

ФОРУМ LIVE



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ
ФОРУМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
ЮГРЫ

день **3**
30 октября

+

2,3 стр

Выход на рынок
за пределы
региона

+

4 стр

Ключевые точки
бизнес-плана

+

10 стр

«DISC»
на практике

+

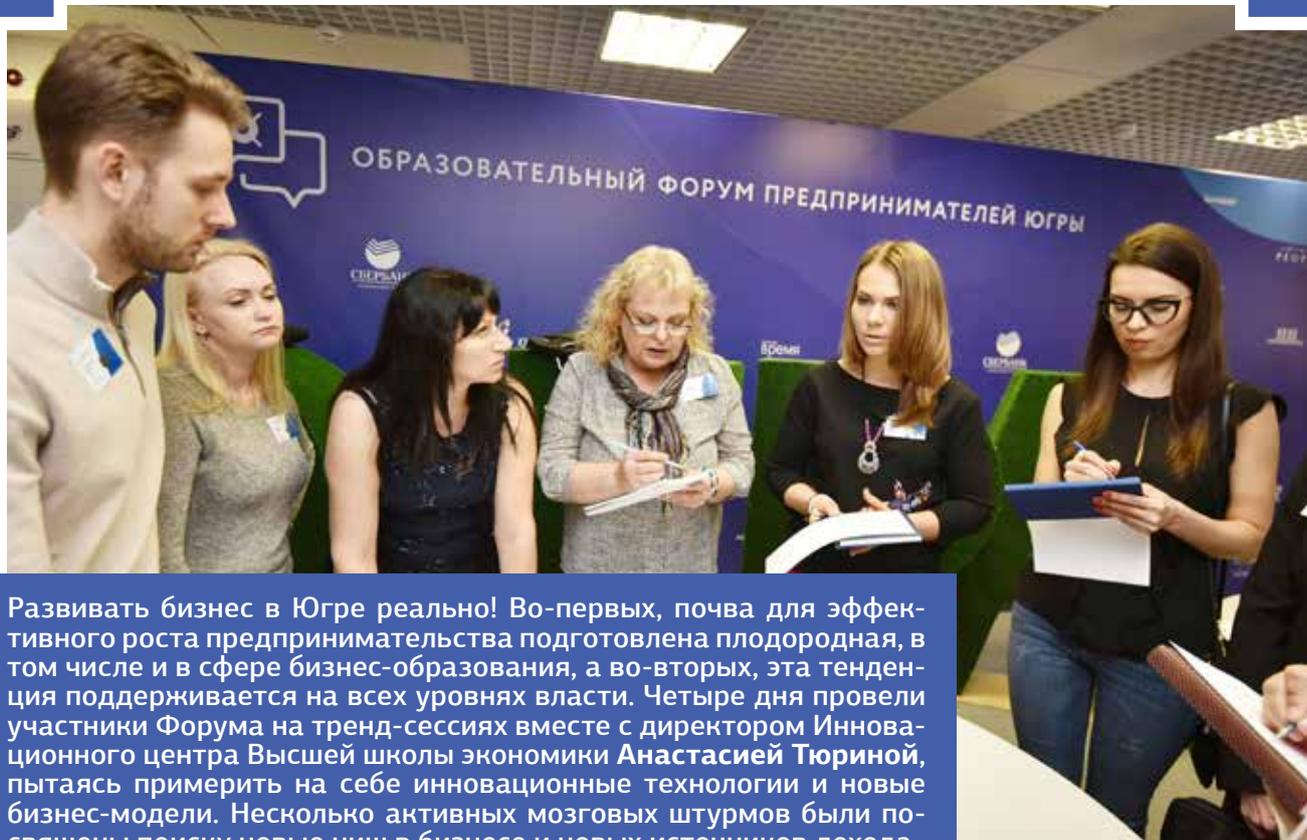
11 стр

Самые быстрые
методы продаж

+

RIGHT TO

ТРЕНДЫ

современного
бизнеса

Развивать бизнес в Югре реально! Во-первых, почва для эффективного роста предпринимательства подготовлена плодородная, в том числе и в сфере бизнес-образования, а во-вторых, эта тенденция поддерживается на всех уровнях власти. Четыре дня провели участники Форума на тренд-сессиях вместе с директором Инновационного центра Высшей школы экономики Анастасией Тюриной, пытались примерить на себе инновационные технологии и новые бизнес-модели. Несколько активных мозговых штурмов были посвящены поиску новых ниш в бизнесе и новых источников дохода.

