

Институт стратегического управления
социальными системами



«Как преобразовывать связи в конкурентные преимущества»

Бойцов Андрей Александрович

Примеры ситуаций:

Как преобразовать связи в конкурентные преимущества?

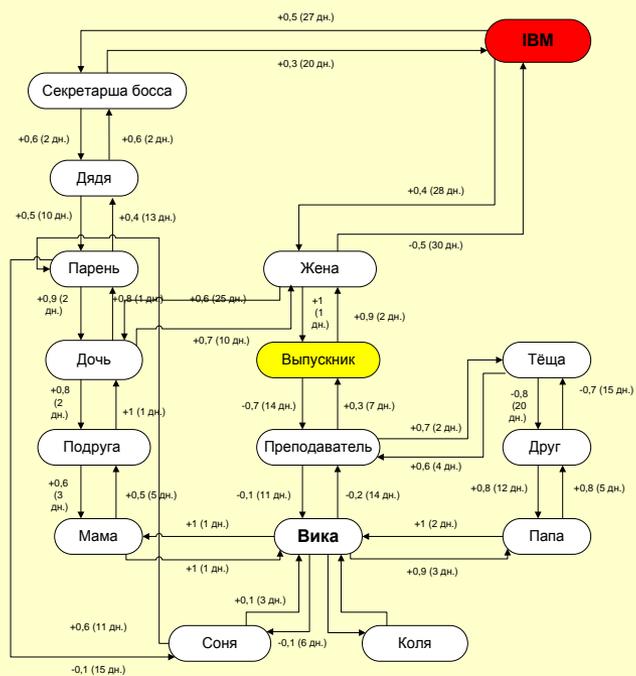
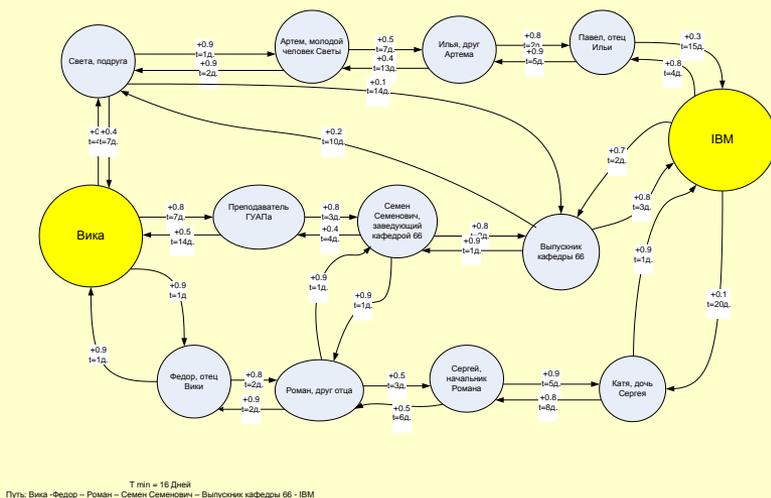
Марина Афонина, четыре года назад закончила курсы страхового агента и успешно работала в крупной страховой компании Санкт-Петербурга менеджером по работе с корпоративными клиентами. По роду своей деятельности она работала со страховым брокером «Добрострах24». У Марины сложились тесные отношения с владелицей «Добростраха24», которая решила расширить сеть офисов продаж. Она пригласила Марину занять должность начальника отдела маркетинга и рекламы в одном лице. Марина решила согласиться на это предложение, потому что ей открывались перспективы карьерного роста и увеличения заработной платы.

Перед ней была поставлена задача продать услуги ДМС АО «НПО «Красный резистор» и тем самым показать пример, как надо работать (простимулировать коллектив).

Стекхолдеры компании



Пример работы с картами стекхолдеров: действия по трудоустройству



Опираясь на данную схему, было рассчитано, что для достижения цели наиболее кратчайшим является путь через маму Вики (90 дней).

