

Передмова

до українського видання

Книга, яку Ви тримаєте в руках, шановний читачу, вирізняється низкою особливостей серед аналогічних видань у сфері бізнес-освіти.

По-перше, вона надзвичайно актуальна, оскільки виходить друком за обставин, про які ще кілька років тому ніхто з нас не мав жодної уяви. Ковід, російська агресія, стрімкий розвиток штучного інтелекту кардинально змінили бізнес-середовище. Сучасний світ вже оперує низкою аббревіатур, що описують його стрімку мінливість, невизначеність, крихкість, алогічність, як-от: VUCA-світ, BANI-світ, DEST-світ.

Нині Україні як ніколи потрібно високопрофесійні управлінці, що були б у змозі ефективно управляти бізнесом і під час війни, і впродовж відбудовного періоду. Підприємцям як повітря потрібні книжки, що дають змогу системно підходити до опанування практичних знань стосовно ведення бізнесу за цих умов. Саме такою є книга Джейсона Беррона.

По-друге, за своїм форматом це видання являє собою своєрідний ілюстрований конспект лекцій, що їх автор прослухав у Бізнес-школі імені Джона Вілларда та Еліс Марріоттів при Університеті Бригама Янга. Така форма викладення матеріалу може здатися незвичною, проте читачам з добре розвиненим образним мисленням вона точно буде до вподоби.

По-третє, за змістом книга охоплює практично всі курси, які традиційно викладаються в бізнес-школах, — фінанси, маркетинг, менеджмент тощо. Привертають увагу сторінки, де яскраво викладено такі теми, як лідерство керівника бізнесу, управління змінами, корпоративна та управлінська звітність. Практично

в кожному розділі автор пропонує читачеві конкретні практичні методики розв'язання проблем у різних сферах управління бізнесом. Книга містить розділ, присвячений інноваціям та креативності. У світі, де технології змінюються з неймовірною швидкістю, важливо розуміти, як такі зміни впливають на бізнес-моделі та стратегії компаній, як інновації можна використати для створення конкурентних переваг у бізнесі. Автор також аналізує практичні підходи до створення інновацій. Зокрема, багато уваги приділяється методиці Job to Be Done.

По-четверте, цей ілюстрований конспект можна використовувати з кількома цілями, зокрема як поради́ник для діючого підприємця, що допоможе йому виробити цілісний погляд на управління бізнесом, і як джерело первісного уявлення про тематику курсів, які викладаються в типовій бізнес-школі.

Старості́на А. О.,

д. е. н., проф., професор кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка, засновник української наукової школи маркетингових досліджень, засновник та керівник Бізнес-школи «КНУ МВА» Київського національного університету імені Тараса Шевченка (2014–2020), співзасновник та співголова ГО «Об'єднання маркетологів України»

Кравченко В. А.,

к. е. н., доц., викладач курсів «Управління ризиками» та «Маркетингові дослідження» у Бізнес-школі «КНУ МВА» Київського національного університету імені Тараса Шевченка (2014–2020), експерт-консультант ГО «Об'єднання маркетологів України»



РОЗДІЛ 1

ЛІДЕРСТВО

Лідерство є важливою складовою менеджменту. Це вміння надихати на зміни і покращення результатів бізнесу завдяки вашим особистим якостям і здатності мотивувати інших.



Стратегія

Бачення майбутнього розвитку компанії та її налаштування на неминущий успіх.

Виконання

Вибудовування організаційних систем для досягнення результатів, що відповідають стратегії.

Управління талантами

Мотивування і залучення співробітників, спілкування з ними.

Розвиток талантів

Виховання у співробітників лідерських якостей.

