

Strateginen johtaminen on hyvää johtamista

Johtajuus voidaan ymmärtää monella eri tavalla. Yksi tapa on ymmärtää se *johtajan kykynä käsitellä organisaatiossa olevaa energiaa tavalla, joka tuottaa haluttuja tuloksia.*

Strateginen johtaminen tai hyvä johtaminen ovat käytännössä samoja asioita sillä jokaisen esimiehen pitää pystyä vastaamaan seuraaviin kysymyksiin: Missä olemme? Mihin pyrimme? Miten sinne pääsemme? Vastaamalla näihin kysymyksiin johtaja voi tehdä päätöksiä, jotka johtavat siihen että tehdään oikeat asiat oikeaan aikaan oikeassa järjestyksessä.

Ei vahvimmillä eikä älykkäimmillä lajeilla ole parhaat mahdollisuudet säilyä hengissä vaan pahaimmat mahdollisuudet siihen on niillä lajeilla, joilla on parhaimmat edellytykset sopia muutoksiin.

Charles Darwin

Tarvitaan strategista johtamista *organisaation kaikilla tasoilla*, sillä johtajan omaan vastuualueeseen saattaa kohdistua muutostarpeita nopeammalla tahdilla kuin koko organisaatioon. Johtajan on parempi olla *aloitteellinen kehittäjä* kuin jäädä vastuualueensa kanssa muuttuvien olosuhteiden heiteltäväksi.

Kohderyhmä:

Yritysten ja organisaatioiden kaikkien tasojen johtajat ja esimiehet.

Ohjelmasta:

- strategian merkitys organisaation toiminnan ja oman johtajuuden kehittämisessä.
- malli strategian työstämistä varten
- vuorovaikutusprosessi
 - motivaatio
 - konfliktitilanteiden käsittely
- toiminnanohjaus ja resurssien käsittely

Johtajuus on sitä, että saa kaikki alaiset määrätietoisesti ja päättäväisesti pyrkimään samoihin tavoitteisiin. Tapasi olla ja tapasi vaikuttaa toisiin ihmisiin tekee sinusta johtajan.

Kaikki mukaan tekemään tulosta

Kannattavuus - kaiken yritystoiminnan perusedellytys

- ilman kannattavuutta ei toimintaa
- milloin yrityksellä on hyvä kannattavuus?
- kustannukset ja pääoma
- taloudellinen vastuu on kaikilla, yhdessä ja erikseen

On ymmärrettävä, että muutokseen sopeutuminen ei riitä. On oltava mukana luomassa sitä!

Christoffer Taxell

Luovuus - huonosti käytetty voimavara

- kaikilla on luovuutta
- luovuus organisaatiossa

Pohdittavaa:

Mitä minä voin tehdä yrityksemme kannattavuuden parantamiseksi?

Laatu ratkaisee

- laatu tuo tuloja
- tyytyväisen asiakkaan arvo
- myymme tavaraa ja palvelua
- suunnittelulaatu ja valmistuslaatu
- laatu syntyy henkilökohtaisella tasolla

Miten perjäämme kilpailussa?

miksi asiakkaamme ostavat meiltä?
kilpailukeinoista
on oltava paras

Pohdittavaa:

Yrityksemme tänään ja tulevaisuudessa
(nelikenttäanalyysi)

Aivoriihi:

Uusia ideoita jotta yrityksestämme tulisi vielä
menestyksekkäämpi Braistorming:

Taitavat neuvottelijat tekevät hyviä kauppoja

Kilpailun ollessa kovaa myyjä joutuu usein ”ostamaan itselleen kauppoja” alentamalla hintaa. Tämä on aina kannattavuuden kannalta huono vaihtoehto. Ne yritykset, joiden palveluksessa taitavimmat neuvottelijat ovat, pärjäävät usein markkinoilla alentamatta hintojaan alle ”terveellistä” tasoa.

Kurssin kohderyhmä:

Ensisijaisesti kohderyhmäksi on ajateltu ne henkilöt, jotka haluavat kehittää kykyään asiakkaiden kanssa käytäviä neuvotteluja silmällä pitäen, mutta se antaa myös arvokasta tieto-taitoa niille, jotka haluavat kehittää kykyjään hallita muita neuvottelutilanteita.

Tavoitteet:

- antaa osallistujille muita kaupanvoittamiskeinoja kuin hinta
- parantaa osallistujien kykyä neuvotella myös vaikeissa tilanteissa
- antaa osallistujille edellytyksiä menestyä neuvottelijoina ja myyjinä

Ohjelma:

Asiakas valitsee

- asiakas ostaa sydämellä, myös
- asiakassuhteen arvo
- kilpailuedut myyntiargumenttien perustana
- eri asiakkaat arvostavat eri asioita

Se on neuvottelutaidosta kiinni

- ihmisten välinen vuorovaikutus
- sanallinen ja sanaton viestintä
- kuuntelemisen taito

Vakkuutamistaito

- miten saa toisen ihmisen uskomaan siihen, mitä sanon?