Один из первых и очевидных выводов предпринимателей – настало время завоёвывать интернет-пространство. Это не просто ускоряет коммуникации с клиентами, но и позволяет выходить на новые, в том числе зарубежные рынки сбыта.

«Чтобы создать интернет-страницу сегодня не нужно больших вложений, свой веб-сайт можно за несколько часов собрать из типовых конструкторов. Сейчас практически нет необходимости привлекать дорогостоящих разработчиков для решения этой задачи. Ребята в возрасте 12 лет уже могут создавать достойные продукты. Кстати, сегодня значительно ускорился процесс обучения специалистов по программированию, освоить базовые языки можно буквально за пару месяцев. Почему бы не создать

специальный прикладной курс для югорских студентов-программистов, ведь запрос на услуги по созданию «сайтов-визиток» очевиден? – Обратилась к участникам Анастасия Тюрина. – Наличие своего профиля в интернете и социальных сетях приводит в разы больше клиентов и дает возможность выхода на новые рынки сбыта, в другие города и страны. Другой не менее актуальный для бизнеса вопрос – как обеспечить его устойчивость, чтобы выстоять в конкуренции за своих клиентов. Например, владельцу кафе сегодня недостаточно иметь просто хорошую кухню. Мы все замечаем ухудшение ситуации с покупательским спросом, многие жители, к сожалению, вынуждены переходить в формат экономии, меньше посещают кафе и рестораны. Однако владельцу кафе можно и нуж-

но постоянно искать все новые способы как удивлять своих клиентов и предугадывать их желания, чётко анализировать ассортимент и спрос на блюда, дополнительные сервисы в кафе, возможно, даже вводить специализированные детские программы для семей с родителями. Вариантов решений как зарабатывать больше может быть довольно много».

Третий тренд – повсеместная автоматизация бизнес-процессов, что позволяет значительно экономить и гарантировать качественный результат, снижая риски «человеческого фактора». По мнению эксперта, множество бесплатных сервисов позволяют адекватно оценивать эффективность бизнеса, организовать управление офисом удаленно. И при этом нет необходимости обращаться к

сложным системам финансового контроля, достаточно для начала освоить Microsoft Excel или Google Таблицы.

Следующий пункт – поиск новых незанятых ниш. Эти решения буквально «лежат» на поверхности. Посмотрите, какие потребности клиентов до сих пор не удовлетворены или предоставляются недостаточно хорошо.

«В Ханты-Мансийске мало мест, где можно выпить вкусный и качественный кофе, не так много ресторанов национальной кухни. Эти пробелы очевидны для любого человека, приезжающего в город, и стоит обратить на них внимание, – говорит Анастасия Тюрина. – Существует огромное количество до сих пор не занятых бизнес-ниш, начиная от производства местных продуктов питания и заканчивая уровнем сервисов в гостиницах. Однозначно большой потенциал роста возможен в индустрии туризма в Югре, ведь здесь замечательная природа и все возможности для охоты, рыбалки, горнолыжного спорта. Скажем, в Киров на охоту ежегодно приезжают не менее 2 000 иностранцев, каждый из них тратит несколько тысяч долларов. Это рентабельный бизнес. Переведите сайты на английский язык, добавьте несколько интересных мероприятий для иностранцев... Мы не умеем продавать, в то время как охота в Европе – один из самых высокодоходных видов туристического бизнеса. Свободных ниш много – детское развитие, изучение иностранных языков, экотуризм, развивающие курсы для школьников, медицинско-оздоровительные услуги... Самое время развивать услуги, потребителями которых станут как жители Югры, так и гости».

По словам тренера, любой рубль, вложенный в инфраструктуру туризма, приносит в пять раз больше доходов в экономику.

КАК ВЫЙТИ НА РЫНОК ЗА ПРЕДЕЛЫ РЕГИОНА?

- Сделать страницу сайта на русском и английском языках (как минимум);
- Протестировать понимание вашего продукта потенциальными потребителями;
- Чётко позиционировать свой бренд;
- Стать активным в медиа-пространстве;
- Развивать своё сообщество потребителей в соцсетях;
- Участвовать в профильных конференциях с докладами;
- Посещать российские и международные выставки;
- Перенимать лучший мировой опыт и внедрять его.



