

# Семинар кадрового резерва

26 октября 2017 г., г. Нижний Новгород



Тема доклада:

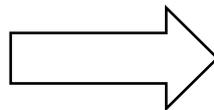
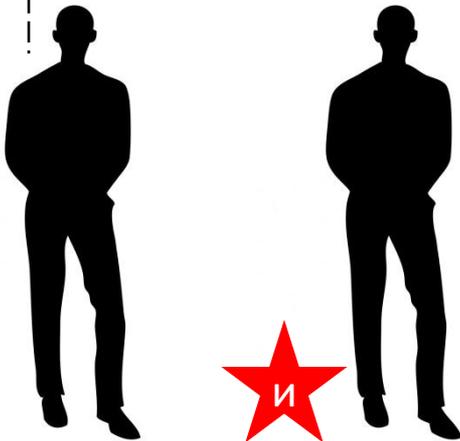
**Привлечение внешних  
заказчиков: всё ли решают  
личные связи?**

Юрченко Александр Васильевич,  
профессор, директор института проблем безопасности НИУ ВШЭ

Кейс из собственной практики, как его оценить? **Бизнес**



Разговор по телефону



Личное общение

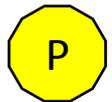


ЭКСПО-2010



Генеральный директор  
выставочного центра

Реципиент



На вопросы ответил...

Собственник банка

Топ-менеджер банка



Инициаторы делового общения

Задал интересующие вопросы...



Недельная нагрузка

IQ  
HSE  
RU



Образование

Кому нужны образовательные услуги?

Что они хотят?



Продавец

1



P

Корпоративный клиент

Что у нас за плечами?

Что мы можем?

Что мы хотим?

Почему они должны покупать наш образовательный продукт?

Что они хотят?

2

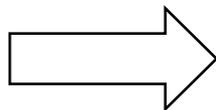


P

Розничный клиент

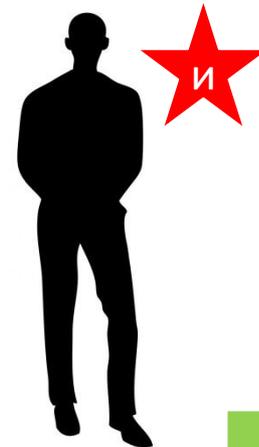
## Что они хотят, что думают, что ожидают?

- Мы уникальны;
- Все хотят с нами работать;
- У нас высокие требования по качеству;
- У нас есть корпоративный университет;
- Мы выберем из лучших вузов страны;
- Мы не позволим завышать расценки;
- Пусть готовятся к конкурсу;
- У нас есть корпоративная культура;
- У нас есть стандарты компетенций...



## Что зависит от нас?

- Нужно думать;
- Нужно изучать;
- Нужно понять что они хотят;
- Нужно иметь контакты;
- Нужно подготовить предложение;
- Нужно сделать его уникальным;
- Нужно знать своих конкурентов;
- Нужно быть интереснее конкурентов во всех отношениях;
- Нужны сильные кадры ППС;
- Нужны союзники...

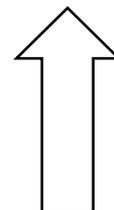


Продавец

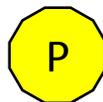


## Что они хотят, что думают, что ожидают?

Мотивация у каждого разная: получить диплом, свидетельство; повысить квалификацию; сделать солиднее портфолио; не очень много заплатить; желательны занятия в вечернее время; получить знания...

