вам казалось). Ваш прогноз станет точнее, учитет больше деталей и возможных рисков, а результат – «чище».

В командной работе в процессе брейнсторминга Вы уже на первом этапе «перемешаете» будущих участников проекта, начнете формировать коммуникацию между ними и обсудите первые правила игры. Это поможет в выстраивании «короткой» коммуникации и эффективного взаимодействия.

В командной работе Вы сможете рассмотреть будущих лидеров проекта, а также оппонентов.

Уже на первом этапе вы сможете обсудить и оценить объективность рисков, поработать с возражениями потенциальных возражателей-оппонентов. Если к необходимому решению эволюционно придет группа - % сопротивляемости на этапе внедрения будет невелик.

Мотивация: каждый участник рабочей группы будет чувствовать себя частью проекта, реализовывать конкретные изменения, управлять процессом.

Роль модератора рабочих групп очень важна. Тщательная подготовка, «возвращение» команд в необходимое направление, управление обратной связью, мотивация участников.



АНДРЕЙ ЛОГВИН

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ



Задача: социально ответственный бизнес

Бизнесхак: выстраивать бизнес с учетом социальной ответственности и по принципам, понятным европейскому бизнесу/инвесторам

Результат:

- Хорошее отношение с местной властью и населением
- Ориентирование на инфраструктурные вопросы и запросы местности, в которой работает бизнес
- Повышение имиджа вашей компании для иностранных инвесторов
- Принципы работы вашей компании понятны иностранному партнеру
- Один из факторов, что указывает на долгосрочную перспективу работы вашего бизнеса



ВЛАДИСЛАВ СУШКО

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ – СПІВПРАЦЯ З ФОНДАМИ



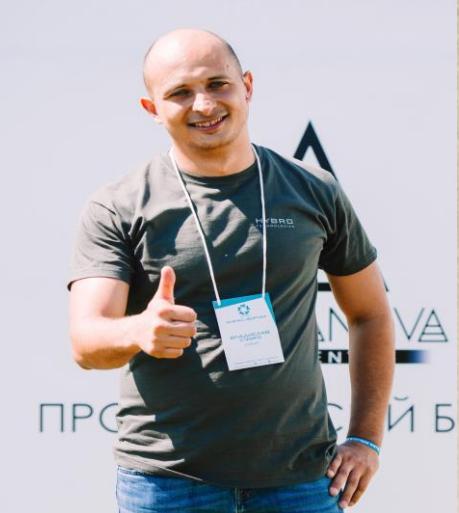
Проблема: відсутність розуміння етапів впровадження інновацій

Задача: звернутися до спеціалістів з написання грантових проектів

Опис: визначаєте один чи декілька грантів (Horizon 2020, USAID та ін.).

Знаходите спеціаліста з написання грантового проекту. Отримуєте і головне структуруєте знання механізмів впровадження інновацій від професіонала. До моменту виграшу безкоштовно.

Результат: отримання структурованих знань по впровадженню інновації: проблеми, рішення, цінності, стадії впровадження, р&l, кешфлу і.т.д і.т.п. Після отримання гранту, або без такого можна приступати до реалізації проекту із впровадження інновацій.





ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА УДЕРЖАНИЕ ТАЛАНТОВ

ЕВГЕНИЙ ИВАШКЕВИЧ

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ



Задача: ежеквартально проводить с персоналом мероприятия, которые нацелены на выход из зоны комфорта или заставляют бороться со своими страхами.

Бизнесхак: Проводите «events(ы)», которые заставят большинство сотрудников выйти из зоны комфорта. Как показала практика, этот метод имеет целый ряд преимуществ.

Результат:

Таким образом вырабатывается острая необходимость адаптации к новой реальности. Сотрудники понимают, что дальнейшее сопротивление бессмысленно, и начинают оценивать перспективы:

- готовы учиться новому, развивать и ставить новые задачи;
- вкладывают силы в то, чтобы изменения заработали;
- чувствуют себя вовлеченными и вовлекают других;
- понимают, что сопротивление – это нормально; осознают, на какой стадии сопротивления находятся люди, и каких реакций можно ожидать дальше; испытывают облегчение от понимания того, что их собственные реакции и чувства нормальны, и не являются признаками слабости.
- могут разработать и реализовать соответствующие действия для быстрого и эффективного прохождения этих стадий.



ОЛЬГА КОВБЛЮК

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ



Проблема: работники стремятся к увеличению своего дохода VS работодатели стремятся к уменьшению расходов

Задача: мотивировать персонал, не имея для этого дополнительного финансового ресурса

Решение: привлекать персонал к непосредственному принятию решений, «возвращивать» уверенность (*и соответствовать этому на практике*) в том, что вклад каждого влияет на конечный результат, обоснованная аргументация любого сотрудника может изменить исход дискуссии и успех достигается благодаря участию и стараниям индивидов на всех (*а не только на руководящем*) уровнях

Результат: персонал чувствует себя причастным, «частью» проекта/программы/компании – формирование мотивации на другом, нежели финансовый, уровне



ЮЛИЯ ТАРАКАНОВА

ПРИВЛЕЧЕНИЕ И УДЕРЖАНИЕ ТАЛАНТОВ



Задача: рост и мотивация сотрудников на рабочем месте

Бизнесхак: Признайте, что сотрудники могут быть мотивированы чем-то, напрямую не связанным с их работой. Всегда старайтесь слушать сотрудника или вывести на непринужденную беседу не связанную с работой, узнайте больше об их желаниях, чем они увлечены вне работы. Помогите своим сотрудникам в их занятиях и интересуйтесь их достижениями. Можно использовать стремление сотрудников добиваться высоких результатов в той области, которой они увлечены, чтобы стимулировать их рост и мотивацию на рабочем месте. Ваше позитивное отношение к увлечениям сотрудника обязательно скажется на его работе.

Внедрите в вечернее, но рабочее время посиделки с чаем. Так вы больше узнаете о человеке с которым работаете.

Подарите сотруднику подарок связанный с его интересами

Результат:

- повышение результативности и эффективности работы
- командная работа
- расширение кругозора
- увеличение вариантов решения вопросов



АЛЕКСЕЙ ЛАРИН

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ



Проблема: Увеличение количества обращений в службу поддержки ИТ-департамента, зачастую требующих нестандартных решений с сокращением сроков обработки (проблема вызвана: 1. на предприятии осуществляется автоматизация бизнес-процессов на основе ERP-системы, 2. рост количества новых сотрудников).

Задача: снижение времени обработки входящих запросов (заявок, задач) в ИТ-департамент.

Бизнесхак: Мы использовали элементы Scrum. Не бойтесь экспериментировать с новыми методологиями управления процессами в «не классических» формах. Зачастую давно отработанная и проверенная модель обретает форму наиболее подходящую вашим реалиям (группе сотрудников, формату общения, и даже, например, расположению мебели в офисе и т.д.).

Результат:

- Снижение количества текущих заявок в 7 раз по состоянию «на сейчас»
- Увеличение скорости обработки заявок пользователей
- Увеличение количества отработанных заявок по принципу «красивое решение»
- Повышение имиджа департамента внутри предприятия, повышение имиджа руководителя департамента
- Спринты позволяют сотрудникам переключать внимание и быть более продуктивными в течении рабочего дня (свообразные «разрядка» и отдых).



МАКСИМ КОРОТУН

ВНУТРЕННЯЯ КОММУНИКАЦИЯ И АВТОНОМНОСТЬ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В КОМАНДЕ



Задача: наладить решение повседневных задач и проблем командой автономно. Дать сотрудникам больше полномочий, не замыкать принятие решения на директоре. Высвободить время для стратегической работы.

Бизнесхак: для решения проблемных задач руководителями подразделений и менеджерами, было принято решение перенести совещания из кабинета директора в разные департаменты предприятия (производство, отдел управления проектами, отдел главного конструктора). Для этого были установлены круглые столы для проведения совещаний. Совещания должны проводиться и заканчиваться принятием решений не зависимо от присутствия директора. Директор, анализируя повестку дня и регламент совещаний, исходя из важности вопроса совещания, сам принимает решение, какое совещание посетить и проконтролировать, а какое – оставить в компетенции руководителей.



Результат:

- Высвобождение моего времени для стратегических задач
- Делегирование задач руководителям, как следствие большее количество решенных задач за период
- Улучшена мотивация сотрудников, которым доверено самим принимать решения

АНДРЕЙ МАЛЫШЕВ

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ



Задача: адаптация сотрудников к существующим моделям ведения работ

Бизнесхак: не всегда необходимо ориентироваться на одну единственную модель ведения бизнеса, их необходимо комбинировать. Принимая на работу новых сотрудников, мы предлагаем им ориентироваться на результат. Но, к сожалению, большая часть структурных подразделений с которыми мы взаимодействуем, ставят во главу угла «процесс». Умение пользоваться «отрицательным опытом» тоже приносит свои дивиденды и работает на достижение цели.

Результат:

Реальный случай из жизни: на руководящую должность был принят сотрудник. Была определена задача и сроки (один месяц). Молодому человеку была предложена ориентированная на достижение результата модель ведения работы, определённая свобода действий и т.д. Необходимым «ингредиентом» также было взаимодействие с некоторым количеством структурных подразделений (получение информации, согласование и т.д). Через три недели он сообщает, что ввиду получения недостоверной информации, сроки отодвигаются. Ввиду неприемлемости такого развития событий, ему было предложено объединить обе модели ведения производственного процесса. Результат был получен через два часа!!!



