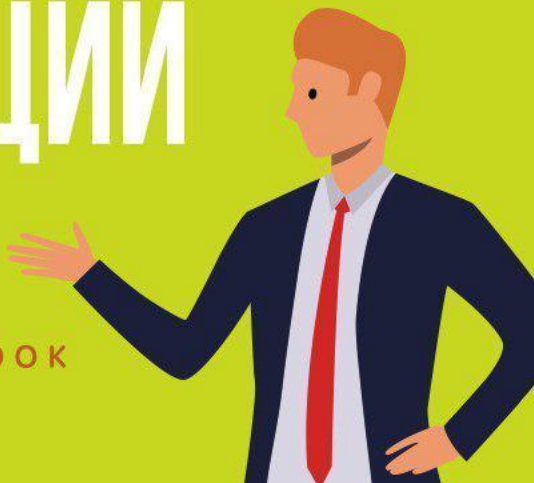


КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ

МАРИНА КОРСАКОВА

МЕНЕДЖЕР ТРАНСФОР МАЦИИ



MYBOOK

Светлана Хатемкина
Краткое содержание
«Менеджер трансформации»
Серия «Краткое содержание»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=48457803

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги «Менеджер трансформации». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Марина Корсакова – популярный бизнес-консультант и экономист. Она специализируется на грамотном внедрении изменений в деятельность организаций, чтобы помочь им преодолеть их слабые стороны.

Книга Марины Корсаковой «Менеджер трансформации» – именно об этом. Автор подробно разбирает все аспекты, из которых складывается процесс восстановления организации.

Как руководителю обнаружить и вылечить недуги своей фирмы? Сначала придется «посмотреть в зеркало» и найти уязвимости. Затем понять, к какому будущему должна стремиться компания. А после – спланировать, как и когда будут достигнуты поставленные цели.

Книга предназначена не только для руководителей крупных организаций, но и для менеджеров небольших компаний. В процессе работы с изданием рекомендуется держать под рукой блокнот, чтобы сразу фиксировать важные моменты и записывать возникшие вопросы. Тогда изучение приведенного материала принесет максимальную пользу, а реабилитация компании пройдет успешно.

**Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги
«Менеджер трансформации»**

Содержание

| | |
|-----------------------------------|---|
| Введение | 5 |
| Настоящее | 7 |
| Блок 1. «Клиенты» | 8 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 9 |

Менеджер трансформации *Полное практическое руководство по диагностике и развитию компаний*

Введение

Бизнес-тренер Марина Корсакова – специалист в области стратегического развития компаний и управления изменениями. Ее книга «Менеджер трансформации» станет отличным помощником всем руководителям, которые хотят грамотно сформировать рабочую структуру своей организации.

Ключевая задача современного управленца – наладить командную работу. Необходимо, чтобы все сотрудники были заинтересованы выявлением и обсуждением проблем и совместно находили конструктивные решения.

Для этого не обязательно нанимать бизнес-эксперта. Выполнив упражнения, которые рекомендует Марина Корсакова, вы приобретете нужные навыки и справитесь самостоятельно.

В первой главе автор рассказывает, как понять, что представляет собой компания в настоящий момент. Вторая гла-

ва поможет определиться с планами на будущее. Задача третьей главы – ответить на вопрос, как достичь поставленных целей.

Настоящее

Первым делом автор рекомендует проанализировать сильные и слабые стороны компании. Диагностика включает в себя шесть блоков:

1. «Клиенты», которые приобретают у организации «Продукты».

2. «Продукты» – все, что компания продает «Клиентам».

3. «Процессы» – в совокупности с «Проектами» приводят к изготовлению «Продуктов».

4. «Проекты» – задачи, которые вместе с «Процессами» позволяют производить «Продукты».

5. «Сотрудники» – те, кто реализует «Проекты» и «Процессы» по изготовлению «Продуктов».

6. «Менеджмент» – совокупность людей и систем, управляющих «Сотрудниками», которые ведут «Проекты», обслуживают «Процессы» и производят «Продукты» для «Клиентов».

Диагностику блоков можно проводить в любой последовательности. Автор рекомендует начать анализ самостоятельно, составить необходимые списки и схемы, а затем подключить к нему коллег.

Блок 1. «Клиенты»

Важно помнить, что все компании существуют благодаря их клиентам, поэтому к знаниям о потребителях продукции стоит относиться внимательно.

Необходимо дать ответ на два основных вопроса:

1. Что вы знаете о своих клиентах?

Здесь важен как демографический, так и социальный портрет основных потребителей. Подсчитайте количество своих клиентов, оцените динамику их прироста и ее соотношение с рынком. Проанализируйте частоту и объемы их покупок. Обозначьте продукты, которые приобретают чаще всего. Выявите причины, по которым клиенты обращаются именно к вам, и факторы, которые влияют на выбор покупателя. Если клиенты уходят, то почему?

Соберитесь с коллегами из отделов продаж, маркетинга и службы клиентского сервиса для того, чтобы нарисовать «персоны» ваших покупателей – это полезно и... весело! Разбейтесь на группы по 4–5 человек, выдайте каждой группе большие листы, фломастеры, цветную бумагу, разнообразные глянцевые журналы и ножницы для поиска образов для коллажей и творите: кто получится у вас?

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.