КОНSИЛИУМ
консалтинговая группа

Мир профессионалов бизнеса
и работающих бизнес-технологий

О нас

Применяем лучшие разработки, технологии и опыт Ассоциации «БизКон» и EMERSON Consulting Group, а это:

Огромный опыт:
в сфере бизнес-консалтинга
с 2007 года

Более 150 книг
и 2000 статей
по бизнесу

25 официальных
представительств
по всей России
и странам СНГ

Более 200 проверенных
инструментов
для роста бизнеса

3 000 бизнес-консультантов
в России и СНГ и 100 000
проконсультированных
бизнесов

Методики развития
бизнеса, проверенные
практикой

Кто мы

Инициатор создания и учредитель

Консалтинговой группы «КОНSИЛИУМ»

Для кого мы

- Розничные магазины
- различной Оптовые к
- Производственные компании
- Компании, оказывающие
- услуги Компании прямых
- продаж Компании финансового
- сектора Интернет-комп

Самые распространенные жалобы, с которыми к нам приходят:

Прибыль компании уменьшается.

Скорее всего проблема кроется в отсутствии системы ведения бизнеса, а также плохой проработке стратегии развития. Нет встроенных кана-лов привлечения клиентов, продуманной схемы продаж, а также отсут-ствует расчет эффективности Ваших затрат.

На денежный поток в бизнесе влияет вся система Ваших бизнес-про-цессов. И выход здесь не в увеличении количества действий, а в проду-манной настройке каждого процесса.

Реклама не работает, новые клиенты стоят слишком дорого.

Все Ваши попытки продвигаться заканчиваются провалом или уходом в ноль. «Имиджевая» реклама съедает весь бюджет, а клиентов больше не становится. Рекламу даете просто потому что все дают.

Не надо вбухивать сотни тысяч в рекламу просто доверяя рекламщи-кам или интуиции. Надо найти те каналы, которые будут приносить вам нужное количество клиентов за адекватные деньги.

Низкий результат работы персонала.

Ваш персонал постоянно срывает сроки выполнения проектов и задач, не соблюдает рабочий график, требует повышения зарплаты и саботи-рует любое нововведение.

Решение этого вопроса кроется в выстраивании четкой системы по работе с персоналом, включающей найм, отбор, адаптацию и контроль. Причем детальной проработки и регламентации требуют все элементы системы.

Я самый лучший работник в своем бизнесе. И меня это достало.

Вы знаете свой бизнес лучше других и никому не доверяете даже часть работы. Однако Вы хотели прибыльный бизнес, а не нервную работу по 12-16 часов в день без выходных. Здоровье и личная жизнь стоят под угрозой, но попытки делегирования приводят только тельных нервотрепкам и тратам денег.

Решений этой проблемы несколько, но все сводятся к надо над бизнесом, а не в нем, а при правильной системе с персоналом делегирование положительно скажется на нансовом и моральном состоянии.

Что мешает

именно Вашему бизнесу

Для разработки списка рекомендаций необходима детальная диагностика бизнеса. Для удобства систематизации данных диагностика разбита на блоки.

Диагностика процессов бизнеса

Для проведения диагностики обычно достаточно использовать метод интервьюирования и естественного развития беседы. Также для сбора необходимых фактов может быть использовано наблюдение за работой торгового персонала, присутствие на совещаниях и планерках, анализ существующих приказов, распоряжений, должностных инструкций и других документов организации. Цель всего комплекса мероприятий — сбор достаточных данных перед началом проекта и определение всей полноты действий в консалтинге.

После сбора данных производится заполнение и предоставление клиенту отчета по выявленным проблемам. Программа консалтинга после проведения диагности-ки может быть скорректирована.

Блок «Компания»

1. Прорисовать организационную структуру бизнеса
2. Прописать функционал руководителя (какие функции в компании замкнуты на руководителя, для этого можно совместно проанализировать часто выполняемые действия руководителя).
3. Выявить наиболее частые отвлечения.
4. Стратегические цели и задачи: прописаны или нет.
5. Какое планирование производится в компании?
6. Уровень формализации в компании? Прописаны положение о компании, положения о подразделениях, функционал отдельных сотрудников.
7. Взаимодействия между сотрудниками и отделами. Напрямую в рамках функционала или через руководителя.
8. Исполнительская дисциплина в компании: низкая, средняя, высокая.
9. Проведение планерок и совещаний (периодичность и регулярность)
10. Рост компании за последние 2-3 года.