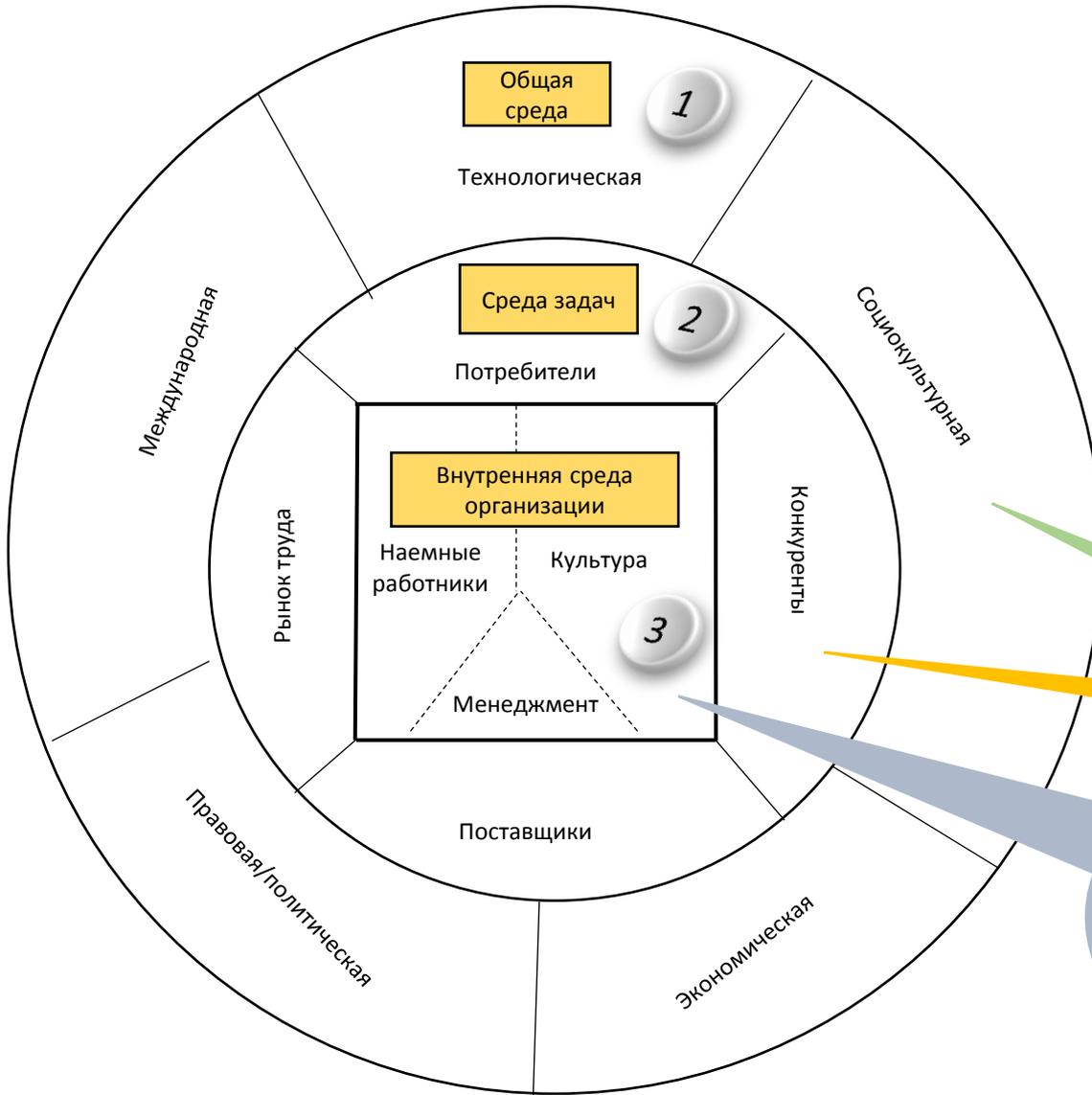


Корпоративный клиент



Розничный клиент

# Двухмерная модель 1



1

2

3

В каждый раздел среды предприятия мы внесли компоненты, которые важно учитывать в рамках нашей деятельности

