

# ФОРУМ LIVE



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ  
ФОРУМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ  
ЮГРЫ

день **2**  
29 октября

**2** стр

Как меняется  
модель  
управления  
бизнесом

**6** стр

«GROW»  
для менеджмента

**7** стр

Ваши идеи  
в сознании людей

**8** стр

«Классика»  
увеличения продаж



Директор Департамента экономического развития – заместитель Губернатора Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

### Павел Сидоров:

«Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах России показал, что Югра является регионом с комфортными для бизнеса условиями. В автономном округе внедрены все лучшие практики по привлечению инвестиций, реализованные в других регионах.

Мы лидируем в Уральском федеральном округе по таким направлениям, как «Поддержка малого предпринимательства» и «Инфраструктура и ресурсы». Поддержка развития малого и среднего предпринимательства наблюдается на всех уровнях власти, а рейтинг свидетельствует о высоком уровне доверия Югре. Мы находимся на правильном пути. Немалую роль в этом направлении играет и региональный Фонд поддержки предпринимательства, создавая максимально комфортную для бизнеса атмосферу.

Образовательный форум – зарекомендовавшая себя площадка по предоставлению качественного обучения предпринимателей, крупнейшее деловое событие для округа и соседних регионов. Уверен, что опыт, приобретенный во время Форума, повысит квалификацию действующих предпринимателей, поможет в решении социально-экономических проблем на отдаленных территориях автономного округа, а также станет еще одной основой для укрепления благоприятной среды для устойчивого развития малого и среднего предпринимательства. »

## ДЕЛОВАЯ ЛАБОРАТОРИЯ

# ВРЕМЯ ВСЁ автоматизировать

Есть ли в Югре новые возможности для расширения бизнеса? Вместе с директором Инновационного центра Высшей школы экономики Анастасией Тюриной предприниматели и представители органов власти продолжают разрабатывать бизнес-сценарии будущего региона.

Какие инновации нужны для управления бизнесом сегодня и почему? Именно так звучал ключевой вопрос второй тренд-сессии.

«Мы видим, что существующий уклад бизнес-модели меняется. Схемы, которые работали ранее, сейчас неэффективны. Трудности, в частности, испытывает розничная торговля, так как маржинальная доходность падает, – говорит Анастасия Тюрина. – На рынок заходят крупные сети, у которых другая система поставок, ценообразования, и они становятся более конкурентоспособными в сравнении с частными магазинами. В розничной торговле однозначно нужно внедрять формат дистанционной работы с клиентами».

По мнению эксперта, пришло время выстроить гибкую бизнес-модель в соответствии с потребительским поведением. Нужно тонко и эффективно управлять деньгами внутри предприятия. И оптимизировать расходы: в мире давно взят курс на тренд экономии средств и времени за счёт дистанционного решения вопросов.

«Тот же коворкинг позволяет руководителю вместо одного человека нанять пятерых, да и гибкий график привлекает большинство сотрудников,

люди эффективнее работают, – рассказала Анастасия Тюрина. – Это тоже способ экономить расходы. Все нужно автоматизировать. Модель запуска и управления бизнесом меняется в сторону удаленного управления, перехода к максимальному количеству действий в интернете. Управленческие и технологические инновации позволяют не просто выживать, а захватывать другие города и рынки.

Создавайте сайты, выходите в соцсети».

# Побуждать и

# ПОБЕЖДАТЬ!



Более 10 написанных бестселлеров, 19 лет практики, 1000 тренингов по всей стране и за её пределами – «Как у лётчиков налетать часы» – так шутит о себе гуру тактического менеджмента, бизнес-тренер, директор тренинговой компании RECONT Николай Рысёв. Разработанная им методика «МАРСОВ» позволила участникам Форума начать эффективнее ориентироваться в сложном мире взаимоотношений сотрудников и подчинённых. Кто такие люди X и Y? Как нужно использовать инструменты управленческого воздействия и мотивацию? Какие модели стратегии управления актуальны сегодня? Ответы на вопросы в интерактивном формате вместе с бизнес-тренером искали участники встречи.



