

SPIS TREŚCI

Lista ilustracji	13
Wstęp	15
Symbole używane w książce	18
CZĘŚĆ I. Zarządzanie zmianą – jak nie dać się zaskoczyć	19
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
CZĘŚĆ II. Sztuka zarządzania klientem	57
Zrozumienie podstawowych etapów procesu doradztwa wewnętrznego	59

Realizacja	74
Role w zespole według Belbina – kwestionariusz ..	79
CZĘŚĆ III. Doradztwo wewnętrzne – marketing	99
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
CZĘŚĆ IV. Zarządzanie wstępnymi spotkaniami z klientem	129
Podstawowe zasady zarządzania wstępnymi spotka- niami z klientem	132
Czego unikać podczas wstępnych spotkań	135
Jak okazać szacunek, otwartość i zrozumienie pod- czas 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
CZĘŚĆ V. Zrozumieć i określić problem klienta	155
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
CZĘŚĆ VI. Zarządzanie zmianą	217
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
CZĘŚĆ VII. Dostarczanie informacji klientowi	253
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
CZĘŚĆ VIII. Realizacja, ocena i zamykanie projektu ...	285
Realizacja projektu	287
Realizacja projektu – ukierunkowanie na klienta ..	290

Ocena projektu doradczego – ukierunkowanie na klienta	292
Ewaluacja projektów doradczych	293
Podsumowanie	296
 CZĘŚĆ IX. Zestaw narzędzi doradcy wewnętrznego ...	297
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