«Предприниматель – публичный человек и должен понимать, что всегда находится под пристальным вниманием потребителей, партнеров, инвесторов, сотрудников. Умение создавать репутацию как эксперта в своем бизнесе и авторитета мнений, притягивает необходимые ресурсы для развития бизнеса – лучших кандидатов, лояльных клиентов, которые станут всегда тебя рекомендовать, – подчёркивает Анастасия Тюрина. – Задайте себе вопрос: как часто вы обновляете информацию о себе и своей компании в соцсетях, живёт ли ваш бизнес в интернете или умирает».

Детальную инструкцию выхода на рынок в соседний регион тренер разложила по полочкам с помощью существующего в Югре бизнеса по производству свечей.

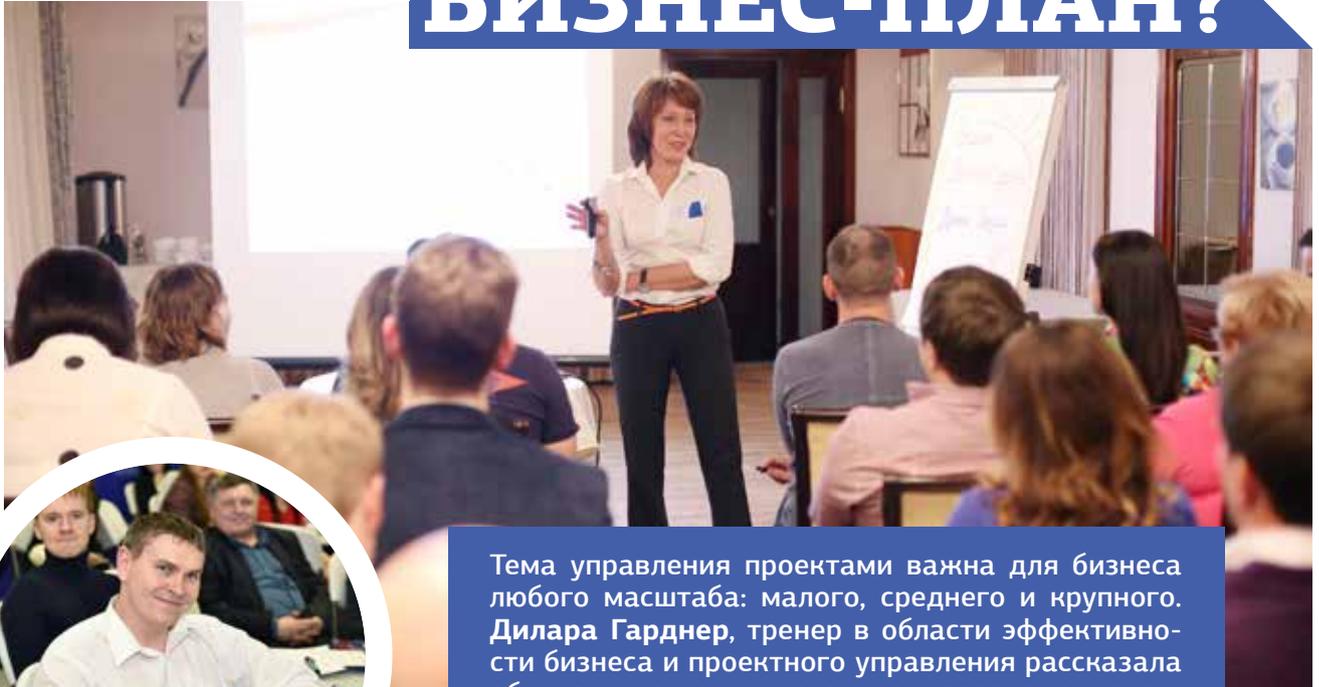
«Рынок сбыта в регионе в этом направлении весьма узок. Почему бы не производить кастомизированную продукцию под каждого индивидуального предпринимателя или выходить на другие территории? Продавайте в других городах. Посмотрите где этот спрос выше, где не производят таких же свечей, будут ли они пользоваться спросом, – советует ди-

ректор Инновационного центра Высшей школы экономики. – Ну а если никакого движения нет, настает время честности. Зафиксируйте убытки, и решите, не пора ли закрыть бизнес, который не приносит ни дохода, ни удовольствия».