Блок «Маркетинг и реклама»

1. Как приходят новые клиенты в бизнес.
2. Какие рекламные мероприятия производятся.
3. Как производятся замеры эффективности?
4. Кто осуществляет функцию подготовки рекламных сообщений и подбора каналов рекламы.
5. Планирование рекламных мероприятий. С какой периодичностью производятся рекламные мероприятия? На какой срок составлен маркетинг-план.
6. Производиться ли сбор и анализ информации о рынке, клиентах, конкурентах. Кто это делает?
7. Какие замеры входящего потока производятся, с какой периодичностью.
8. Какие каналы для рекламы использовались? С какой эффективностью? Какая длительность?
9. Целевая аудитория, четко определена или нет?
10. Клиентская база сегментирована?

Блок «Маркетинг и реклама»

11. Анализ продукта или услуги. Как часто дополняется ассортиментная матрица. Как анализируются данные по ассортименту. Включение новых позиций, исключение не ходовых.
12. Какие программы лояльности существуют в компании? Какие программы тестировались?
13. Как производится стимулирование клиентов на повторные покупки?
14. Как ведется клиентская база?
15. Где физически она хранится?
16. Как осуществляются коммуникации с клиентской базой? С какой периодичностью?
17. Определен период покупок в бизнесе?
18. Какая система ценообразования используется? Как формируются цены?
19. Для розницы. Составлена ли карта торговой территории?
20. Для B2B. На какую территорию вы продаете? Региональный рынок или федеральный. С чем связано ограничение по территории?
21. Какова маржинальность бизнеса?

Блок «Продажи»

1. Используется ли сбор контактов на всех точках взаимодействия с клиентами. Какие точки взаимодействия?
2. Прописаны ли скрипты и регламенты для торгового персонала?
3. Производятся ли обучения торгового персонала?
4. Какая контролируется деятельность персонала? Происходит заполнение форм отчетности + используются контрольные показатели? Оценка происходит только по конечным цифрам объема продаж?
5. Для розницы. Используется ли показатель коэффициент закрытия? Производится ли целенаправленная работа по повышению этого показателя? Производился ли сбор данных среди некупивших? Каким образом производился сбор данных?
6. Для розницы. Как происходит процесс продажи? Какие обязанности продавцов существуют по ведению клиента в торговом зале? Насколько продавцы придерживаются требований по ведению клиента в торговом зале? Как идет предложение товара? Есть прописанные правила о предложении более дорогого товара? О предложении сопутствующего товара? Насколько широк диапазон предложения сопутствующего товара?

Блок «Продажи»

7. Для B2B. Как отслеживается коэффициент закрытия? Как производится работа по его увеличению? С каких этапов продажи наибольший отток клиентов?
8. Для B2B. Предоставляют ли менеджеры прогноз продаж?
9. Как производится контроль осуществления сделок исходя из ранее составленного прогноза?
10. Для B2B. Наиболее часто встречаемые отказы. Цены, отсутствие нужного вида товара или услуги, сроки поставок, сервисные возможности компании, условия рассрочки?
11. Для B2B. Произведен ли расчет требуемого количества менеджеров ОП для компании. Отдел продаж полностью укомплектован или нет?
12. Текучка среди менеджеров. Средний срок работы менеджеров в компании.
13. Структура отдела продаж. Функции начальника отдела продаж.
14. Как построена система найма торгового персонала в компании?

Блок «Продажи»

15. Система адаптации новых сотрудников в компании.
16. Как производится оценка работы торгового персонала? Аттестация персонала? С какой периодичностью. Какие действия следуют за оценкой.
17. Производится ли получение обратной связи об удовлетворенности клиента покупкой?
18. Производится ли замеры среднего чека. Как строиться работа по его увеличению (работа с торговым персоналом, включение в ассортиментную матрицу доп. видов товара).
19. Как выставляются планы по продажам (личный план по продажам, в целом по компании). Какие данные для этого используются? Как идет их соблюдение? Корректировка действий по невыполнению.
20. Какая система мотивации торгового персонала существует? Материальная и нематериальная.

