

Востребовать востребованность

Антон Желябин, Олег Шведовский
Neformalno.ru

Насколько вы востребованы?

0%

100%

200%



Насколько востребованы люди в компании?



ОНИ

0%
100%
200%

Востребованность бывает разной!

И зависит от того, на каком уровне находится проблема, с одной стороны...

Востребованность бывает разной!

И зависит от того, на каком уровне находится проблема, с одной стороны...

И на каком уровне ведется поиск решения, с другой стороны!

Стратегия – всегда ответ на проблему!

Мы не можем достичь желаемого имеющимися средствами и поэтому должны придумать способ преодоления ситуации невозможности



Какие бывают проблемы?

1. Стресс – нет удовольствия, вовлеченности



Какие бывают проблемы?

1. Стресс – нет удовольствия, вовлеченности
2. Фрустрация – непреодолимое препятствие



Какие бывают проблемы?

1. Стресс – нет удовольствия, вовлеченности
2. Фрустрация – непреодолимое препятствие
3. Конфликт – разные ценности, споры



Какие бывают проблемы?

1. Стресс – нет удовольствия, вовлеченности
2. Фрустрация – непреодолимое препятствие
3. Конфликт – разные ценности, споры
4. Кризис – не тем занимаемся, бизнес слабеет



Какие бывают проблемы?

1. Стресс – нет удовольствия, вовлеченности
2. Фрустрация – непреодолимое препятствие
3. Конфликт – разные ценности, споры
4. Кризис – не тем занимаемся, бизнес слабеет

внутренние
проблемы бизнеса



Какие бывают проблемы?



5. Трагедия – рушатся деловые связи

внешние
проблемы бизнеса

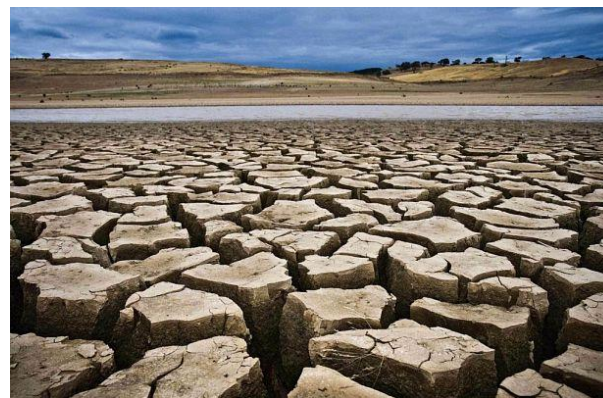
Какие бывают проблемы?



- 5. Трагедия – рушатся деловые связи
- 6. Катастрофа – сталкиваются модели

внешние
проблемы бизнеса

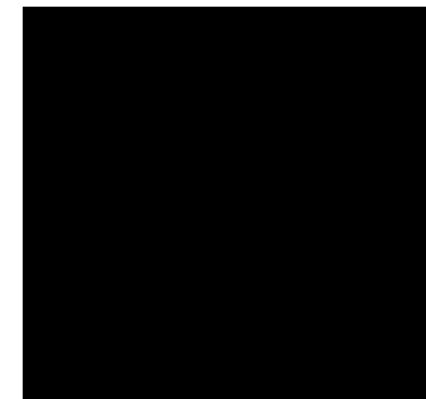
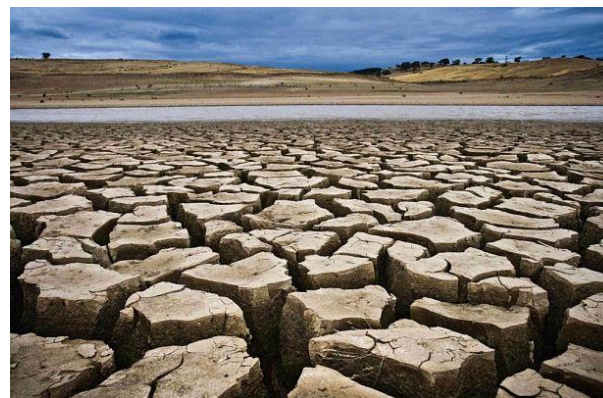
Какие бывают проблемы?



- 5. Трагедия – рушатся деловые связи
- 6. Катастрофа – сталкиваются модели
- 7. Катаклизм – отказывают элементы системы

внешние
проблемы бизнеса

Какие бывают проблемы?



5. Трагедия – рушатся деловые связи
6. Катастрофа – сталкиваются модели
7. Катаклизм – отказывают элементы системы
8. Небытие – гибель организации

внешние
проблемы бизнеса

Какие бывают проблемы?

1. Стресс – нет удовольствия, вовлеченности
2. Фрустрация – непреодолимое препятствие
3. Конфликт – разные ценности, споры
4. Кризис – не тем занимаемся, бизнес слабеет

внутренние
проблемы бизнеса


5. Трагедия – рушатся деловые связи
6. Катастрофа – сталкиваются модели
7. Катаклизм – отказывают элементы системы
8. Небытие – гибель организации

внешние
проблемы бизнеса

С чем ваш бизнес работает сейчас?

Кто востребован?

1. Стресс – неутомимые оптимисты
2. Фрустрация – компетентные специалисты
3. Конфликт – модераторы и наставники
4. Кризис – менторы, кризис-менеджеры



внутренние
ресурсы

Кто востребован?

1. Стресс – неутомимые оптимисты
2. Фрустрация – компетентные специалисты
3. Конфликт – модераторы и наставники
4. Кризис – менторы, кризис-менеджеры

внутренние
ресурсы

5. Трагедия – стратеги позиционирования
6. Катастрофа – стратеги по культуре
7. Катаклизм – лидеры-универсалы
8. Небытие – первооткрыватели, основатели

внешние ресурсы

Кто сейчас вырабатывает решения?

Какие бывают стратегии?

1. Оптимисты – открыть источники энергии
2. Эксперты – освоить новые инструменты
3. Наставники – настроить заново ценности
4. Менторы – поменять идентичность

внутренние
процессы

Какие бывают стратегии?

1. Оптимисты – открыть источники энергии
2. Эксперты – освоить новые инструменты
3. Наставники – настроить заново ценности
4. Менторы – поменять идентичность

внутренние
процессы


5. Стратеги – создать новое партнёрство
6. Культуртрегеры – изменить культуру
7. Лидеры – изменить действительность
8. Основатели – дать новую жизнь

внешние
процессы

Какую стратегию вы поддерживаете?

Чтобы востребовать нужных людей,
определите уровень проблемы и
выберите соответствующую
стратегию!

Чтобы быть востребованным,
соответствуйте уровню проблемы
и реализуйте точную стратегию!



Требуйте хирургической стратегической точности от себя и от партнеров!

Примеры решений

КРОСТ	Искали людей для реформирования и усиления ключевых функций	Вместо найма внешних специалистов провели отбор среди инициативных работников компании. Потенциал сотрудников востребован в переговорах, финансах и корпоративных стартапах
ВКУСВИЛЛ	Корпоративной культуре нужна была устойчивость и определенность в период взрывного роста	Вместо лозунгов от руководства привлекли к описанию культуры всех желающих сотрудников офиса и магазинов. Особенности культуры получились живыми, человеческими и своими для всех коллег
РОСАТОМ	Были нужны решения, чтобы донести до каждого сотрудника новую стратегию на 10 лет	Вместо простой трансляции мы организовали коммуникационную кампанию силами активных амбассадоров. Сотрудники узнают стратегию не от руководства, а от близких коллег

Neformalno.ru