



Суббота / Saturday

ПРОФЕССИЯ МЕНЕДЖЕР

**ИМИДЖ МЕНЕДЖЕРА.
ВНЕШНЯЯ СТОРОНА
ИМИДЖА**

Илья Валерьевич Мельников
Имидж менеджера.
Внешняя сторона имиджа
Серия «Профессия: менеджер»

Текст предоставлен Ильей Мельниковым
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=4942079

Аннотация

В современных условиях высока потребность рынка труда в специалистах-управленцах разного уровня. От уровня профессиональной подготовки и личностных качеств менеджера напрямую зависит успех компании. Книга посвящена имиджу менеджера. Здесь подробно рассказано о роли первого впечатления, дресс-коде, рисунке поведения менеджера, визитной карточке менеджера, а также об офисе и рабочем месте, трудоголизме и профессиональных заболеваниях.

Имидж менеджера.

Внешняя сторона имиджа

Все люди и в личной жизни, и в профессиональной деятельности стремятся к успеху. Они не только хотят добиться желаемых результатов, но и настроены на получение высокой оценки своих достижений.

Успешность менеджера – это общественное признание достижения им высоких профессиональных результатов в возглавляемом деле. Базой успеха является *эффективность* профессиональной деятельности. Под *эффективностью менеджера* понимаются его качества, обеспечивающие достижение поставленных целей. Эффективность определяется как соотношение достигнутого результата к понесенным затратам.

Различают *внутреннюю* и *внешнюю эффективность*. *Внутренняя эффективность* – это экономичность, т.е. умение оптимальным образом распределить и использовать имеющиеся ресурсы. *Внешняя эффективность* – это результативность менеджмента, характеризующаяся степенью достижения поставленной фирмой цели.

Критериями эффективности менеджмента могут служить: доход, прибыль, убытки, ликвидность, издержки, рентабельность, стабильность, рост, психологический климат, корпоративная культура, имидж и репутация, бренд, извест-

ность торговой марки, положение в отрасли, позиции на рынке и т.д.

Успех любой компании находится в прямой зависимости от успешности ее менеджеров. Чем эффективнее работают ее менеджеры, тем выше достижения компании.

Американские исследователи Т.Питерс и Р.Уотермен обобщили и проанализировали опыт лучших компаний США, работающих в разных отраслях промышленности и сферы обслуживания. Цель исследования – выявление тех признаков, которые отличают лучшие фирмы от остальных. Используя полученные материалы, рассмотрим *основные признаки успеха фирмы*.

Признак 1. Внимание к каждому клиенту.

Это важнейшая особенность успешной фирмы. Руководители компаний наносят регулярные визиты своим основным клиентам. Принято, что высшие менеджеры периодически выполняют обязанности агентов по сбыту, вступая в непосредственный контакт с потребителем. Отказ заказчика от услуг фирмы рассматривается как чрезвычайное происшествие.

Признак 2. Внимание к каждому сотруднику.

Главный потенциал фирмы – это ее сотрудники; ведь от отношений и работы персонала зависят успехи и неудачи компании. А позиция коллектива складывается, в свою очередь, из стиля руководства, уважения и веры в способности работников.

В лучших фирмах эти принципы реализуются в том, что все сотрудники имеют право на информацию о делах фирмы и на участие в них. Им гарантируется определенный социально-экономический статус.

Также культивируется самостоятельность и предприимчивость персонала; придается большое значение индивидуальным способностям работников, их энтузиазму, чувствам и эмоциями.

Признак 3. *Действие.*

Суть этого признака состоит в том, что в них ставят «действие выше планирования, дело – выше размышлений, конкретное – выше абстрактного». Такой подход направлен против бюрократизма, канцелярщины, имитации деятельности. Сугубо административные методы управления оказываются неэффективными в нестандартных, уникальных ситуациях, столь характерных для современной профессиональной деятельности.

Большую роль также играет командная (групповая) организация труда. Временные небольшие рабочие команды создаются быстро и существуют недолго для оперативного разрешения необычных проблем и творческих задач.

Важное значение в хороших, крупных компаниях придается экспериментальной работе, поиску новых методов и форм деятельности, созданию «своего лица». Кроме того, до максимума сокращается отчетность и иные деловые бумаги. Крупная компания может удовлетвориться в ежедневном

отчете своих отделений всего двумя цифрами: количеством отгруженной продукции и суммой прибыли.

Признак 4. *Высокий уровень корпоративной культуры.*

Корпоративная культура рассматривается как совокупность моральных ценностей, негласных норм и правил, господствующих в фирме. В качестве элементов корпоративной культуры фирмы выступают: миссия, символы, герои, церемонии, традиции, девизы.

Корпоративная культура поддерживает репутацию, имидж и марку фирмы, доверие со стороны потребителей и партнеров, уважение конкурентов.

Формирование у всех членов коллектива общей системы ценностей проявляется в совокупности нескольких составляющих. Основные из них можно выразить в *символах веры*: в миссию фирмы; в уважение к личности; в важность всех деталей дела; в высшее качество продукции и обслуживания; в поддержку новаторов; в успех фирмы. Эти символы должны настойчиво и ненасильственно внедряться менеджерами в общественное мнение и индивидуальное сознание сотрудников, что требует от менеджеров личного примера, особого энтузиазма, желания и умения работать в гуще людей.

Признак 5. *Современный стиль управления*

Система управления фирмой должна быть простой и иметь скромный штат руководства. Достигнуть этого непросто, особенно в крупных компаниях, но возможно путем децентрализации власти, перемещения основной массы полно-

мочий и ответственности на самые низкие уровни управления.

Практика работы успешных фирм позволяет пересмотреть широко распространенные нормы управляемости: не более 5-10 человек на одного руководителя.

Эффективность менеджера в профессиональной деятельности зависит от нескольких обстоятельств (или условий). Можно выделить четыре *условия успешности менеджера*:

1. Работа в удовольствии.

Управленческий труд никоим образом не должен ограничиваться зарабатыванием денег. Менеджер должен любить свою работу и получать от нее удовлетворение.

2. Управленческая подготовка.

Кроме желания, менеджер должен уметь делать свою работу. Для этого он должен быть вооружен знаниями современной теории управления и передовой практики, обладать умениями руководства техническими и социальными системами и процессами, принимать решения и достигать результата.

3. Коммуникабельность.

Менеджер по продажам постоянно работает с людьми. А это довольно сложно, т.к. приходится управлять подчиненными, ладить с коллегами, подчиняться начальникам, взаимодействовать с партнерами, контактировать с потребителями, общаться с конкурентами, проводить совещания, вести переговоры, выступать публично, улаживать конфликты

и т.д. Все это требует от менеджера высокой коммуникабельности, интереса к людям, умения находить общий язык с разными людьми и в разных ситуациях.

4. Креативность.

Управленческий труд разнообразен и динамичен, одинаковые ситуации случаются редко. Поэтому решения, принимаемые менеджером, не бывают похожи друг на друга; а среди качеств менеджера особенно ценны нестандартное мышление, творческий подход, независимость суждений – то, что составляет креативность.

Только обладание указанными качествами создает условия для успешности менеджера. А успешность способствует созданию своего индивидуального профессионального стиля и формированию положительного имиджа эффективного руководителя.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.