По мнению Николая Рысёва, каждому бизнесмену необходимо усвоить главное правило: в каждом человеке есть и природная лень, и искра «супер работника». Важно подобрать индивидуальные методы мотивирования. Совмещение принципов «кнута и пряника» остаётся актуальным и сегодня. Также всегда и везде действуют 4 базовых принципа построения рабочего процес-

са: планирование, организация, мотивация, контроль.

Люди X ленивы, не желают работать, значит, необходимы контроль, побуждение, принуждение, твердые методы убеждения. Люди Y хотят развиваться и расти. Их меньше. Но необходимо учитывать и этот контингент. Создать условия для раскрытия их максимального раскрепощения, проявления инициативы, деле-

гировать часть полномочий, использовать дружеское убеждение.

Какую бы стратегию управления персоналом не выбрал руководитель, будь то современная система «Взгляд на голубой океан», «Черный лебедь» или «Коучинг», важно верить, что она достигнет результата! Успех всегда рождается внутри нас, и лишь потом воплощается в реальность.



**Ольга Сидорова,**

советник Губернатора Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, член Общественной палаты Югры, председатель Комиссии Общественной палаты Югры по экономическому развитию, поддержке предпринимательства и социальной ответственности бизнеса:



«Форум даёт максимальный результат личностного развития югорским бизнесменам. Югра лидирует в области практического применения современных бизнес-методик. Приобретенные бизнесме-

нами знания не остаются «лежать на полке», а сразу находят практическое воплощение. Конвейер по производству уникальных идей и бизнес-проектов не останавливается ни на секунду. Дискуссионные площадки, детальная проработка

перспективных проектов с лучшими бизнес-тренерами страны, деловые знакомства. Все это позволяет гордиться достигнутыми результатами и с уверенностью смотреть в стабильное будущее нашего регионального бизнеса».



**Александр Толкачёв,**  
клинический психолог,  
инструктор:

«Стиль жизни бизнесмена предполагает большое количество стрессов, с которыми нужно уметь справляться. Нужно вовремя «выдыхать». Утилизировать негатив, обрести спокойствие помогут йога, дыхательная гимнастика и система эмоциональных состояний «Якорь».



**Георгий Юрченко,**  
индивидуальный предприниматель,  
Санкт-Петербург:

«С некоторыми техниками утилизации стресса я уже знаком. Периодически применяю их на практике, убеждаясь в эффективности. На Форуме удалось усвоить несколько новых инструментов психологического расслабления. Работают ли они – покажет время.»

## Эффективная коммуникация

## «GROW»



Как грамотно выстроить коммуникацию и взаимопонимание в команде, используя методы современного менеджмента, рассказала Ирина Друзь, востребованный и успешный бизнес-тренер России уровня «Мастер».

### ➤ Как руководителю эффективно выстроить отношения с подчиненным?

➤ Сегодня авторитарный стиль руководства не работает. Чтобы выжить в современном мире, нужен развивающий менеджмент, который помогает развиваться самому и окружающим. Каждый руководитель должен проанализировать свой стиль руководства и оптимизировать его. Необходимо поменять сложившуюся парадигму мышления в другую сторону – не мешать людям быть эффективными, меньше говорить и больше слушать.

### ➤ С каких инструментов начать?

➤ Лучшим инструментом является ведение менеджмента

в стиле коучинга. Это метод повышения потенциала человека. Классическим примером коучинга выступает схема развивающей беседы «GROW». Аббревиатура означает ключевые точки, через которые стоит провести собеседника: Goal – расстановка целей, Reality – обследование текущей ситуации на реальность, Options – определение списка возможностей, Way/Will – намерения.