Сколько
Вы действительно теряете

Расчет «Умножение потерь»

Важно следить за основными цифрами бизнеса, а не только за бухгалтерской отчетностью. Вы не против, если мы быстро просчитаем сколько это в деньгах? Просто сейчас мы подвели
Вы увидите сколько Вы на самом

Итак…

Для начала данные:

1. Средний чек (на какую сумму в среднем покупает каждый клиент). Если продажи не настроены на увеличение среднего чека, то по статистике Вы недополучаете около 20 %.
2. Сколько в среднем продаж в день. При обычном построении бизнеса Вы теряете около 30 % от возможного количества продаж.
3. Конверсия привлечения (отношение потенциальных клиентов к купившим). Средняя конверсия составляет около 0,5-1 %, с помощью наших методик она легко увеличивается как минимум до 2 %.

Остальные показатели Вы также можете просчитать, но при наличии у Вас в бизнесе системы их учета.

Пример расчета:

Средний чек составляет 2 000 рублей. В среднем в день совершается 10 продаж.

Учитывая потери: на каждой покупке недополучаем 400 рублей (0,2*2000), что составля-ет 4000 рублей в день (10*400) или 120 000 рублей ежемесячно (4000*30). За год Вы те-ряете в своем бизнесе около 1 440 000 рублей только из-за отсутствия работы над вели-чиной среднего чека.

На продажах потери составляют: если сейчас у Вас в среднем 10 продаж в день, то отсутствие современной системы продаж приводит к недополучению еще 3 продаж в день (10 * 0,3), что при среднем чеке в 2000 рублей ведет к потере 6000 рублей в день (2000*3), или 180 000 рублей в месяц (6000*30) или 2 160 000 рублей в год.

Потери на конверсии: С 1000 контактов 1 % это 10 продаж, без работы над конверсией Вы лишаете себя еще 10 продаж. При среднем чеке в 2000 рублей, это 20 000 рублей в день потерь, то есть 600 000 рублей в месяц (20 000 * 30) или 7 200 000 рублей в год.

Итого потери за год составляют 10 800 000 рублей в доходах. Если средняя маржиналь-ность Вашего бизнеса составляет 50 % (Ваша прибыль равна примерно половине от полу-ченных доходов), то ежегодно Вы теряете примерно 5 400 000 рублей прибыли.

Неужели Вы готовы и дальше терять такие деньги?!

Над чем нужно работать

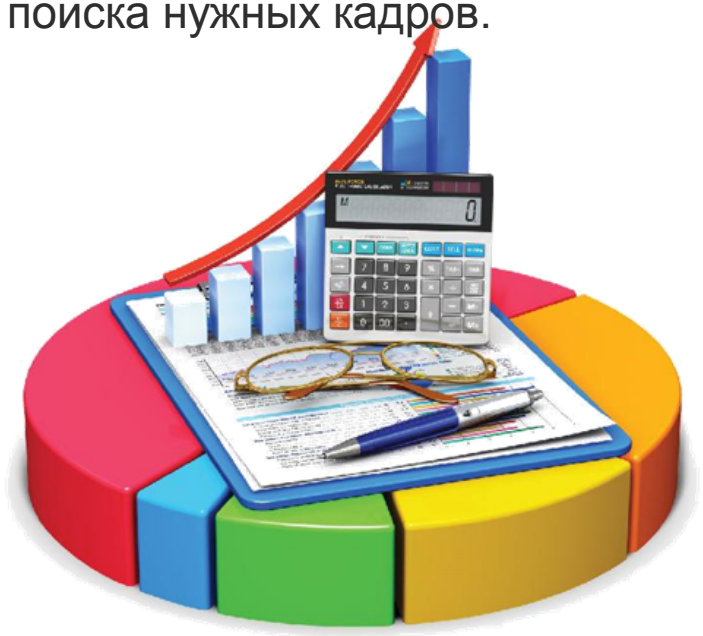
Чем мы можем Вам помочь

Виды услуг:

Узкоцелевой консалтинг: работа по самому «больному» вопросу.

Проработка отдельного элемента Вашего бизнеса. Например, разработка плана работы с партнерами, разработка маркетинг-плана, аудит рекламы (каналы, сообщения, целевая аудитория), разработка скриптов для продающего персонала или проработка системы поиска нужных кадров.