Среда предприятия по Ричарду Дафту



Продавец

1



Студенты – вклад в будущее

2



Сотрудники негосударственных СБ – повышение квалификации

3

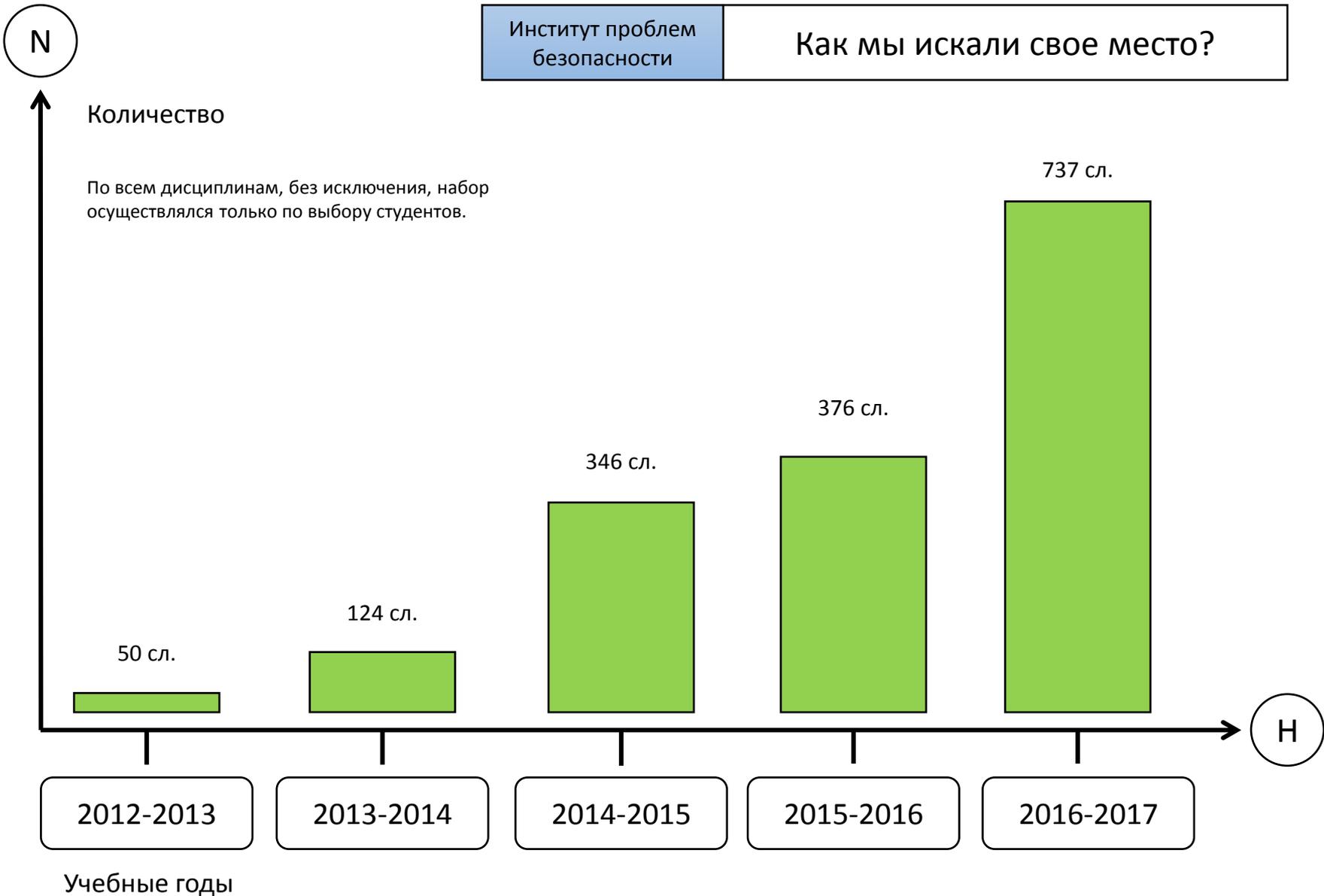


Руководители негосударственных СБ – быть в тренде

4



Топ-менеджеры и собственники предприятий - осведомленность



**Динамика количества слушателей дисциплин Института проблем безопасности**

## Все наши дисциплины авторские

Учебные годы



## Этап после завершения общеуниверситетских факультативов

Учебные годы

2015-2016

2016-2017

2017-2018

2018-2019

150 сл.

301 сл.

302 сл.

**Майнор**

**728 сл.**

«Безопасность  
предпринимательской  
деятельности» (760 часов)

Для студентов 2-3 курсов бакалавриата

100 сл.

103 сл.

