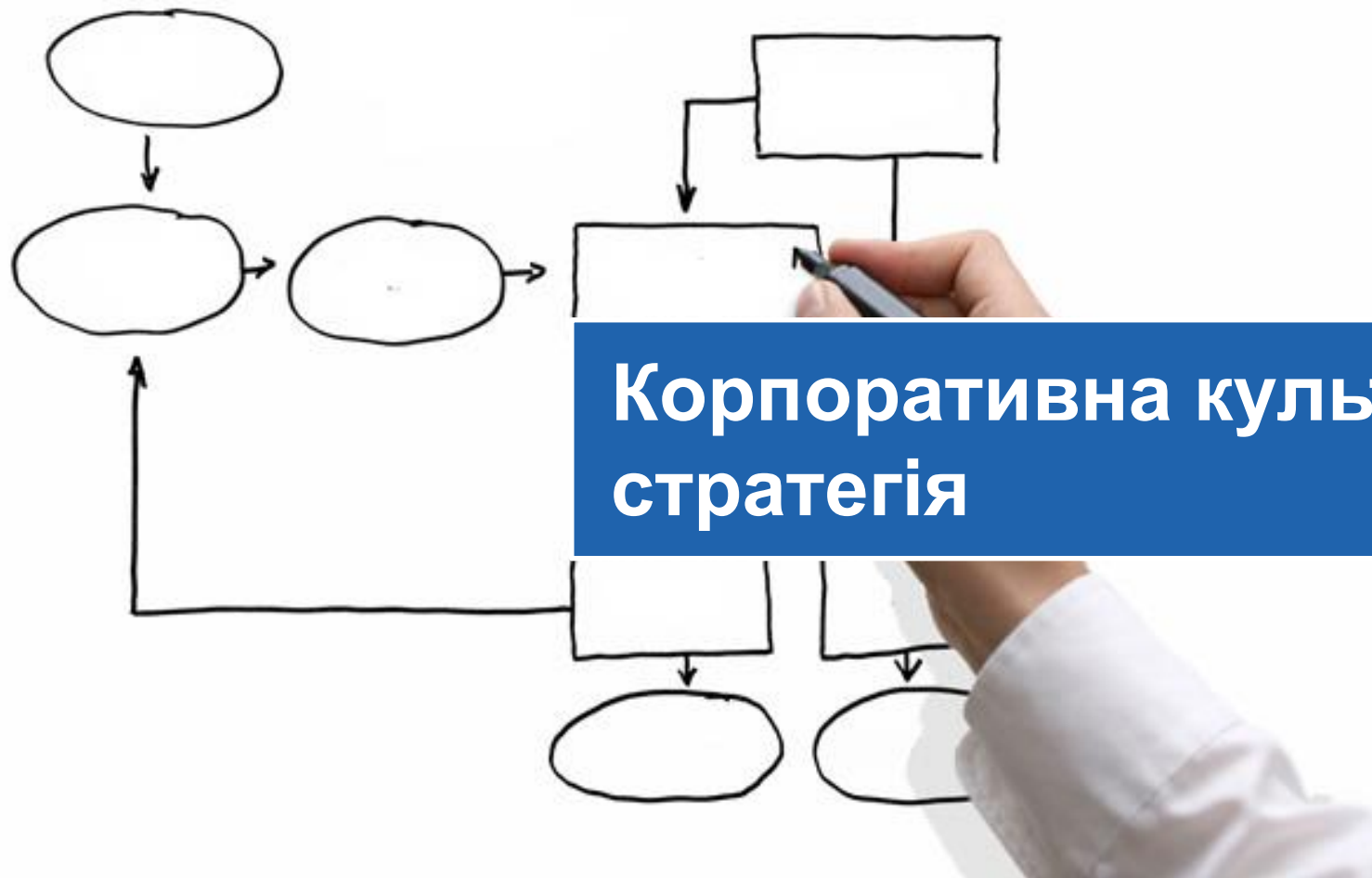




Корпоративна культура та стратегія

Що означає корпоративна культура?

together on the top

2



Стратегія - це сьогоднішній погляд на ринок, успіх і цілі в майбутньому. Стратегія – це діяти замість реагувати, створювати замість керувати.

Стратегія - підіймає питання динамічної і складної конкуренції.





Corporate Identity (CI) - корпоративний стиль це видимий показник успішної стратегії компанії

Як компанія презентує себе в цілому

- по відношенню до зовнішнього світу
- по відношенню до внутрішніх співробітників

Корпоративний стиль означає ідентичність компанії - бренду



Фірмовий стиль - це стратегічно запланована та оперативно впроваджена Самопрезентація та образ поведінки компанії, який ми демонструємо назовні та внутрішньо на основі:

- Чітко встановленої філософії компанії
- Довгострокового встановлення цілей компанії
- Чітко визначеного Іміджу
- Бажанням продемонструвати дієві інструменти компанії в єдиних рамках як внутрішньо так і назовні





- Співробітники ототожнюють себе з підприємством
- Виникає відчуття єдності, це підвищує задоволення роботою, мотивацію і, тим самим, результат.

