

Стратегическая сессия

Сессия (а сессии бывают не только стратегическими) – это формат коллективной работы, направленной на достижение поставленной цели. Цели эти могут быть различными. Например:

1. Поиск решения для конкретной задачи (например – разработка новой организационной структуры компании);
2. Поиск новых, прорывных идей для развития бизнеса методом «мозгового штурма»;
3. Вовлечение сотрудников в процесс обсуждения различных вопросов работы организации (в этом случае именно вовлечение, а не поиск ответов может быть основной целью);
4. Синхронизация целей, идей, приоритетов между участниками команды;
5. Пункты 2-4 одновременно.

Почему нужен именно формат сессии?

С точки зрения формата взаимодействия между людьми сессия мало чем отличается от любой встречи людей с целью обсуждения вопросов, например от совещания. Но сессия отличается от совещания специфическими деталями, способными добавить ценности диалогу.

1. Сессия обычно проводится не в офисе, иногда в выходной день, часто за городом, обычно в непривычном месте. Это необходимо для того, чтобы переключить внимание участников с текущей рутины (которой они, чаще всего, посвящают львиную долю рабочего времени) на более фундаментальные вопросы;
2. Сессия проходит с участием модератора (фасилитатора), о чем ниже;
3. Сессия проходит максимально неформально, «без чинов», чтобы участники могли свободно обсуждать любые вопросы.

Зачем нужен фасилитатор?

Фасилитатор (модератор) необходим для того, чтобы сессия двигалась по согласованному плану и достигла поставленных целей. Фасилитатор:

1. Разрабатывает программу и согласовывает ее с участниками;
2. Помогает подготовиться к сессии (о подготовке отдельно ниже);
3. Готовит печатные материалы и презентации к сессии;
4. Управляет дискуссией, помогая группе или группам достичь целей, поставленных на сессию.

Каким должен быть фасилитатор?

Фасилитаторами называют себя разные люди, в том числе коучи и люди с психологическим бэкграундом. Предполагается, что они помогут группе лучше сплотиться вокруг решаемых задач. Часто для этой цели используются различные «втягивающие» методики – игры, конкурсы, шарады, а само обсуждение вопросов сессии порой проходит в игровой форме.

Мы считаем этот подход неэффективным, если речь идет о стратегической сессии в коммерческой организации. Во-первых, если коллектив в целом здоровый, его членам не нужно прикладывать специальных усилий чтобы сплотиться. А если в коллективе существуют застарелые и тяжелые проблемы, никакая игра их за пару часов не решит. Во-вторых, для бизнес-сессии необходим фасилитатор с бизнес-бэкграундом, так как он поможет членам команды увидеть себя со стороны. В-третьих, втягивающие игры нравятся далеко не всем, они обязательно вызывают раздражение у части команды и отнимают драгоценное, оплаченное заказчиком время. В-четвертых, если команда без «игр» не может решать поставленные задачи, то она не сможет реализовать ничего из придуманного на сессии.

Святослав Бирюлин – бизнес-фасилитатор, с собственным управленческим опытом (25 лет) и большим опытом проведения сессий (более 100 сессий).

Подготовка к стратегической сессии

Правильная подготовка к сессии – 80% успеха ее проведения. К сожалению, чаще всего сотрудники приходят на стратегические сессии неготовыми, что приводит к провалу сессии и разочарованию организаторов и участников. Если команда не может предложить прорывные идеи в офисе, она вряд ли придумает что-то инновационное, если ее вывезти в загородный санаторий и отобрать телефоны.

Простой пример: компания ищет на сессии прорывные идеи, но большинство членов команды по роду занятий не взаимодействуют с рынком. Какие новые рыночные идеи они смогут предложить? Для эффективного проведения сессии всех членов группы необходимо заранее погрузить в контекст – трендов, новых технологий, тенденций потребительского поведения и т.д. И это нужно сделать до сессии, а не во время.

Мы поможем вам правильно подготовиться к сессии.

Виды сессий

Мы проводим два вида сессий – стратегические и инновационные.

Цель проведения стратегической сессии – поиск новых идей, синхронизация приоритетов, сплочение команды, выработка целей, миссии и т.д. Типовую программу сессии вы можете прочесть ниже. Обычно стратегическая сессия длится два дня.

Цель проведения инновационной сессии – поиск нестандартных идей, прорывных продуктов, новых решений. Для инновационной сессии применяется методика так называемого «латерального» мышления – участникам предлагается посмотреть на свой рынок, клиента, продукт под новым углом. Инновационная сессия длится один день, иногда 4-6 часов.

Типовая программа двухдневной стратегической сессии

1. Вводная часть – знакомство, сбор ожиданий на сессию, постановка задач на сессию, достижение договоренности о порядке работы;

2. Ассоциативная карта будущего – сбор инсайтов о ключевых трендах, которые определяют нашу жизнь в ближайшие три года;
3. Для b2b-бизнесов – «карта стейкхолдеров», определение ключевых ЛПРов среди сегодняшних и потенциальных клиентов;
4. «Карты потребностей» – глубинное погружение в «софтовые» потребности ключевых стейкхолдеров-потребителей. Сбор инсайтов;
5. Ценностные карты – поиск ценностей, которые бизнес может создать для ключевых стейкхолдеров;
6. Обсуждение КФУ – Ключевых Факторов Успеха, которые необходимо развивать для достижения стратегических целей;
7. Анализ цепочки создания ценности внутри компании. Выделение ключевых, приоритетных с точки зрения будущего развития процессов.
8. Формирование будущей бизнес-модели компании.

Стоимость

Стоимость проведение двухдневной сессии – 450.000 рублей.

Стоимость проведения однодневной сессии – 250.000 рублей.