### ➤ Как быстрее сориентировать сотрудника на решение поставленной задачи?

➤ Когда человек приходит к руководителю с проблемой или с вопросом его нужно слушать и слышать. Если руководитель ставит задачу, а сотрудник не понимает, как ее решить, то нужно

помочь ему выстроить план действий. Руководитель не должен давать советы исходя из своего опыта, а должен обратиться к опыту сотрудника и задавать ему вопросы по схеме «GROW». Важно, чтобы вопросы соответствовали человеку, следовали за ходом его мыслей. После такого общения у сотрудника появляется много идей и желание работать.

### ➤ Какие ошибки чаще всего руководитель совершает?

➤ Он надеется только на себя и не прислушивается к мнению своего коллектива. У специалистов пропадает заинтересованность в работе и возможность реализации новых идей.

# БРЕНД *как* стержневая идея



В современном мире наблюдается тенденция перемен в управлении компаний. Изменение многих процессов бизнеса, большая информационная открытость и новое ощущение свободы способствовали созданию новых мотивационных моделей. Время перемен предлагает по-другому посмотреть на возможности брендинга.

«Бренд не только важен для красивой рекламы, но и для создания сильной монолитной компании, которая будет двигаться в заданном векторе, – уверяет **Сергей Митрофанов**, международный эксперт в области бренд – стратегий, развития организации и маркетинговых отношений. – Для меня бренд – это стержневая идея вашей организации, которая движет её осмысленным развитием. Сегодня общество перенасыщено одинаковыми компаниями, которые напоминают одинаковых людей, с одной позицией, идеями и товарами. Невозможно стать победителем, если вы думаете как все, особенно в ситуации кризиса».

Как отмечает бизнес-тренер, бренд – это искусство создавать долговременные взаимовыгодные отношения

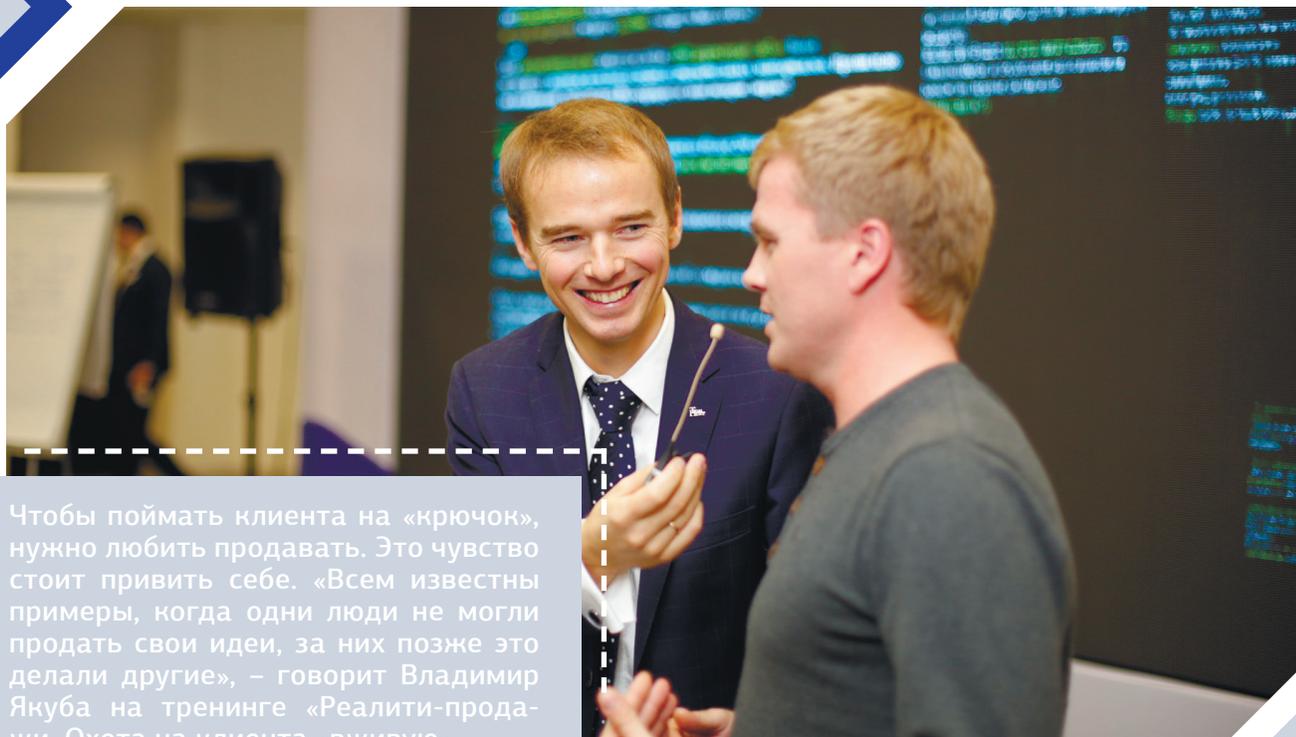
с производителями посредством коммуникации вашей идеи в сознании людей. Для этого необходимо собрать свой персонал и особое внимание уделять его мотивации. Нужно подстраиваться под своего сотрудника, чтобы его удержать. «Команда – важный источник коммуникации бренда, независимо от того, в какой индустрии вы работаете. Чем больше вы внедряете технологии в свое взаимодействие с потребителем, тем значимее становятся люди команды. Ведь они проводники бренда».