После тренд-сессий участники Форума твёрдо решили взять курс на инновации в своем бизнесе, так, предприниматель с пятилетним стажем Виктория Моисеева из Советского задумалась над созданием веб-сайта для вокально-инструментальной студии, руководителем которой является, и повышением активности в соцсетях:

– Хочу испытать новые подходы в ведении бизнеса, дополнив его новыми услугами. Первая задача, которую я намерена решить – стать активной в соцсетях. У моей студии уже есть свои странички, но я не веду их регулярно. Также весьма интересна возможность выхода на рынок в соседние города, этот вопрос стоял перед моим бизнесом давно, но не хватало какого-то «толчка». Но сейчас я прекрасно понимаю, что эта ниша быстро заполняется конкурентами, и нужно действовать».

КАК составить продуктивный БИЗНЕС-ПЛАН?



Тема управления проектами важна для бизнеса любого масштаба: малого, среднего и крупного. Дилара Гарднер, тренер в области эффективности бизнеса и проектного управления рассказала об инструментах и методиках, зарекомендовавших себя самыми эффективными для достижения целей и способствующими развитию компании.

«По опыту работы я наблюдаю развитие проектов в организациях самых разных отраслей. Особенности проектного управления и проектной культуры накладывают отпечаток на эффективный бизнес-результат, – отмечает эксперт. – Любой проект начинается с идеи, в которую, зачастую, мало кто верит. Идею проекта всегда нужно подготовить, продать, убедить окружающих в её реализации и возможности принести компании реальную пользу. Для этого необходимо проанализировать предпосылки, четко определить периметр реализации, подсчитать возможные результаты».

Зачастую проекты не достигают целей, потому что в команде нет точного понимания критериев выполнения. Избежать такой ситуации помогут кон-

кретные инструменты: «Одна из особенностей проектного управления в том, что бизнес-сценарии не редко начинаются с минимума информации, сценарий воплощения не всегда понятен. В этом случае инструментом может стать построение дорожной карты или план по вехам. Веха – ключевое событие проекта. Важно точно прописать внутренние типовые точки, которые помогут контролировать проект и ориентировать участников на своевременные получения желаемых результатов». Это может быть утвержденная концепция, бизнес-план, сформированная целевая штатная структура нового отдела. От вехи к вехе команда понимает на каком этапе находится проект и каковы следующие цели.

Когда концепция сформирована, можно преступить к пла-

нированию реализации, при этом, по мнению бизнес-тренера, следует учесть, что в малом и среднем бизнесе приходится гибко реагировать на любые события: «Проектное управление дает инструменты для быстрого составления качественного, полного, реалистичного плана проекта, включая документы, графики, бюджетный план и другие составляющие».

Не четко поставленные задачи демотивируют и зачастую приводят к мертворожденным проектам, следует учесть все возможные риски. «В этом случае помогает разработка календарных графиков вместе с участниками команды. Только работая сообща, участники смогут эффективно реализовать поставленные задачи», – поделилась Дилара Гарднер.



Ольга Кашина,

начальник Управления развития предпринимательства Департамента экономического развития Югры:

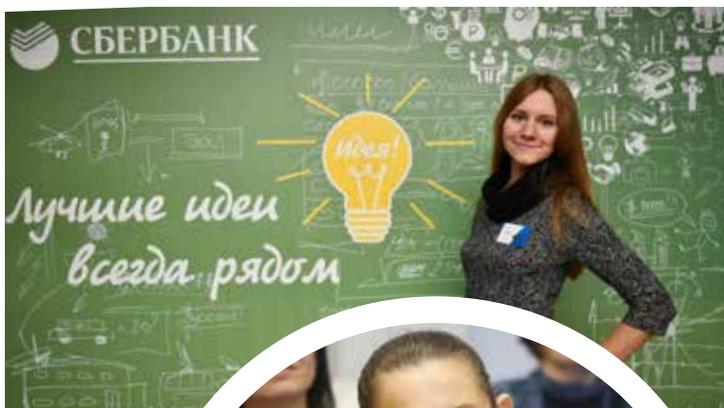
«Образовательный Форум собрал большое количество уже состоявшихся бизнесменов. Высокий уровень интереса предпринимателей - показатель качества обучающих бизнес-программ Форума. В регионе уделяется большое внимание формам образовательной и консультационной поддержки предпринимательства. В перспективе это позволит внести крупный вклад в развитие экономики Югры и России».

