

Konferencja z cyklu
Najlepsze praktyki 2016

29
WRZEŚNIA

FOCUS HOTEL
GDAŃSK

NOWOCZESNE PRZYWÓDZTWO W CZASACH HIPERKONKURENCJI



Czy Twój biznes jest gotowy
na wyzwania „nowej normalności”?

Poznaj nowe techniki
przywództwa stosowane
przez największe firmy
na świecie

Dowiedz się,
jak podejmować skuteczne
decyzje biznesowe
w warunkach niepewności

Zdobądź wskazówki
do natychmiastowego
zastosowania
w Twojej firmie

Nawiązuj cenne
kontakty
z przedsiębiorcami
ze swojego regionu

➤ Więcej informacji na konferencje-regionalne.hbrp.pl lub pod numerem 22 250 11 44

ORGANIZATORZY



PARTNERZY



REGIONALNA IZBA
GOSPODARCZA POMORZA

Agencja Rozwoju Pomorza S.A.

Czy jesteś zadowolony z efektywności swojej organizacji oraz jej zdolności do reagowania na rynkowe zmiany?

Jeśli odpowiedź brzmi: „nie” lub „nie do końca”, to mamy złą i dobrą wiadomość.

ZŁA WIADOMOŚĆ:

Wiele firm traci przewagę na rynku wskutek braku nowoczesnej strategii przywódczej i kultury organizacyjnej. W czasach tzw. „nowej normalności” model przywództwa charyzmatycznego już się nie sprawdza.

DOBRA WIADOMOŚĆ:

Dzięki dogłębnej analizie tej sytuacji i szeregom badań udało się opracować nowe techniki przywództwa, które i Ty możesz wprowadzić w swojej firmie!



„NOWA NORMALNOŚĆ”...

to określenie współczesnej rzeczywistości biznesowej, charakteryzującej się nagłymi zmianami, niepewnością i wysoką konkurencyjnością. Sprawdź, jak Twoja firma radzi sobie w tych warunkach.



Korzystaj z pewnych i wiarygodnych źródeł informacji

Każdego roku ukazują się setki książek na temat efektywnego przywództwa i zarządzania organizacją. Pojawiają się nowe metody, strategie i nowe koncepcje roli lidera. **Którym z nich wierzyć, a które są tylko chwilową modą?** To pytanie nie tylko do menedżerów poszczególnych działów, ale przede wszystkim do prezesów i członków zarządów firm. **Odpowiedź: należy opierać się przede wszystkim na faktach i praktykach o potwierdzonej skuteczności!** Skąd brać wiedzę

na ich temat? „Harvard Business Review Polska” we współpracy z czołowymi autorytetami przywództwa dostarcza polskim firmom szereg inspirowanych studiów przypadków oraz konkretną wiedzę na temat najlepszych praktyk, które już sprawdzają się na świecie. **Prezentujemy narzędzia i metody dostosowane do polskiego kontekstu biznesowego** wraz ze wskazówkami, które pozwalają krok po kroku wdrożyć w firmie rekomendowane rozwiązania.



Program konferencji



Paweł Motyl,

dyrektor ICAN Leadership Lab, ceniony doradca, doświadczony trener i wykładowca z obszaru przywództwa, autor bestsellera *Labirynt. Sztuka podejmowania decyzji*

CZĘŚĆ I

Paweł Motyl

Digital disruption, czyli nowe oblicze „nowej normalności”

- Zmiana w krajobrazie pola walki i paradygmatach strategii konkurowania
- Niebezpieczny koniec alfabetu - rewolucja millennialów (Y) i connected generation (Z)
- Nowe recepty na sukces organizacyjny: zwinność biznesowa i antykruchłość
- Wyzwania dla liderów, czyli podejmowanie decyzji w warunkach niepewności i permanentnej zmiany

CZĘŚĆ II

Paweł Motyl

Nowe role liderów

- Co decyduje o skuteczności przywódcej w świecie nowej normalności?
- Wyniki projektu badawczego zespołu prof. Dave'a Ulricha z University of Michigan
- Charyzmatyczne przywództwo kontra naturalne przywództwo, kontra rozproszone przywództwo
- Moje własne ikigai

CZĘŚĆ III - WARSZTAT

Paweł Motyl

Efektywność zespołu w warunkach presji, czyli niecodzienne połączenie spaghetti ze słodyczami

CZĘŚĆ IV

Kompleksowy rozwój menedżerski: wzniesć swoją karierę na nowy poziom

KTO NAJBARDZIEJ SKORZYSTA Z UDZIAŁU?