Данный формат подойдет Вам, если Вы пока не готовы к полноценной работе над своим бизнесом, но хотите хотя бы один «самый больной» вопрос.



Консалтинг по маркетингу: работа по привлечению и удержанию клиентов

Комплексная работа над Вашим бизнесом в области маркетинга. Мы проработаем все элементы системы привлечения, продажи и удержания клиентов.

Данная услуга подойдет Вам если сейчас для Вас наиболее остро стоит вопрос нехватки клиентов.

Кадровый консалтинг: работа по системе управления персоналом

Комплексная работа по всем вопросам с персоналом, включающая в себя: найм сотрудников (поиск и отбор нужных кадров), их адаптацию и быстрое включение в работу, систему контроля персонала, а также разработку системы материальной и нематериальной мотивации для Ваших сотрудников.

Если сейчас «кадры решают всё», то эта услуга для Вас.

Комплексная программа для Вашего бизнеса: всё сразу с индивидуальным подходом

Данная программа включает в себя проработку всех бизнес-процессов, их оптимизацию и выстраивание полноценной системы бизнеса, которая позволит Вам получить максимальный эффект. Разработка программы идет в индивидуальном порядке, срок программы также обсуждается отдельно в зависимости от Ваших личных и бизнес-целей.

Данный формат работы подходит для тех, кто не готов терять время и деньги, просто подлатывая дыры. Для тех, кто хочет получить максимальный результат и проработать всю систему своего бизнеса, выведя его и свою жизнь на новый уровень.

Стандартная программа по рознице

1 неделя	Комплексный аудит. Кадровый аудит. Внедрение замеров показателей. Заполнение карты торговой территории. Изучение спроса по ассортименту. Внедрение системы сбора контактов.
2 неделя	Согласование программы с клиентом. Разработка и внедрение регламента по продаже сопутствующих товаров. Внедрение скрипта «Вход в контакт». Разработка рекламных сообщений для акций. Подбор каналов. Оформление ценников. Работа с выкладкой. Выделение и оформление групп товара. Работа с витринами. Тестирование цен. Проработка ассортиментной матрицы. Формирование книги продавца. Разработка и ввод инструкции по работе с базой данных клиента. Магнит сверху (технология, формирование предложения и запуск). Мероприятия по управлению изменениями в компании. Формирование и внедрение мерчендайзингового плана.

3 неделя	Запуск акции. Ввод купонов на повторную покупку. Привлечение партнеров. Запуск рекомендаций. Внедрение технологии найма персонала. Работа по ключевым показателям для замера эффективности ранее произведенных действий. Разработка системы мотивации. Формирование и запуск продаж комплектов. Формирование системы контроля персонала. Контроль по чек-листу. Мероприятия по управлению изменениями в компании. Формирование и внедрение мерчендайзингового плана.
4 неделя	Конкурс торгового персонала. Разработка программы адаптации для новичков. Ввод стандарта продажи более дорогого товара. Формирование программы лояльности. Опрос клиентов с выявлением желаемых привилегий по программе лояльности. Звонок клиенту после продажи (выявление удовлетворенности после покупки и напоминание про купон). Запуск акции у партнеров. Контроль знаний персонала по внедренным регламентам. Контроль результатов по ключевым показателям и чек-листу.
5 неделя	Проработка хвостов. Контроль результатов по ключевым показателям и чек-листу. Анализ и корректировка реализации изменений. Внедрение мерчендайзингового плана.

6 неделя	Разработка и запуск системы работы с клиентской базой. Тренинг по продукту. Ввод стандарта обслуживания в торговом зале. Создание маркетинг-плана на ближайшие 2 месяца. Формирование материальных и нематериальных привилегий клиента для программы лояльности. Тестирование среди клиентов. Скрипт эффективного закрытия на продажу. Запуск конкурса среди продавцов. Планерки и совещания. Контроль результатов по ключевым показателям и чек-листу. Корректировка результатов изменений.
7 неделя	Проработка дальнейшего увеличения среднего чека. Подбор партнеров и формирование пакета программы лояльности. Работа с ценниками. Проработка увеличения прибыли с каждого квадратного метра в магазине. Мини-тренинг продаж для торгового персонала. Запуск акций. Увеличиваем конверсию. Контроль результатов по ключевым показателям и чек-листу.

