

# SPIS TREŚCI

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| Lista ilustracji .....                                               | 13        |
| Wstęp .....                                                          | 15        |
| Symbole używane w książce .....                                      | 18        |
| <br><b>CZĘŚĆ I. Zarządzanie zmianą – jak nie dać się zaskoczyć</b>   | <b>19</b> |
| Atak na funkcje wsparcia .....                                       | 26        |
| Szansa .....                                                         | 27        |
| Czym tak naprawdę jest doradztwo? .....                              | 28        |
| Różnica pomiędzy doradztwem eksperckim a procesowym .....            | 29        |
| Czym różni się doradca wewnętrzny od zewnętrznego? .....             | 35        |
| Charakterystyka doradztwa wewnętrznego .....                         | 41        |
| Do czego potrzebny jest doradca wewnętrzny? ....                     | 46        |
| Jak zostać doradcą wewnętrznym .....                                 | 53        |
| Czas na zmiany .....                                                 | 55        |
| <br><b>CZĘŚĆ II. Sztuka zarządzania klientem</b> .....               | <b>57</b> |
| Zrozumienie podstawowych etapów procesu doradztwa wewnętrznego ..... | 59        |

|                                                                                           |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Realizacja .....                                                                          | 74         |
| Role w zespole według Belbina – kwestionariusz ..                                         | 79         |
| <b>CZĘŚĆ III. Doradztwo wewnętrzne – marketing .....</b>                                  | <b>99</b>  |
| Nawiązanie kontaktu i zawarcie porozumienia z klientem                                    | 101        |
| Opracowanie własnej strategii marketingowej .....                                         | 103        |
| Analiza potrzeb klientów .....                                                            | 106        |
| Czego szukają klienci .....                                                               | 108        |
| Promowanie siebie – ustalenie punktu wyjścia .....                                        | 113        |
| Marketing wśród kadry zarządzającej .....                                                 | 114        |
| Jak przekonać do siebie członków zarządu .....                                            | 116        |
| Skuteczniejszy marketing – praktyczne wskazówki .                                         | 118        |
| Studium przypadku doradztwa wewnętrznego .....                                            | 121        |
| <b>CZĘŚĆ IV. Zarządzanie wstępnymi spotkaniami z klientem</b>                             | <b>129</b> |
| Podstawowe zasady zarządzania wstępnymi spotkaniami z klientem .....                      | 132        |
| Czego unikać podczas wstępnych spotkań .....                                              | 135        |
| Jak okazać szacunek, otwartość i zrozumienie podczas wstępnego spotkania z klientem ..... | 136        |
| Wstępne spotkanie z klientem – szablon doradcy ..                                         | 140        |
| Wstępne warunki współpracy .....                                                          | 140        |
| Opracowywanie ofert handlowych .....                                                      | 148        |
| Zarządzanie spotkaniami wstępnymi – lista kontrolna                                       | 151        |
| <b>CZĘŚĆ V. Zrozumieć i określić problem klienta .....</b>                                | <b>155</b> |
| Badania źródłowe .....                                                                    | 158        |
| Wywiad z klientem .....                                                                   | 160        |
| Zarządzanie wywiadem z klientem .....                                                     | 164        |
| Zarządzanie wywiadem z klientem – lista kontrolna dobrych praktyk .....                   | 165        |
| Wywiady grupowe .....                                                                     | 169        |
| Techniki przeprowadzania wywiadów .....                                                   | 174        |
| Niewerbalna komunikacja podczas wywiadu .....                                             | 178        |

|                                                                        |            |
|------------------------------------------------------------------------|------------|
| Pytania uzupełniające .....                                            | 179        |
| Jakich pytań nie należy zadawać .....                                  | 184        |
| Pozyskiwanie informacji za pomocą kwestionariuszy .....                | 186        |
| Projektowanie kwestionariusza .....                                    | 187        |
| Mapowanie procesów .....                                               | 204        |
| Analiza procesów – pytania .....                                       | 212        |
| Zrozumieć i określić problem klienta – ukierunkowanie na klienta ..... | 213        |
| <b>CZĘŚĆ VI. Zarządzanie zmianą .....</b>                              | <b>217</b> |
| Zrozumieć zmiany wewnątrz organizacji .....                            | 219        |
| Indywidualne reakcje na zmianę .....                                   | 220        |
| Krzywa przejściowa zmiany .....                                        | 224        |
| Szablon zarządzania zmianami organizacyjnymi ...                       | 229        |
| Ocena gotowości do zmian organizacyjnych .....                         | 234        |
| Zarządzanie zmianami organizacyjnymi – szablon .                       | 236        |
| Szablon zarządzania zmianą – kluczowe czynniki sukcesu                 | 237        |
| Analiza uczestników projektu .....                                     | 244        |
| Zarządzanie zmianami organizacyjnymi – lista kontrolna .....           | 246        |
| <b>CZĘŚĆ VII. Dostarczanie informacji klientowi .....</b>              | <b>253</b> |
| Sporządzanie raportów – wstęp .....                                    | 256        |
| Różne rodzaje raportów dla klienta .....                               | 259        |
| Opracowanie struktury raportu .....                                    | 259        |
| Typowa struktura raportu .....                                         | 260        |
| Jak napisać raport dla klienta .....                                   | 263        |
| Sprawdzanie raportu .....                                              | 269        |
| Prezentacja przed klientem .....                                       | 271        |
| Dostarczanie informacji – ukierunkowanie na klienta                    | 281        |
| <b>CZĘŚĆ VIII. Realizacja, ocena i zamykanie projektu ...</b>          | <b>285</b> |
| Realizacja projektu .....                                              | 287        |
| Realizacja projektu – ukierunkowanie na klienta ..                     | 290        |

|                                                               |            |
|---------------------------------------------------------------|------------|
| Ocena projektu doradczego – ukierunkowanie na klienta .....   | 292        |
| Ewaluacja projektów doradczych .....                          | 293        |
| Podsumowanie .....                                            | 296        |
| <br><b>CZĘŚĆ IX. Zestaw narzędzi doradcy wewnętrznego ...</b> | <b>297</b> |
| Zestaw narzędzi doradcy .....                                 | 299        |
| Zdolność organizacji: kwestionariusz efektywności *           |            |
| Audyt organizacji według modelu „7s” .....                    | 304        |
| Umiejętności doradcy wewnętrznego – lista kontrolna           | 313        |
| Zarządzanie zmianą – czynniki sukcesu .....                   | 320        |
| Zarządzanie zmianą – arkusz planowania działań ..             | 321        |