To konferencja dla właścicieli firm, prezesów, członków zarządów, a także wszystkich tych liderów, którzy pragną przełożyć efektywność własną na lepsze wyniki swoich firm oraz budować trwałą kulturę organizacyjną, sprzyjającą rozwojowi i realizacji celów strategicznych przedsiębiorstwa.



Czy Twoja organizacja jest gotowa na to... czego nie można przewidzieć?

Sprawdź, na ile Twoja firma i Ty jako lider jesteście przygotowani do funkcjonowania w realiach „nowej normalności”.	TAK	NIE
WSKAŹ ODPOWIEDŹ:		
1 Podwładni w mojej firmie mogą swobodnie zgłaszać swoje pomysły i uwagi przełożonym oraz członkom zarządu.		
2 Nasi pracownicy nie boją się kwestionować organizacyjnego status quo.		
3 Podejmując decyzje biznesowe, nie ograniczam się do własnej oceny sytuacji: zawsze staram się poznać jeszcze co najmniej jedną opinię.		
4 Kiedy decydujemy się na wdrożenie danego rozwiązania, omawiam z zespołem rolę poszczególnych członków w procesie implementacji.		
5 Stosuję konkretne rozwiązania, które pozwalają mi zebrać opinie pracowników na dany temat i ich pomysły (ankiety, burze mózgów itp.).		
6 Nasi pracownicy proszą swoich przełożonych o pomoc w rozwiązywaniu problemów, z którymi stykają się w pracy.		
7 Potrafię przyznać się do błędu przed moimi podwładnymi.		
8 Razem z zespołem analizuję przyczyny porażek naszych nieudanych projektów.		
9 Mogę liczyć na konstruktywną krytykę moich pomysłów ze strony innych menedżerów.		
10 Kiedy w trakcie spotkania nakreślam jakiś problem, upewniam się, że wszyscy zebrani śledzą mój tok myślenia i rozumieją kluczowe pojęcia, których używam.		
11 Szefowie sprzedaży i marketingu wspólnie planują działania związane z wdrażaniem nowych produktów i usług.		
12 Staram się włączać w dyskusję osoby reprezentujące punkt widzenia odmienny od mojego.		
13 Podejmując decyzje, analizuję różne scenariusze wydarzeń.		
14 Moi podwładni wiedzą, jakie są aktualne priorytety działu i firmy.		
15 Na bieżąco komunikuję pracownikom planowane decyzje, chyba że są poufne.		
16 Wśród moich podwładnych są osoby, które wiedzą więcej ode mnie.		
17 Komunikacja między przełożonymi a podwładnymi stoi w mojej firmie na wysokim poziomie.		
18 Pracownicy w mojej organizacji czują się odpowiedzialni za jej wyniki finansowe.		
19 Nasi podwładni są dumni z tego, że pracują w naszej firmie.		
20 Mój zespół terminowo wykonuje powierzone mu zadania.		
21 Jeśli termin realizacji zadania jest zagrożony, pracownicy informują mnie o tym na tyle wcześnie, by udało się ustalić rozwiązanie dla tej sytuacji.		
OGÓŁEM	☐	☐

Każde **NIE** sygnalizuje problem, który ogranicza efektywność i zwinność firmy.

Jeśli w Twoim przypadku liczba **NIE** jest większa niż 10, to masz poważny problem, który wymaga pilnej interwencji!

Zarządzanie w epoce turbulencji przypomina poruszanie się we mgle. Nie oznacza to, że nic nie widać, ale kontury są rozmyte, a sygnalizatory świetlne i znaki drogowe wyłaniają się niespodziewanie i w ostatniej chwili przed zakrętem lub skrzyżowaniem. „Nowa normalność” stanowi wyjątkowo trudne środowisko rozwoju dla firm, ale mimo to nie brakuje organizacji, które odnoszą sukces, stawiając na zwiększanie zaangażowania pracowników i stały rozwój liderów. Poznaj rozwiązania, które stosują, i krok po kroku wprowadź je we własnej organizacji!

Rozwój i skuteczność liderów przekładają się na wzrost efektywności całej organizacji. Poznaj najnowsze techniki i trendy!