Анастасия Гладченко,

владелец салона красоты «Золотая стрекоза», Нягань:

«На Форуме впечатлила быстрота и чёткость работы. По итогам полученных на мероприятии знаний, совершенно точно представляю, как буду развивать свой бизнес в ближайшей перспективе. Два основных направления: улучшение сервиса и изучение потребительского спроса».



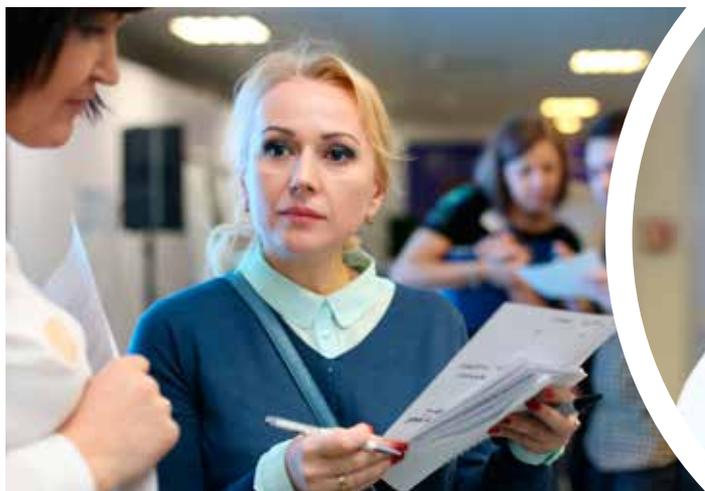


Тигран Арутюнян,

преподаватель Института бизнеса и делового администрирования РАНХиГС при Президенте РФ, бизнес-тренер и бизнес-консультант:

«По аналогии с жизненным циклом человека любому бизнесу свойственно рождение, развитие, зрелость и закат. Важно закрепить в сознании предпринимателей идею, что бизнес - это дитя, нуждающееся в любви и

заботе. Нужно любить свое дело, быть примером для своих сотрудников, заниматься их регулярным обучением, знать своего клиента «в лицо», изучать свой продукт и способы его позиционирования».



Андрей Ермилин,
бизнес-тренер компании «EvryCo»,
автор и разработчик программ
по развитию продуктивности персонала:

«В любом бизнесе важно поэтапное формирование и развитие системы ценностей коллектива. Это «цемент», призванный соединить отдельные звенья в единый механизм. Сотрудникам необходимо создать максимальные условия для профессионального роста внутри вашей компании. Совершенно необязательно ориентироваться на Запад, стоит вспомнить и изучить наследие российских психологов».



Кристина Габи,
имиджмейкер-стилист,
имидж-тренер:

«Уровень организации Образовательного форума сверхвысокий. Мастер-классы ведущих бизнес-тренеров дают большое количество уникальной информации. В этом году организаторы превзошли себя. Масштабность, креативный подход, слаженность в работе – «подкупающие факторы» посетит Форум и вновь!»

[ЧТО]

делает компанию
успешной?



Дилара Гарднер,

- тренер в области
- эффективности бизнеса
- и проектного управления

« Конечно много факторов вносят свой вклад в успешность бизнеса.

Во-первых, это лидер – сильный, профессиональный, умеющий работать с людьми и видящий перспективны на рынке.

Одного лидера недостаточно для успеха, он должен как можно быстрее собрать вокруг себя команду единомышленников, которые разделяют его убеждения, и обладают профессиональными качествами и желанием реализовать идеи в жизнь.

На мой взгляд, большое значение имеет умение достаточно быстро прописать схемы взаимодействия с вовлеченными сторонами: государственными органами, поставщиками и различными партнерами.

Бизнес-команда должна быть нацелена на максимально полное удовлетворения именно той целевой аудитории, с которой работает компания.

Все эти факторы подкрепляет грамотная работа персонала с имеющимся ресурсом. »



Александр Пономарёв,

- индивидуальный предприниматель,
- более 6 лет на рынке
- города Советский

« Для компаний, которые работают в сфере услуг важно умение работать с клиентами. Это связано с тем, что с каждым годом конкуренция возрастает.

Большую роль играет ценовая политика, которую необходимо сделать не только доступной для потребителя, но и самому не остаться в минусе.

