

НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

Мысовских Александр
Вахрушев Дмитрий
Константинов Иван
Колесникова Клавдия
Фурманова Мария
Шестопалова
Екатерина

Москва,
2016



Цель проекта:

Вводные данные:

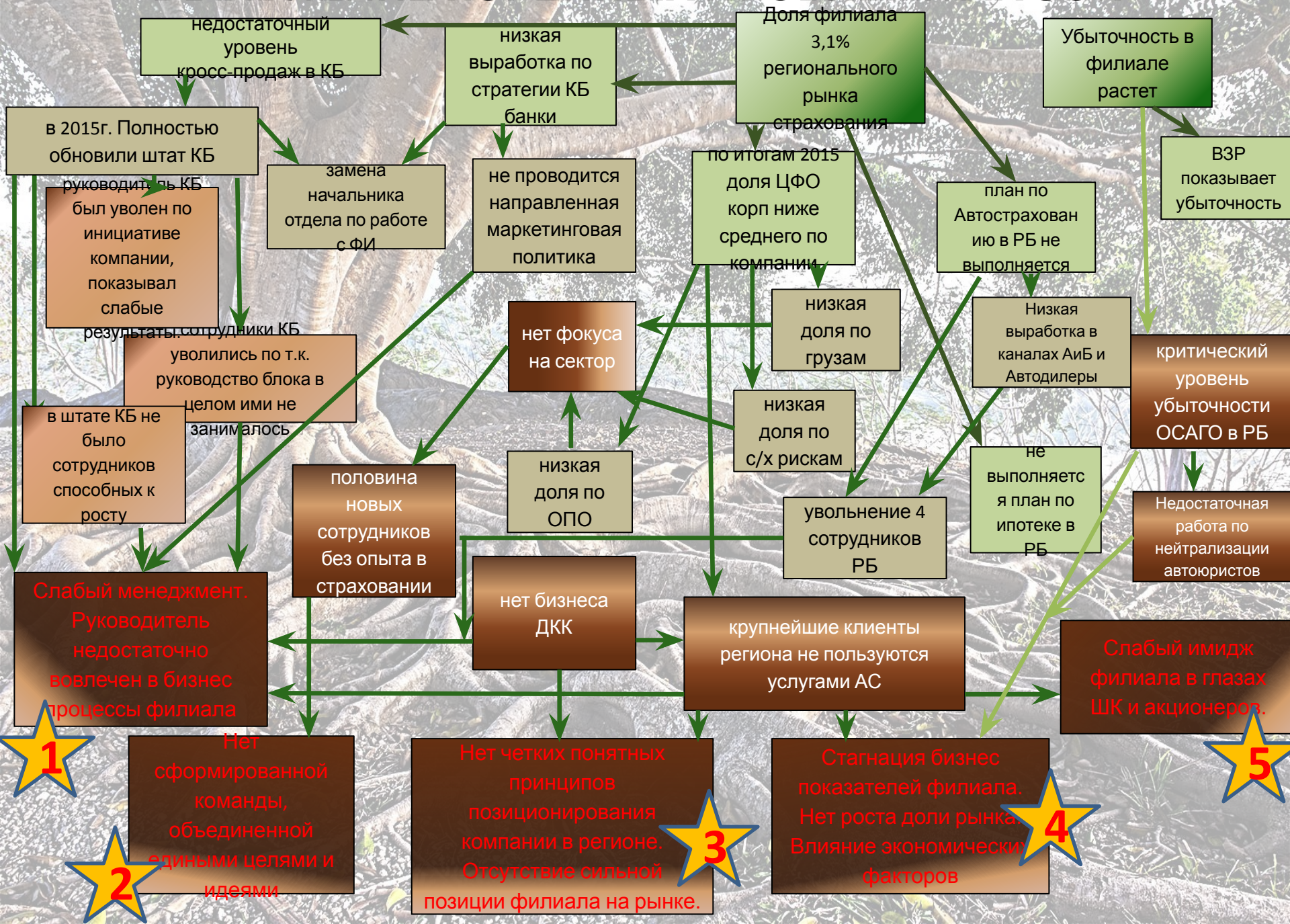
В рамках работы над поставленной задачей Группой принято решение первым этапом провести анализ полученной Информации с целью выявления ключевых проблем филиала N с целью последующей выработки решений.

Для осуществления анализа был применен метод «Анализ коренных причин».