ИРИНА КИРПИЧЕВА

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ



Задача: как рассчитать зарплату справедливо

Решение: для административных сотрудников, руководителей, специалистов по маркетингу, специалистов отдела кадров, бухгалтеров, кладовщиков используется такая система оплаты труда, где зарплата зависит от 2-х факторов:

-размера прибыли предприятия. 30% прибыли предприятия переходит в общий фонд заработной платы,

-от положения сотрудника на оргсхеме. Точные доли для каждого сотрудника можно определить в оргполитике по количеству баллов на разных постах в предприятии.

Например: прибыль за месяц 200 000 грн. В фонд з/платы 30%-60 000 грн.

У руководителя 500 баллов, у бухгалтера 250 баллов, у менеджера 300 баллов. Итого 1050 баллов.
 $60\ 000 / 1050 = 57,14$ грн. Стоит 1 балл.

З/плата руководителя 28570 грн., бухгалтера 14285 грн., менеджера 17145 грн.

Результат: возможность иметь стабильные и высокие зарплаты только когда предприятие имеет стабильную и высокую прибыль.



ТАТЬЯНА МАРКИНА

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ



Проблема: Сотрудники, работающие с внешними клиентами организации, жалуются на сильный стресс на рабочих местах. Их продуктивность падает. В коллективе напряженная атмосфера, конфликты. Показатель текучести персонала по соответствующему подразделению растет. Качество обслуживания клиентов страдает. Из-за этого компания несет финансовые потери, существует угроза ее репутационному капиталу.

Задача: Улучшить показатели работы соответствующего подразделения.

Решение: Успешность внешних коммуникаций с клиентами – точный маркер внутренних конфликтов в организации.

Задача решается на 3 уровнях:

«Сотрудники – клиенты»: Обучение сотрудников для укрепления необходимых навыков: ведения переговоров, решения конфликтов, стрессоустойчивости, противостояния манипуляциям и давлению, убеждения и др.

«Руководитель подразделения – подчиненные»: Проанализировать управленческую проблему и выявить конфликт и его стороны. Разработать и применить структурные и административные методы решения конфликта. Выяснить какие личностные особенности линейного руководителя могут провоцировать проблемное взаимодействие. Рекомендовать психокоррекцию или обучение навыкам эффективного управления.

«Управленческий стиль высшего руководства организации»: Решение конфликтов, иногда неосознанно провоцируемых топ-менеджерами, требует от них смелости, способности к рефлексии и готовности меняться внутренне, в том числе через самообразование и индивидуальную работу со специалистами. Подчиненным ни решение такой задачи, ни возможность донести ее до руководства не по плечу. Поэтому требуется привлечение независимых консультантов.

Результат: Гармонизирующая перестройка внутренней системы корпоративных ценностей и способов взаимного влияния в организации отражается на финансовых и нефинансовых показателях.



АНДРЕЙ МИХАЙЛОВ

ОБРАЗОВАНИЕ И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА



Задача: формализация знаний в виде полученного диплома / сертификата по профилю работы в компании

Бизнесхак: Часто руководители и топ-менеджмент компании формально обладая практическими навыками и компетенциями не имеют базового образования или диплома соответствующего реальной необходимости. Инвестирование в нематериальные активы, а именно в персональное развитие и повышение квалификации, является перспективным и ключевым фактором успеха. Отсутствие времени на собственное развитие ведет к сужению кругозора и в последствии потере конкурентных преимуществ. Запланировав получение образования, посещение тренингов, курсов повышения квалификации и реально посетив их, инвестировав свое время, внимание и деньги принесет вам в будущем хорошие дивиденды.

Результаты позволяют:

- Работать на повышение качества менеджмента.
- Разрабатывать стратегии инноваций.
- Подбирать членов команды и справляться с проблемами командообразования.
- Мотивировать персонал.
- Структурировать работу: компоненты и этапы планирования.
- Пользоваться инструментами для достижения целей и контроля.
- Готовиться к совещанию и отрабатывать стрессоустойчивость.



ВАСИЛИЙ КОВАЛЬ

ВНЕДРЕНИЕ KPI СИСТЕМЫ – ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА



Задача: внедрение kpi для контроля эффективности работы персонала, гибкого плана премирования сотрудников, что позволяет оплачивать их работу по реальному результату, оптимизации бизнес-процессов в части трудозатрат персонала, а также оценка стандартов выполнения поставленных задач.

Бизнесхак: внедрение kpi системы позволяет оптимизировать существующие бизнес-процессы в части трудозатрат персонала и оценивать выполнения поставленных задач по установленным стандартам. Такой подход позволяет улучшить эффективность работы предприятия, увеличить точность прогнозируемых результатов, а также мотивировать высококвалифицированный персонал.



Результат:

- увеличение эффективности работы предприятия;
- увеличения уровня прогнозирования результатов работы предприятия;
- возможность оптимизации существующих бизнес процессов и при необходимости оперативного внедрения новых;
- обеспечение стабильно высокого уровня работы путем привлечения и удержания высококвалифицированного персонала.

ОЛЬГА ЗАЛОГА

ПІДВИЩЕННЯ ККД КОЖНОГО СПІВРОБІТНИКА



Задача: звільнити час співробітникам для вирішення завдань

Бізнесхак: автоматизуйте виконання всіх завдань, що постійно повторюються, наприклад в області маркетингу або у відділі продаж. Використовуйте програмні засоби для виконання маркетингових компаній електронною поштою або в соціальних мережах, максимально зменшуйте кількість повторюваних операцій.

Результат:

- співробітники менше втомлюються від виконання повторюваних операцій
- з'являється більше часу на створення нового маркетингового контенту або нових кампаній
- більше часу з'являється на переслідування і спілкування з потенційними клієнтами



СВЕТЛАНА РЕВУЦКАЯ

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА



Задача: поддержание максимальной эффективности персонала без выгорания

Бизнесхак: создание на территории компании массажного кабинета и стоматологического кабинета. Дать возможность персоналу получить услуги в течении рабочего дня.

Результат:

- более здоровые сотрудники
- увеличение эффективности работы
- более удовлетворенные и замотивированные сотрудники
- меньшая необходимость пропусков рабочего времени персоналом и вследствие этого возможность более четко планировать сроки выполнения задач и производственного графика
- повышение вашего имиджа как руководителя среди персонала



ИРИНА ЧЕРЕП

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ И ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ



Задача: поиск новых и неординарных решений / технологий; привлечение и удержание талантов.

Бизнесхак:

- организация системы подачи и рассмотрения предложений от сотрудников всех структур и подразделений предприятия;
- предоставление времени для коллективных мозговых штурмов и обсуждения идей вне текущих задач и проектов;
- предоставление материальной базы и ресурсов для проведения экспериментов;
- разработка собственной образовательной программы и системы наставничества для молодых сотрудников;
- организация социальных и спортивных мероприятий для всех категорий персонала.



Результат:

- увеличение числа полезных, креативных и эффективных идей для производственного процесса и организации труда
- развитие корпоративной культуры и ценностей компании, командообразование
- творческий подход к решению проблем
- создание дополнительного конкурентного преимущества

ВЛАДИМИР ПЕТРЕНКО

РАБОТА С ПЕРСОНАЛОМ



Задача: Возмещение потери кадров, ушедших к конкурентам.

Бизнесхак: идите в ВУЗ преподавателем, а не покупателем. Часто обучить молодого специалиста легче, дешевле и быстрее, чем адаптировать к условиям работы на фирме старых опытных профессионалов. Но выступая в роли покупателя выпускников вы получаете не самый лучший контингент. Организуйте курсы, лекции, тренинги за символическую цену, для того что бы приметить наиболее перспективных студентов и подготовить их профессионально и психологически к приходу на вашу фирму.

Результат:

- поступление на фирму перспективных кадров
- низкие затраты на обучение кадров, т.к. в период обучения им не надо платить зарплату
- сокращение периода от начала работы до практической отдачи
- снижение рисков несовместимости новых кадров с действующим составом
- доверие к вам как к профессиональному



ЮНОНА ШКУРАТ

РАБОТА С ПЕРСОНАЛОМ



Проблема: часто на гос. службе вновь прибывшие сотрудники не имеют необходимых знаний для выполнения типичных для того или иного подразделения задач. Информация в основном поступает от начальства или колег, которые работают давно. При этом у нового сотрудника зачастую нет понимания всей «картины» о том, что и для чего он делает.

Задача: систематизировать работу «новеньких» гос. служащих, облегчить процесс понимания работы с целью обеспечения бесперебойной работы отдела.

Решение: одним из вариантов решения данной проблемы есть разработка методических рекомендаций для «новичков». Более опытные сотрудники отдела могут участвовать в создании таких рекомендаций опираясь на свой опыт, тем самым делясь информацией (в печатном виде) с описанием различных вариантов решения тех или иных задач.

Результат:

- Экономия рабочего времени всех сотрудников отдела.
- Ознакомившись с типичными задачами отдела и вариантами их реализации, сотрудник быстро овладевает полезной «точечной» информацией и быстрее выполняет свою работу, а так же лучше понимает какие навыки ему нужно проработать.
- Улучшение понимания новым сотрудником своего места в общей «цепочки» работы гос. органа.
- В случае замены руководства или целого отдела, всегда есть возможность опираться не на знания «старожилов» отдела, а на объективную информацию, изложенную письменно в методических рекомендациях (уходит зависимость от знаний старых сотрудников).



РАИСА ПЛЕШКА

ИЗМЕНЕНИЕ ВНУТРЕННЕЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ КОМПАНИИ И
ВЫЯВЛЕНИЕ СКРЫТЫХ ЛИДЕРОВ



Задача: построение оптимальной организационной структуры компании

Бизнесхак: при выявлении скрытых лидеров необходимо построить систему коммуникаций между ключевыми сотрудниками. Необходимо пробовать различные варианты делегирования, в том числе своих полномочий и полномочий других Топов. Оптимальный состав группы три человека. Далее наблюдение и отбор с применением тестовых заданий, в т.ч. которые были нами отработаны в Дрездене. Важно: результат приходит в процессе работы, результат не может быть мгновенным. Надо самому верить в результат и научить верить в результат других.



