

Ва като шафета отговорността към външния помощник или някой от екипа му и го оставя да се бори сам. На гуми апелира към всички си за подкрепа, но действията издват неговия страх. На екипа хич не му е го промени, защото му се разваля комфорта и така на принципа, че всяко действие има противодействие, старите служители тенденциозно се нахвърлят върху самия воин и с промяната се приключва с гръм и трясък. Следват коментари как в тази фирма нещата са безнадеждни. Собственикът си вярва, че е опитал всичко, а не е осъзнал, че липсва синхрона в действията му с неговия помощник. Ето как екипът е приложил стратегията „разделяй и владей“ и е продължил спокойно да живурка. Има български компании от малкия и средния бизнес на двата полюса. На единият полюс собственикът се бори сам, има идеи, наема нови хора, иска да просперира, но се страхува да пусне старото. От всеки ъгъл се чува как в тази фирма нищо не става. А той продължава да опитва едно и също – това,

което му диктуват 3-4 несменяеми човека. На другия полюс е собственикът, който приема новите идеи и съмишленици, изгражда кризисен щаб и този нов екип започва да работи за каузата да издигне фирмата на по-високо пазарно ниво.

Има доста успешни компании, преминали през сътресения и излезли успешно от трудни ситуации благодарение на обединени усилия. Пак има един лидер, който вдъхновява всички да дадат най-доброто от себе си, пак може да има външни помощници, но ключът е екипът. Този екип, който не мрънка когато трябва да се тегли колата от блатото, този екип, който не се страхува и който разбира, че без комуникация и координация нищо няма да е както трябва.

И сам воинът е воин ... не мисля. Време е да разберем, че съединението прави силата.

## Провеждане на ефективни работни срещи с екипите във фирмите от малкия и средния бизнес



*Г-н Виктор Врански е управител на консултантска фирма Вижън Т ЕООД.*

*Вижън Т ЕООД е специализирана в провеждане на тренинги, коучинг и консултиране в областта на мениджмънта и продажбите.*

*Г-н Врански е заемал ръководни позиции във водещи международни компании в продължение на 17 години. Притежава дългогодишен експертен опит в консултирането и провеждането на тренинги в областта на продажбите за бизнес организации от различни браншове.*

Във всяка фирма се налага да се вземат решения, да се обменя информация между хората, да се дават инструкции, да се обсъждат постигнатите резултати в бизнеса и други. Често това изисква участието на повече от двама души, което налага да се организират работни срещи.

Практиката показва, че голяма част от вътрешно-фирмени срещи имат ниска ефективност или казано по друг начин губят времето на хората, които участват в тях. Това не означава, че срещите трябва да бъдат отпечени, като начин на комуникация във фирмата. Напротив – те са много полезни за бизнеса, стига да протичат ефективно.

В настоящата статия ще се спрем на добрите практики за организиране и провеждане на вътрешно-фирмени срещи. Прилагането на тези практики може да повиши значително ефективността на срещите.

Един често пренебрегван факт е, че участниците в работни срещи спират да изпълняват текущите си служебни задължения, през времето на провеждането им. Те буквално „изваждат“ служителите от работата им. Именно затова първото правило е, че трябва да се организират срещи, само ако наистина има причина за това. Един добър въпрос, който могат да си задават мениджърите, преди да насрочат среща е „Действително ли е необходима среща за това?“. В много случаи може да се окаже, че нещата могат да се решат с алтернативни подходи – например с лични разговори между отделни хора, изпращане на мейл до няколко души и други. Второто правило за срещите е, че те трябва да завършват с реализиране на целевите резултати, които се търсят чрез тях. Например, ако целта на една среща е да се намери начин за справяне с някакъв проблем, тя трябва да завърши с ясно решение за това. В случай, че не се стигне до вземане на решение – срещата е била неефективна.

**Третото правило за срещите е контролът на времето. Когато той не е на необходимото ниво могат да се получат нежелани ситуации, като:**

- Срещата се насрочва за конкретен час, но някои участници закъсняват. Тези, които са дошли навреме ги изчакат, без да започват срещата. Това води до загуби на времето на хората, които са дошли навреме.
- Срещата продължава неоправдано дълго време, поради отклонения от темата, разгорещени дискусии и други. В този случай имаме загуби на време за всички участници.

Горните ситуации, водят до едно и също нещо – групови загуби на време. В бизнеса тези загуби имат свои финансови еквиваленти.

**Добрият контрол на времето изисква спазване на следните правила:**

- Когато се организира една среща е важно да се определя не само началния час, но и този на приключване. Това дава възможност на участниците да имат предварителна яснота за времето, което ще отделят за срещата.
- Трябва да се проявява нулева толерантност към закъснения за срещи. Всяка фирма може да избере начините, по които ще подходи за това. Важното е да се създадат навици у служителите да идват навреме, така че срещите да започват точно в определените часове.
- Всяка среща трябва да завършва не по-късно от предварително обявеният час на приключване, защото в противен случай той се обезсмисля. За целта е препоръчително да се определи водещ на срещата, който следи за времето, дава гумата за изказвания, определя, какво ще се обсъжда и т.н. Така се осигурява необходимия контрол на времето и ефективното протичане на срещата.

Четвъртото правило за срещите гласи, че в тях трябва да се включват само хора, които действително е необходимо да участват. Много мениджъри правят грешката да провеждат срещи в по-широк кръг. На тях се обсъждат въпроси, които не касаят пряко някои от участниците. Това е чисто губене на време за тези хора. Освен това присъствието на среща, която не ги касае може да ги демотивира. Затова трябва внимателно да се прецени, кои служители действително е необходимо да участват в срещата.

Когато мениджърите следват горните четири правила, вътрешно-фирмените срещи, които провеждат ще бъдат с висока ефективност. Това ще има пряко отражение върху развитието на бизнеса, защото чрез срещите те ще постигат значително по-добри резултати за по-кратко време и с по-малко усилия.