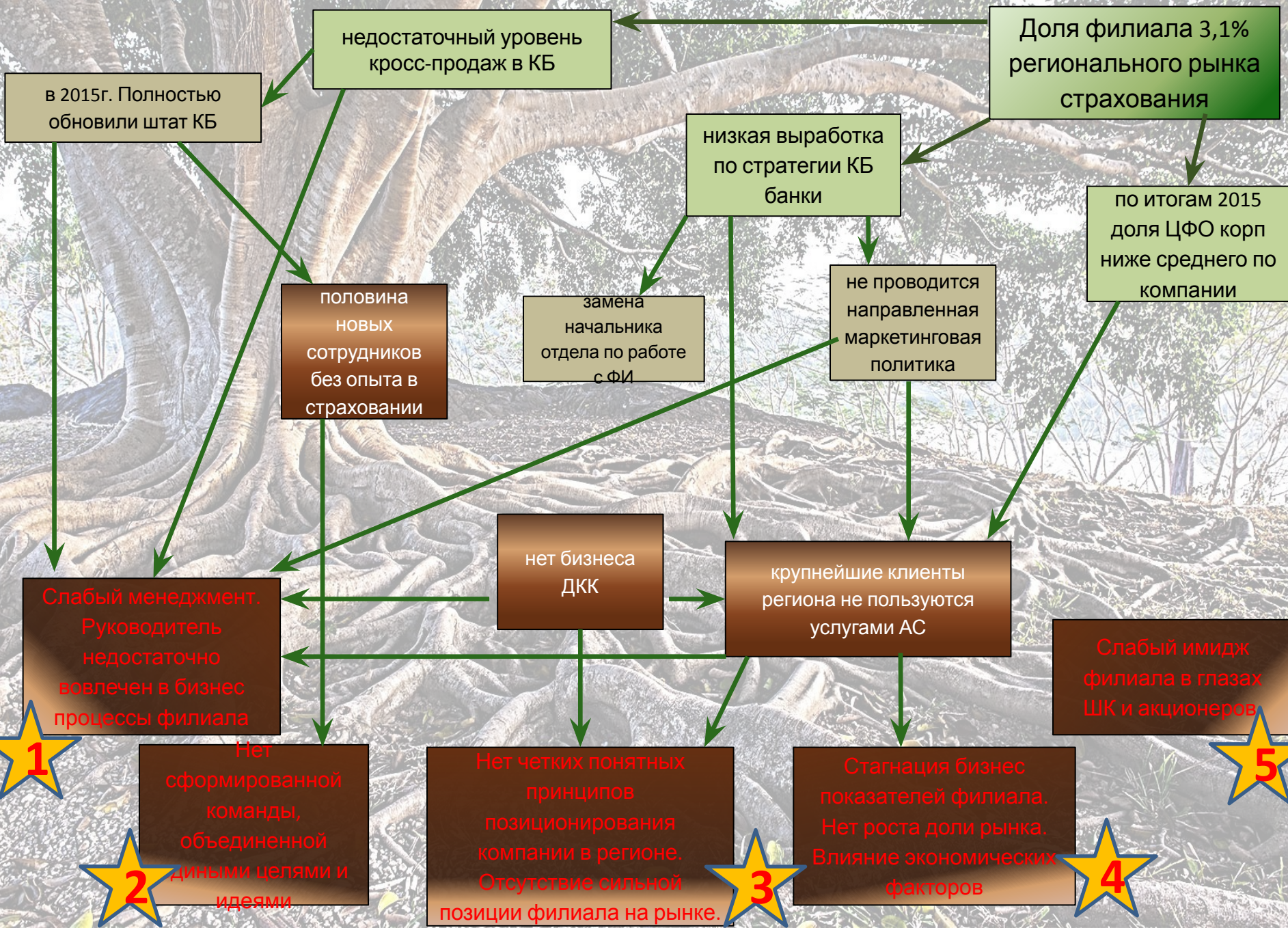
В качестве исходных точек были выбраны 2 факта, имеющих критическое экономическое влияние на бизнес-показатели филиала: занимаемая филиалом доля регионального рынка страхования и растущая убыточность.

Визуализация и результат анализа приведены на слайдах 4-5.