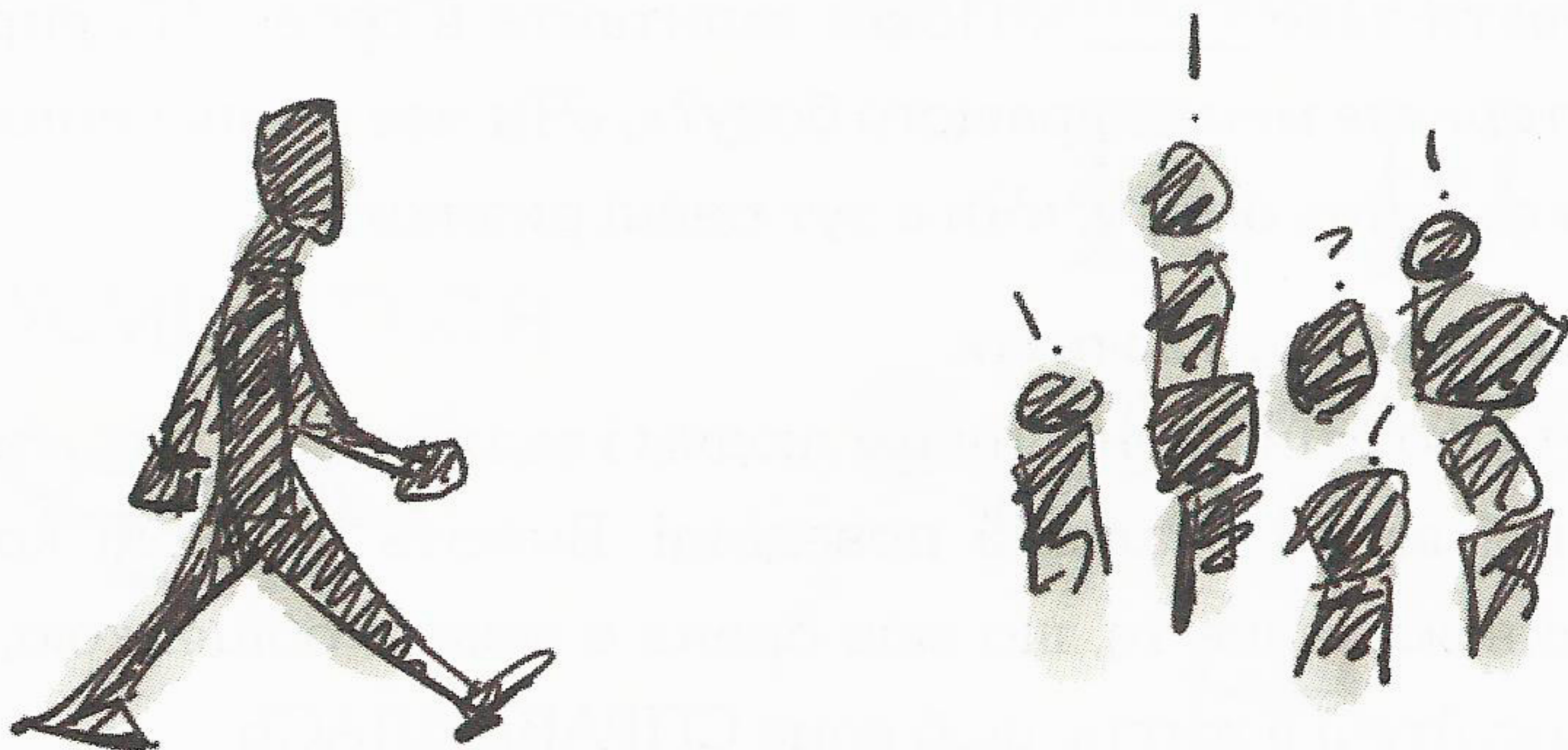
Особистий професіоналізм

Відвертість, соціальний та емоційний інтелект, ухвалення сміливих рішень і вміння викликати довіру.

ЯКИЙ ВАШ
БРЕНД
ЛІДЕРА?



Що люди думають та відчують, побачивши вас? Це і є ваш бренд.



5 КРОКІВ

до створення
РЕЗУЛЬТАТИВНОГО
БРЕНДУ



1) Сформулюйте, яких результатів прагнете досягти впродовж наступних 12 місяців

Упевніться, що врахували інтереси клієнтів, інвесторів, співробітників та організації в цілому.

2) Визначте, завдяки чому хочете стати відомими

Зважаючи на ваші дії та результати, як ви хотіли б, аби вас сприймали? Виберіть шість характеристик, які воліли б пов'язати із собою. Приклад: скромний, оптимістичний, відданий тощо.