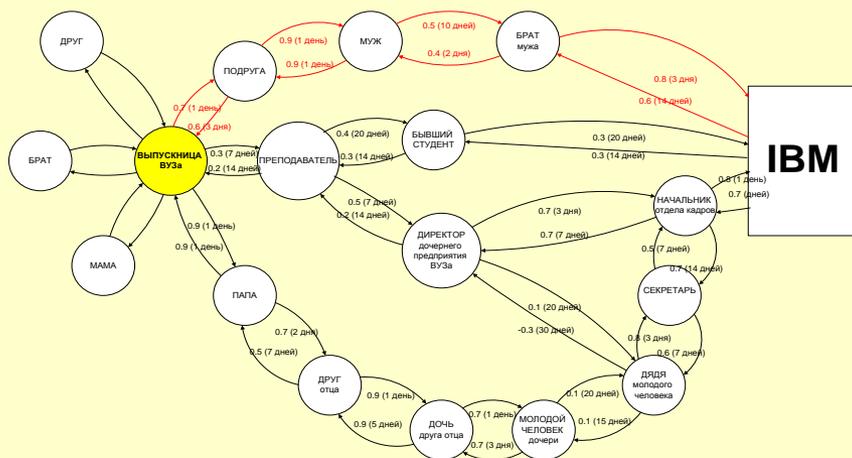
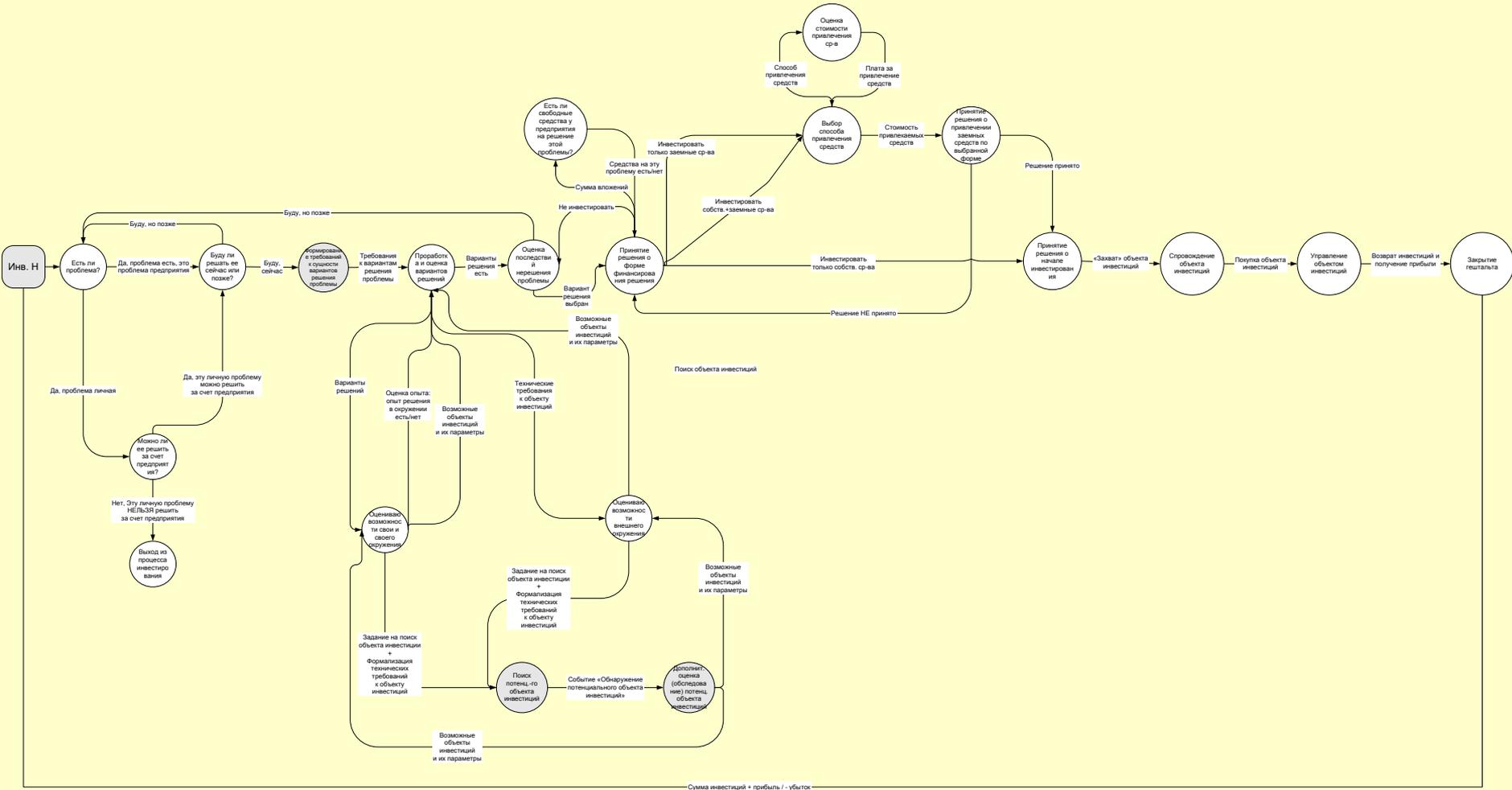