**Общеуниверситетской пул МАГОЛЕГО**

**203 сл.**

«Актуальные вопросы  
конкурентной (деловой)  
разведки» (140 часов)

Для студентов 1 курса магистратуры

**Магистратура**

**25 сл.**

«Аналитик деловой разведки»  
(4500 часов)



Студенты бакалавриата и магистратуры

часы

8

В майноре «Безопасность предпринимательской деятельности»

*бесплатно*

140

В МАГОЛЕГО «Актуальные вопросы конкурентной (деловой) разведки»

*бесплатно*

4500

В магистерской программе «Аналитик деловой разведки»

*платно*

Наша внутренняя среда

ППС

Постоянный состав



Лидер

Команда

Питер Сенге, автор теории «самообучающейся организации», совершенно справедливо отметил, что при подготовке стартапа обязательным условием является создание инициативной группы. Пока она не сложилась, нет инкубатора для новых идей, нет пространства, в котором концепция могла бы обрести плоть, а теория – пройти проверку практикой.

Переменный состав



Профессорско-преподавательский состав

По мере расширения стартапа команда вынуждена на рынке труда вести поиск новых коллег. Они должны на первом этапе работать с командой на временной основе, осваивать материал, впитывать корпоративную культуру. Часть из них может пополнить команду и внести в нее новые идеи. Другие будут продолжать работать внешними совместителями. Третьи уйдут в более интересные для них программы.

Кто наши основные конкуренты?

в Москве

РАНХиГС

Факультет национальной  
безопасности

Декан  
**Смульский Сергей  
Владимирович**  
Доктор политических наук

Кафедра национальной  
безопасности

Кафедра внешнеполитической  
деятельности России

Кафедра социальной  
конфликтологии

Финансовый университет

Факультет анализа рисков и  
экономической безопасности

Декан  
**Авдийский Владимир  
Иванович**  
Доктор юридических наук

Кафедра анализа рисков и  
экономической безопасности

Кафедра безопасности  
жизнедеятельности

Кафедра информационной  
безопасности

Кафедра стратегического и  
антикризисного менеджмента

НИЯУ «МИФИ»

Институт финансовой и  
экономической безопасности

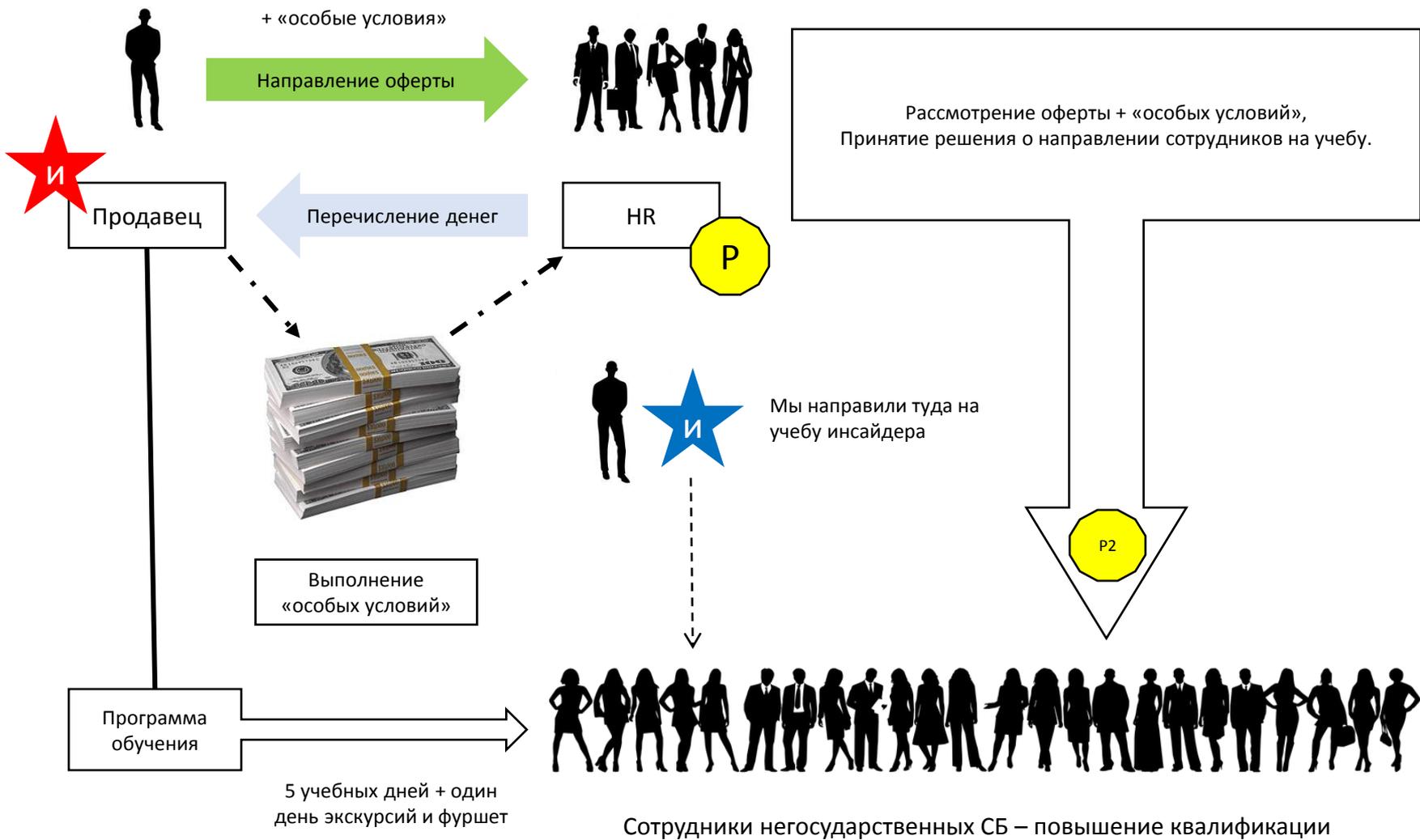
Директор  
**Готов Владимир Иванович**  
Кандидат экономических наук  
Заместитель директора ФСФМ

