

Роль лидера в управлении очень схожа с ролью «лидера» в музыке. «Продуктом» лидера оркестра, то есть дирижёра, является музыка.

Вам вовсе не обязательно быть любителем классической музыки, но у вас всегда есть возможность стать им и понять, из чего состоит произведение и как отдельные его элементы собираются воедино под руководством лидера.

И это не просто метафора — это целый мир со своими правилами. Музыка — это также фантазия, в которой крайне необходимы знания и интуиция.

Для лидера в маркетинге «содержанием произведения» является осведомлённость для принятия решения. Понимание взаимосвязи между клиентами, покупателями и тем, что предлагают компании — из всего этого нужно создать целостное произведение!

## Лидер в области управления — «дирижёр оркестра»



**Бартоломеус Анри Ван де Вельде (Брюссель, Бельгия)**

Бизнес-коуч, практикующий дирижёр. Музыкальный директор Charlemagne Orchestra for Europe. Директор RESIDART Committee (Ancona, Italy). Специализируется на развитии руководителей с помощью инструментов дирижирования оркестром.

### ЧТО ЖЕ ДЕЛАЮТ ДИРИЖЁРЫ КАК ЛИДЕРЫ ОРКЕСТРА?

#### 1 ОНИ ЗАДАЮТ ТЕМП И РИТМ

«Основная задача дирижера состоит в том, чтобы он всегда мог определить нужный темп», — сказал Ричард Вагнер. И как только темп задан, он продолжает его удерживать. Иногда дирижёры сохраняют согласованность одновременно между сотней отдельных музыкантов — как и руководители.

То же самое необходимо делать менеджеру по продукту. Содержание даёт представление и информацию о продукте, а также мотивирует потенциального покупателя встретиться с продавцом. И тут, если поспешишь, возникнет ощущение давления, если промедлишь — можно упустить возможность.

#### 2 ОНИ ИНТЕРПРЕТИРУЮТ И ТРАНСЛИРУЮТ ЧЬЮ-ТО РАБОТУ

Например, для воплощения музыкальной партитуры в жизнь, дирижёр передаёт свою собственную интерпретацию этой партитуры при помощи жестов.

У маркетологов, занимающихся продуктом, очень похожая ситуация. Их задача заключается в том, чтобы донести до покупателей ценность продукта, найти контакт с целевой аудиторией при помощи простого и понятного языка. Слишком технический язык может смутить и сбить целевую аудиторию с толку. Их работа — держать интерес аудитории с помощью разнообразия в описании ценностей, а также вызывать в них эмоциональный отклик, который будет способствовать положительному результату.

#### 3 ОНИ ПО-НАСТОЯЩЕМУ УМЕЮТ СЛУШАТЬ

«Лучшие дирижёры — лучшие слушатели», — говорит Том Сервис, журналист, обозреватель, автор замечательного исследования «Музыка как алхимия: путешествия с великими дирижёрами и их оркестрами».

Они становятся «электрическим разрядом» в процессе слушания, задают фокус таким образом, что музыканты вместе с дирижером могут стать чем-то большим, чем они сами, большим, чем все мы и в то же время не потерять ощущения самореализации.

Я думаю, здесь сложно что-то добавить. Маркетологи должны самым наилучшим образом слышать потребителей, профессиональных продавцов, персонал обслуживающих служб, маркетологов в области цифровых технологий и многих других. Они отслеживают паттерны отзывов по продукту и быстро реагируют, создавая необходимые обновления. Тот, кто умеет слушать, знает, как быстро достигнуть успеха.

#### 4 ОНИ ЗАДАЮТ НАПРАВЛЕНИЕ

Оркестр состоит из отдельных музыкантов с разным опытом, каждый из них уверен в своём таланте и способностях. Однако, играя в оркестре, они перестают быть отдельными личностями ради того, чтобы создать нечто большее силой оркестра, становясь единым целым и двигаясь в одном направлении.

В этом смысле бизнес мало чем отличается. Представители цифрового маркетинга, отраслевого маркетинга, сферы продаж, обслуживания, продвижения продукта и т.д. достигнут гораздо меньших результатов по отдельности в сравнении с тем, как если бы им было задано направление продакт-менеджером, уверенным в том, что нужно клиенту.