Схема поведения инвестора типа Н



Карта стекхолдеров для «Добростраха24» (по версии Марины Афониной)

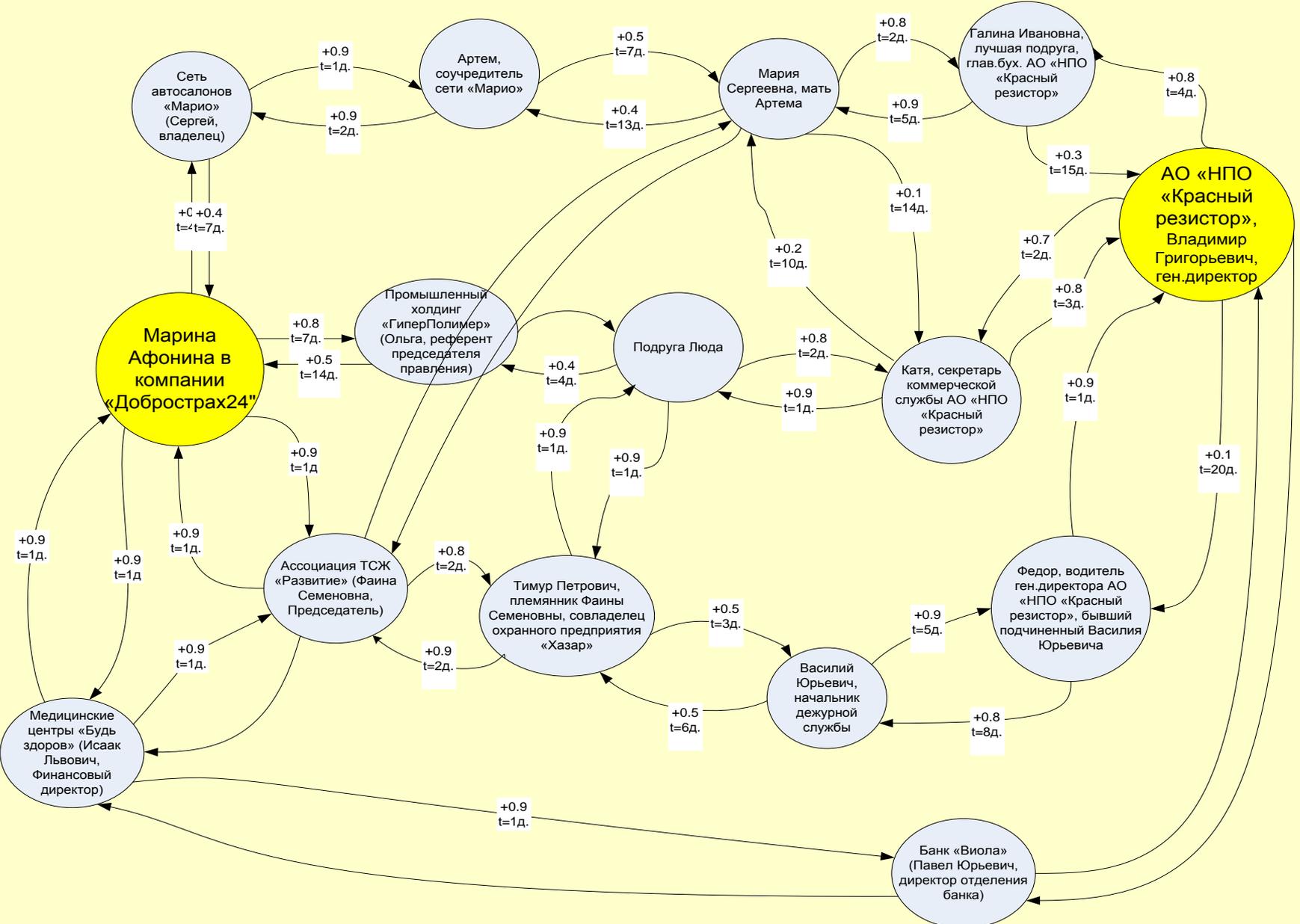


Схема поведения инвестора типа В

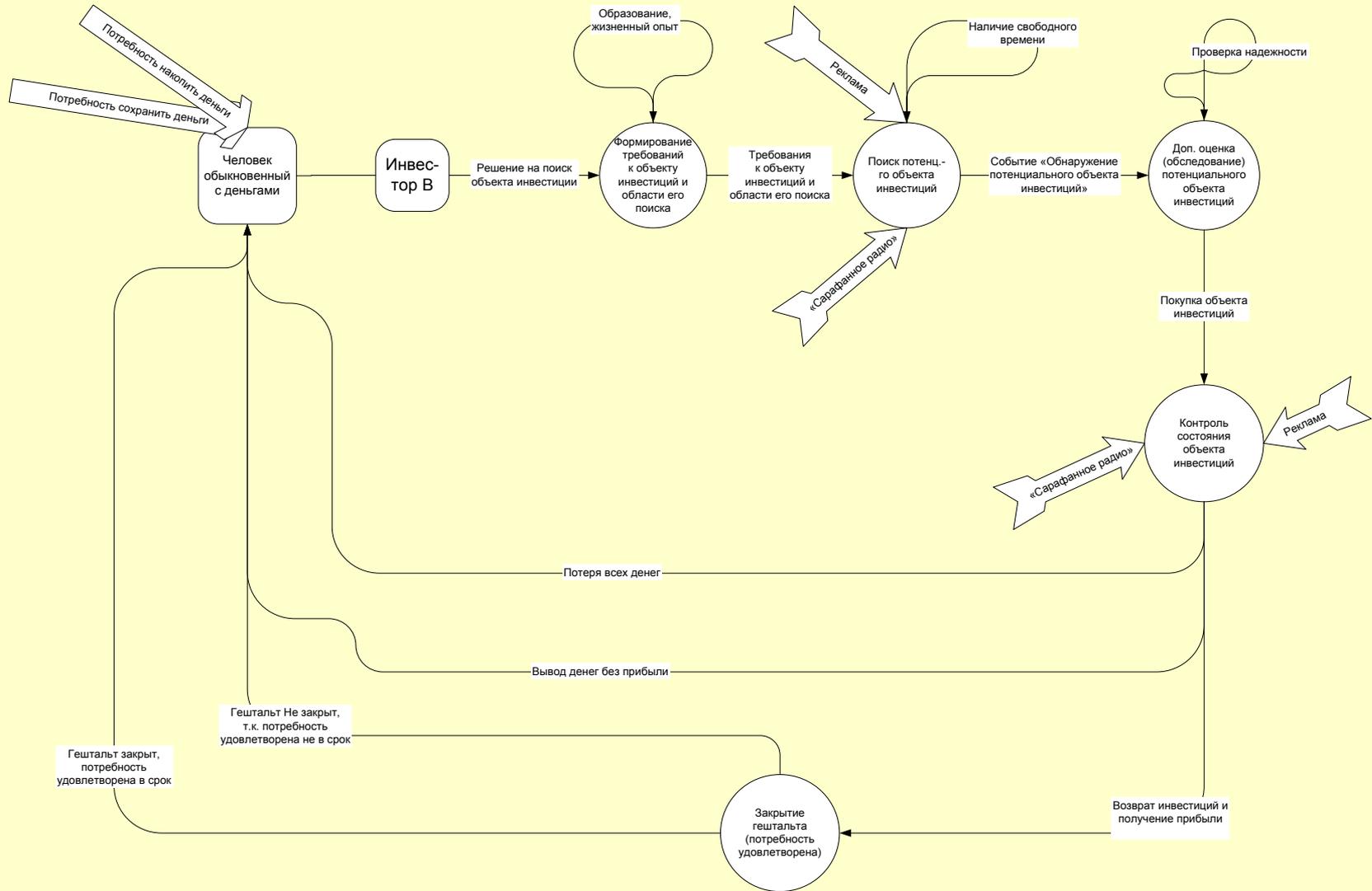