Результат:

- привлечение новых кандидатов / сотрудников
- подготовка новых кадров и дуальное обучение
- выявление скрытых лидеров
- оптимизация структуры группы

ЮЛИЯ ТАРАКАНОВА

УДЕРЖАНИЕ ТАЛАНТОВ



Задача: Научите сотрудников измерять степень успешности проделанной работы

Бизнесхак: Внедрение таблички роста собственного профессионализма. Сотрудники создают для себя таблицы оценок и лучше самого руководителя отмечают свои победы и поражения. Любая цель работы может быть измерена в простой системе оценок или создайте шкалу оценки эффективности труда. Табличка примерно может выглядеть так первая колонка это задача, вторая – как он оценивает свой результат, третья - насколько это для него было интересным заданием и четвертая – насколько он оценивает что выполнение этой задачи повлияло на общий результат команды.

Результат:

- выявление сильных и слабых сторон
- возможность более правильного распределения задач
- возможность управлять результатом всем во благо
- отличная работа
- повышение уровня самоинформированности сотрудника.



АННА ГОРБЕНКО

ПРИВЛЕЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ В КОМАНДУ



Задача: Привлечь в компанию людей способных работать в команде, брать ответственность и решать самостоятельно комплексные задачи.

Бизнесхак: Перед принятием человека в команду поработайте с человеком на проектной основе. Лучше дать 2 проекта: более простой и сложный, и посмотреть, как человек попытается, будучи ответственным за результат проекта: коммуницировать, интегрироваться в команду, получать нужную информацию и давать обратную связь, как он будет планировать и управлять ресурсами, тем же временем, насколько широко он видит ситуацию и понимает взаимосвязь всех процессов и членов команды и влияние на результат. Такой подход всегда приносит отличные результаты, в отличие от найма на определенную должность с испытательным сроком.



Результат:

- Можно вовремя, быстро и безболезненно расстаться с неподходящим человеком без полной его интеграции в коллектив и без излишних ожиданий и эмоций со стороны такого человека и команды
- Человек на старте получает ответственность за определенный результат в необходимые сроки, и у него нет возможности спихнуть ее на других, прикрываясь временем на обучение и постепенную интеграцию
- Возможность быстро оценить сильные и слабые стороны, способ мышления и способность к действию, что сложно при более мягкому вхождении в коллектив
- Коллектив не пострадает от расставания, или сам попросит скорее принять на работу ценного сотрудника

ВАСИЛИЙ ВОЛОШИНОВ

НАБОР ПЕРСОНАЛА



Проблема: отсутствие необходимого персонала на рынке труда

Бизнесхак:

- Набор персонала исходя из лучших качеств кандидата (в том числе хобби и любимые занятия)
- Заразить идеей, подружить с коллективом, создать комфортные условия работы

Результат:

- Получаем сотрудника, который занимается любимым делом, получает моральное и материальное вознаграждение

БОГДАН ШУЛЯР

ЗАЛУЧЕННЯ І УТРИМАННЯ ТАЛАНТІВ



Задача: Як правильно наймати людину на роботу

Бізнесхак: Наймати нову людину варто лише на написаний бізнес процес з описом очікуваних результатів у цифрах. Поки немає прописаного бізнес процесу – робота людини навряд буде ефективною. Єдине виключення – найм працівника який може сам прописати цей процес і впровадити його.

Результат:

- Розуміння працівником свого місця в компанії
- Більша продуктивність за рахунок розуміння обов'язків та критеріїв оцінки роботи
- Оптимізація кількості працівників





МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ

АЛЕКСАНДР АЛЕШКО

МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ



Задача – повышение доверия к компании со стороны потребителя.

Бизнесхак – добавить страницу с часто задаваемыми вопросами на ваш сайт.

Как правило ваши клиенты уже присылали свои вопросы или задавали их устно. Информация для размещения на сайте практически готова, добавьте к ним несколько строк от себя и в очень короткие сроки у вас, будет готова полная страница сайта.

Результат – как следствие, использования данного бизнесхака:

- Вы сэкономите время клиента и свое
- Вы продемонстрируете проактивный подход в коммуникациях с потребителями
- демонстрируя заботу о клиенте, Вы повышаете лояльность клиента к продукту/услуге и к компании в целом



НАТАЛЬЯ АНДРУЩЕНКО

ВЫБОР ПРОДУКТА



Проблема: при входе на новые рынки очень сложно угадать какой продукт на каком рынке будет хорошо продаваться. Необходимо подбирать не только сам продукт, также упаковку, маркировку и другое

Задача: выбрать наиболее подходящий продукт под новый рынок

Решение: использование сервисов для анализа экспорта и импорта продукта за последние 5 лет найти тенденцию по возрастающей потребности на соответствующем рынке.

Результат: возможность войти на рынок с подготовленным продуктом, который востребован на рынке



ВЛАДИСЛАВ СУШКО

МАРКЕТИНГОВІ РІШЕННЯ НА ЗАРУБІЖНИХ РИНКАХ

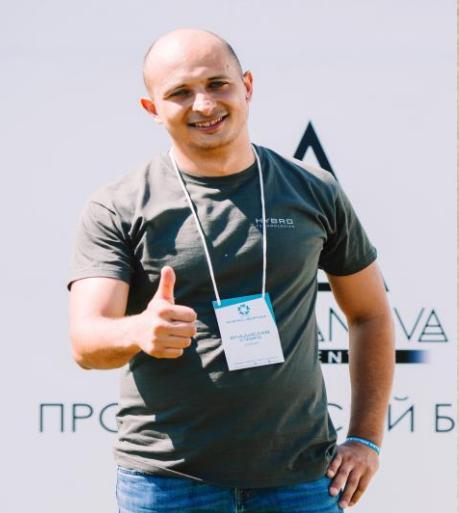


Проблема: закритий доступ до окремих компаній

Задача: заручитися підтримкою ТПП в інших країнах

Опис: звертаєтесь в ТПП України (якщо вже є її членом), з проханням надіслати листи на ТПП інших міст з проханням зустрітися з представниками вашої компанії та посприяти у налагодження корисних контактів на локальному ринку.

Результат: проведення ділових зустрічей з представниками компаній місцевого бізнесу в стінах та за підтримки місцевої ТПП.



МАРТА СТЕЦІВ

МАРКЕТИНГ ТА ПОШУК БІЗНЕС-ПАРТНЕРА



Мета: налагодження контакту з потенційним бізнес-партнером та створення позитивного іміджу компанії

Бізнесхак: створіть та постійно підтримуйте сторінку своєї компанії, а також свою особисту сторінку у соціальній мережі LinkedIn або XING (використовується у Німеччині, оскільки вона набула популярності до моменту появи LinkedIn). Пишіть там про новини, проекти, досягнення своєї компанії, залучайте своїх працівників для поширення інформації, попередньо узгодивши стратегію та спільне бачення.

Результат:

- додаткова реклама, адже сторінка стане воротами у світ компанії, а ви - її амбасадором
- у випадку відсутності вебсайту іноземною мовою, потенційний партнер зможе оцінити чим займається компанія, цілі, мету, продукцію
- пошук релевантних груп у вашій сфері із активним обговоренням дозволить знайти контакти та отримати доступ до інформації про конкурентів, партнерів



ИГОРЬ ГОСТРИК

МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ



Задача: продвижение товаров или услуг европейских производителей на территории Украины и украинских на территории Европы

Бизнесхак: перед тем как заниматься маркетингом товаров или услуг, очень внимательно изучите продукт, который Вы собираетесь продвигать, найдите сильные и слабые стороны этого продукта. Проанализируйте конкурентов вашего товара и попытайтесь найти потенциальных партнеров в Вашем бизнесе. Очень важно заручиться поддержкой местных партнеров того рынка, на который Вы выходите со своим продуктом

Результат:

- глубинное понимание продукта или услуги, которую Вы продвигаете на рынок
- анализ сильных сторон продукта и сравнение его с такими же продуктами или услугами, но уже конкурентов
- планирование маркетинговой стратегии на основе выводов, которые будут сделаны в процессе
- местные партнеры всегда помогут Вам с продвижением вашего товара, основываясь на знании местного менталитета, более высоком уровне доверия к местным компаниям и оперативным решениям вопросов, которые могут возникать в процессе обсуждения проданного товара



ВЛАДИСЛАВ СУШКО

МАРКЕТИНГОВІ РІШЕННЯ НА ЗАРУБІЖНИХ РИНКАХ

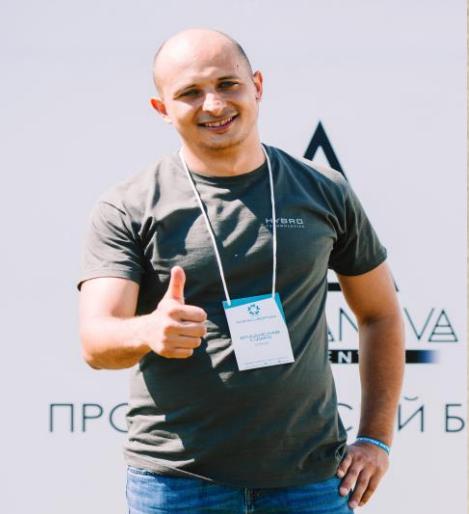


Проблема: неготовність іти на контакт з вашою компанією.