3) Скомбінуйте визначення

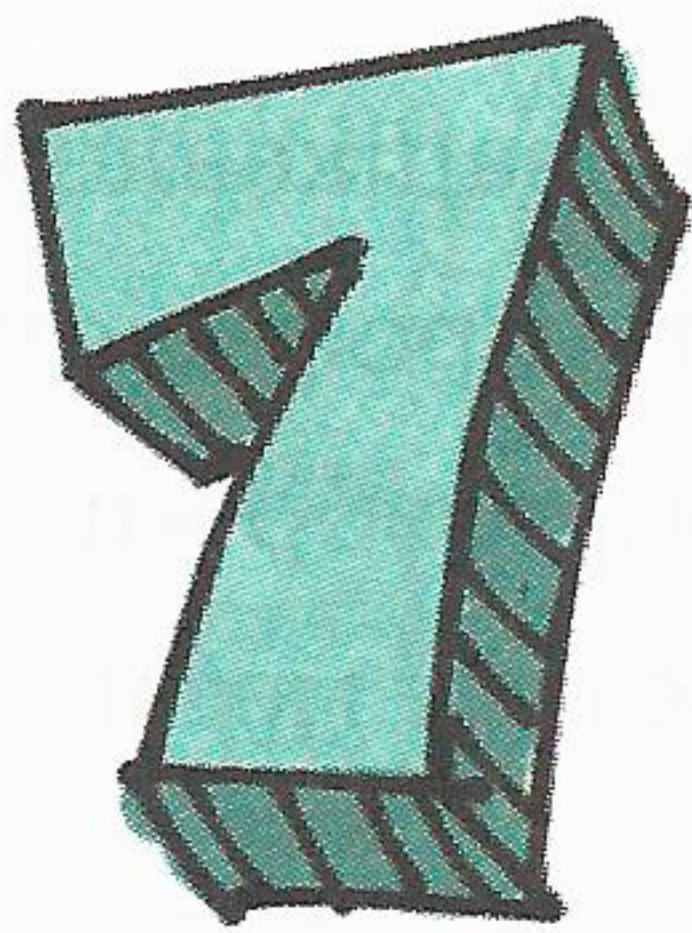
Складіть зі своїх характеристик три сполучення із двох слів. Приклад: скромно-оптимістичний, саможертвовно-відданий тощо.

4) Створіть слоган для свого бренду лідера і перевірте його

Я хочу, щоб мене знали як [три словосполучення], тож можу запропонувати таке _____. Потім запитайте в себе: «Чи справді це характеризує мене з кращого боку?», «Чи має це значення для всіх зацікавлених осіб?», «Чи є тут певні ризики?»

5) Запровадьте його в життя

Розкажіть про свій бренд іншим людям і запитайте в них, чи відповідає він вашій реальній поведінці. Внесіть потрібні корективи. Найважливіше те, що ваш бренд є вашою обіцянкою, тож запроваджуйте її в життя, щоб вона СПРАВДИЛАСЬ.



Перше враження
формується впродовж

СЕКУНД ³



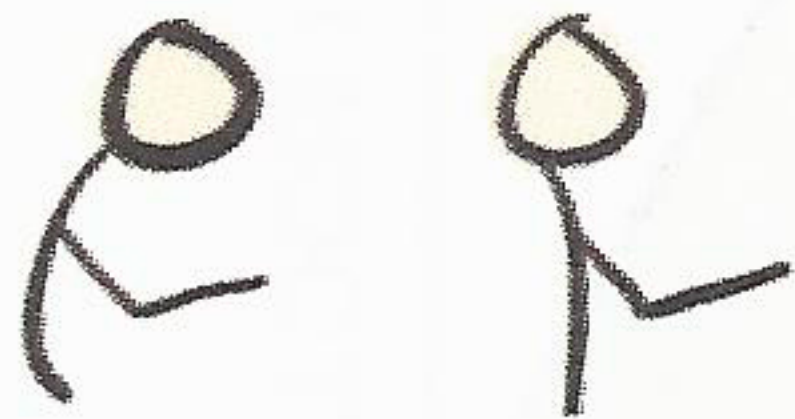
1 Приготуйтеся
ЗАДАЛЕГІДЬ



4 Дивіться
СПІВРОЗМОВНИКУ В ОЧІ



2 Прийміть
ВИГІДНУ ПОЗУ



5 Підніміть БРОВИ



6 Потисніть йому РУКУ



3 УСМІХНІТЬСЯ



7 Трохи нахиліться
ВПЕРЕД

