

В целом, как показал SWOT-анализ в рамках аудит-маркетинга, внутренних потенциально сильных сторон у предприятия гораздо больше, чем отрицательных. И столь важный фактор, как поддержка на государственном уровне, позволяет предприятию строить дальнейшие планы по развитию бизнеса. Однако, такая потенциальная внешняя угроза, как Федеральные контракты у конкурентов федерального уровня заставляет очередной раз задуматься о недостатке маркетинговых мероприятиях, реализуемых фирмой.

О.В. Доронина

ФАКТОРЫ УСПЕХА НАЧИНАЮЩЕГО КОНСУЛЬТАНТА

Консультирование как вид профессиональной деятельности на Западе стало модным и популярным с середины 70-х XX века, в России этот доходный и перспективный вид бизнеса развивается лишь в последние десять лет.

Под консультированием понимается интенсивная профессиональная помощь на временной основе¹. В рамках контракта или договора, специально обученные люди помогают заказчику – организации выявить проблемы организации, структурируют их, изучают возможности решения, дают рекомендации. Главная цель применения заказчиком консультативных услуг – ожидаемая экономическая прибыль. Российский предприниматель, вкладывая деньги в услуги консультанта, хочет видеть эффективный результат и немедленно. Однако эффект от работы консультанта может быть ориентирован на продолжительный период времени и виден ни сразу. Опытный консультант умеет войти в доверие, зарекомендовать себя, убедить клиента в надежности своих действий, гарантировать ожидаемый результат.

В случае молодого специалиста все намного сложнее. Из-за отсутствия опыта и неуверенности в себе, внутри него кроются опасения, страхи, в голове уйма вопросов: «Что я скажу клиенту? А способен ли я решить его проблемы? А вдруг я сделаю что-то не то?». Эта озадаченность вполне естественна, консультанту действительно приходится встречаться с людьми разными по характеру, темпераменту, уровню образования и компетентности, опыту работы, полу и возрасту. И ситуации, в которых находится компания, тоже отличаются сложностью и многогранностью. Некоторая тревожность молодого специалиста указывает на осознание им профессиональной ответственности за свои действия, а

¹Гончарук В. Маркетинговое консультирование. М., 1998.

также понимание непредсказуемости процесса консультирования, чего порой не хватает самоуверенным консультантам со стажем. Прежде всего, начинающему консультанту надо перестать принижать свои способности и силы. Как говорила американская актриса Доктор Джойс Бразерс: «Успех это состояние души. Если вы хотите успеха, начните думать о себе как об успешном человеке». Это придаст уверенность не только вам самим, но и вашему клиенту.

Следующий страх, который преследует консультанта – это боязнь неправильных действий. Глупо слепо следовать материалам учебников, подавлять в себе интуицию и профессиональное воображение. Таким способом теряется возможность индивидуальности, «самости», происходит механическое использование шаблонов. Консультанту следует стремиться к сочетанию профессиональных навыков с личным творчеством, личной идентичностью. Помните, ошибки допускают и начинающие, и опытные консультанты, главное не терять энтузиазм. Пока Вы молоды как специалист, у Вас нет привычных стереотипов работы и шаблонных способов принятия решений. Поэтому Ваше творчество, свежие мысли и стремление к новым идеям – Ваше явное преимущество.

В консалтинговом бизнесе все держится на репутации – не бойтесь «пиарить» себя. Сейчас в связи с огромным количеством средств коммуникации консультанты имеют достаточно большой арсенал формирования своей репутации. Ведите свой блог на популярных социальных сообществах (ЖЖ, Mail.ru); делитесь опытом и оставляйте заметки, комментарии на популярных виртуальных бизнес-порталах (Executive.Ru, Treko.Ru), публикуйтесь в профессиональных научных и бизнес-журналах («Бизнес-журнал», «Коммерческий директор»), участвуйте в конференциях, выставках, семинарах. Первое время Вы работаете на репутацию, зато потом репутация работает на Вас.

Консультирование – это своеобразная игра. Вам необходимо лишь научиться правилам этой игры. И тогда Вы станете играть лучше, чем кто-либо другой.

К.А. Имаева

ПРОБЛЕМЫ КОМАНДООБРАЗОВАНИЯ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

На современном этапе развития успешное функционирование организации во многом зависит от эффективной совместной деятельности ее сотрудников. В связи с этим при решении организационных задач и сложных проблем возрастает роль