Задача: донести інформацію спровокувати організувати ділову зустріч між представниками двох компаній.

Опис: готуйте Бриф на одну сторінку де вказано: мета ділової зустрічі, головні питання зустрічі, очікуваний результат, інформацію про компанію, мова спілкування, тривалість зустрічі, дані учасників.

Результат: Бриф надсилається прямо до секретаря з інформацією про отримане доручення організувати ділову зустріч на вищому рівні між вашими компаніями. Вся інформація для прийняття позитивного рішення, коротко і по суті доводиться до керівника компанії легко і невимушено.



НАТАЛЬЯ ПОТАПОВА

МАРКЕТИНГ – ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТА



Проблема: усиливающаяся конкуренция, отсутствие у нас дополнительных ресурсов для привлечения/борьбы за клиента, уменьшение покрытия, в связи с сильно растущими ценами на топливо:

до 2015 года производимая продукция продавалась на территории Донецкой, Запорожской, Днепропетровской, Полтавской, Киевской, Винницкой областях и была хорошо узнаваема. На сегодняшний день наша продукция стала все менее заметной, хотя и запатентована, но недобросовестная конкуренция со стороны наших конкурентов, а именно выпуск похожей продукции, привела к потере уникальности.

Задача: привлечь к себе внимание на «местном» уровне

Решение: расширение производимой линейки (а именно: начали производить хлеб и замороженные полуфабрикаты наряду с фаст-фудом), позиционирование себя как Хлебозавода, изменение сайта, ребрейдинг, активная реклама в соцсетях бренда ТМ «Вкуснятина» и донесение до клиентов наших преимуществ – качества продукта и близость к покупателю.

Результат: прямые обращения клиента в офис, возможность получения более оперативной обратной связи, расширение круга потенциальных клиентов



ЕЛЕНА АЛМАЗИНА

ПРИВЛЕЧЕНИЕ И УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ



Проблема: конкуренция между магазинами, продающими одну и ту же продукцию по одним и тем же ценам.

Задача: отстроиться от других поставщиков услуг (в нашем случае - конкурирующих магазинов)

Решение: на целый год прописывается график лотерей по чекам. Лотерея проходит 1 раз в 2 месяца. Суперпризы - холодильник, диван и т.д. + другие предметы из ассортимента. Партнёр этой акции - местная газета, которая печатает рекламу магазина и отрезные талоны участников розыгрыша. Отрезные талоны участвуют в лотерее наряду с чеками. В качестве гонорара за рекламу газета учитывает стоимость лотов.

Результат: Каждые 2 месяца магазин заполняется людьми от 100 до 200 человек. Создаётся ажиотаж. Участие в лотерее - весомый аргумент для покупки именно в этом магазине тем более, что магазин размером 200 м², вероятность выигрыша большая (лотов не менее 30 штук разной стоимости)

- продажи увеличиваются на 20-25%
- собирается база клиентов (из заполненных талонов), с которыми можно дальше контактировать.
- в виде лотов дарится много остатков продукции, которая просто занимает место
- в течение года реклама в газете практически бесплатно (газета еженедельная с ТВ программой, как раз нацеленная на нашу аудиторию)
- нестандартный партнёрский кейс с газетой вызывает более доверительное отношение к магазину, выделяет среди остальных конкурентов. - Цену на продукцию не демпингуем. Она остаётся выше средней.



ЕЛЕНА АЛМАЗИНА



ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ

Проблема: большая конкуренция на рынке отопительной техники и мебели украинского производства. Рекламные макеты, содержащие только текст или анимационные изображения предметов и людей, не привлекают к себе внимание и не запоминаются.

Задача: увеличение количества продаж путем привлечения большего внимания к рекламе магазина в метро, на автомобиле, в журналах, газетах, на календариках

Решение: размещение на рекламе фотографий собственника + мебели и товара из ассортимента.

Результат:

- реклама выхватывается взглядом из целого ряда другой рекламы, потому что живое эмоциональное лицо привлекает внимание
- календарики с теми же фото выдаются в магазинах, где подчеркивается, что это собственник магазина, чем усиливается доверие к организации. "Первое лицо" не прячется — это плюс.
- Людям всегда приятно видеть одно и то же лицо и на рекламе, и в жизни. Доверие клиентов и поставщиков увеличивается.
- Чиновники относятся более уважительно, меньше произвола, потому что лицо становится узнаваемым.



ІРИНА ПОВХ

МАРКЕТИНГ – ПРИВЕРНУТИ УВАГУ КЛІЄНТА



Проблема: На ринку аутсорсингу розробки програмного забезпечення дуже велика конкуренція, оскільки більшість компаній пропонують практично однакові послуги і мало чим відрізняються. Мала нікому не відома компанія, мала великі амбіції росту.

Задача: продати великий проект за ціну вищу регулярної



Рішення: Unique selling proposition. Після продажу кількох менших проектів, ми визначили в яких рішеннях маємо найбільше досвіду, і в яких технологіях маємо сильну експертизу. Почали в цьому напрямку ще більше розвиватися та рекламиувати саме їх у всіх маркетингових матеріалах, сайті, провідних площацдах, та почали шукати таких клієнтів, яким потрібні були саме наші скілі.

Результат: компанія зацікавила не тільки кілька великих клієнтів, але й підвищила свій статус на ринку рекрутингу і змогла залучити більше та кваліфікованіших працівників.

АНДРЕЙ ЛОГВИН

МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ



Задача: провести маркетинговое исследование рынка с упором на получение конечного результата.

Бизнесхак: старайтесь искать контакты и налаживать связи с представителями украинской диаспоры в Германии, особенно в предпринимательской среде. Это ваши надежные помощники. Такие связи дают возможность увеличить оперативность работы благодаря постоянному присутствию на территории Германии и преодолеть языковый барьер. Кроме того, у многих остались друзья или родственники в Украине, поэтому они солидарны со всем что происходит у нас в стране

Результат:

- более глубокое понимание вами в целом рынка на понятном вам языке
- увеличение числа полезных контактов в других компаниях
- возможность более оперативно решать отдельные локальные задачи
- возможность более оперативного получения необходимой вам информации
- возможность дать реальную информацию про вашу компанию, регион вашему зарубежному партнеру, так как реальная информация отличается от той, что доступна в официальных источниках.



АНТОН ЮМАЕВ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



Задача: проведение маркетинговых исследований без огромных бюджетов

Бизнесхак: Нет возможности проводить дорогостоящие исследования потребителя? В этом нет особой необходимости. Воспользуйтесь примером автомобильного гиганта Toyota (детально в книге Dao Toyota).

Перед выпуском марки авто Lexus, представитель Toyota опросил всего около 20 человек с высоким уровнем достатка, которые были прямой ЦА. Было задано 3 вопроса: почему они выбрали именно эту марку, почему они решили, что им не подходят модели других производителей того же класса, и что они думают о разных машинах. На основании данного опроса были сформулированы основные принципы бренда Lexus.

Для проведения такого исследования Вам нужно: Цель – что Вы хотите узнать, четко знать свою ЦА, сформулировать несколько открытых вопросов, которые должны дать нужный ответ и провести фокус группу.

Результат:

Так как поведение каждой определенной потребительской группы в целом похоже, нет необходимости опрашивать тысячи человек. Сформулируйте детализированный портрет своего потребителя, выберите несколько десятков человек и получите важную информацию при минимальных затратах



АНТОН ЮМАЕВ

ПЕРВЫЙ КОНТАКТ В ПРОДАЖАХ



Задача: увеличение конверсии холодных контактов в следующие фазы цикла продаж

Бизнесхак: выберите около 10 потенциально самых важных холодных контактов и попробуйте написать им письма. Обычное бумажное письмо, написанное от руки в обычном, не брендированном конверте. Конверт подписать также от руки.

Если отправка на домашний адрес – можно обойтись без ФИО адресата. Это вызовет не поддельный интерес.

Если отправка в офис – не указывайте на конверте должность адресата, только ФИО. Письмо должно выглядеть как личное.



Можно также поэкспериментировать с отправкой в небольшой обычной коробке, коробку большинство точно вскроет. Но тут необходимо подумать над наполнением, что бы не было перенагрузки брендированными материалами.

Результат:

Ваше письмо точно откроют и запомнят, что дает Вам право позвонить и напомнить о таком прецеденте. При звонке Вы уже не будете восприниматься как чужой человек, что значительно повысит шансы на назначение встречи и дальнейшее сотрудничество

ОКСАНА ТЕРЕЩЕНКО

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ НА РЫНКЕ НОВОГО ТОВАРА



Проблема: придумать название бренда и разработать логотип, представление нового товара, получение сертификата, патентование бренда и продукции. Напечатать „Бизнесхак“ на клавиатуре без русской раскладки!



Задача: получить сертификат ISO 9001, представить на рынке абсолютно новый продукт, заинтересовать компании-распространители, победить бюрократическую машину. Напечатать „Бизнесхак“ на клавиатуре без русской раскладки!

Решение: постоянный диалог с потенциальными клиентами, демонстрация продукта потенциальным клиентам и бюрократам, переговоры с потенциальными клиентами и бюрократами, использование любой возможности представить продукцию. Все-же напечатать „Бизнесхак“ на клавиатуре без русской раскладки!

Результат: приходит заинтересованный в продукции клиент, имеющий краткое представление о продукции и желающий убедиться, что все заявленное производителем отвечает действительности, бюрократы на нашей стороне, ожидаем, что в скором времени бюрократическая машина закончит все необходимые процедуры.

Напечатанный „Бизнесхак“ на клавиатуре без русской раскладки!