Приклад

- Співробітник компанії VW в ідеалі має керувати власним «гольфом» а не автомобілем марки Ford.



- Професійна комунікація компанії сприяє, як вже доведено успіху компанії
- Фірмовий стиль розвиває сильний та оригінальний імідж компанії
- Саме на підставі цього іміджу люди надають перевагу цій компанії перед іншими.
- Чи зважиться клієнт на цей продукт чи кандидат зважиться на цю посаду, залежить не тільки від самого продукту або його дизайну, а від загального іміджу, який пов'язаний з цією компанією.
- Корпоративний стиль формує тривалий емоційний зв'язок



Що відбувається якщо корпоративний стиль відсутній

together on the top

7

- Структури живуть власним життям та розвивають власні цілі. Ці суперечності в цілях заважають згуртованості та успіху компанії.
- Співробітники почуваються більш привязаними до структури ніж до самої компанії, тому що це стало надто складно та надто анонімно.
- Втрачається почуття об'єднаності і вступає в силу «структурний егоїзм»
- Якщо співробітники та структури створюють собі свою власну ідентичність- вони стають аутсайдерами на підприємстві
- З кожною індивідуалізацією структури співробітники переважно втрачають картинку і більше не впізнають першочергова суть підприємства

Висновок: Також клієнти можуть не розпізнати корпоративний стиль, стануть менш впевненими і більш чутливими до пліток.



Чи хочемо ми цього?

Чи хочемо ми викликати хаос
в свідомості наших клієнтів
та співробітників?



Чи ми хочемо бути чітко впізнаваними і тим самим викликати в
людей довіру та впевненість?

З корпоративним стилем це можливо!





Основою кожної стратегії та кожного корпоративного стилю є візія:

***Те, про що ви сьогодні не
думаєте, не станеться
завтра!***



**Ми – ЄВРОЛАЙФ,
брокер №1 в нашій
країні!**





Місія описує мету компанії.

Яким чином ми хочемо
досягти візії підприємства?



Ми беремо відповідальність за впевнене майбутнє та особисту незалежність наших клієнтів, наших співробітників та нас самих. Ми це робимо завзято, якісно та з бажання кожного.

„Together on the top“



Від бажання до виконання – це означає ставити правильні запитання

together on the top

13



1. Яким буде наш ринок, наша галузь через п'ять-десять років, якими **шансами** ми хочемо скористатися?
2. Які якості ми маємо **розвивати** зараз якщо ми хочемо бути номером 1 у нашій галузі й у майбутньому?
3. Застосування яких довгострокових **стратегій змін** ми потребуємо для довготривалого економічного успіху?
4. В чому полягає моя персональна відповідальність для успіху підприємства?





- Наш ринок є одним із найбільших економічно зростаючих ринків сучасності та майбутнього
- Проте конкурентний тиск зростає
- Продукти стають все більш схожими, конкурентна перевага виникає тільки шляхом якості
- Середній дохід і рівень життя зростає, а це означає, що розрив між активним і пасивним доходом також збільшується.
- Довіра до банків і страхових компаній все ще не дуже висока
- Усвідомлення потреби в приватному забезпеченні зростає, і держава також буде більше сприяти цьому. У результаті очікується подальший позитивний поштовх для ринку страхування життя



Від бажання до виконання потрібен реалістичний погляд на ринок



**Ринок великий
але ми повинні
боротися за нього!**



2. Що нам потрібно розвивати?

together on the top

16

- Тільки підвищення якості приносить вигоду для іміджу, конкурентну перевагу та зростання обертів продукції
 - Збільшення кількості дипломів на співробітника
 - Залучення кваліфікованих співробітників
 - Зменшення квоти сторно
 - Зміцнення відносин з клієнтом
 - Покращення корпоративної культури, внутрішньої комунікації та інформації
 - Підвищення якості консультацій
 - Підвищена орієнтованість на результат
 - Підвищення відповідальності керівників у поєднанні з послідовною роботою та навчанням співробітників
 - Готовність до змін



Від бажання до дії, це вимагає правильних дій на ринку

together on the top

17



**Ми виграємо
боротьбу тільки
якістю в усіх
галузях!**



3. Яких змін ми потребуємо для стабільного успіху?

together on the top

18

- **Перш за все, ми повинні змінити одне: себе!**
 - Зміни стосуються рівноцінно співробітників, керівників та Директорів
 - **Зміни є вкрай важливими для подальшого існування компанії**
 - Однак це не означає зміни будь якою ціною, а навпаки: зберегти все хороше, дати дорогу новому, погане розпізнавати та ціленаправлено змінювати





**Щоб досягти того,
чого ви ніколи раніше
не досягали
Необхідно робити
речі,
які ви ніколи раніше
не робили!**



4. В чому полягає моя особиста відповідальність?

together on the top

20



- Професійна компетентність
 - Професійні знання (продаж, побудова структури, здібності, психологія, управління)
 - Особиста продуктивність як Директора
 - Побудова безпосередньо нових структур також як директор
 - Особиста компетентність
 - Взірцевий вплив
- Соціальна компетентність
 - внутрішня (співробітники)
 - Зовнішня (клієнти, публічність)
- Навички лідерства
 - Планування
 - Узгодження цілей
 - Підтримання досягнення цілей шляхом послідовної роботи зі співробітниками та послідовного навчання
 - Контроль





Відповідальність - це вклад особистості в реалізацію бачення та місії компанії.