#### 5 ОНИ ВЕЛИКОЛЕПНО РАССКАЗЫВАЮТ ИСТОРИИ

Дирижёры не владеют каким-либо определённым музыкальным инструментом (хотя, конечно, есть исключения). Их работа в несколько раз труднее. «Дирижировать гораздо сложнее, чем играть на каком-то одном инструменте — это совершенно другой уровень ответственности. Тебе необходимо понимать искусство, знать партитуру и воспроизводить то, что хотят услышать».

Маркетологи, занимающиеся продуктом, проводят много времени в попытках понять целевых покупателей, их компанию и приоритеты. Они также тратят время на то, чтобы понять свои предложения и то, как лучше представлять ценность продукта. Они глубоко исследуют историю — людей, вызовы, возможности — чтобы понять, как рассказать обо всём этом в концепции продукта.

Только представьте себе, что ваша команда может по-настоящему исполнять шедевры, где у каждого есть своя партия и своя роль! А что если это возможно — работать слаженно и гармонично, словно оркестр? Настолько, что работа под управлением лидера становится музыкой для всех? Музыкой — такой же разной, как сферы бизнеса, порой такой же непредсказуемой и амплитудной, или наоборот, ровной и едва слышимой... но абсолютно точно приносящей огромное удовольствие и законченный результат! Только представьте, ЧТО вы как настоящий лидер можете создавать для своей команды и для бизнеса в целом, словно «по взмаху дирижёрской палочки»? Какие тогда могут открыться возможности для вас, вашей компании и ваших клиентов?

#### Перевод:

**Юлия Будникова**

профессиональный коуч ICF, бизнес-тренер, основатель коучинг-центра «Айдентика», представитель Международного Эриксоновского Университета в г. Сочи, со-лидер коуч-клуба «Форсайт» в г. Самара



**КОММЕНТАРИЙ ПЕРЕВОДЧИКА:** «Сейчас очень важно понимать, что мир меняется с сумасшедшей скоростью, старые методы лидерства перестают работать и создавать сильные результаты. Каждый из нас хочет, чтобы его услышали, каждый хочет «сыграть свою партию» в работе команды. Я как коуч и собственник бизнеса пришла к выводу, что сегодня сила лидера в его умении слышать ценности людей и объединять усилия вокруг этих ценностей. Насколько легко и понятно ты транслируешь ценности и сам живёшь ими, настолько твой «командный оркестр» создаёт целостные результаты.

На сегодняшний день одна из ключевых ценностей в корпоративном мире — доверие. Именно благодаря доверию, транслируемому лидером, становится возможным преодолевать самые сложные сюжеты в истории развития вашего бизнеса. Как часто вы задаёте себе вопросы «Что я создаю для своей команды и для своих клиентов? Почему моя команда может доверять мне, продукту, целям моей компании?»

Более того, роль лидера сегодня не ограничивается созданием сильного видения, важно «при-

гласить» в эту «картинку» всех участников процесса: сотрудников, собственников, партнёров, клиентов. Через создание эмоциональных связей — точно так же, как в музыке. Мы все имеем живые сердца, которые хотят быть вовлечёнными в нечто большее, где есть понимание своей роли и смысл в каждом действии.

Быть честным с самим собой, быть ролевой моделью, объединять разных людей с их амбициями, опытом и желанием расти — задача не из легких. Но именно через доверие и ценности можно по-настоящему вовлечь в свою уникальную историю — историю команды, где все знают, что они — одно целое с большим и горячим лидерским сердцем».

**Юлия Будникова**

профессиональный коуч ICF, бизнес-тренер, основатель коучинг-центра «Айдентика», представитель Международного Эриксоновского Университета в г. Сочи, со-лидер коуч-клуба «Форсайт» в г. Самара



Много работая в бизнесе — в малом, в среднем, в крупной международной корпорации, а особенно сопровождая компании — я всё больше и больше замечаю линейного руководителя, его отличие от функционального. Линейный руководитель из-за отсутствия полного стандартного перечня задач в своей деятельности использует личностные качества как основное средство.