Кафедра финансового  
мониторинга

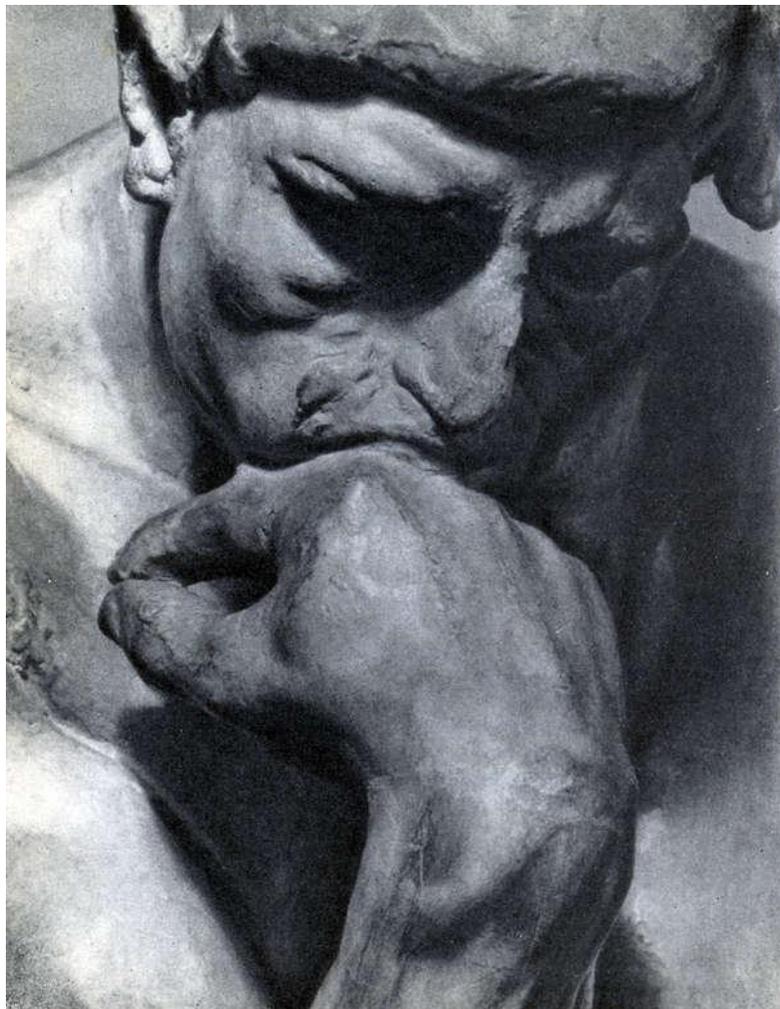
Кафедра системного анализа

# Пример недобросовестной конкуренции

## Кейс



Разовое мероприятие или процесс?



