

## INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 9 czerwca 2014 r.

### Świat po kryzysie, czyli skuteczni przywódcy na miarę czasów Debata Leadership, Polish National Sales Awards

Czy każda pora wymaga innego lidera? Czy ci, którzy świetnie sprawdzili się w dobie kryzysu mogą teraz dalej być skuteczni? Jakie elementy przywództwa są obecnie najistotniejsze? Czy w Polsce liderzy mają realny wpływ na swoje organizacje, czy też są jedynie narzędziami służącymi wykonywaniu zadań, które zostały ustalone na szczeblu międzynarodowym w dużych centrach dowodzenia? To tylko niektóre z tematów burzliwej debaty, która odbyła się 22 maja br. w siedzibie konfederacji Lewiatan w Warszawie. Wydarzenie zostało zorganizowane w ramach działań platformy VI edycji konkursu Polish National Sales Awards, dzięki zaangażowaniu prezesa Elżbiety Pełka. Panel dyskusyjny z udziałem praktyków biznesu prowadził i komentował Wojciech Szelaąg, dziennikarz ekonomiczny Polsat Biznes.

Jeśli świat po kryzysie ma wyglądać inaczej, to jak i skąd mamy czerpać wzorce, skoro wszystko jest nieporównywalne do tego, co było w przeszłości? Tą kontrowersyjną tezę rozpoczął żywiołową dyskusję prowadzący.

*Pewne wartości globalnie są niezmiennie, nadrzędne i do nich odwołać możemy się zawsze - zapewniał Sebastian Kotow, VP Sales & Business Development, Practice Leader-Trust, FranklinCovey Poland- To raczej kwestia rozłożenia akcentów. A zapas finansowa, której doświadczyliśmy jako gospodarka, to tylko część kryzysu, który nas dotknął. Głównym problemem okazał się kryzys zaufania i braku pewności jutra. Sukces w biznesie wymaga dwóch rzeczy: skutecznej konkurencyjnej strategii i nadzwyczajnego jej wykonania. Nieufność jest wrogiem obydwu. Oczywiście wysoki poziom zaufania nie zawsze uratuje słabą strategię, lecz niski zawsze zrujnuje tę dobrą. Zaufanie jest najwyższą kompetencją przywódczą liderów w globalnej gospodarce – podkreślał Sebastian Kotow.*

Myślenie strategiczne, zarządzanie zmianą, wytyczanie nowych szlaków oraz zdolność do ciągłego uczenia się, szczególnie w obszarach nowych technologii oraz troska o pracowników i ich rozwój to główne obszary, na które wskazali uczestnicy panelu, jako krytyczne kompetencje współczesnych liderów w czasach, gdy wpłynęliśmy na spokojniejsze wody biznesowe.

Srebrny Sponsor  
VI edycji PNSA

AVON  
the company for women

Partner Merytoryczny

pwc

Patronaty instytucjonalne



Partnerzy



Patronaty medialne

Forbes

MEDIARUN

NETWORK

BUSINESS  
WOMAN

Gazeta  
Ubezpieczeniowa

karieraplus.pl

*Przywódcy charakteryzują się tak ogromną gamą zalet, wiedzy, doświadczeń, umiejętności, że mogą się sprawdzić zarówno w sytuacji kryzysowej jak i sytuacji prosperity – twierdzi Dariusz Świętek, National Sales Director w firmie AVON, która została Srebrnym Sponsorem VI edycji konkursu Polish National Sales Awards- Kryzys to jest tylko pewna forma zmiany: rynku, rzeczywistości, potrzeb klientów itd. Lider XXI wieku musi uczyć się działać w czasach permanentnej niestabilności. Wymaga to od niego posiadania zdolności przewidywania przyszłości, aby zawczasu przygotowywać zespół sprzedażowy. Jeśli skupi się tylko na dzisiaj, jako lider przegrał, będzie jedynie kierownikiem, managerem, nigdy przywódcą zespołu lub organizacji.*

Lider powinien również zachęcać zespół do tego, aby za swój największy atrybut każdy z pracowników uznawał zdolność do nieustającego uczenia się. W sprzedaży to będzie miało kolosalne znaczenie, ponieważ w tym obszarze nastąpi ogromna redukcja miejsc pracy. Patrząc na startup'y, czyli firmy, które definiują obecnie swoje marki widzimy, że nie mają one określonego obszaru funkcjonowania, dzięki przestrzeni wirtualnej mogą funkcjonować w całym świecie, w tych modelach często nie ma klasycznego sprzedawcy.