8 неделя	Проработка хвостов. Как выявить результат от проведенных мероприятий. Как довести до окончательного внедрения. Контроль результатов по ключевым показателям и чек-листу.
9 неделя	Проработка хвостов. Как выявить результат от проведенных мероприятий. Как довести до окончательного внедрения. Корректировка результатов изменений.
10 неделя	Запуск программы лояльности. Скрипты для персонала по продвижению среди клиентов.
11 неделя	Мероприятия по закреплению результатов
12 неделя	Мероприятия по закреплению результатов
13 неделя	Мероприятия по закреплению результатов

Стандартная программа по B2B

Вид работ	Состав участников со стороны клиента	Продолжи-тельность по времени
Комплексный аудит имеющейся модели продаж.	Все ключевые лица	3-4 часа
Внедрение ключевых показателей.		5 дней
Определение целевого клиента и целевых сегментов рынка.		
Формирование коммерческих условий для каждой группы клиентов.		
Разработка каналов для групп клиентов и инструментов работы с каналом.		
Проработка ассортиментной матрицы и ценообразования.		
Определение стратегических и поддерживающих ниш.		
Разработка и постановка плана по продажам.		
Совещание по итогам формирования отчета.	Все ключевые лица	4 часа
Согласование индивидуальной программы построения системы продаж компании-Заказчика.		

Вид работ	Состав участников со стороны клиента	Продолжи-тельность по времени
1 месяц работы с клиентом.		
Кадровый аудит и аттестация персонала	Существующая коммерческая служба	3 часа
Формирование отчета о проведенном кадровом аудите		1 день
Совещание по результатам аудита		2 часа
Набор менеджеров.		
Совещание по формированию требований, основного текста объявления о вакансии.	Директор, коммер-ческий директор, начальник отдела продаж	1 час
Определение куратора конкурса		
Разработка и передача регламентов работы отдела продаж, форм контроля и отчетности, инструментов продаж		3 дня
Разработка системы мотивации коммерческого подразделе-ния компании -Заказчика		3 часа
Поддержка при размещении текста вакансии в СМИ и интер-нете	Куратор конкурса	1 день
Набор соискателей на конкурс		1 неделя
Передача технологии конкурса		2 часа
Проведение конкурса	Куратор конкурса и ключевые лица компании	3 часа

Вид работ	Состав участников со стороны клиента	Продолжи-тельность по времени
Внедрение технологий и регламентов продаж в деятельность компании.	Куратор конкурса	2 дня
Обучение и тренинги: Участие в открытых или корпоративных тренингах по техни-кам активных продаж	Коммерческая служба	2 дня
Подведение итогов работы за месяц 2 месяц работы с клиентом	Директор, коммер-ческий директор, начальник отдела продаж	2 часа
Выстраивание системы управления продажами. Начальный документооборот, статистика коммерческой работы, система мотивации и контроля.		2 дня
Организация управления, проведения ежедневных планерок, еженедельных и ежемесячных совещаний.		3 часа
Адаптация менеджеров. Контроль соблюдения стандартов продаж.		1 день
Обучение и тренинги: практическая отработка	Коммерческий отдел	2 дня
навыков Проведение 2-го конкурса	Куратор конкурса	1 день
Встраивание в систему продаж компании новых стандартов и технологии продаж.	Ключевые лица компании и ком-мерческий отдел	

Вид работ	Состав участников со стороны клиента	Продолжи-тельность по времени
Итоговое совещание по итогам месяца.		3 часа
3 месяц работы с клиентом.		
Выстраивание системы управления продажами, системы контроля и отчетности.	Куратор проекта	2 дня
Базовые тренинги.	Коммерческий отдел	4 дня
Итоговое совещание по результатам работы.		

Какие результаты получают наши клиенты

Увеличение продаж на 30-200% за 3 месяца.

Каждый 8-й клиент увеличивает продажи в 2 раза, средняя показатель — рост продаж на 30 % за 3 месяца.

Настраиваем продажи конвейерного типа. Выстраиваем самую эффективную цепочку продаж, которая позволяет давать максимальный результат при мини-мальных вложениях.

