



ПИР-2017
ФЕСТИВАЛЬ ПРАКТИКИ РАЗВИТИЯ

Электронные библиотеки как инструмент дистанционного обучения

Альпина b2b
www.alpinab2b.ru



AlpinaB2B



Для чего компании используют библиотеки?

- Нематериальная мотивация
- Развитие компетенций
- Развитие талантов
- Копилка идей - постоянный доступ к актуальным бизнес-кейсам
- Поддержка посттренингового сопровождения
- Сокращение финансовых и временных затрат на очное обучение
- Поддержка тренда work-life - развитие сотрудника вне рабочее время

Основные игроки на рынке b2b:



Полнотекстовые:

- Альпина Паблишер (2009)
- МИФ (2011)
- Майбук (2013)



Summary:

- GetAbstract (2007)
- SmartReading (2013)
- Альпина Паблишер (2016)



Периодические издания:

- РБК
- HBR

Пример 1:

- Платформа поколения 1.0 - прямое скачивание книг
- Актуальная бизнес-литература
- Бинарная статистика
- Брендирование книг
- Книжные полки, рекомендации книг, отзывы, передача файлов в СДО
- Поддержка лояльности сотрудников, доступ к актуальным книгам и бизнес-идеям
- Отсутствие современных инструментов управления процессом обучения с помощью книг

Пример 2:

- Платформа поколения 3.0 - web, ios, Android
- 60 000+ количество книг (преимущественно художественная литература).
- Полноценная статистика: email сотрудника, что читает, сколько?
- Внутреннее брендрование платформы
- Книжные полки, отзывы, рекомендации
- Ограниченный доступ к актуальным бизнес-новинкам ведущих Издательств

Библиотека Альпины:

- Платформа поколения 5.0 - web, ios, Android, База Знаний - загрузка собственных файлов, распечатка брендированной книги
- Бестселлеры (по версии Ozon.ru) и актуальная бизнес литература
- Брендирование иконки, брендирование внутри приложения
- Книжные полки, отзывы, рекомендации,
- Статистика: кто читал, что, сколько в %, сколько по времени, сколько распечатал
- Консалтинг по продвижению библиотеки на языке вашей компании

Инструменты консалтинга:

- Индивидуальные и групповые рассылки
- Подборка цитат
- Рекламные материалы
- Баннеры
- Push-уведомления
- Бейджи на книгах
- Разработка индивидуальных решений
- Агрегация с СДО
- другое

Чтение:

- Развивает мышление
- Снижает стресс
- Увеличивает словарный запас
- Защищает от болезни Альцгеймера
- Придает уверенности
- Развивает творческий потенциал
- Улучшает сон
- Учит концентрации
- Развивает коммуникативные навыки
- Омолаживает и способствует стройности

Интересные факты:

20% читаю и буду читать,
несмотря ни на что

60% скажите что читать

20% не читаю - мое кредо

Интересные факты:

Динамика читающих в компаниях при нематериальной мотивации (ежемесячное напоминание о библиотеке) от численности компании:

- 1 год - 10-15%
- 2 год - 15-30%
- 3 год и далее - от 35% всего персонала компании

Динамика читающих при управлении процессом и внедрении культуры чтения (не более 3-х раз в месяц):

- 1 год - 30%
- 2 год - 45%
- 3 год - 50-60%

Будущее:

- Смешанные библиотеки: книги, видео-обзоры, лекции
- Инфографика статистики
- Инфографика книг
- Summary: GetAbstract, Smart Reading, Альпина.

Подарки!

3 саммери



ТИЛЬ ПИТЕР И МАСТЕРС БЛЕЙК

ОСНОВНАЯ ИДЕЯ

Представление о том, что конкуренция — это необходимый элемент капиталистической экономики, в корне неправильно: конкурентная борьба дробит рынок и по-настоящему крупная прибыль не достается никому. Развитию экономики и общества в целом способствуют только монополии: поскольку их доходы не подвержены влиянию конкурентной среды, они могут вкладывать всё большее финансирование в развитие, добиваясь технологических прорывов и тем самым поднимать уровень жизни людей. Так и по-настоящему значимый стартап — это всегда монополист, ведь увеличивая количество товаров, уже присутствующих на рынке, ни технологического, ни финансового прорыва не добьются, даже если вы совершенствуете продукты. Если же удастся создать нечто действительно ценное в еще не занятой нише, рост прибыли может быть практически бесконечным.

ОТ ВИДЕНИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ К ПОСТРОЕНИЮ СВОЕГО БИЗНЕСА

Автор книги, успешнейший предприниматель, достаточно уверенно утверждает, что она была одним из основателей и руководителем платёжной системы PayPal и организатором венчурного фонда Founders Fund, еще в 2005 году профинансированного Facebook, описывает своё видение картины мира, с упором, конечно, на экзистенциальную технологию, но и с интереснейшим построением в области социологии и экономики. Алгоритм создания успешного коммерческого предприятия описан увлекательно, образно и афористично и выведен на глобальных, социальных и психологических принципах. Философия тут такая: делая то, что уже никто не делает, мы двигаем мир от единички к двойке и дальше, к некоему N, увеличивая количество того, что уже существует. Но всякий раз, когда мы делаем что-то свое, мы делаем шаг от нуля к единице, давая импульс строительству лучшего будущего.