## **Институт проблем безопасности**

### Программное заявление:

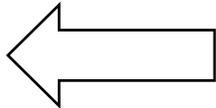
Мы хотим раскрыть нашим слушателям патологические особенности современной конкурентной экономики и помочь им минимизировать риски в сфере безопасности бизнеса.

### Миссия:

Наш клиент осведомлен, значит вооружен!

### Стратегия конкурентного поведения:

Выйти из толпы.



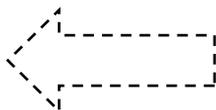
Пригласили принять участие в работе корпоративной комиссии по противодействию коррупции и предупреждению конфликта интересов.



Началась совместная работа (для меня бесплатная), анализ ситуаций, учет корпоративных особенностей, принятие решений, сложились отношения.



Подарил учебник, поговорил с заместителем генерального директора, по его просьбе провел презентацию в департаменте безопасности.



Пока никто не созрел, никто не заказал программу обучения.

От чего зависят продажи в образовании?

Знать клиента до мелочей

Продажа образовательного продукта

Продажа образовательного продукта

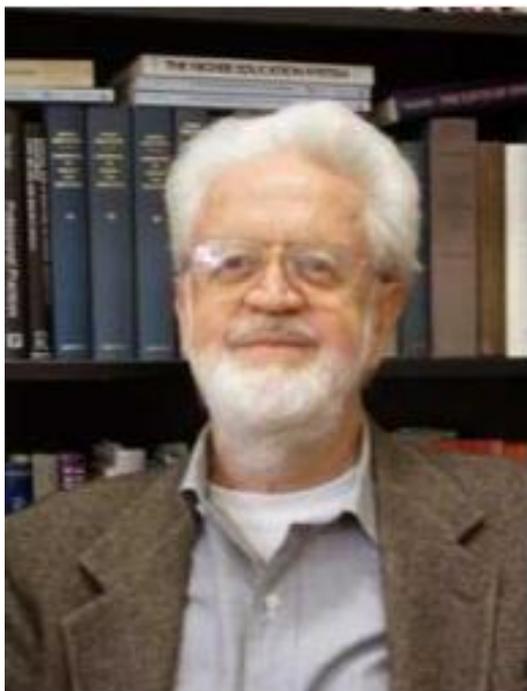
Продажа образовательного продукта

Продажа образовательного продукта

Продажа образовательного продукта  
**Продажа образовательного**  
продукта

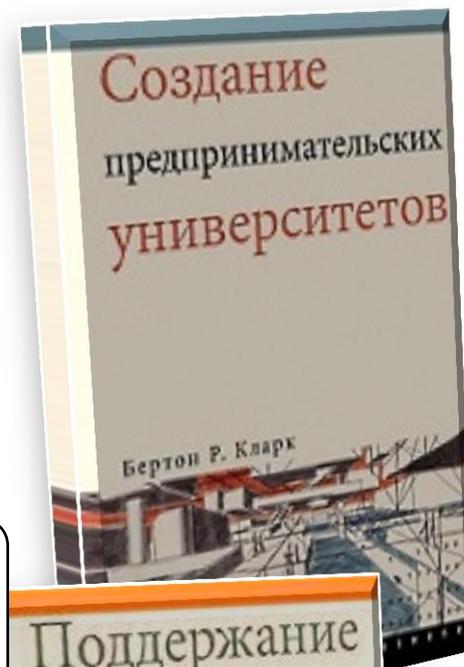
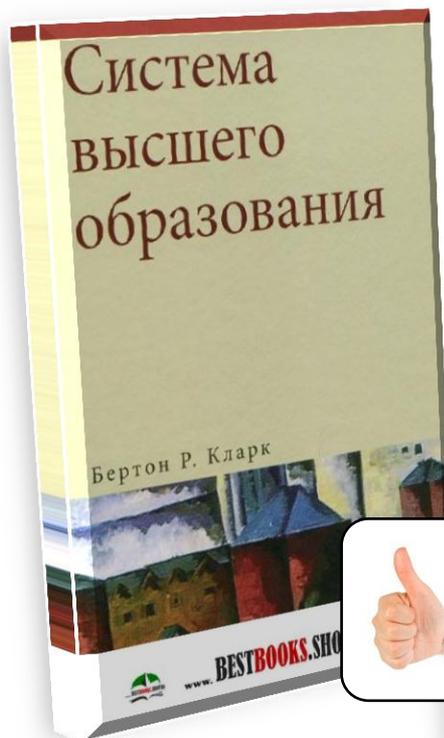
Продажа образовательного продукта

