

**КОНСУЛТАЦИИ
на
МОБИ2 ЕООД**



***“Сега осъзнаваме факта, че ученето е процес на промяна и развитие за цял живот.
Най-належащата задача е да научим хората как да учат.”***

*Питър Дракър,
професор по социални науки, политология и философия*

КОУЧИНГ*

1. Какви резултати получавате?

- *Придобиване на умения помагащи за по-бързото достигане на мениджърските цели.*
- *Затвърждаване на силните страни и преодоляване на вътрешните препятствия.*
- *Подобряване на взаимоотношенията в екипа водещи към по-висока продуктивност.*
- *Откриване на алтернативни и нестандартни решения за настоящите проблеми.*
- *Овладяване на фокусирани към решенията техники за провеждане на разговор.*
- *Изграждане на способности и умения за самокритичност.*
- *Утвърждаване на способностите за задържане на гребена на вълната.*

2. Какъв е процесът?

- Провежда се първа среща за уточняване на очакванията и целите на Коучинг процеса.
- Създава се Коучинг план.
- Провеждат се Коучинг сесиите.
- Прави се анализ и оценка на ефективността.

3. Как да стартираме?

- На ваше разположение са различни специалисти с богат практически опит и единственото, което трябва да направите е да изразите Вашето желание за среща с нас за да обсъдим вашите очаквания и цели на тел: 02/ 491 23 54 или на consultation@moby2.com
- След провеждането на първоначалната ни среща Вие имате възможността да изберете подходящата за Вас форма на работа в координация с Коучинг консултанта.

**Коучингът е процес близък до личното наставничество. Думата „coach“ за пръв път се споменава преди пет века в Унгария за наименоване на хората които дърпат юздите на конете при превоз. „Баща“ на бизнес коучинга е американец Томас Леонард. Той съветвал мениджмънта на фирмите как да подобрят своето и на компанията представяне. За разлика от прякото ръководене, където се използват директивни методи, коучингът е по-скоро средство за учене, начин да се съпровожда към целта и взаимно споделяне на опит и мнения за постигане на резултати.*

ДИАГНОСТИКА НА ОРГАНИЗАЦИИ И ЕКИПИ

1. Какви резултати получавате?

- *Опознавате груповия профил и индивидуалните профили на висшите и средни мениджъри и изпълнители във вашата компания. Данните ще ви ориентират за степента на развитие на техните познавателни процеси (Внимание, Оперативна памет, Интелектуален потенциал). От друга страна, ще получите яснота за позитивните и негативни характеристики на личността на изследваните, на потенциалите им за развитие и промяна.*
- *Резултатите от изследването ще ви подпомогнат да въведете организационни промени за повишаване на ефективността на управлението за постигане на високи резултати в работата.*
- *Ще получите обективна оценка на какъв стадий от своето развитие се намира вашата компания, какви са основните проблеми в работата и какви решения могат да бъдат предприети.*
- *Ще бъдете наясно с различните аспекти на удовлетвореността на служителите.*
- *Научавате по какъв начин се свързват мениджърския стил на управление в компанията с изискванията на вътрешната и външната среда.*

2. Какъв е процесът?

Първи етап: Подготовка за изследването

- Запознаване с предмета на дейност и структурата на организацията.
- Провеждане на предварително полуструктурирано интервю с „ключови“ мениджъри и изпълнители, работещи в компанията.
- Пряко наблюдение на дейността на интервюираните.
- Анализ на съдържанието и данните от интервюто и наблюдението за изготвяне на инструментариум за изследването.
- Изготвяне на полуструктурирано интервю и анкетен метод с въпроси свързани с основните социалнопсихологически аспекти на организационната ефективност: доминиращи ценностни ориентации; степен на удовлетвореност от различните аспекти на работата; степен на обвързаност към организацията, екипа и кариерата.
- Определяне на набор от стандартизирани тестове (познавателни процеси и личностна сфера) за изследване на профилите на мениджърите и служителите.
- Изготвяне на социометрична карта или социометрични въпроси включваща обща информация за компанията и специфична - за административни и функционални отдели и ръководители.

