



# Studiu de caz

## Cursuri deschise

### Context

În 2005 Human Invest a introdus pe piața românească licența Leadership Situational® II de la Ken Blanchard Companies. Soluția, adaptată pentru mediul de afaceri românesc, și completată cu exemple relevante din business-ul autohton, a fost primită foarte bine de către clienții și managerii la care am implementat-o. Am început să primim din ce în ce mai multe cereri de înscriere din network-ul clienților noștri și de la persoane cărora le-a fost recomandată de către cei care au participat la cursuri.

O parte din aceste persoane fie lucrau în companii care nu se aflau într-un moment potrivit pentru a introduce Leadership Situational® II la nivel de echipă, fie își doreau să participe ca indivizi, în nume personal. Dificultatea constă în faptul că livrând trainingul doar la clienți business, nu aveam cum să satisfacem aceste cereri.

### Directia aleasa

La sfârșitul lui 2006 am decis să facem un experiment și să organizăm un curs de Leadership Situational® II în regim deschis. Am început cu un curs pilot, la care au participat 17 persoane, atât de la clienții noștri, companii care aveau doar 1-2 persoane în care doreau să investească, cât și persoane fizice care participau în nume propriu. Pe lângă cei care s-au înscris la acest prim curs, au existat mai multe persoane care și-au anunțat intenția de participare, astfel încât în scurt timp am lansat un program de cursuri pentru anul 2007.

Acum, în 2008, suntem în al doilea an consecutiv și tocmai dezvoltăm programul pentru 2009.

### Etape de dezvoltare

- 2007: am pornit primul an de cursuri deschise, cu o singură soluție în portofoliu, Leadership Situational® II. Am avut un număr bun de participanți de-a lungul anului, prezența fiind susținută în principal din rețeaua de clienți. O serie de companii la care implementasem deja cursul la nivel de echipă au ales să își trimită noii angajați din echipele respective la cursurile deschise. Astfel chiar dacă noii veniți erau în număr mic, insuficient pentru a organiza intern o grupă de training, ei puteau fi pregătiți pe măsura ce se alăturau echipei, dobândind un limbaj și un sistem comun de lucru.
- 2008, primăvara: în urma feedback-ului din partea participanților, am inclus o nouă soluție în portofoliu, care să se adreseze în primul rând managerilor de nivel middle – Influențare și Comunicare Managerială®. Am început să experimentăm primele provocări cu menținerea unui număr constant de participanți și am constatat nevoia de a marketa cursurile în rândul managerilor.
- 2008, toamna: am pregătit deja un program pentru toamna, în care am îmbogățit portofoliul cu o soluție de Time Management – Prioritățile Contează™. Segmentul țintă către care ne adresăm este al celor care lucrează în middle și front line management, însă am pregătit și un produs special pentru cei din top management – un curs de leadership susținut de partenerii noștri de la Tom Peters Company UK.



# Studiu de caz

## Lectiile invatate

Am pornit cu foarte mult entuziasm in directia de a organiza cursuri deschise, din dorinta de a face mai accesibile solutiile noastre si pentru cei care nu sunt implicati intr-un training in cadrul echipei in care lucreaza. Provocarile au aparut atat din interior, in ce priveste efortul de a organiza si coordona cursuri, cat si din exterior, respectiv necesitatea de a atrage un numar mai mare de participanti si de a marketa solutiile.

Din punct de vedere intern am constientizat beneficiile de a avea o persoana dedicata care sa coordoneze activitatea de cursuri deschise, rol care a fost preluat cu mult entuziasm si energie de catre Mihaela Mocanu. Ea a reusit sa asigure o participare constanta din partea unor clienti si o satisfactie ridicata din partea participantilor prin profesionalismul de care da dovada in relatia si comunicarea cu ei.

Pentru a asigura o participare echilibrata la cursuri am inceput sa orientam in aceasta directie clientii care nu aveau suficienti oameni pentru o grupa organizata intern, sau care nu reuseau sa stranga toti participantii impreuna in acelasi timp din cauza unui ritm de business extrem de accelerat. Astfel, pe langa participarea la trainingul propriu-zis, aveau si oportunitatea de a face parte dintr-o grupa eterogena si de a impartasi experientele si provocarile pe care le au cu oameni din companii diferite. Pe langa clientii nostri traditionali, am investit in marketarea direct catre persoanele care lucreaza in pozitii de management, si isi doresc sa participe in nume propriu sau pe bugetul de training al departamentului.