Как привлечь клиентов?



**Бертон Р. Кларк  
1928-2009**

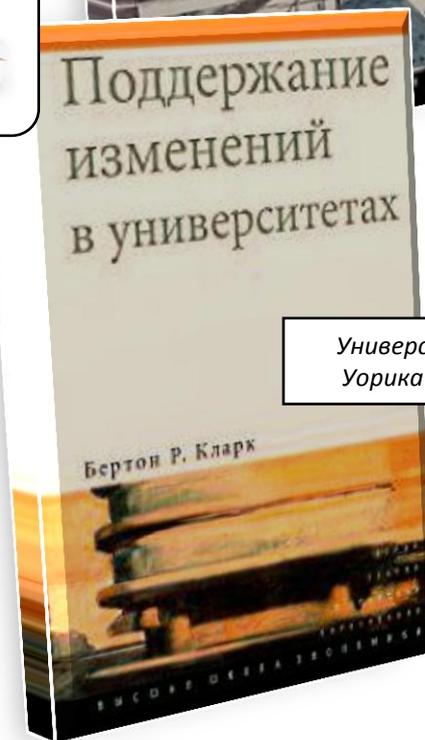
Выдающийся американский педагог и исследователь высшего образования



*Рекомендую!*

На нас работает:

1. Брэнд вуза;
2. Авторитет научной школы по направлению;
3. Авторитет ученых – лидеров научной школы;
4. Отзывы выпускников;
5. Собственная харизма;
6. Постоянный творческий поиск;
7. Тесная связь с практикой...