А важно, для человечества такой. Без новых технологий, которые ослепят древние технологии, наступит всеобщая стагнация, которая неизбежно выльется в масштабный глобальный коллапс.

ПАРАДОКС ЭКОНОМИКИ КАПИТАЛИЗМА

Логика парадоксального, по первому взгляду, постулата о неизбежности конкуренции — как для экономики в целом, так и для каждой компании, участвующей в конкурентной борьбе, — такова:

к двойке и дальше, к некоему N, увеличивая количество того, что уже существует. Но всякий раз, когда мы делаем что-то свое, мы делаем шаг от нуля к единице, давая импульс строительству лучшего будущего.

А важно, для человечества такой. Без новых технологий, которые ослепят древние технологии, наступит всеобщая стагнация, которая неизбежно выльется в масштабный глобальный коллапс.

ТИЛЬ ПИТЕР И МАСТЕРС БЛЕЙК

ОТ НУЛЯ К ЕДИНИЦЕ: КАК СОЗДАТЬ СТАРТАП, КОТОРЫЙ ИЗМЕНИТ БУДУЩЕЕ

ОТ ЕДИНИЦЫ К ДВОЙКЕ ИЛИ ОТ НУЛЯ К ЕДИНИЦЕ?

Как афористично замечает автор, «в бессмысленной войне поражение терпит все без исключения». И не случайно конвенционные метафоры приравнивал действия конкуренции «отпугивать за толканием», «закрыть рынок», «добиться победы над конкурентом». А война инициирует различия между противниками, и чем сильнее разгорается борьба, тем больше поводит друг на друга соперники.

Главное доказательство справедливости постулата о вреде конкуренции — ретурвное повышение финансовых «чужаков», демонстрирующее, что рынок может быть исключительно неэффективным.

А главное наиболее абстрактное конкурент на бизнес — в том, что дошедшая до предела конкуренция на сегодняшний день, что оказывается не в состоянии планировать свое будущее, не более или менее долей срок, упуская возможность качественного развития. Монополия же при этом позволяет компании строить долгосрочные планы и финансировать амбициозные исследовательские проекты.

СОЗДАТЕЛЬ-НИ МОНОПОЛИСТ
— это человек, который не только создает продукт, но и активно продвигает его на рынок.

КОММЕРЦИАНТ
— это человек, который занимается реализацией товара, увеличением рынка и распределением прибыли за счет клиента.

ТИЛЬ ПИТЕР И МАСТЕРС БЛЕЙК

СОЗДАЕМ ВЕЛИКУЮ КОМПАНИЮ КАК СОЗДАТЬ СТАРТАП, КОТОРЫЙ ИЗМЕНИТ БУДУЩЕЕ

Воснове любого великого бизнеса лежат секрет, скрытый от внешнего мира. Оставить историю компании можно, используя то, что делало делажоу всех под небом, но с чем никто не догадывался.

СТРАТЕГИЯ

Вопрос, на который необходимо ответить при планировании успешного бизнеса:

1. Способны ли вы создать прорывную технологию, а не просто сделать дополнение к уже существующей?
2. Предоставит ли человек может начинать бизнес, который выдумали?
3. Насколько ли вы захватите большую долю на мировом рынке?
4. У вас достаточная команда?
5. У вас есть возможность не только создать, но и продать ваш продукт?

ТАКТИКА

Каждая монополия уникальна, но, как правило, любой обладает «общими» характеристиками:

собственная технология — нужно либо изобрести нечто принципиально новое, либо радикально улучшить существующее решение;

сетевой эффект — ваш продукт тем более полезен, чем больше людей им пользуется — платитгы волкают друг друга в это потребление;

эффект масштаба — по мере роста бизнеса стоимость создания продукта для компании падает;

сетевой эффект — ваш продукт тем более полезен, чем больше людей им пользуется — платитгы волкают друг друга в это потребление;

Первому (горизонтальному) пути соответствует модель доминирования, которую (вертикальному) — конкурентной монополии. В рамках каждой схемы монополия — это компания, демонстрирующая столь грандиозные результаты в своей сфере, что ни один конкурент не в состоянии предложить сколько-нибудь сравнимый продукт или услугу. Занят в области успеха — в высшей уникальности в отличие от остальных компаний, которые, по утверждению Талстова, похихику друг на друга, все смелые компании счастливы по своему — каждая из них завоевала право быть монополией, придумав уникальное решение некой проблемы. А вот все компании-конкурентки одинаково ли не удалось справиться с конкуренцией.

При этом следует учитывать, что высокотехнологичные компании крайне истощают: это часто убивает, чтобы создать нечто ценное, требуется время, а это означает, что деньги приходят не сразу. Большинство фирм, действующих в сфере высоких технологий, рынок окупают по достижению лишь через десять-пятнадцать лет.

Большинство людей полагают, что вороватые люди могут мирно сосуществовать с законопослушными, но на самом деле это не так. Если вы не хотите платить налоги, вы не сможете.



Подарки!

Доступ в HR-библиотеку



Контакты:

Анастасия Мозер

Счастливым продавец
и руководитель b2b продаж
электронного контента

Моб. тел.:

+7 (938) 534-07-84 (Россия)

+49 (172) 132-48-84 (Европа)

Email: a.moser@alpinabook.ru