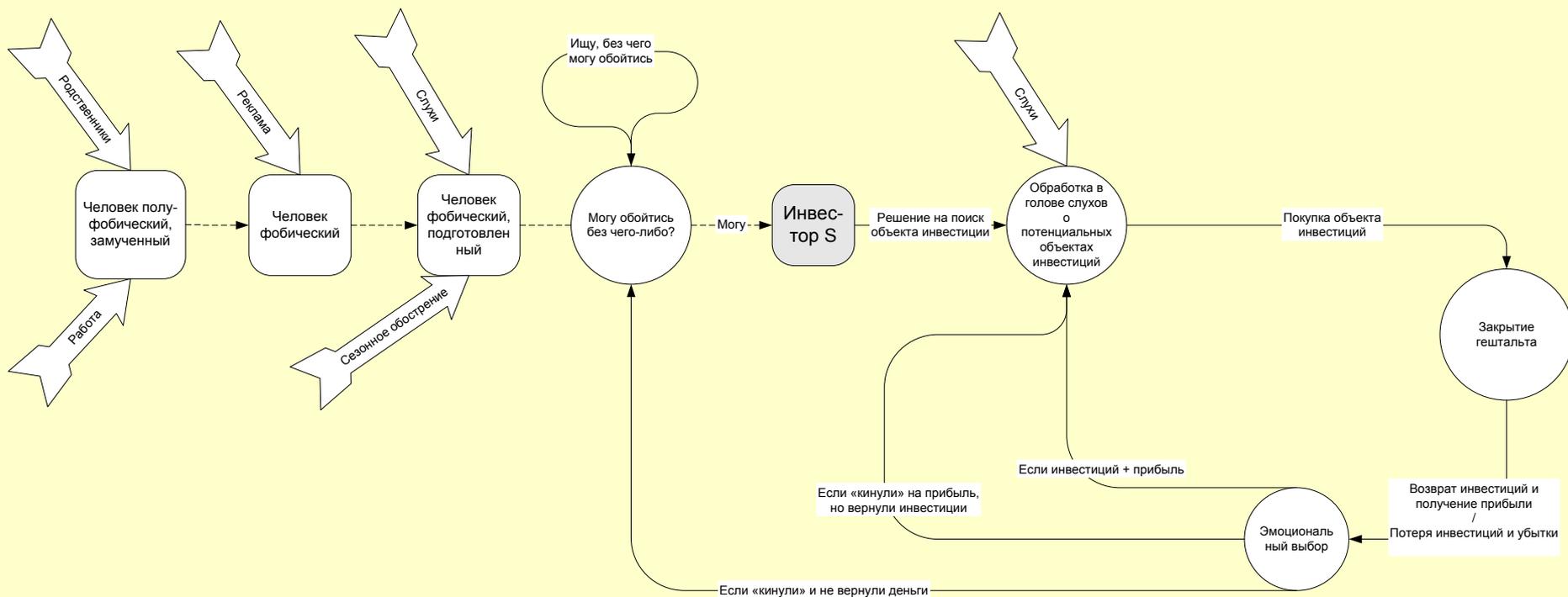


Схема поведения инвестора типа S



Результат действий Марины:

Марина составила для агентов компании «Добрострах24» перечень, какие продукты, какому инвестору надо предлагать и ввела обязательный ежемесячный тренинг по определению типов инвесторов для сотрудников, где она сама поясняла и обсуждала с другими сотрудниками, как лучше выявить тип инвестора по особенностям его поведения и разговора.