Рост эффективности реклама до ROI в 30-400 %.

Деньги, вложенные в рекламу окупаются у наших клиентов с эффективностью в 30-400 %.

Средний чек увеличивается в среднем на 30%.

Каждый покупатель в среднем оставляет в Вашем бизнесе на 30 % больше денег.

Средняя маржинальность в бизнесе вырастает на 5-20%.

Увеличение маржинальности без потери в количестве продаж напрямую увеличива-ет прибыль бизнеса.

Создаем поток клиентов в бизнес.

Внедряем каналы привлечения клиентов. Встраиваем сбор контактов. Настраиваем систему работы с клиентской базой, которая позволяет реанимировать «отвалив-шихся» клиентов, а также увеличить количество повторных покупок.

Настраиваем работу с персоналом.

Выстроенная система найма (поиск и отбор) приносит лучшие кадры с минимальны-ми затратами денег и времени. Правильные регламенты позволяют организовать работу и быстро адаптировать новичков. Правильно настроенная система матери-альной и нематериальной мотивации позволяет без увеличения затрат на оплату труда повысить производительность работы сотрудников.

Настраиваем бизнес-процессы.

Прописываем основные бизнес-процессы, что высвобождает время руководителя и создает возможность для стратегического роста бизнеса. Теперь Вы можете рабо-тать над бизнесом, а не в нем.

5 причин обратиться именно к нам:

1. **Вы сами определяете характер нашей работы.**

   Мы можем работать как в формате независимых рекомендаций, так и с полным погружением в процессы работы и принятия решений с ответственностью за результат.

2. **Мы знаем, как справиться с противодействием сотрудников.**

   Саботаж со стороны персонала неизбежен, но мы знаем, как легче адаптировать сотрудников к переменам и не дать им свести все Ваши усилия на нет.

5 причин обратиться именно к нам:

3. Мировые практики, современные тенденции, персональный подход.

Мы используем мировой бизнес-опыт реализованных проектов, учитываем опыт лучших бизнесменов России и СНГ. Затем лучшие решения мы адаптируем в разрезе тенденций Вашей отрасли именно под Вашу компанию.

4. Конкретные результаты уже в первый месяц.

Мы работаем на четкий измеримый результат, а не раздаем пустых обещаний об отсроченном эффекте, который невозможно замерить.

5. Этичность ведения дел.

Мы не торгуем секретами клиентов и гарантируем Вам конфиденциальность Вашей коммерческой тайны.

Отзывы

Отзыв участника проекта «Бизнес Коучинг»

Примерно пол года назад у нас возникла тупиковая ситуация с ведением бизнеса. Продажи практи-чески на нуле, клиенты все «бедные», доходность близится к отрицательному значению и в какую сторону двигаться дальше непонятно.

В амбициозности, при этом, нам не занимать. Всегда что-то пробуем, тестируем, но никогда не доделываем до конца. Так и ситуация со всеми тренингами Николая и Андрея, в которых мы принимали, когда-либо участие. Послушали, записали, что-то поделали немного и все …дело прекратилось.

А потом мы записались на годовой Бизнес Коучинг. И уже после первых двух недель мы осознали, чего именно нам не хватало. Нам не хватало ХОРОШЕГО ПИНКА.

Поначалу слабо верилось, что все советы и задания, которые дают на коучинге могут работать. Поэтому мы тянули с их выполнением, мухлевали, забывали, что задания нужно вовремя выполнять.

В связи с этим, наш коуч применила необходимую систему контроля и отчетности. Все наши уловки перестали срабатывать. Было тяжело. Но ценные советы нашего коуча Марии, ее профессиональная увлеченность и грамотность, сделали свое дело.

В конце концов, как результат: наш штат вырос в 4 раза, мы организовали долгожданный поток клиентов, мы запускаем 3 новых очень крупных проекта, партнерская программа приносит нам до 60 % всех клиентов – этот список можно продолжать и продолжать. И все эти успехи – это только начало.

Валерия Пойманова, арт-директор Лаборатории европейских интерьеров GraniStudio, г. Сочи

Отзывы

Отзыв участника проекта «Бизнес Коучинг»

Добрый день!

Кратенько о себе. Работаем в СПб, развиваем два направления мебельное производство (мебель на заказ) и оптовую продажу мебельных комплектующих.

