

Группа №3 Блока Маркетинга.
Конкуренция. Со-конкуренция. Партнерство.
Как работать с иностранными компаниями?

1. Ситуация.

- 1.1. Иностранная компания - социальный лифт для заказчиков и для работников.
- 1.2. Иностранные компании не захватили, а создали Российский рынок консалтинга под себя.
- 1.3. Как бизнес стал глобальным, так и консалтинг должен быть глобальным. Бизнес мировой, поэтому не нужно строить границы, а надо искать свою, но, глобальную нишу.
- 1.4. Иностранные компании как источник дисциплины. Дисциплинируют рынок, на который выходят, деятельность на нем.
- 1.5. Мы НЕ конкурируем с иностранными компаниями, так как работаем в разных нишах.
- 1.6. Пример приглашения российского консультанта в проект иностранной компании - необходим «переводчик» между разными кросскультурами.
- 1.7. Иностранные компании - «кузница кадров». Технологичность и стандартизация в работе и подготовке кадров.
- 1.8. Иностранные компании, заходя на наш рынок, искали русско говорящих консультантов. В результате основной штат иностранных компаний - россияне.

2. Рынок спроса и ШАГИ.

- 2.1. «Субподряд», но надо «причесаться». Соответствовать структуре и стилю работы иностранной компании.
- 2.2. Новая парадигма: от Компании к Сети.
- 2.3. Новый консалтинг: сетевым образом консультировать сети. (Uber -изация).
- 2.4. «Шашечки» имеют значение и стоят денег.
- 2.5. Работа с молодым поколением, будущими консультантами. Перенимать опыт иностранных компаний.
- 2.6. Работа над технологиями с одной стороны и менталитетом - с другой. Кросс-культурные взаимодействия. Новые задачи для консультантов. И в том числе в партнерстве с иностранными компаниями.
- 2.7. Географически иностранные компании работают на мировом рынке. Их взгляд на российский рынок - достаточно глобальный, укрупненный. Им может быть интересен более подробный локальный взгляд, изнутри, который могут дать российские консультанты.
- 2.8. Иностранные компании могут стать проводниками для бизнеса на иностранный рынок и наоборот, российские консультанты - проводники иностранного бизнеса на российский рынок.