ВИКТОРИЯ ФОКИНА

УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ / СОЗДАНИЕ ИСКУССТВЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ



Задача: увеличения продаж продукции компании.

Бизнесхак: создается еще один сайт компании. На новом сайте также рассказывается о продукции компании, но уже с другими примерами, с фотографиями других объектов, с другими телефонами и контактными лицами. Смещается акцент по специализации - изготавливаем тот же продукт, но уже не только по индивидуальным чертежам, а большие объемы в короткие сроки.

Результат:

- Компания получает в два раза больше звонков, запросов на свою продукцию
- В два раза больше времени на общение с потенциальным заказчиком, т. е. если с первого раза не попали в «боль», то получив больше информации, уже попадаем в потребность и закрываем ее.
- Компания получает в два раза больше заказов
- Компания получает в два раза больше прибыли



ЕЛЕНА АЛМАЗИНА

ПРОДВИЖЕНИЕ ИМПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ НА УКРАИНСКИЙ РЫНОК



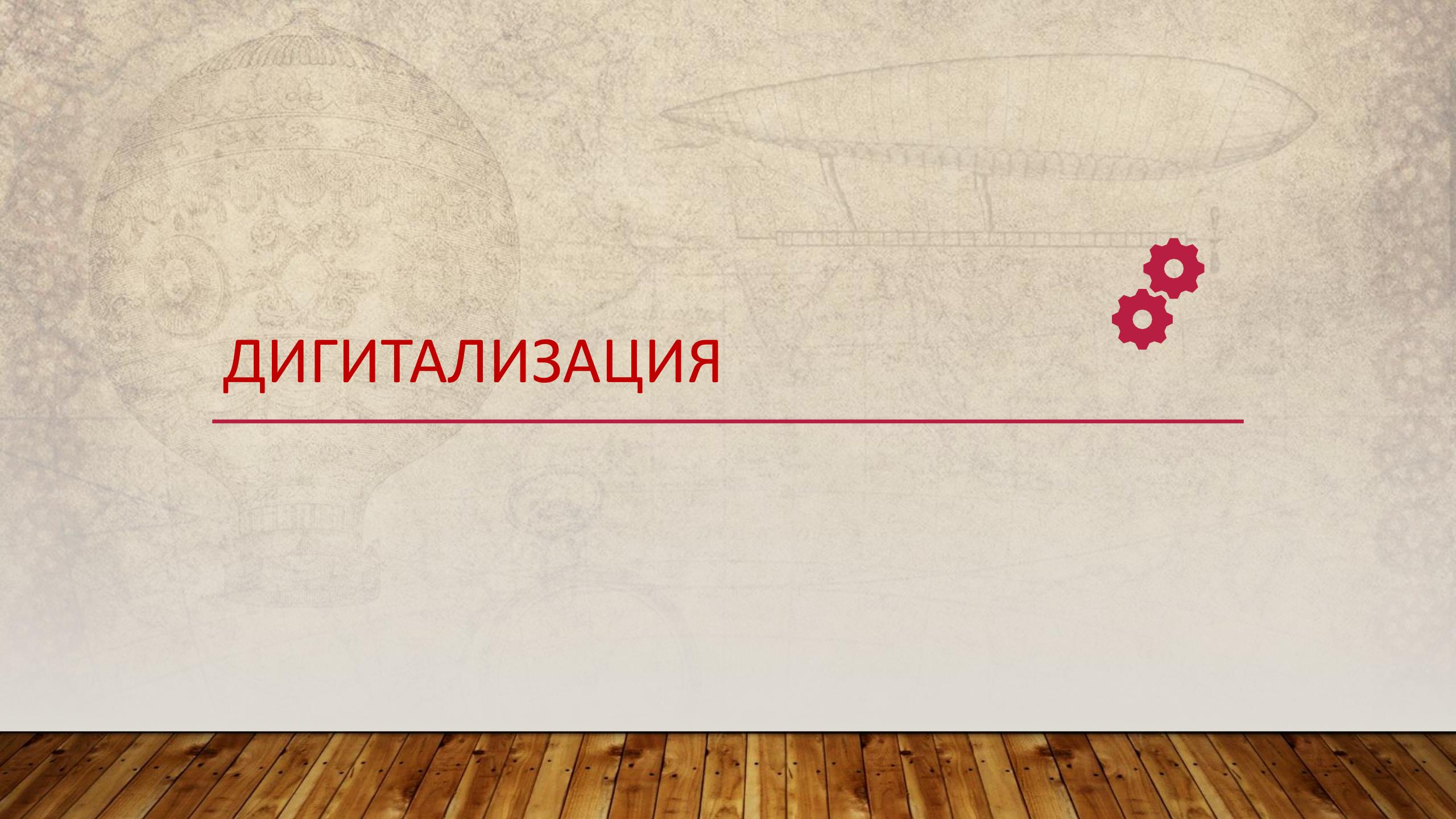
Проблема: В течение 3-х лет попытки создания представительства в г. Киев и созвонов с государственными больницами не дали результата.

Задача: продемонстрировать работу продукции в украинских больницах и дальше выйти на рынок Украины (оборудование для больницы - кнопка вызова медсестры турецкого производства)

Бизнесхак: Проведен анализ рынка больниц города Харькова Выяснено, что лучшее финансирование имеют больницы областного подчинения. Найдены контакты авторитетного главврача областной больницы. Через общественную организацию - Ротари клуб, было установлено оборудование на целом этаже в травматологии на благотворительных началах. Сделано торжественное открытие с привлечением консулов Турции и областного телевидения. Снят новостной сюжет с интервью у пациентов, врачей, членов Ротари клуба и представителями турецкой компании.

Результат: Возможность показывать ролик в виде рекламы другим больницам города; Присоединение к авторитету главврача больницы, далее нет сомнений в нужности и качестве продукции; Облегчается коммуникация иностранцев с украинскими клиентами на основании позитивного опыта; В течение 2х месяцев заключены контракты с 4 коммерческими больницами Харькова и Одессы; Заложен фундамент построения долгосрочного сотрудничества с государственными больницами в процессе медицинской реформы.





ДИГИТАЛИЗАЦИЯ



КИРИЛЛ КРАСНОСЕЛЬСКИЙ

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В БИЗНЕСЕ



Задача: перевод всех бизнес-процессов в электронный вариант, возможность дистанционного контроля всех процессов, экономия ресурсов и времени на совещания и обмен информации.

Решение: внедрение программ проектного менеджмента, тайминга, CRM и других облачных сервисов, перенос и использование облачных серверов для работы всех подразделений удаленно. Внедрение коммуникации между различными группами специалистов с использованием облачных сервисов и мессенджеров.

Результат: после внедрения всех программ и полноценно использование облачного сервиса появилась возможность всем работать удаленно, возможность полного контроля всех этапов работы и всех подразделений. Увеличилась безопасность работы с документами. В результате использования он-лайн сервисов и программ мессенджеров удалось сократить количество проводимых различных технических совещаний и увеличить продуктивность использования рабочего времени.



ДМИТРИЙ МУХАРОВСКИЙ

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ



Задача: повышение эффективности работы государственных служащих

Бизнесхак: старайтесь осуществлять текущий мониторинг современных компьютерных программ и приложений и доносить до руководства свои предложения касательно введения и повсеместного использования современного программного обеспечения, при условии обеспечения конфиденциальности сохранения и передачи соответствующих данных.

Результат: введение и повсеместное использование центральными органами исполнительной власти электронного документооборота и цифровой подписи способствовало повышению эффективности работы государственных служащих путем:

- увеличения скорости согласований и доставки соответствующих документов, что как следствие расширило временные рамки, которые могут быть использованы для экспертно-аналитической деятельности;
- создания новых инструментов повышения плановости работы;
- ликвидации и уменьшения технических функций;
- снижения стрессовой составляющей.



ЮЛІЯ ПАРКЕР

ДИГІТАЛІЗАЦІЯ В БІЗНЕСІ



Проблема: До мене надходили запити на послуги перекладів для іноземців в Україні, допомоги з організацією приїзду, бізнес-зустрічей, пошуку інформації і т.д. Деякі замовлення я брала, а деякі ні. Я шукала інших спеціалістів і передавала їм роботу.

Задача: 1. Зробити цей процес більш автоматизованим і з можливістю прямого контакту між іноземними замовниками та місцевими спеціалістами. Виявляти потреби та пропозиції ринку, конектити їх та забезпечити безпеку та зручність створення таких угод.

2. Зробити монетизовану бізнес-модель.

Вирішення: створила онлайн-платформу, на якій іноземці публікують свої запити на послуги, а зареєстровані місцеві роблять пропозиції своїх послуг. Вони домовляються про деталі і співпрацюють відповідно своїм домовленостям.

Результат:

Сайт забезпечує: для іноземців - перевіреніх місцевих надавачів послуг (паспортні дані, адреса проживання, контактні дані, соц. мережі, пройшли скайп-інтерв'ю) та можливість публікації будь-яких унікальних запитів в межах правил користування); для місцевих - додаткових клієнтів та безпеку отримання оплати за свої послуги через сайт.



АНДРЕЙ ЛОГВИН

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В БИЗНЕСЕ



Задача: использование современных дигитальных средств для коммуникации

Бизнесхак: создавайте специальные площадки в интернете о вашем предприятии, используйте социальные сети, мессенджеры.

Результат:

- Эффективное обсуждение вопроса специалистами многих профилей одновременно
- Цифровой след вашей компании в интернете
- Возможность дистанционного обучения
- Возможность удаленного присутствия вместе с вашим партнером на переговорах
- Снижение затрат и привлечение дополнительных человеческих ресурсов
- Краудфандинг интеллектуальных ресурсов





ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРОВ

ВИКТОРИЯ ЛУБЕНЕЦ



ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРОВ / РАБОТА НА РЕЗУЛЬТАТ

Задача: Составить Договор который будет работать и обезопасит в случае каких-либо проблем.