Команда хороших специалистов, еще одно составляющее для успеха. В свою команду я выбираю не обязательно профессионалов. Для меня лучше вырастить самому специалиста, чтобы он был «заточен» под нашу специфику.

У каждой компании должна быть стратегия развития. Это важно, ведь все заинтересованы в стабильном будущем. Благодаря долгосрочному плану можно просчитать и предвидеть взлеты и падения, вовремя скоординироваться и принять грамотное решение.

Каждый руководитель должен желать большего, чтобы было к чему стремиться в развитии своего бизнеса. »

Вектор ЛИДЕРСТВА



Современный лидер – это человек, совершенно точно знающий, куда он идёт. Так считает управляющий партнёр группы компаний «EVERYCO», бизнес-тренер, консультант в области достижения результатов Владимир Соловьев. Эти же цели должна разделять и его бизнес-команда. Успех руководителя и его компании напрямую зависит от умения правильно делегировать полномочия сотрудникам,

формировать им точные целевые установки. Немаловажным является и природная способность воодушевлять людей работающих на тебя. Мир постоянно меняется, конкурентные преимущества дня вчерашнего зачастую сегодня уже не работают. Жизненно важно быть в постоянном поиске новых возможностей.

4

важных качества существенно сократят «путь к успеху»

ВОСПРИЯТИЕ.

Нужно адекватно оценивать ситуацию без «розовых очков». Больше прислушиваться к объективным оценкам окружающих людей, не замыкаться на внутреннем убеждении собственной непогрешимости.

ПРИЧАСТНОСТЬ.

Важно осознать собственную связь с тем, что происходит вокруг тебя. Научиться понимать: «Все, что произошло со мной – результат моих поступков. Я сам сюда пришел. И только я смогу отсюда уйти и двинуться дальше!»

РЕШЕНИЕ.

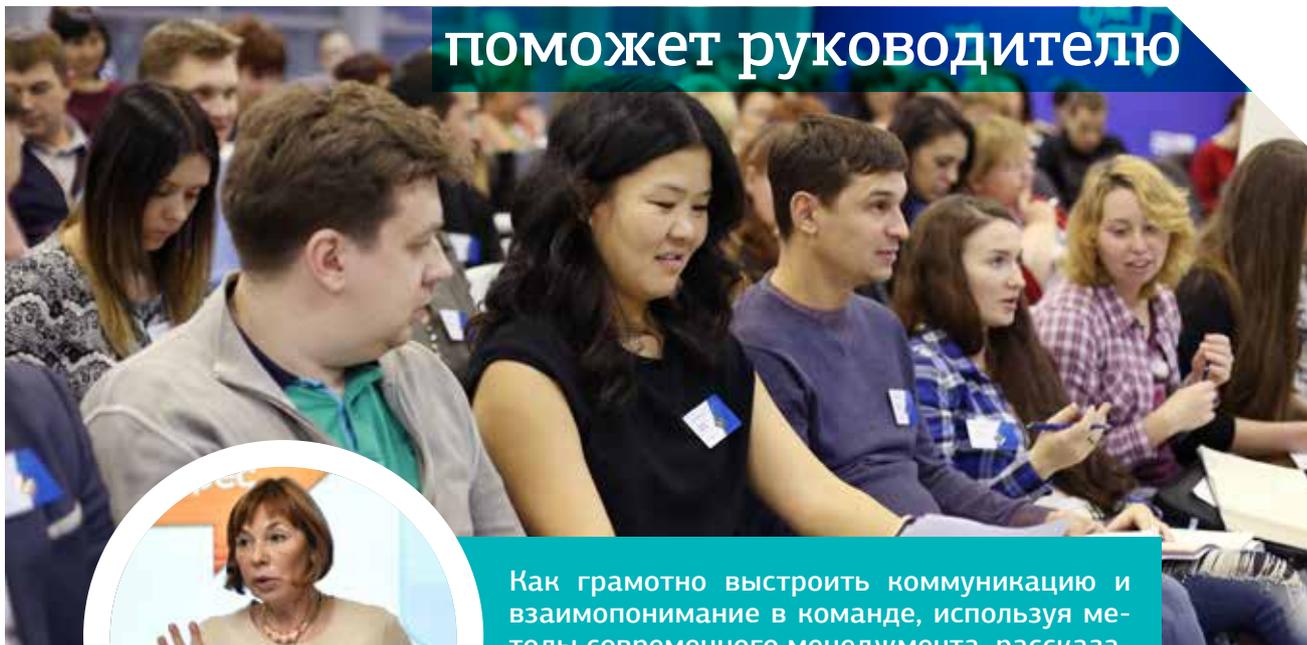
Можно упасть в пропасть и закрыть глаза, а можно попытаться за что-то схватиться. Работает «магический» вопрос для самого себя: «Что еще можно сделать?»