Jesteśmy pierwszym pokoleniem definiującym standardy w cyberświecie – podkreślała Magdalena Dzięwguć, Dyrektor Programowy Foundation for Strategic Competence Development Polska.- Liderzy sprzedaży są najbliższymi rynku, jako pierwsi będą musieli się z cyfrowymi wyzwaniami zmierzyć. Sądzę, że stanowiska dyrektorów zakupów w dzisiejszej odsłonie będą tracić na znaczeniu i docelowo znikną w perspektywie kilkunastu, maksymalnie dwudziestu lat. Będzie tak, ponieważ wszystko, co jest mierzalne i powtarzalne, będzie można robić elektronicznie. Najważniejsze wyzwanie stojące przed liderami w każdej branży, to być nie tylko na bieżąco z tym, co się dzieje w nowych technologiach, ale starać się je wyprzedzać i patrzeć, dokąd w cyberświecie zmierzają ich klienci.

Podczas debaty wskazano również na kwestie związane z komunikacją z zespołem, na problem różnic pokoleniowych. Zastanawiano się nad kwestią, jak stworzyć optymalne warunki pracy dla współpracowników, jakie oni mają oczekiwania. Omówiono kwestie związane ze stylem zarządzania kobiet i mężczyzn oraz networking.

*Bycie managerem jest w dużej mierze oparte na koncentrowaniu się na wskaźnikach, bycie przywódcą kwestią skupienia się na wartościach – powiedział Sławomir Hybsz, Dyrektor Handlowy IQFM/Ackermann. – Trzy elementarne wartości są niezmiennie od zawsze: osobista wiarygodność, zaufanie i pokora. Technologia daje nam jedynie kilka dodatkowych możliwości, pewną formę budowania przywództwa. We właściwym zarządzaniu chodzi o zaangażowanie, o wymianę informacji, trzeba poświęcić czas na rozwój ludzi, na przekazywanie im swoich wartości, na inspirowanie. Wartościowy model przywództwa to sprawianie, żeby każdy pracownik czuł się liderem, niezależnie czy jest kierownikiem organizacji czy własnego projektu. Żeby czuł się za niego odpowiedzialny, był zaangażowany i poświęcał się mu z radością i entuzjazmem.*

Srebrny Sponsor  
VI edycji PNSA

AVON  
the company for women

Partner Merytoryczny

pwc

Patronaty instytucjonalne



Partnerzy



Patronaty medialne

Forbes

MEDIARUN.PL

NETWORK

BUSINESS WOMAN & life

Gazeta Ubezpieczeniowa

karieraplus.pl

Na spotkaniu wskazano też potencjalne zagrożenia, z jakimi będą się wznagać obecni i przyszli liderzy.

*Sądzę, że największym problemem produkcji jest to, że Polska jest mało innowacyjna i nie ma dużo patentów. Nasz kraj jest rynkiem surowców, mamy zbyt mało przetworzone produkty, które eksportujemy. Często też występuje jako podwykonawca dla koncernów międzynarodowych. Jest tak między innymi w branży rolno-spożywczej, w której funkcjonuje nasza firma. Polska gospodarka musi być bardziej innowacyjna i posiadać więcej patentów, by podbijać rynki zagraniczne nie tylko ceną produktu. Wynalazki wymyślone w Polsce są opatentowane w innych krajach (w centralach koncernów), dlatego Polska plasuje się na tak odległym miejscu – wyjaśnia Jan Kolański, Prezes Zarządu Colian Holding SA. - Lider w Polsce staje się wykonawcą zadań zleczanych mu z zagranicznych, dużych centrów dowodzenia. Jeśli teraz nie będziemy w stanie tego zmienić, to w przyszłości zabraknie nam kreatorów, strategów, którzy będą w stanie napędzać naszą gospodarkę liderzy będą wykonawcami a nie innowacyjnymi kreatorami*

**PNSA** - Polish National Sales Awards jest pierwszym i jedynym przedsięwzięciem w kraju, którego zadaniem jest integracja społeczności sprzedawców w Polsce oraz promocja i wdrażanie nowoczesnych standardów profesjonalnej sprzedaży w oparciu o zasady dobrych praktyk. Głównymi pomysłodawcami stworzenia platformy PNSA w Polsce są Elżbieta Pełka, FRSA, przedsiębiorca, ekspert w procesach zarządzania marką 360 stopni oraz dr Chahid Fourali, wieloletni szef Marketing & Sales Standards Setting Body. Pięć edycji Konkursu PNSA pozwoliło na nagrodzenie blisko 145 finalistów.

**Kontakt dla mediów:**

Aleksandra Mołędowska  
Senior PR Account Executive  
Kom.: (+48) 662 231 824

e-mail: [aleksandra.moledowska@epcreatives.pl](mailto:aleksandra.moledowska@epcreatives.pl)

Srebrny Sponsor  
VI edycji PNSA

**AVON**  
the company for women

Partner Merytoryczny

**pwc**

Patronaty instytucjonalne



Partnerzy



Patronaty medialne

**Forbes**

**MEDIARUN**

**NETWORK**

**BUSINESS WOMAN**

**Gazeta Ubezpieczeniowa**

**karieraplus.pl**