Бизнесхак: Всегда подписывайте договора с Подрядчиками/Заказчиками/ Мастерами. В Договоре необходимо чётко прописывать все условия сотрудничества: Предмет Договора (желательно детально прописать все виды работ, которые необходимо выполнить), сроки выполнения, условия и сроки оплат, критерии приемки выполненных работ. Мой совет – на начальном этапе, до подписания Договора составьте «CHECK LIST» совместно с Заказчиком/Подрядчиком/Мастером, в котором детально пропишите критерии приёмки выполненных работ Вы получите как результат Договора. Данный CHECK LIST в последующем будет частью Договора. Еще одним важным и, наверное, самый «гибким» раздел в Договоре – График выполнения работ. По моему опыту График выполнения работ – это документ, который корректируется минимум 3-5 раз в ходе действия Договора. Составляйте График грамотно и не забывайте указывать Milestone (Вехи).



Результат:

- Грамотно составленный Договор – позитивный результат на «выходе»
- Договор – уверенность в завтрашнем дне и в своей правоте
- Народная мудрость гласит «Без бумажки ты никто»)))

ВЛАДИСЛАВ СУШКО

РОБОТА НА РЕЗУЛЬТАТ – ЗАКРИТТЯ УГОДИ



Проблема: нерозуміння етапів закриття угоди

Задача: провести потенційного клієнта по етапам закриття угоди, усвідомлюючи що кожний попередній етап закритий успішно

Опис: кожна угода складається з 4-ох етапів: виявлення і реалізація потреби, вибір, сумніви і результат самої угоди. Окремо ще існує впровадження і супроводження. Якщо угода не закрита, ваш потенційний клієнт на одному з етапів. Виявити на якому завжди можна шляхом простих і тривіальних питань

Результат: розуміючи принципи і етапи закриття угоди ви завжди будете розуміти на якому з них знаходиться ваш потенційних клієнт і що робити далі.



РОМАН МИХАЛЬЧУК



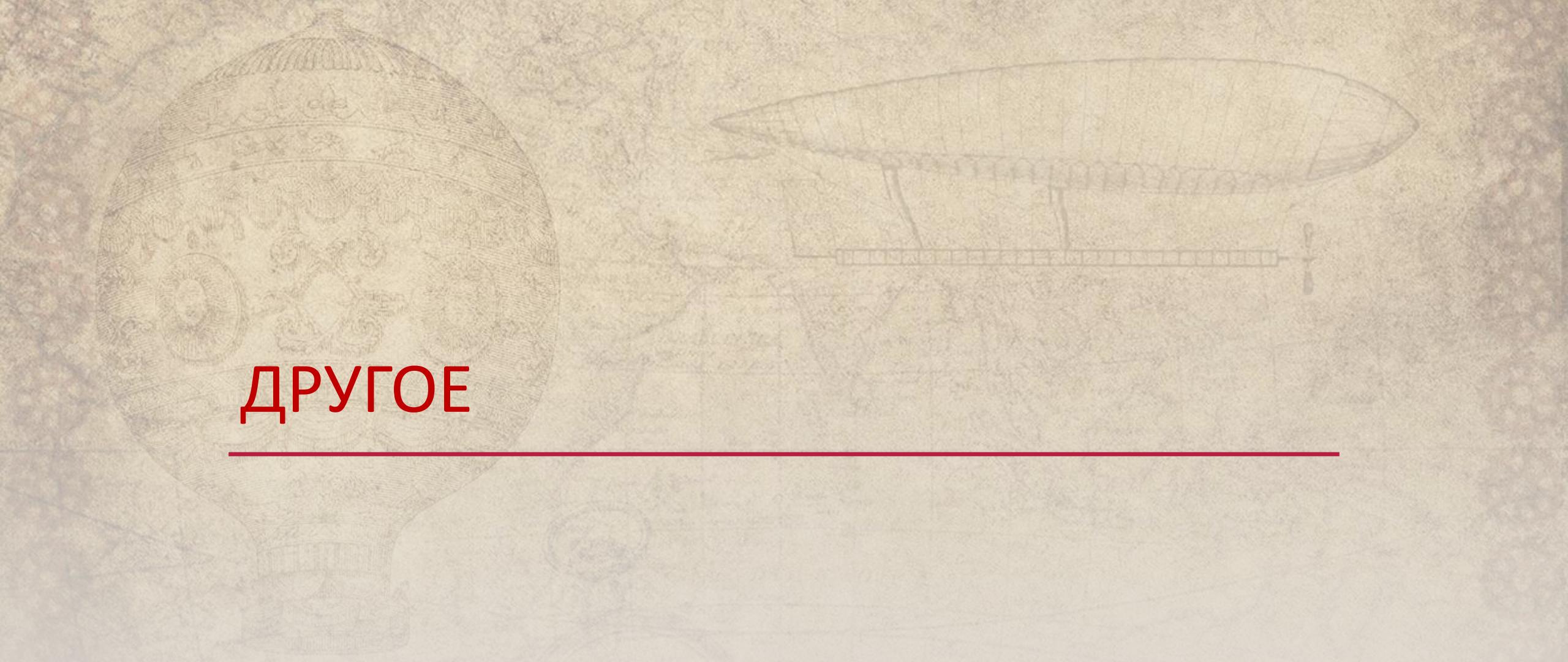
ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРОВ

Мета: Знайти потрібного бізнес партнера в Німеччині та стати потрібним для нього бізнес партнером в Україні.

Рішення: проаналізуйте потреби та ринок, розмовляйте на зрозумілій мові потенційного партнера, створіть доступну та сучасну презентацію про свою компанію або проект, наявність сайту в інтернеті обов'язкова, будьте цікавим співрозмовником, активним, пунктуальним та ненав'язливим (але наполегливим) в пошуку цікавих пропозицій для бізнес партнера, задавайте багато розумних питань (німці - нація запитань), дотримуйтесь слова та будьте відповідальними, посміхайтесь, будьте оптимістами), приймайте участь у різноманітних заходах, форумах, зустрічах та програмах навчань таких як Fit for Partnership with Germany.



Результат: - розуміння співрозмовника (іноземного бізнес партнера) призводить до пошуку спільних тем та можливих сценаріїв розвитку;
- налагодження особистісних стосунків призводить до підписання бізнес контрактів;
- активність в спілкуванні - шлях до стабільних ділових стосунків і їх розвитку в довготривалу співпрацю.



ДРУГОЕ

АЛЕКСЕЙ АЙДАРОВ

НАВЕДЕНИЕ ПОРЯДКА В ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Задача: упорядочение отчетов в информационной системе

Бизнесхак: Установили правило: каждому отчету в информационной системе назначили своего «Владельца» - сотрудника, который «хранит» логику работы отчета и все изменения в его работу вносятся только через Владельца. В информационной системе добавили две функции, доступные в контекстном меню для каждого отчета:

- 1) описание логики работы отчета и информация кто Владелец и какие пользователи запускают этот отчет;
- 2) ввод ИТ-заявки (доступно только Владельцу отчета).

Результат: навели порядок с отчетами, в том числе:

- ушли от неконтролируемой доработки отчетов – когда разные пользователи просят добавить разные колонки
- проявили статистику использования отчетов – выявили неиспользуемые отчеты и объединили похожие (почти дубликаты)
- сделали удобный механизм обращения в ИТ с автоматизированным контролем соблюдения правила «Владельца отчета»



ВЕРОНИКА КОТОВА

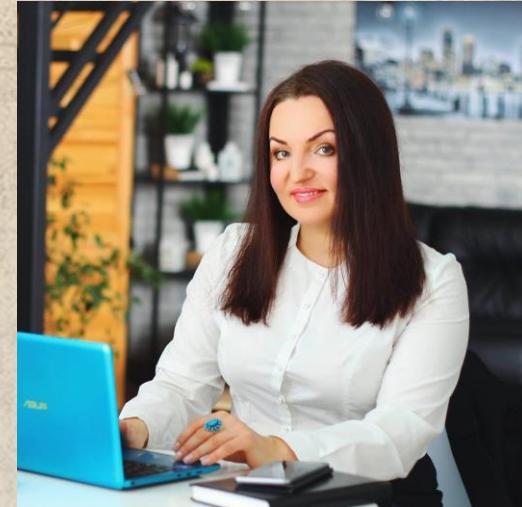
ВЫЯВЛЕНИЕ РИСКОВ ЛЮБОГО ПРОЕКТА

Задача: выявление рисков проекта для дальнейшей его успешной реализации

Бизнесхак: всегда уделяйте время максимальному сбору информации до начала реализации проекта и последующему анализу полученной информации. По итогам проделанной работы у Вас должен появится план реализации проекта - как процедурный, так и его детальное документальное оформление, утвержденный ключевыми игроками; налажена личная коммуникация со всеми игроками проекта, утверждена удобная непрерывная коммуникация для оперативного обмена информацией; по результатам анализа выявлены рисковые факторы, включая некомпетентных игроков, провалы в коммуникации, разное понимание целей и задач проекта и другие факторы, которые могут помешать/сорвать реализацию проекта.

Результат:

- прозрачность понимания целей и задач проекта для всех его игроков
- повышение качества реализации проектов
- своевременная замена «слабых» игроков до начала проекта
- усиление проектной команды
- снижение уровня внутренних форс-мажоров (отсутствие коммуникации и понимания всеми игроками задач по проекту, своей роли в проекте и др.)