Втори етап: Провеждане на емпиричното изследване

- Асоциативен експеримент, пакет от тестове, анкетен метод със извадка по възможност включваща 100% от служителите и мениджърите на компанията.
- Изследване на съвместимостта на мениджърите с изискванията на средата и ресурсите им за осъществяване на организационната промяна – провежда се полуструктурирано интервю с всеки мениджър поотделно.
- Изготвяне на разгърнат индивидуално-психологически профил на мениджърите и

служителите, които са изследвани.

Трети етап: Изготвяне на аналитичен доклад от изследването и обратна връзка

- Относно актуалните социалнопсихологически проблеми на ефективността в работата.
- Изводи за практическата дейност за по-добро използване на ресурсите и повишаване на ефективността в работата.
- Препоръки за следващи стъпки за ефективно управление на организационната промяна.
- Предлагане на система от техники за повишаване ефективността в работата на изпълнителите и мениджърите.
- Създаване на специфичен модел за обучение с цел повишаване на социалната компетентност на персонала.
- Консултиране при изготвянето на стратегия за ефективно професионално развитие на работещите и цялостното управление на човешките ресурси в компанията.

3. Успешни проекти

Фирма / Организация	Период	Характеристика на проекта
ИТА България ООД	1996*	Диагностика на група от 30 души включваща мениджъри и служители от администрацията и производството на компанията. Изготвяне на индивидуални профили, провеждане на анкета, интервю и социометрично изследване. Изготвяне на анализ и препоръки за оптимизиране на дейностите и развитие на компанията.
Бургасбус ЕООД	1997*	Диагностика и консултиране за преодоляване на процесите на напрежение и конфликти в организацията. Изследване на 40 души мениджъри и служители в тролейбусно депо на гр. Бургас. Дадени препоръки за оптимизиране в работата и промени в мениджмънта. В резултат на изследването се преодоляха назряващи стачки и блокиране на градския транспорт в Бургас.
Шенкер България ЕООД	2005*	Диагностика и консултиране за преодоляване на процесите на напрежение и конфликти в офиса на фирмата в град София. Изследване на 10 души мениджъри и служители в един от отделите на фирмата. Дадени препоръки за оптимизиране в работата и промени в мениджмънта.
Карго Систем ЕООД	2006	Изследване на социалнопсихологическите аспекти на ефективността в работата на мениджърите и служителите в офиса на фирмата в град София. Диагностика на 5 души – асоциативен експеримент, пакет от познавателни и личностни тестове, анкетен метод, индивидуални интервюта с всички участници и изготвяне на индивидуални личностни профили. Дадени препоръки за оптимизиране на дейностите в компанията.
Електростарт АД	2007	Годишно изследване на социалнопсихологическите аспекти на ефективността в работата на мениджърите и служителите. Диагностика на 265 души – асоциативен експеримент, пакет от познавателни и личностни тестове, анкетен метод, индивидуални интервюта с всички участници и изготвяне на индивидуални личностни профили. Дадени препоръки за оптимизиране на дейностите и развитие на компанията.