ДЕЙСТВИЕ.

Не отвлекайтесь от цели, не сбивайтесь с пути в силу жизненных обстоятельств. Их присутствие неизбежно, лишь самый сильный способен им противостоять.

Система «DISC»

ПОМОЖЕТ РУКОВОДИТЕЛЮ



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

Современный бизнес – это работа в команде. Успех во многом зависит от умения вести диалог. Деловое общение играет ключевую роль в достижении поставленных целей и задач.

«О деловом общении существует масса литературы, особое внимание следует уделить системе типологии личности. Руководители и специалисты должны понимать – все люди разные и к каждому нужен индивидуальный подход. Разные темпераменты требуют разной мотивации», – рассказывает Ирина Друзь, востребованный и успешный бизнес-тренер России уровня «Мастер».

Выявить поведенческие особенности личности помогает систематика «DISC», на ней и акцентирует внимание бизнес-тренер: «Метод нацелен на понимание своей личности, особенностей общения и анализ типологии других лю-

дей. Многие используют систематику для приема людей на работу».

Модель «DISC» анализирует стиль поведения человека, то, как он решает различные задачи и эмоционально реагирует на них.

Стиль D – активный победитель, агрессивный, решительный, предпочитает быстрое движение, риск и достижение немедленного результата, контролирует ситуацию и держит власть в своих руках. Типичный представитель стиля военный начальник.

Стиль I – энтузиаст, позитивный, ориентированный на людей, невнимательный к деталям, обещает больше, чем способен исполнить. Чаще всего это люди шоу-бизнеса.

Стиль S – спокойный, всегда готов помочь окружающим, хороший участник команды, внимательный слушатель. Ему необходима стабиль-

ность и безопасность, образ кота Леопольда.

Стиль C – точный, последовательный, деловой, обладает большим аналитическим потенциалом. Концентрируется на задании, выполняет работу качественно. Это, к примеру, Шерлок Холмс.

«Четыре типа личности не делят людей на плохих и хороших, все они важны в трудовом коллективе. Выстроенное общение по системе «DISC» будет не только эффективным, но и приятным», – уверяет бизнес-тренер.

Как отмечает Ирина Друзь, определить какой человек перед вами можно не только с помощью тестирования, но и по внешним качествам. Походка может сказать о натуре человека: «Художественные» чаще всего «рисуют» походку, а целеустремленные люди ходят быстро и шагают уверенно».

ТАКТИКИ продаж, которые работают



Готовые техники увеличения продаж, которые можно внедрять на следующий день, участники Форума получили на авторском тренинге Екатерины Уколовой, основателя и управляющего партнера консалтинговой компании Oy-li.

Первый метод – улучшение качества продукта через NPS-опрос. Клиентов опрашивают по десятибальной шкале на предмет того, порекомендуют ли они фирму или услугу своим друзьям и коллегам. Если клиент ставит «девятки» и «десятки» – он позитивный, если ниже «семерки» – негативный. Далее нужно просчитать долю позитивных, вычесть долю негативных клиентов, и у тех, кто «посередине» – нейтральных – узнать, что сделать, чтобы в следующий раз оценка достигла максимума.

«После нескольких операций такого опроса получается улучшить продукт и, как следствие, увеличить продажи», – говорит Екатерина Уколова.

Второй вариант – подсчет количественных показателей

у менеджеров по продажам. Нужно выяснить, в каком количестве в день и что именно они делали.

«Существует такая проблема в России, как низкие стандарты труда, и в основном, люди на работе не эффективны. К примеру, если говорить про крупный бизнес, у сотрудников компаний с оборотом от миллиарда эффективность составляет 250 звонков в день на человека. Это достаточно серьезные цифры, но и малый бизнес вполне может выйти на них и быстро вырасти, – считает эксперт. – Нужно следить, чтобы люди работали».