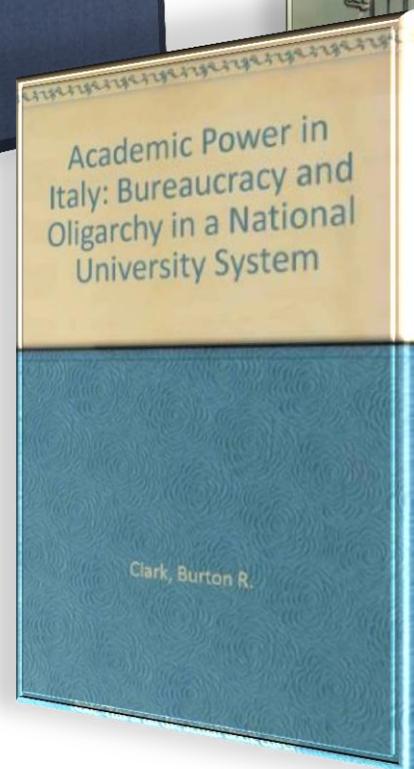
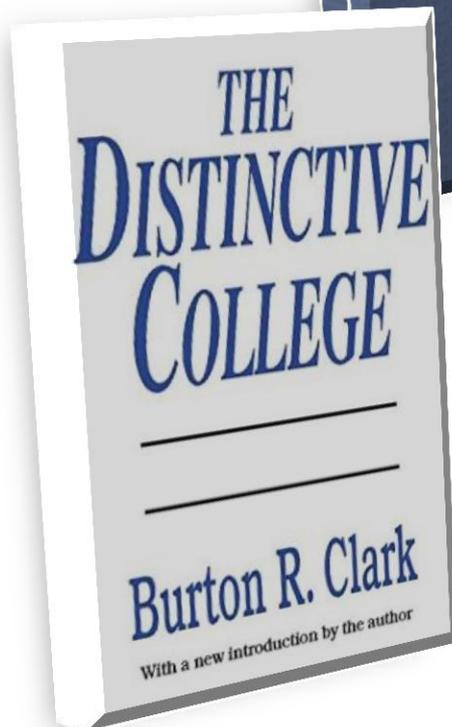
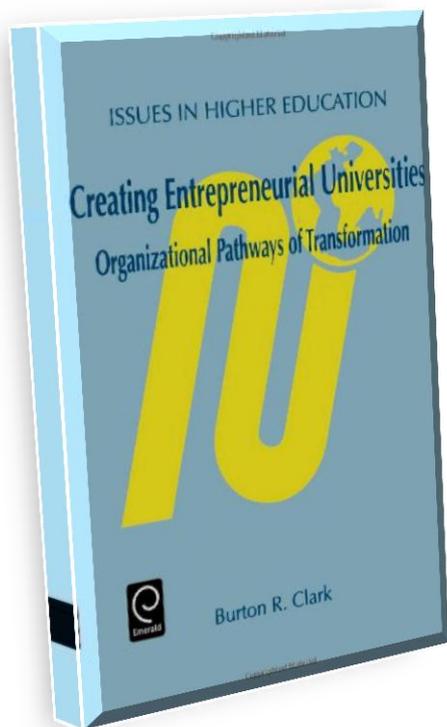
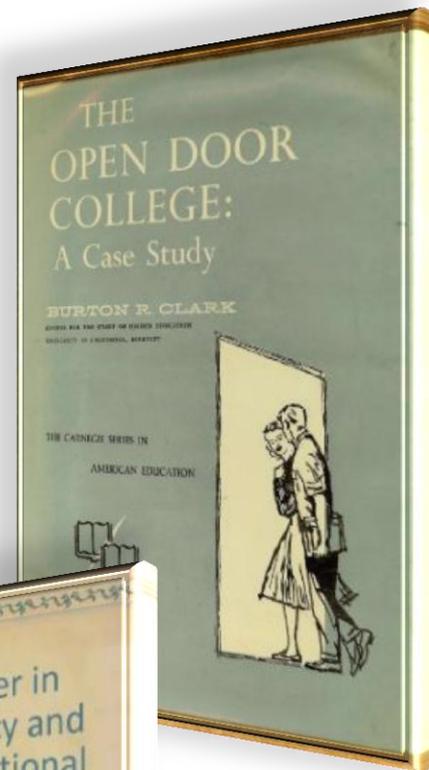
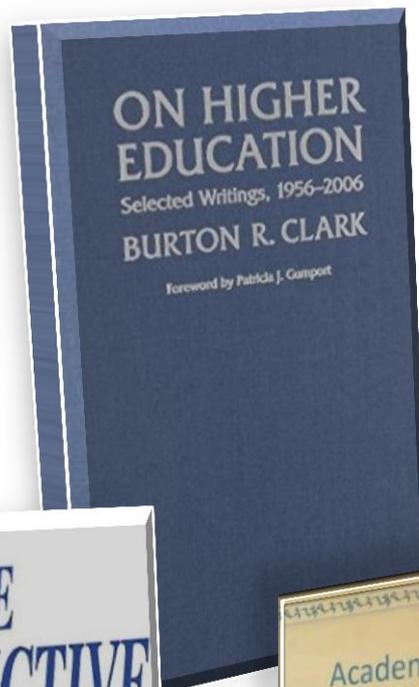


*Университет Уорика (ВБ)...*



## Burton R. Clark

Что нужно сделать в первую очередь, чтобы университеты соответствовали быстроменяющемуся миру XXI века?



Рекомендую!

## К чему нужно готовиться?

Юрченко Александр Васильевич,  
профессор, директор института проблем  
безопасности НИУ ВШЭ.

Москва, ул. Вавилова, 7, офис 213-214

e-mail: ayurchenko@hse.ru



Благодарю за внимание!