В коучинг пришли слегка подготовленными "правильной" литературой, то есть теория была, но как преобразовать эту теорию к нашей конкретной ситуации понимания не было. Книги-то, в основном, были зарубежных авторов, а то, что полезно там, не все применимо здесь. Развивались как могли и насколько хватало сил и умений. Но в один прекрасный момент поняли, что надо что-то менять, улучшать, преобразовывать, потому что не хотелось превратиться в еще одно сто пятьдесят тысячное крохотное мебельное производство, где ты сам себе и жнец, и швец, и на дуде игрец.

И в этот переломный момент пришло приглашение поучаствовать в коучинге.

Начали с самого основного: того, что надо было сделать еще до открытия бизнеса - прописали бизнес процессы. Кстати, после этого сами стали лучше понимать, чем занимаемся :). Во второй месяц начали выстраивать отдел продаж. Улучшения и изменения стали расти в геометрической прогрессии, причем в самый разгар лета (несезон в нашем бизнесе) у нас вдруг увеличилось количе-ство заказов. Клиенты, видимо, почуяли, что тут что-то затевается и активировались. Как следствие, увеличилось и количество заработанных денег. Так что коучинг окупился.

Сказать, что у нас с партнером появилось много свободного времени я пока еще не могу, НО могу точно сказать, что теперь большую часть времени мы работаем не в бизнесе, а над бизнесом. Это приносит куда большее моральное и материальное удовлетворение от своего предпринима-тельства.

Сотрудники тоже приободрились. Во-первых, мы провели зачистку рядов, убрали всех, кто нас не устраивал, и кого мы "стеснялись" уволить раньше. Ну как же - у него семья, дети, жена... И наняли новых, что удивительно, "старички" стали крепче держаться за свои места, а кандидаты в "новички" стали приходить отборные, те, какие нам и нужны.

Очень нравится формат обучения. Мозг начинает шевелиться, думать, анализировать и трениро-ваться на ситуациях, которые возникли в других бизнесах. Хотелось бы побольше таких задачек разбирать.

Нравится, что тебе не обещают и не дают "волшебную таблетку", от которой все в бизнесе само собой приходит в норму, а помогают вместе с коучем доходить самостоятельно до правильных решений. Нравится то, что выбираешь модуль сам, выбираешь что нужно именно сейчас и именно в твоем бизнесе. Своими руками как-то приятнее ковать победу, да и в дальнейшем становишься способным самостоятельно решать подобные проблемы. Можно, конечно, и самому и без учителей до всего додуматься, но просто коуч позволяет сэкономить время и силы.

Ну и как итог - СПАСИБО огромное все вашей команде за то, что занимаетесь нами, мелкими (пока еще) бизнесменами, помогаете нам развиваться, а не просто сотрясаете воздух, как некоторые наши политики и экономисты.

Елена, Санкт-Петербург, компания МебМастер

тел.8(812)987-87-90, мебмастер.рф

Отзывы

Отзыв участника проекта «Бизнес Коучинг»

Добрый день друзья!

В программе я и мои компании находятся с уже полгода!!! За это время у моей компании появился сайт, который действительно продает. Систематизирована база клиентов!

Общение с ними происходит на регулярной основе. Показатели по выручке выросли примерно на 30 % по сравнению с прошлым годом. Причем это произошло без увеличения штата.

Сейчас работаем над тем, чтобы стабилизировать поток выручки, чтобы рост шел равномерно, а не стихийно, параллельно работаем над сервисом и бизнес- процессами (До программы я слышал об этих словах, но не знал, как начать правильно вводить их у себя в компаниях).

Особая благодарность моему коучу! Работы еще очень много, но эта работа выполняется по плану, следовательно будет результат. Спасибо Вам Андрей и Николай.

Тумбаев Станислав, ООО "Прайс Хаус ТВ'с",
ООО НПО "Центр энергетических обследований"
г. Иркутск, в настоящее время: г. Скарлино, Тоскана, Италия

Контакты

Тел: 8(913)761-46-20

Скайп: adovgal

Сайт: adovgal.ru

Почта: adovgal@yandex.ru

КОНSИЛИУМ
консалтинговая группа

Мир профессионалов бизнеса
и работающих бизнес-технологий