Эти методы, по словам бизнес-тренера, считаются одними из самых быстрых и действенных. Для того, чтобы увидеть результат понадобится не-

деля. Но чтобы выбрать свой способ продаж, прежде всего, стоит обратить внимание на целевую аудиторию и каналы продаж. Часто компании даже не определяют свою целевую аудиторию, описывая свою деятельность общими словами. Нужно сконцентрироваться и понять, какие клиенты принесут основной доход. Именно на них стоит направить маркетинговые усилия, как в плане бюджета, так и отделов продаж.

«Бывает, что каналы продаж выбраны неправильно, – говорит Екатерина Уколова. – Собственник считает, что можно продать услугу «холодными» звонками. А обзванивать «в холодную» в таких случаях просто бесполезно. Получается, что менеджер съедает всю маржу предпринимателя».

ВАШЕ *преимущество* в особенностях личности

Как максимально использовать свои личностные особенности для достижения успеха не только в бизнесе, но и в личной жизни рассказал Михаил Молоканов, российский эксперт международного уровня по лидерству, принятию решений и внутренним организационным изменениям.

«Мне интересно вытаскивать из людей то, что в них скрыто, те их особенности, ценности, эмоции, которые они не осознают, возможно даже боятся, – отмечает эксперт. – Например, моя личная особенность – импульсивность, выражается в том, что я не боюсь говорить все, что приходит в голову, по поводу и без. Это хорошо развивает интуицию. У всех нас бывают предчувствия, догадки... Но, если ты ими не делишься, не озвучиваешь их, не получаешь на них обратную связь, не проверяешь, насколько они соответствуют реальности, то никогда не узнаешь, верны они или нет. Будешь озвучивать, возможно, обнаружишь, что только 10% верны. Но ты будешь знать, какие именно, в каких состояниях к тебе пришли. В следующий раз именно такие догадки будешь озвучивать с большей уверенностью. И в скором времени верных догадок будет уже не 10%, а

30, 50 ... 80, а может быть, и все 100%».

Как рассказывает Михаил Молоканов, впервые он обнаружил пользу от этой своей особенности занимаясь хедхантингом – «охотой за головами»: «Интервьюируя кандидатов, я спрашивал их о том, кем работают их родственники, и чтобы понять в какой профессиональной среде вырос человек, и чтобы получить новых интересных кандидатов. Через какое-то время смотрю на очередного кандидата и слышу, как говорю: «А старшая сестра у Вас кем работает?» Он очень удивился: «Откуда Вы знаете, что у меня есть старшая сестра?» – «Не знаю, по Вам видно».

«Я проделал это уже с сотнями людей. И теперь, если меня подмывает сказать, в какой семье человек вырос, я знаю, что в 80% случаев буду прав».

Для того, чтобы получить обратную связь эксперт советует в первую очередь прислушиваться к своим ощущениям, задавать себе вопросы, а если возникает фантазия, то её обязательно озвучить и проверить.

«Не стоит бороться со своими личностными особенностями. Например, если вы разгильдяй и постоянно опаздываете, то такая борьба не повысит вашу эффективность с точки зрения прихода вовремя более

чем на 10%, но вы потеряете на нее уйму времени. Лучше принять свои недостатки, осознать их и сделать своим преимуществом, – подчеркивает бизнес-тренер. – Чтобы превратить свои особенности в преимущества, нужно находить людей, которые обладают противоположными качествами и вместе с ними создавать взаимодополняющие команды. Члены команды будут прощать вам опоздания за что-то другое, чего у них не развито так сильно, например, за вашу креативность».

Ошибки, которые допускает ваш мозг можно только осознать. Ярким примером является эффект ореола, если человек вам симпатичен, то происходит его идеализация, а если нет – мы не замечаем его положительных качеств. «Это применимо и в личной жизни, мозг и сознания работают таким образом, чтобы подтвердить то, что мы решили, те модели мира, которые мы уже построили. В результате мы не видим возможности, которые у нас есть», – акцентирует внимание эксперт.

Главная задача отстраниться от привычных моделей мира и найти что-то свое. Зная себя и работу своего мозга, предприниматель может более осознанно принимать решения, которые приведут к максимальной эффективности.

ПАРТНЕРЫ



Оригинал-макет подготовлен ООО «Югорский формат»

Отпечатано в ООО «Югорский формат»
г. Ханты-Мансийск, ул. Лопарева, 15, подъезд № 8
+7 (3467) 912-019, +7 952 690 99 39
Uformat@mail.ru