МИХАИЛ ГАНЧУК

ПЛАНУВАННЯ

Задача: Дотримання ТОП менеджерами стратегічних цілей Компанії

Бізнесхак: Намагайтесь максимально використовувати візуалізацію планів, як окремих департаментів та к і Компанії в цілому. Візуалізація даних дозволяє Керівнику бути незалежним від ТОП менеджерів, оскільки не доведеться збирати єдину картину зі щомісячних звітів та нескінчених ситуативних запитів. Це надає можливість Керівнику приділяти більше часу управління бізнесом та перегляду стратегії. Графіки наглядно показують, де Компанія знаходиться саме сьогодні і надає можливість швидкого реагування на відхилення від планів. Візуалізація є ефективним інструментом для ТОП менеджерів Компанії дотримуватись заявлених планів, постійно зберігати «фокус» на досягнення найкращих результатів, а також додатковою мотивацією виступає контроль з боку керівника.

Результат:

- Візуалізація плану і факту у вигляді графіку, додатково мотивує ТОП менеджерів Компанії.
- Виникає можливість вчасного реагування на відхилення від плану.
- В Керівника з'являється відчуття контролю.
- В ТОП менеджера є відчуття контролюваності.



СЕРГЕЙ ЛОГВИНЕНКО

ПОИСК ИНОСТРАННЫХ ПОСТАВЩИКОВ

Задача: найти оптимального поставщика/производителя товаров/услуг

Бизнесхак: относитесь к выбору поставщика как к выбору дерева, которое в последующем будет нести Вам плоды. Ответьте для себя на основные вопросы:

- Цель продукта (быть самым дешевым; самым технологичным; самым уникальным и тд)?
- Что Вы знаете о других поставщиках и достаточно ли этих знаний?
- Достаточно ли поставщик технологичный, чтобы выполнять Ваш объем?
- Устроит ли потребителя потенциальная цена?
- Имеете ли Вы специальные условия? (зависит от пункта ниже)
- Понять мотивы поставщика в отношении рынка Вашей страны и соответствовать им



Результат:

- С высокой долей вероятности выбор правильного поставщика
- Более системное понимания взаимоотношений клиент/поставщик
- Построение долгосрочных отношений с партнером
- Умение правильно ставить задачу перед поиском поставщика

ИРИНА МЕЛЬНИЧЕНКО

БИЗНЕС - ЭТИКА

Задача: формирование позитивной репутации для построения долгосрочных партнерских отношений

Бизнесхак: основываясь на понимании бизнес-этики Германии, стоит уделить внимание изучению и построению отношений. Поскольку устоявшаяся репутация русскоязычного населения как нестабильного партнера, крайне мешает создавать совместные долгосрочные проекты. Детали, включая пунктуальность, открытость, ответственность данному слову, отношение к высоким стандартам качества.



Результат:

- более глубокое понимание вами возможностей и особенностей ведения бизнеса
- расширение географии представления вашей компании
- эффективность взаимодействия и более гарантированный результат
- легкость коммуникации – понимая традиционные модели бизнеса, - взаимодействие облегчается
- повышение вашего имиджа как надежного партнера

ЕЛЕНА ЛОЗИНСКАЯ

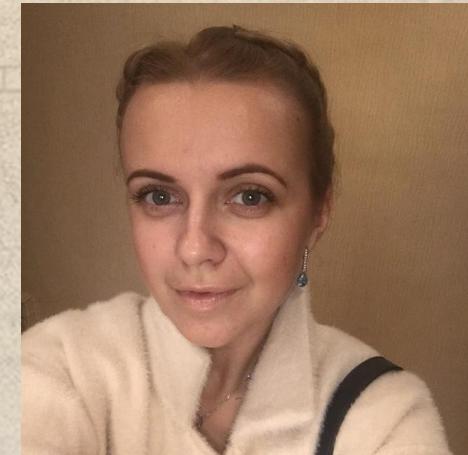
ОПТОВЫЕ ПРОДАЖИ АФИ (АКТИВНЫХ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ИНГРИДИЕНТОВ)

Проблема: Основная задача с которой столкнулась компанией ФАРМХИМ, является консолидация всех процессов, связанных с поставками товаров, производимых нашей компанией, в страны Европы.

Задача: Выход на Европейский фармацевтический рынок

Решение: С 2015 года компания «ФАРМХИМ» получила свой первый сертификат GMP (Good manufacturing Practice), а в 2018 году прошла ресертификацию и продление данного сертификата, что дает возможность выходить на рынки Европы как производителя субстанций – фармакопейного качества согласно европейских требований.

Результат: Участие в 2018 году в программе “Fit for Partnership with Germany” дало возможность установить контакты с европейскими дистрибуторами фармацевтических субстанций, а также начать поставки субстанций производства «ФАРМХИМ» в адрес компаний производителей лекарственных средств (а именно немецких компаний) производственные мощности которых размещены в Венгрии и Польше.



СЕРГІЙ ФЕДОЧЕНКО

УТРИМАННЯ ТА ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ

Проблема: Жорстка конкуренція у сфері поліграфії.

Завдання: Утримання старих замовників і отримання замовлень від нових.

Рішення: Безкоштовне або із заниженою вартістю виконання дрібних замовлень і забаганок клієнтів – візитівки, флаєра, буклети. Інколи навіть не за профілем нашого виробництва: сувенірка, магніти, ручки з логотипом, постери, бігборди.

Результат: Клієнти знають що «Поліграфіст» готовий виконати будь-яку дрібну забаганку Замовника. Особливо актуально для держструктур. Щоб їм не було потрібно – вони звонять і «грузять» своїми потребами. А далі: поліграфію робимо ми , все інше субпідряд!



АЛЕКСЕЙ САМОЙЛЕНКО

IT

Задача: получить долгосрочное доверие клиентов и высокую конверсию заказов

Бизнесхак: стоит изучить потребности немецкого рынка в области IT. На основании полученных результатов необходимо разработать концепцию продукта. Затем же необходимо инвестировать в разработку собственного продукта и внедрить его на немецкий рынок.

Результат:

- Увеличение количества новых клиентов
- Увеличение числа повторных заказов
- Увеличение объема продаж
- Доверительные отношения с клиентами
- Создание сопроводительных платных сервисов для разработанного продукта



ВИТАЛИЙ ЖУЛИНСКИЙ

ЭКСПОРТ УКРАИНСКИХ ТОВАРОВ В ЕВРОПУ

Проблема: Привлечение новых клиентов

Задача: Увеличение объемов продаж в ЕС

Бизнесхак:

- Максимально брать на себя решение проблем клиентов, связанных с импортом товаров из Украины.
- Самим проводить оформление таможенных процедур через представительства в Европе.
- Оптимизировать логистику клиента (для дистрибуторов).

Результат: Уменьшение рисков клиента. Лояльность клиента из ЕС. Открытость в сотрудничестве.

АНДРЕЙ МАРАХОВСКИЙ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТГ

Проблема: реформирование в Украине и как результат формирование ОТГ - задает ритм громадам в соперничестве. Кто-то еще пылится на старте, а некоторые умчали далеко к вершине. Инновационные инструменты для реализации заумных стратегий, писанных массово под шаблон менеджменту новых форм хозяйствования практически не реализуются из-за ряда причин и кадровый голод менеджмента практически невозможно компенсировать на местах.



Задача: Создание консалтинговой службы (Укр.– Дорадча служба) с инструментами стратегических решений и их франшиза в перспективе для работы с ОТГ.

Решение: Участие в практических решениях стратегических задач ОТГ. Обучение и повышение компетенций в консалтинге.

Результат: Консалтинговая служба из выпускников проекта “Fit for Partnership with Germany” Мараховский Андрей + Назаренко Алексей + Михайлов Андрей – дорадники, присутствующие на тренинге от “Fit for Partnership with Germany” 21-23.06.2019р. Масштабирование уже реализованных решений в проекты и их реализация. Формирование портфеля инструментов.

ГЕННАДИЙ СЛОБОДЕНЮК

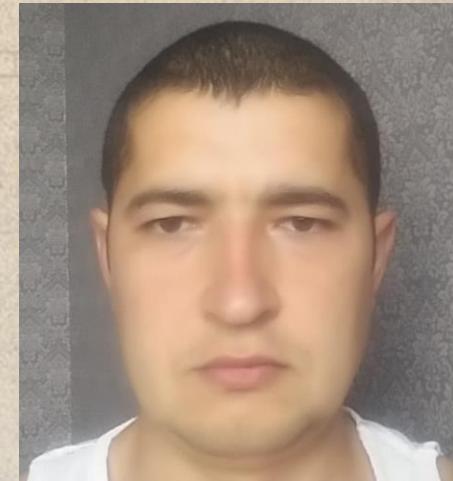
ИНЖИНИРИНГ

Задача: организация процессов проекта

Бизнесхак: организация процессов в проектах сроком реализации более 1-го года имеет ключевое значение, автоматизация промежуточного результата работы команды позволяет обеспечить постоянное понимание выполнения участниками поставленных задач, общее положение проекта, наличие или отсутствие «проскальзывания» как по отдельным направлениям, так и по проекту в целом

Результат:

- формирование общего понимания состояния проекта в любой момент времени
- увеличение маневренности проекта по отношению к воздействию внешних факторов
- возможность быстрого реагирования на «проскальзывания»
- наличие промежуточных точек контроля
- возможность ведения нескольких проектов



ДМИТРИЙ САМОФАЛОВ

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Проблема: недостаток финансового инструмента для осуществления предпринимательской деятельности

При недостатке средств в маленьком предпринимателя мы обращаемся за займом. В большинстве случаев финансовое плечо предоставляют банки, но не всегда выгодных для клиента условиях

Задача: привлечь денежные средства в краткосрочном периоде на более выгодных условиях при использовании упрощенной системы налогообложения на примере «ПриватБанк».