**Діяти замість реагувати,
створювати замість
керувати!**





Тільки людський фактор

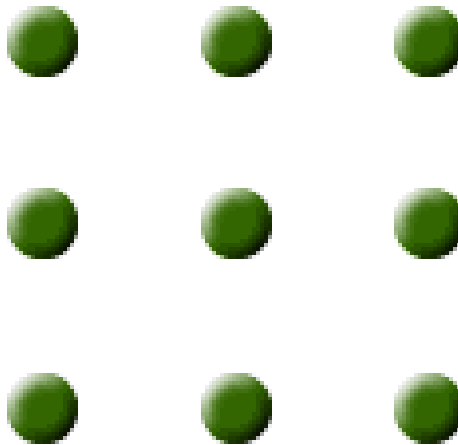
- Особисте ставлення
- Невдачі
- Відсутня реалізаційна компетентність
- Звички



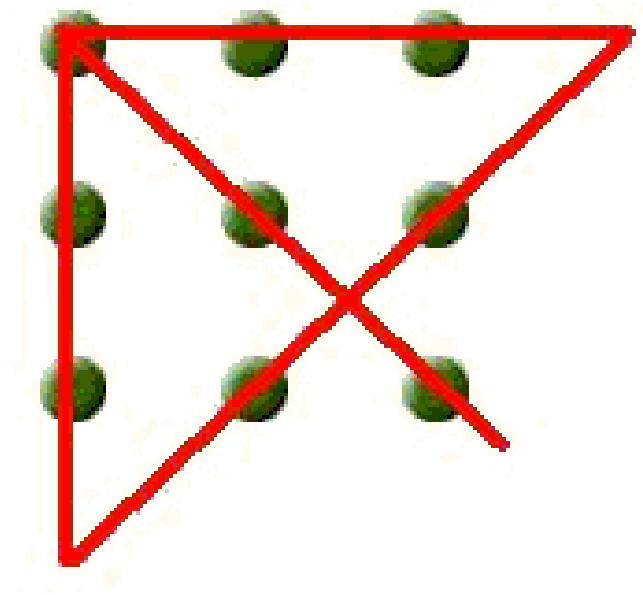
- Кожна зміна, кожне зобов'язання також пов'язане з певним ризиком, тому що
- **Люди — створіння звички.**
- Зміни, як правило, незручні.
- Реалізація змін вимагає чіткого керівництва – інакше зміни можуть «зламатися» від опору і не бути реалізованими.



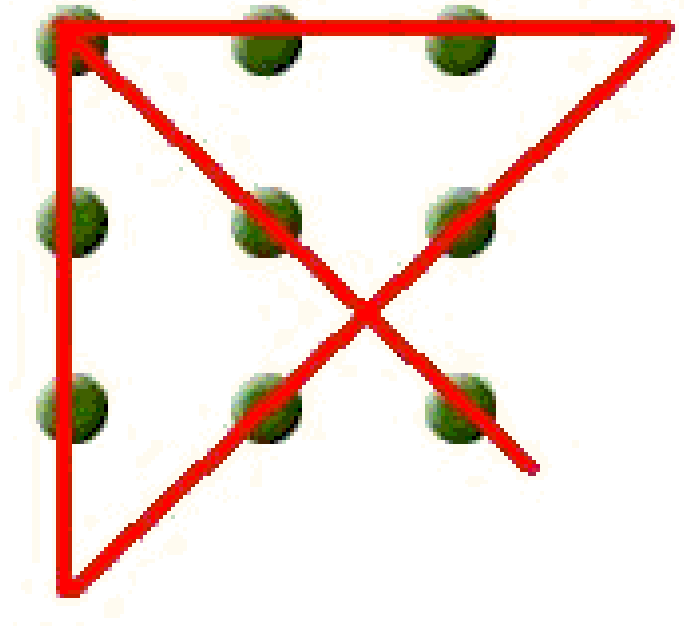
- Структура мислення



- Структура мислення. Рішення



- Ми віддаємо перевагу звичкам, навіть якщо вони неприємні = зона комфорту



- Лише близько 15% наших дій є свідомими (решта = автопілот!)
- Рутина/звички змінюються або перепрограмуються лише через сильний біль/страждання
- Виняток: підстава для дій
Сенс та радість



Це має сенс? Це приносить радість?

28

Сенс, н-д:

- Надійний дохід
- Фінансова незалежність

Радість, н-д :

- Задоволені співробітники та клієнти
- Відчуття того, що ви чогось досягли
- Визнання



Давайте разом надамо бренду Eurolife неповторний індивідуальний імідж.



**Брокер №1
в нашій країні!**

Давайте розділимо успіх цього бренду разом

Together on the top