Община Вършец	2007-08	Консултиране на организационната схема и диагностика на човешките ресурси на общината – 60 души кандидати и работещи на управленски и административни длъжности. Анализ на съществуващата организационна схема, пакет от познавателни личностни тестове, анкетен метод, индивидуално интервю с всички участници изготвяне на индивидуални личностни профили. Дадени препоръки за оптимизиране на структурата на общината.
Електростарт АД	2008	Годишно изследване на социалнопсихологическите аспекти на ефективността в работата на мениджърите и служителите. Диагностика на 260 души – асоциативен експеримент, пакет от познавателни и личностни тестове, анкетен метод, индивидуални интервюта с всички участници в изследването и изготвяне на индивидуални личностни профили. Анализ на динамиката на промените и доклад с препоръки за развитие на компанията.
Гимел АД	2008	Изследване на социалнопсихологическите аспекти на ефективността в работата на административен персонал. Диагностика на 33 души – Асоциативен експеримент, пакет от познавателни личностни тестове, анкетен метод, индивидуални интервюта с всички участници и изготвяне на индивидуални личностни профили. Дадени препоръки за оптимизиране на дейностите и развитие на компанията.
Дуропак Тракия Папир АД	2009	Изследване на социалнопсихологическите аспекти на ефективността в работата на висши и средни мениджъри и ключови служители. Диагностика на 30 души – Асоциативен експеримент, пакет от познавателни личностни тестове, анкетен метод, индивидуални интервюта с всички участници и изготвяне на индивидуални личностни профили. Дадени препоръки за оптимизиране на дейностите и развитие на компанията.
Global Build Ltd.	2009	Изследване на социалнопсихологическите аспекти на ефективността в работата на мениджъри и служители. Диагностика на 27 души – Асоциативен експеримент, пакет от познавателни личностни тестове, анкетен метод, индивидуални интервюта с всички участници и изготвяне на индивидуални личностни профили. Дадени препоръки за оптимизиране на дейностите и развитие на компанията.
Електростарт АД	2009	Годишно изследване на социалнопсихологическите аспекти на ефективността в работата на мениджърите и служителите. Диагностика на 200 души – асоциативен експеримент, пакет от познавателни и личностни тестове, анкетен метод, индивидуални интервюта с всички участници в изследването и изготвяне на индивидуални личностни профили. Анализ на динамиката на промените и доклад с препоръки за развитие на компанията.
Натурфарма България ЕООД	2010	Изследване на уменията, компетенциите и удовлетвореността от работата на мениджъри и служители. Диагностика на 27 души – Асоциативен експеримент, пакет от личностни и познавателни тестове, анкетен метод, индивидуални интервюта и изготвяне на индивидуални личностни профили. Анализ на динамиката на промените и доклад с препоръки за развитие на компанията.
Електростарт АД	2010	Годишно изследване на социалнопсихологическите аспекти на ефективността в работата на мениджърите и служителите. Диагностика на 170 души – асоциативен експеримент, пакет от познавателни и личностни тестове, анкетен метод, индивидуални интервюта с всички участници в изследването и изготвяне на индивидуални личностни профили. Прилагане на нова методика в изследване на базисните мениджърски компетенции и нова методика за изследване на тенденциите към агресивно поведение. Анализ на динамиката на промените и доклад с препоръки за развитие на компанията.

4. Как да стартираме?

- На ваше разположение са различни специалисти с богат практически опит и единственото, което трябва да направите е да изразите Вашето желание за среща с нас за да обсъдим вашите очаквания и цели на тел: 02/ 491 23 54 или на e-mail: consultation@moby2.com
- След провеждането на първоначалната ни среща Вие имате възможността да изберете подходящата за Вас форма на работа с нас и да уточним времевия период на провеждане на изследванията и консултациите в организацията.

ИНДИВИДУАЛНА ДИАГНОСТИКА И ПРОФИЛИРАНЕ

1. Какви резултати получавате?

- Получавате ценно самопознание за степента на развитие на основните характеристики на вашите познавателни процеси и личностната сфера.
- Определяте своите позитивни и негативни страни, на базата на стандартизирана научна методология.
- Получавате препоръки за намаляване ефекта на негативните измерения и максимално използване на личностния ви потенциал.
- Съставяте своя план за индивидуално развитие и обучение, използвайки основата на постигнатите резултати съвместно с консултантите на Моби2.

2. Какъв е процесът?

- Съвместно със специалист по диагностика от Моби2 попълвате скала за самооценка.
- Провежда се индивидуален тест с включени стандартизирани методи за изследване на познавателна и личностна сфера.
- Изготвя се личностен профил, включващ резултатите от проведеното изследване и препоръки.
- Съставя се индивидуален план за личностна промяна, обучение и развитие.