Zapraszamy do udziału w konferencji, która pozwoli Państwu uzyskać przewagę konkurencyjną w czasie dynamicznych zmian i niepewności. Przedstawiamy najlepsze polskie i zagraniczne wzorce - przekazujemy je na konkretne rozwiązania **gotowe do zastosowania w Państwa firmach!**

Zgłoszenie udziału w konferencji:

Opłata za udział w konferencji jednego uczestnika:
590 zł + 23% VAT

Po otrzymaniu zgłoszenia prześlemy Państwu potwierdzenie udziału i fakturę pro forma. Wpłaty należy dokonać na konto widniejące na fakturze. Zamiast zgłoszonej osoby w konferencji może wziąć udział inny pracownik firmy pod warunkiem przestania danych osoby zastępczej drogą mailową.



W IMIENIU FIRMY:

NAZWA FIRMY		NIP
ADRES		
TEL.	TEL. KOM.	FAKS
☐ Proszę o wystawienie faktury pro forma i przestanie jej na adres e-mail:		E-MAIL
☐ Wyrażam zgodę na otrzymywanie faktur elektronicznych pod następujący adres poczty elektronicznej: Zapoznałem się z Regulaminem faktur elektronicznych w ICAN i akceptuję jego treść. Treść regulaminu dostępna na stronie: www.ican.pl/Regulamin_faktur_elektronicznych.pdf .		E-MAIL

ZGŁASZAMY DO UDZIAŁU W KONFERENCJINASTĘPUJĄCE OSOBY:

1	IMIĘ I NAZWISKO	STANOWISKO
	E-MAIL	TELEFON
2	IMIĘ I NAZWISKO	STANOWISKO
	E-MAIL	TELEFON

IMIĘ, NAZWISKO, TYTUŁ I PODPIS OSOBY PODEJMUJĄCEJ DECYZJĘ W IMIENIU FIRMY

DATA



Prosimy o odesłanie formularza na adres e-mail: konferencje@hbrp.pl

5 powodów, dla których warto wziąć udział w wydarzeniach organizowanych przez „Harvard Business Review Polska”:

1 Przydatność

Każde z naszych wydarzeń ma jeden cel. Nie jest nim zaprezentowanie kogoś lub czegoś – ale dostarczenie firmom narzędzi zwiększających ich konkurencyjność.

2 Dostęp do najnowszych idei z najlepszego źródła

Na wielu konferencjach jako nowość pokazuje się to, o czym menedżerowie wiodących firm już dawno zapomnieli. Nasze wydarzenia przedstawiają naprawdę nowe idee i rozwiązania. Przybliżamy to, o czym dyskutują menedżerowie wiodących światowych firm, prezentujemy nowe modele biznesowe i nowe rozwiązania.

3 Polski kontekst i polska perspektywa

Nawet najbardziej przełomowe nowe idee muszą być osadzone i pokazane w lokalnym kontekście. Na konferencjach HBRP przywiązujemy wielką wagę do polskich realiów strategicznych. Polska perspektywa może być trochę inna niż kontekst globalny. A w zarządzaniu „trochę” robi czasem olbrzymią różnicę.

4 Przydatne materiały konferencyjne i pokonferencyjne

Uczestnikom konferencji HBRP zapewniamy dostęp do materiałów prezentowanych podczas konferencji – prezentacji i komentujących je tekstów opublikowanych w HBRP.

5 Konferencje dla właściwych ludzi

W konferencjach HBRP bierze udział kluczowa kadra zarządzająca – są one przygotowywane dla menedżerów o wysokich kompetencjach i doświadczeniu z zakresu zarządzania. To gwarancja, że przekazywane podczas nich treści nie będą trywialne, a na widowni spotkamy profesjonalistów.



Gwarancja korzyści i sukcesu HBRP



Jeśli po zakończeniu konferencji uznają Państwo, że omawiane techniki nie mają zastosowania w Państwa przypadku bądź mają Państwo jakiekolwiek zastrzeżenia dotyczące jakości prowadzenia konferencji lub towarzyszących jej materiałów, oferujemy zwrot kosztów (100%) uczestnictwa przelewem bankowym – już następnego dnia!

Dlatego z uczestnictwem w konferencji nie wiąże się żadne ryzyko, a tylko możliwość osiągnięcia wymiernych korzyści w postaci praktycznych umiejętności oraz nowych rozwiązań w firmie.

Witold Jankowski

dr Witold Jankowski
redaktor naczelny „Harvard Business Review Polska”