При этом всё больше и больше я вижу, насколько важна роль линейного руководителя в работе со своими подчинёнными, ведь именно от него зависит атмосфера в коллективе, настрой на процесс или результат, отношение к изменениям. Это он задаёт ритм и темп движения к цели. Именно он может донести до каждого сотрудника ценности компании и потребителя, сделать их «сшивку» с ценностями самого сотрудника, услышав, что он на самом деле желает.

При грамотном управлении у сотрудников есть чёткое осознание, что вместе они могут гораздо больше. Люди начинают чувствовать эффект си-

нергии. Каждый понимает свою роль в компании, свои таланты, ту ценность которую он создаёт.

Как следствие, когда линейный руководитель берёт осознанно на себя роль «лидера в управлении», то он начинает ставить задачи другого уровня перед своими подчинёнными, делегируя ответственность, эффективнее коммуницируя как с собой, так и со своими подчинёнными. И, конечно, в итоге выигрывают все стороны: и подчинённые, и руководители, и бизнес.

«Музыка — это также фантазия, в которой крайне необходимы знания и интуиция», — пишет в статье Бартоломеус Анри Ван де Вельде. По-моему, это справедливо и для бизнеса.

**Елена Каримова**

бизнес-коуч, региональный представитель ICF, бизнес-тренер, консультант по развитию персонала в компаниях, энергоактиватор

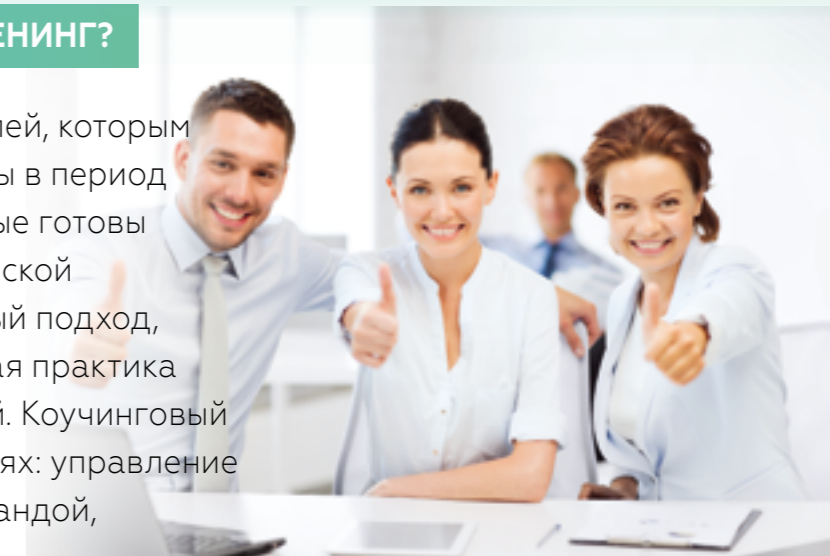


## ТРЕНИНГ «УПРАВЛЕНИЕ В СТИЛЕ КОУЧИНГ»



### ДЛЯ КОГО ПРЕДНАЗНАЧЕН ЭТОТ ТРЕНИНГ?

Программа развития для руководителей, которым важно стабильно достигать результаты в период изменений и развивать бизнес. Которые готовы для этого расширить свой управленческий инструментарий и освоить коучинговый подход, зарекомендовавший себя как успешная практика развития и сопровождения изменений. Коучинговый стиль для управления в трех плоскостях: управление собой, своими подчинёнными или командой, а также управление системой.



### ЧТО СМОЖЕТ РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЙДЯ ТРЕНИНГ?

1. Повысить качество делегирования и исполнения задач персоналом
2. Научиться вдохновлять своих сотрудников на новом уровне
3. Лучше понимать мотивацию сотрудников и говорить с ними на ценностном уровне
4. Легче принимать сложные управленческие решения
5. Улучшить свои коммуникационные навыки
6. Спокойно решать конфликты в своей команде и эффективно управлять разными типами сотрудников
7. Выстраивать общение с коллегами на принципах глубинного слушания
8. Усилить свою эффективность за счет лучшего понимания своих сильных сторон

Предъявителю журнала – скидка

**10%**

ПРОГРАММА АККРЕДИТОВАНА В ICF GLOBAL

Телефон: 8 (800) 777-08-97 | [www.firstgull.ru](http://www.firstgull.ru) | mail: [info@firstgull.ru](mailto:info@firstgull.ru)