Решение: устанавливаем стационарный или интернет эквайринг, подвязав его к расчетному счету «ПриватБанк». Открываем кредитные карты с финансовым лимитом льготным периодом в разных банках, ссылаясь на финансовую отчетность СПД (лучше с кэшбэк). Проводите операции по эквайрингу своими картами, которые имеют льготный период (лучше с кэшбэк).

Результат: деньги на счету компании за вычетом 2% или 2,75% по эквайрингу. Если карта имеет кэшбэк – он может полностью покрыть или частично уменьшить эту комиссию. Льготный период по карточному кредиту – беспроцентный период пользования средствами для Вашего бизнеса.

Хочешь вернуть деньги без процентов и скрытых комиссий? СПРОСИ МЕНЯ КАК! Будет новый бизнесхак)...



ИРИНА ПРИХОДЧЕНКО

КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОСТЬ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

Проблема: увеличивается количество частных медицинских практик, усиливается конкуренция за привлечения клиента.

До 2016 года сеть клиник Приходченко развивалась в направлениях сервиса медицинских услуг, но на 2018 год выросло число клиник, предоставляющих похожие услуги, что плохо отразилось на оборотах за год.

Задача: внедрение смарт-клиник Приходченко с отработанной схемой

Решение: создание с бизнеса услуг- услуги бизнес, который можно продать.

Результат: работа не только с клиентами, но и с клиниками, которые предоставляют услуги клиентам по франшизе

Инвестиции 25.000 долларов, роялти -2 %, площадь помещения -60, вступительный взнос 5000, срок окупаемости 12 мес.

Страна происхождения: Украина

Регионы развития: вся Украина

Год запуска франчайзинга: 2018

Сеть собственных -2, франчайзинговых-2, в Украине -4

Клиент получает прогнозируемый результат благодаря отработанной схеме и концепции смарт-клиник



ЗОРЕСЛАВА ФРЕИШИН

ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЛУЖБА – УПРАВЛЕНИЕ ВРЕМЕНЕМ

Проблема: слишком много лишних задач + нерациональное использование времени

Задача: оптимизировать время и расставить приоритеты

Решение:

- планирование и выполнение работы по плану;
- необходимость еженедельных координаций руководителя с подчиненными, на которых шеф, видящий более целостную картинку по всему подразделению, сможет выбирать самые оптимальные способы взаимодействия заранее;
- выделять приоритетные задания и делать их первыми;
- распределение заданий между всеми сотрудниками;
- не посещать совещания, где присутствие не обязательно;
- научиться говорить «нет»: Когда вам поручают новую задачу, вместо «Как я могу это сделать?» спросите «Могу ли я отказаться?»

Результат: эффективная работа; сплоченная команда; работа без стресса; выполнение работы в сроки; получение вознаграждения за своевременную работу.



АННА РОМАНОВСКАЯ

ОФОРМЛЕНИЕ ИМПОРТА С ПРЕФЕРЕНЦИЕЙ

Проблема: таможенное законодательство Украины и ЕС существенно отличаются, в т.ч. в требованиях к оригиналам сопровождающих груз документов, на основании которых проводится таможенное оформление. Привычные правила сотрудничества внутри ЕС часто «мешают» продавцам оформить документы так, чтобы импортёр смог воспользоваться правом преференции при таможенном оформлении, что приводит к удорожанию товара за счёт уплаты максимальные пошлин.

Задача: оформление импорта с максимальной преференцией для эффективности закупки.

Решение: указание минимума информации о товаре в договоре/спецификации; основной документ «инвойс» оформлять таким образом, чтобы подпись и мокрая печать были на последнем листе с информацией, которая априори не может быть указана с ошибкой (условия оплаты / доставки...), для возможности, в случае необходимости, заменить первый/-ые лист/-ы оригинала инвойса на месте, без привлечения продавца и времени ожидания пересылки оригиналов документов курьером; авто с грузом проходить границу с Украиной по копиям инвойсов.

Результат: товар прибывает на таможню вместе с оригиналами документов, которые можно откорректировать после досмотра товара и подать таможенную декларацию с преференцией, т.е. максимально эффективно для покупателя.



ГЕННАДИЙ НИКОЛЕНКО

АУТСОРСИНГ ПЕРСОНАЛА В СТРАНЫ ЕС

Задача: подписание контракта с потенциальными партнерами работодателями

Бизнесхак: сформулируйте пул потенциальных клиентов в разрезе тех направлений, где остро ощущается нехватка рабочей силы и в разрезе стран ЕС. Используйте любую возможность пообщаться и с HR менеджерами компании и с менеджерами по сбыту, маркетингу, сервису, логистики, производства и.т.д. Нужные контакты можно найти в Linkedin. Используйте также площадку European page и Fordaq.



Результат:

- всестороннее понимание компаний ЕС в количестве рабочей силы на аутсорсинге
- полезные контакты внутри компании партнера
- сформированный большой пул потенциальных клиентов
- увеличение активной клиентской базы работодателей ЕС

ТАРАС ЯВОРСЬКИЙ

МІЖНАРОДНИЙ РЕКРУТИНГ

Проблема: у зв'язку із розвитком на різноманітні ринки ЄС і США гостро постала проблема з швидким і ефективним рекрутингом нового персоналу для покриття тих об'ємів замовлень які поступали.

Задача: налаштувати систему швидкого і ефективного рекрутингу

Рішення: разом з командою ми створили базу рекрутингових ресурсів по кожній країні ЄС, зробили градацію кожного ресурсу у межах його ефективності, також у базу внесли всі додаткові деталі (до прикладу вартість розміщення, контактні дані менеджера, на які категорії працівників найкраще працює даний ресурс, та інші)

Результат: за останні два роки були за рекрутовано більше 40 000 осіб, що дало змогу набратись впевненості у міжнародному рекрутингу.



АЛЕКСЕЙ НАЗАРЕНКО

БЕСПЛАТНОЕ ПРИВЛЕЧЕНИЕ НЕМЕЦКИХ ЭКСПЕРТОВ НА ВАШЕ ПРЕДПРИЯТИЕ
ЗВОНИТЕ, ПИШИТЕ!

Задача: решение проблем, с которыми сталкиваются предприятия путем привлечения специалистов нужных профессий.

Бизнесхак: Служба старших экспертов (SES) — ведущая германская организация, направляющая специалистов и руководящих работников, на проекты в другие страны на общественных началах. Эксперты SES принимают участие в проектах по всему миру с 1983 года.

Благодаря солидным знаниям и многолетнему профессиональному опыту они являются востребованными консультантами во всех секторах и отраслях экономики.



Результат:

- Около 50.000 проектов в 160 странах: в Африке и на Ближнем Востоке, в Азии и Средней Азии, в Латинской Америке и Вест-Индии, в Центральной, Восточной и Юго-Восточной Европе, на Кавказе, а также в Германии.
- SES – это более 12.000 экспертов, предоставляющих свою помощь на общественных началах. Секрет их успеха — многолетний профессиональный опыт в 50 отраслях экономики и 500 профессиональных сферах.
- Бесплатная подача заявки. Проект оплачивает зарплату, страховку, перелеты и другие затраты на привлечения эксперта.

+38 (095) 5917597

nazarenko.oleksi@gmail.com

www.facebook.com/nazarenko.oleksi



ЕЛЕНА АЛМАЗИНА

ОТСТАИВАНИЕ СВОИХ ПРАВ И БИЗНЕС ИНТЕРЕСОВ ПРОТИВ ПРОИЗВОЛА КОРРУПЦИОННЫХ ЧИНОВНИКОВ

Проблема: на территории многих городов, в частности, города Харькова, мелкие и средние бизнесмены лишились собственности и бизнеса в результате рейдерских захватов чиновников с использованием государственных структур и административного ресурса. Харьков, ноябрь 2011 года. На территории Конного рынка чиновники намерены снести 2 ряда магазинов - 10 собственников (магазины постройки 1970-75гг, выкуплены, имеют долгосрочные договора аренды земли)

Создан комитет из собственников. Алмазина - лидер комитета. Направлены около 40 писем во всевозможные инстанции города.

Ответов либо нет, либо организации отвечают, что не имеют отношения к возможному сносу.

Официальных заявлений о сносе нет, но происходят действия - отключают магазины от электричества, начинают раскапывать водопровод и т.д.

Задача: получить компенсацию за собственные помещения, либо не допустить незаконного сноса

Решение: Привлечены журналисты различных каналов. Отснято 8 роликов о происходящем, написаны много статей.

Написана телеграмма с одинаковым текстом по трем адресатам - Президенту Януковичу В., Премьер-министру Азарову и комитету по правам человека.

Текст телеграммы: "Лишают права собственности рядом со стадионом Металлист. Находимся в крайней степени отчаяния.

Возможность суицида. Многодетная мать Алмазина и коллектив собственников"

Телеграмма приходит лично в руки в течение суток.

Через 4 дня собственников вызывают лично к мэру. В течение 2-х недель происходят 4 встречи. С каждым собственником договариваются отдельно о сумме компенсации.

Результат:

Получено компенсации наличными деньгами (гривнами) на общую сумму около 250 000 долларов

Первый случай в последней истории города, когда собственники получали адекватные деньги за снесенные помещения (60, 40, 30 тыс долларов за магазин 100-150м²)

Чиновники получили болезненный опыт и понимание, что не все бывает безнаказанно

Последующие случаи сноса магазинов и др.собственности происходили в гораздо более лояльной форме по отношению к собственникам.