Myyntikeskustelun rakenne

Todellinen myyntityö on sitä, että asiakas saadaan tekemään ostopäätös, jota tämä ei ilman myyjän tunnepitoista puhetta, myyjän ja asiakkaan välistä luottamuksellista sudetta, innostavaa esittelyä tai kiehtovaa havaintoesitystä olisi tehnyt.

Hans Christian Altman: ”Kunden kaufen nur von Siegern”

Harjoitukset ja ryhmätyöt :

1. Mitä asiakas tarkoittaa sanoessaan ”Se on liian kallista.”
2. Aktiivinen kuuntelu
3. Retoriset argumentointimallit
4. Vastaväitettiden käsittely

Retoriikka esiintymisissä ja neuvotteluissa

Kurssin jälkeen osallistujat

- 1) ymmärtävät, miten *ihmisten välinen vuorovaikutus toimii, miten sanoma tulkitaan ja miten sanomaa voidaan vahvistaa,*
- 2) tietävät, miten isommalle tai pienemmälle yleisölle pidettävään - *esitelmään valmis-työskytetään ja miten se toteutetaan.*
- 3) tietävät, miten he *ymmärtämällä toisen osapuolen voivat hallita neuvottelutilanteet*

Kurssin ohjelmaan kuuluu luentoja ja harjoituksia.

Luennoilla käsitellään seuraavia aiheita:

Ihmisten välinen vuorovaikutus

sanallinen ja sanaton viestintä
sanoman muoto ja tarkoitus
he päättävät sydämellään
eri signaalit merkitsevät eri asiaa eri ihmisille

Tehokas esitelmä

retoriikan peruskivet
ethos, logos ja pathos
tavoiteasetanta ja yleisöanalyysi
jäsentely ja sisältö
retorinen argumentointitekniikka
motivaatiotekijät
esitelmän eri osat ja niiden merkitys
esiintyminen
esiintymisjännitys ja sen hallitseminen
sanattoman viestinnän hallitseminen
apuvälineiden käyttö

Tehokas neuvottelu

vaikuta toisen ehdoilla
seuraa, peilaa, vaikuta
vihan käsittely
vedä → ohjaa-tekniikka

Käytännössä argumentoinnissa on useammin kyse mielipiteiden puolustamisesta kuin totuuksien totuuksien etsimisestä.

Charlotte Jørgensen Merete Onsberg:
"Praktisk argumentation"

Harjoitukset

Esitelmän suunnittelu ja esittäminen (ryhmätöitä)

Keskustelupuheenvuoro

- jokainen osallistuja saa tehtäväkseen pitää enint. viiden minuutin pituisen keskustelu-puheenvuoron aiheesta, jonka hän saa tietää noin tuntia ennen puheenvuoroaan

Ex tempore-puhe

- jokainen osallistuja pitää valmistautumatta lyhyen puheen (kiitospuhe, onnittelupuhe tms.)

Palvelu joka Myy

- laatupalvelun pikakurssi

Nykypäivänä yhä useammat yritykset kilpailevat ympäristössä, missä palvelun rooli tärkeänä menestystekijänä korostuu yhä enemmän. Kilpailun kovetessa erinomainen tuote, harkittu hintataso, opitmaaliset jakelukanavat ja tehokas viestintä ovat eloonjäämisen perusedellytyksiä. Sen tietävät myös kilpailijat ja kilpailu ratkeaa usein vasta kalkkiviivoilla, so. kilpailijoiden väliset erot ovat äärimmäisen pienet.

Sellaisessa tilanteessa yrityksen tarjoaman palvelun laatu voi olla ratkaiseva. Asiakas valitsee usein sen, joka pystyy tarjoamaan joustavan, ystävällisen ja ihmiskeskeisen palvelun.

Tällä kursilla keskitymme **palvelun takana olevaan ihmiseen**. Etsimme vastauksia kysymykseen

Miten saan asiakkaani kokemaan palveluani positiivisena?

Sisällöstä:

Tyyvyväinen asiakas on arvokas

- = on kannattavaa saada asiakkaat tulemaan takaisin

Vuorovaikutus on palvelun tärkein osa

- = kommunikoimalla luot laatupalvelua

Asenteeni on palvelumme

- = yksittäisen yksilön suoritus luo organisaation laadun

On tärkeää olla tietoinen siitä, että kun asiakkaat ovat tyytymättömiä se johtuu heidän palvelun takana olevan ihmisen tapaamisen luomasta mielialasta.

Time Manager International