ВЫЯВЛЕНИЕ КОРЕННЫХ ПРОБЛЕМНЫХ ЗОН



ВЫЯВЛЕНИЕ КОРЕННЫХ ПРОБЛЕМНЫХ ЗОН КБ



Коренные проблемные зоны и решения по их ликвидации

	Проблемная зона	Решения
1	Слабый менеджмент. Руководитель недостаточно вовлечен в бизнес процессы филиала	Вовлечь руководителя в работу каждого блока. Создать для него отдельно амбициозный проект (например, интеграция филиала в инвестиционные проекты региона, проводимые при поддержке Губернатора)
2	Нет сформированной команды, объединенной едиными целями и идеями	Обучение, командные проекты, мотивация, наставничество и т.д.
3	Нет четких понятных принципов позиционирования компании в регионе. Отсутствие сильной позиции филиала на рынке.	Проводим социально значимые мероприятия (благотворительные акции, мероприятия на 9 мая, день детей) Проводим маркетинговые мероприятия для партнеров (специальные акции) и участвует в выставках.
4	Стагнация бизнес показателей филиала. Нет роста доли рынка. Влияние экономических факторов	комплексная оценка целесообразности привлечения бизнеса, ориентированная исключительно на получение положительного AP.
5	Слабый имидж филиала в глазах ШК и акционеров.	Формирование положительного имиджа филиала перед компанией. Регулярные коммуникации между филиалом и ШК Совместные переговоры, обмен позитивным опытом и лучшими практиками. Участвуем в корпоративных акциях и мероприятиях.

Вовлечение руководителя в бизнес-процессы филиала

**Формирование команды,
едиными целями и идеями**



Позиционирование компании в

рынке. Формирование сильной позиции филиала.



**Работа с экономическими
показателями.**



**формирование положительного
имиджа филиала в глазах акционеров и
руководителей компании.**

— строение всех бизнес-процессов филиала в одной идеологии.

Согласно результатам многочисленных исследований в области управления и построения бизнес-процессов,

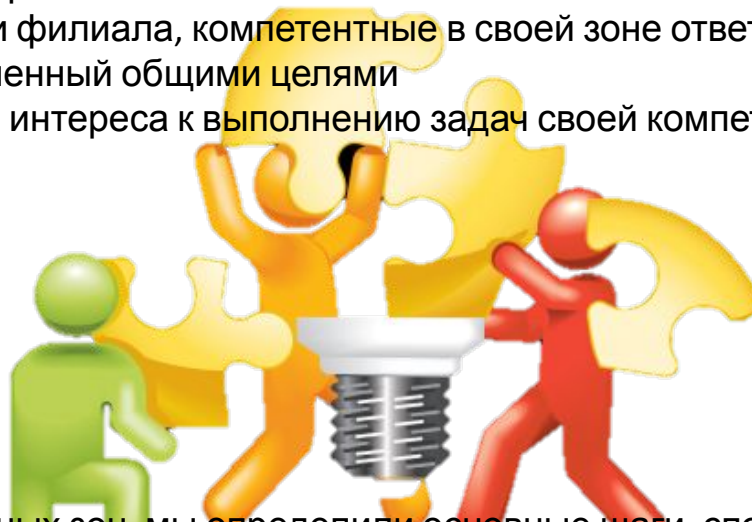
Наилучших результатов достигают команды замотивированных профессионалов.

Таким образом, мы выделяем три ключевых элемента:

Профессионалы – сотрудники филиала, компетентные в своей зоне ответственности

Команда – коллектив, объединенный общими целями

Мотивация – высокий уровень интереса к выполнению задач своей компетенции в настоящем коллективе.



Работая в каждой из выделенных зон, мы определили основные шаги, способных повысить уровень каждого из указанных элементов.

В данном блоке мы уточним в какой единой информационной зоне должна быть сформирована команда, и соблюдение каких ценностей должно быть обязательным для все членов коллектива.

Построение всех бизнес-процессов филиала в единой идеологии.

Общие ценности филиала фиксируются в
МАНИФЕСТЕ

Каждый сотрудник филиала должен быть
ознакомлен с документом.

Положения Манифеста, его опорные
пункты,
должны быть понятны и приняты
сотрудниками.

Задача руководителя каждого уровня –
обеспечивать соблюдение важнейших
принципов данного Манифеста.

Соблюдение принципов позволит
стимулировать постоянный качественный
рост бизнес-показателей в филиале и будет
способствовать поддержанию атмосферы
профессионализма и здоровой
конкуренции.

Манифест создан на базе принципов Agile.
Приоритет Первой части принципов
определен бизнес-задачами и трендом
развития Компании.

МАНИФЕСТ

1. Следование стратегии Компании важнее
удовлетворения личных амбиций.
2. Системность и стабильно растущий
длительное время результат важнее
быстрого, но краткосрочного успеха.
3. Общая эффективность важнее
личных симпатий.



**АЛЬФА
СТРАХОВАНИЕ**

— построение всех бизнес-процессов филиалов
в единой идеологии.