Брендинг будущего ориентирован на ежедневную кропотливую работу над долгосрочной публичной репутацией. Реклама в этих условиях из творца великих брендов, должна стать информационной витриной.

## ГРАМОТНЫЙ БРЕНДИНГ:

- уменьшает зависимость компаний от изменения спроса;
- дает возможность устанавливать более высокую цену и увеличивать маржу;
- увеличивает результативность эффективных решений;
- улучшает маркетинговые коммуникации при меньших затратах;
- способствует переносу положительного отношения с одного продукта компании на другие её продукты;
- снижает затраты на продажи, создание и развитие дистрибуции;
- привлекает компетентных специалистов, облегчает их поиск;
- создает атмосферу комфорта и воодушевления.

# Классическая «ОХОТА»



Чтобы поймать клиента на «крючок», нужно любить продавать. Это чувство стоит привить себе. «Всем известны примеры, когда одни люди не могли продать свои идеи, за них позже это делали другие», – говорит Владимир Якуба на тренинге «Реалити-продажи. Охота на клиента «вживую».

Помимо любви к работе, важно постоянно действовать в режиме «войны». Ваша война начинается в 9 утра и заканчивается в 6 вечера 5 дней в неделю.

Есть как минимум 28 способов для увеличения продаж. «Классический» в охоте на клиента – исходящие звонки. Для этого, в первую очередь, необходимо четко знать все преимущества своего товара, умело обходить секретарей, говорить клиентам правильные фразы и ставить напоминание после каждого звонка, чтобы не пропустить второй

звонок. Второй барьер – человек, который принимает решения. Здесь поможет правильное оперирование именами людей, которые работают в этой компании, или могут оказать влияние.

«Выходите в интернет. Шаблонов, которые позволят сделать сайт бесплатно – масса, а если у вас есть 3-5 тысяч рублей – отдайте их тем, кто создаст простой ресурс вам на первое время. Никогда не вкладывайтесь с первого раза в дорогие сайты, будет еще масса идей. А время без сайта – это время, когда уходят ваши клиен-

ты, – говорит Владимир Якуба. – Действуйте поэтапно. Стоит обратить внимание и на агрессивные методы работы с клиентом. Агрессивный – не значит «злой». Конечно, есть элемент жестких переговоров, когда клиента нужно «раскачивать», а порой ему приходится даже грубить».

По мнению эксперта, нужно всегда знать, где находится грань, чтобы клиент не потерял доверия и интереса. Научится чувствовать, когда клиента нужно продолжать «дожимать».

## ПАРТНЕРЫ