В настоящее время у Марины своя консалтинговая компания по обучению страховых агентов и консультированию рекламных компаний.

Учебно-методическое пособие Курсов



Содержание

ВВЕДЕНИЕ

1. ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Траекторная модель развития
бизнеса

1.2. На что обращать внимание

1.2.1. Оценка рисков

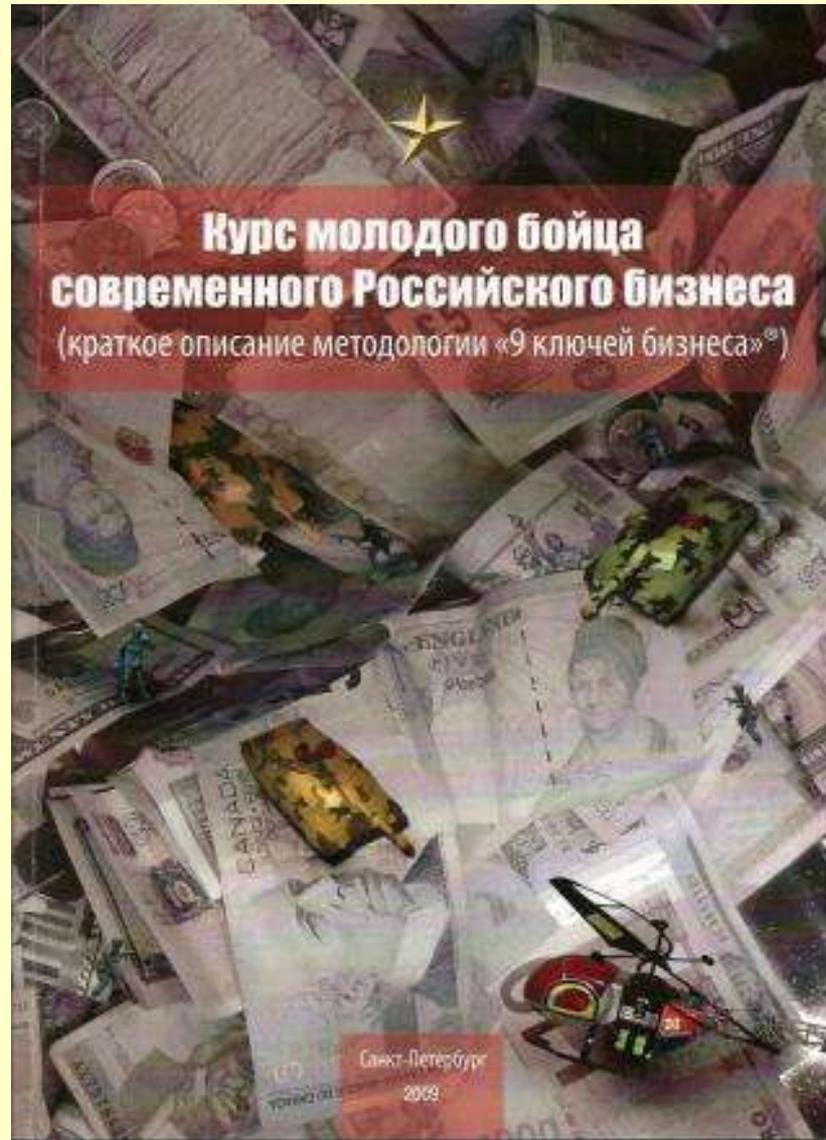
1.2.2. Карта стекхолдеров

1.3. Бизнес-сообщества

1.4. Сферы управления
компанией

1.5. Общетеоретическое
заключение

2. С НЕБЕС НА ЗЕМЛЮ: КУРС
МОЛОДОГО БОЙЦА ДЛЯ
МАЛОГО БИЗНЕСА
ЗАКЛЮЧЕНИЕ



**Институт стратегического управления
социальными системами**



Спасибо за внимание!

www.ismss.ru