

КАРМАННЫЙ СПРАВОЧНИК ВЕЛИКОГО РУКОВОДИТЕЛЯ или 55 ИДЕЙ ПО МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

АНДРЕЙ СИЗОВ

Андрей Игоревич Сизов
Карманный справочник
Великого руководителя, или 55
идей по мотивации персонала

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=26108716

ISBN 978-5-4253-0535-0

Аннотация

Известный бизнес-тренер и писатель Андрей Сизов раскрывает принципы, которые лежат в основе мотивации персонала.

Книга имеет вид 55 тезисов, которые в простой и доступной форме показывают, какие действия руководителя могут сделать его великим, а компанию успешной и процветающей.

Содержание

Введение	4
ИДЕЯ №1 Два типа сотрудников	6
ИДЕЯ №2 Что делать с проблемами	7
ИДЕЯ №3 Про моду	8
ИДЕЯ №4 Проблемы клиентов	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Введение

Я много наблюдал, был сам руководителем и лидером. Наверное, я ценен для вас более всего тем, что у меня не все получалось сразу, были неудачи, разочарования в людях и даже в себе, как руководителе. Но я продолжал быть руководителем и искать ответы, несмотря на возникающее иногда желание потерять веру в людей и согласиться с тем, что они плохие.

Я смотрел на тех, кто верил, что люди хорошие, и пытался понять – что дает им такую уверенность. Теперь эта уверенность у меня есть. Хочу, чтобы она была и у вас.

Важно чтобы у вас было понимание, что делает ваших сотрудников хорошими, а что плохими. Если вы скажете: “Это его мнение”, будете совершенно правы. Я не настаиваю на том, что вы должны согласиться со всем, что написано в книге. Это на самом деле мои мнения и мыслезаключения, основанные на моем опыте управления, консультирования и самое важное – наблюдениях за успехами и неудачами других руководителей.

Да, это советы. Но советы не делать так, как написано, а посмотреть на это более внимательно, понять и разобраться – нет ли такого у вас в компании, да и в жизни тоже. И если есть, то возможно, вы получите пару идей, которые сделают вас более успешными и богатыми. Есть те, у кого это полу-

чилось. Я буду рад, если смогу чем-то помочь и вам.

Пожалуйста, будьте внимательны и даже немного привередливы. Проверьте все на своем опыте, но не отказывайтесь от чего-то только потому, что это не совпадает с мнением большинства, с идеями авторитетов или даже с вашими прежними идеями. Тогда вы сможете что-то для себя найти.

Если хотите найти – читайте. Спасибо вам за то, что все еще ищете. Никогда не останавливайтесь в этом. Ответы есть только для тех, кто ищет. Вперед...

Андрей Сизов

ИДЕЯ №1 Два типа сотрудников

Любая компания всегда имеет только два типа сотрудников, включая руководителей:

- тех, кто решает проблемы,
- тех, кто их создает.

Как бы странно это ни казалось, нейтральных сотрудников нет. Либо решают проблемы, либо создают их. Степень, в которой это проявляется, разная. Но тенденция или направление движения компании (к деньгам или от них) будет зависеть только от того, кто работает эффективнее – «создатели проблем» или «создатели решений». Обратите внимание вот на что: тенденция зависит не от количества «создателей проблем» или «создателей решений» (хотя это тоже стоит учитывать), а от их эффективности.

Что это значит? Это значит, кто больше производит «результатов» в единицу времени. «Результаты» у этих сотрудников разные. Одни производят решения проблем, а это и есть деньги или то, что способствует их появлению в компании. Другие «производят» проблемы. Они их именно производят. Это верный термин. Они их изготавливают. Они их лепят, как хорошая хозяйка лепит пельмени. Мы наблюдали это много раз.

ИДЕЯ №2 Что делать с проблемами

Если руководитель обучен, то он использует все проблемы извне для роста компании.

Кризисы, трудные клиенты, конкуренты и их низкие цены, дорогая аренда, низкий покупательский спрос, дорогая реклама, налоги и другие подобные вещи – все это используется руководителями для того, чтобы иметь компетентную команду и много денег. Более того, без вышеперечисленных вещей невозможно создать процветающую компанию. Но все это возможно лишь при наличии у руководителя соответствующих навыков.

ИДЕЯ №3 Про моду

Что такое мода? Это когда «все это делают», и получают поддержку, одобрение и даже восхищение со стороны большинства. Вот такое простое определение позволит вам спроецировать данное понятие на свою компанию.

Какую моду можно увидеть в различных компаниях? Есть компании, в которых модно рассказывать о том, какие плохие клиенты, как трудно с ними работать. Есть компании, в которых модно обсуждать высокие цены своей компании и низкие цены конкурентов. Есть компании, в которых модно ходить с недовольными лицами, ворчать на руководителей, на низкую зарплату и тяжелые условия труда.

Есть даже такие страны, в которых весь народ, обработанный телевизором, ворчит на свою страну, на свое правительство, на качество своих товаров и на свои законы.

А есть компании, в которых модно обсуждать способы решения проблемных ситуаций, показывать хороший пример другим сотрудникам компании и мотивировать их на такие же действия. Или совершенно не модно негативно отзываться о самой компании, ее товарах, услугах или руководителях. И об этом вам скажут, если заметят, что вы это делаете. Еще есть компании, в которых модно гордиться производством, достигнутыми результатами, целями компании и ее историей.

Как видите, мода бывает разная. А что вы хотите сделать модным в своей компании

ИДЕЯ №4 Проблемы клиентов

Суть любого бизнеса – это решение проблем клиентов. Без проблем клиентов бизнеса не будет. Без чего угодно будет, а вот без проблем, которые есть у клиентов – нет.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.