3. Как да стартираме?

- На ваше разположение са различни специалисти с богат практически опит и единственото, което трябва да направите е да изразите Вашето желание за среща с нас за да обсъдим вашите очаквания и цели на тел: 02/ 491 33 22 или на e-mail: consultation@moby2.com
- След провеждането на първоначалната ни среща Вие имате възможността да изберете подходящата за Вас форма на работа с нас и да уточним времевия период на провеждане на изследванията и консултациите.

КОНСУЛТИРАНЕ НА УСПЕШНИЯ ПОДБОР И ОПТИМИЗАЦИЯ НА ПЕРСОНАЛА

1. Какви резултати получавате?

- *Ние Ви помагаме да откриете и наемете най-добрите кандидати.*
- *Избирате най-подходящият кандидат за длъжността. Така се елиминира в голяма степен риска от бъдещо текучество във фирмата свързано с неподходящи новоназначения на персонал.*
- *Подбор на кандидати съобразен със специфичния начин на управление на фирмата, желаня личностен профил и познавателни способности.*
- *В ситуация на реструктуриране и оптимизиране на компанията запазвате най-добрите мениджъри и служители с потенциал за развитие.*

2. Какъв е процесът?

- Изготвяне на желания административен и личностен профил.
- Определяне на най-ефективните медийни канали и целеви групи за организиране на подбора.
- Консултиране и изготвяне на обява и дизайн.
- Консултиране на селекцията и подбора по документи.
- Диагностика (профилиране) посредством стандартизирани методи за изследване на познавателните процеси и личностната сфера.
- Провеждане на полуструктурирано интервю.
- Изготвяне на психологически профил на всеки един кандидат, включващ степен на развитие на основните познавателните процеси (внимание, оперативна памет, интелектуален потенциал) и характеристика на личностния профил.
- Заключение за всеки един от кандидатите или служителите. Разпределението им по критерии за съответствие към изискванията на длъжността.
- Участие в крайното интервю и консултиране на избора.

3. Успешни проекти?

Фирма / Организация	Период	Характеристика на проекта
Шенкер България ЕООД	1996-2007	Консултиране на подбора на човешките ресурси в организацията. Провеждане на индивидуална диагностика и профилиране. Определяне на най-ефективните медийни канали и целеви групи за организиране на подбора. Консултиране и изготвяне на обява и дизайн. Консултиране на селекцията и подбора по документи. Участие в крайното интервю и консултиране на избора.
Булмера ООД	1998-	Консултиране на подбора на висш мениджърски персонал.
Агромел ООД	1998*	Консултиране на подбора и индивидуална диагностика на висш мениджърски персонал.

Кантек България ООД	1999*	Консултиране на подбора на висш мениджърски персонал.
Крафт фуудс България АД	2000*	Консултиране на подбора и индивидуална диагностика на кандидати за конкурс за позиция „Машинен инженер-дизайнер“ съвместно с Парагон Трейдинг.
ИТА – България ООД	2002-2008	Консултиране на подбора и индивидуална диагностика на висш мениджърски персонал. Провеждане на индивидуална диагностика и профилиране.
Търговска Лига Национален Аптечен Център АД	2002*	Консултиране на подбора на кандидати за позиция „Специалист Маркетинг и PR“.
COFIMP Болоня - BUSINESS SCHOOL for the Small and Medium Enterprises	2005*	Консултиране на подбора и индивидуална диагностика на кандидатите за „Училище за успешен мениджмънт за малкия и среден бизнес“ финансирано от Италианското Министерство на Търговията и Регион Емилия-Романия.
Карго Систем ЕООД	2006-2007	Консултиране на подбора и индивидуална диагностика на висш мениджърски персонал.
Електростарт АД	2008	Консултиране на подбора и индивидуална диагностика на висш и среден мениджърски персонал. Провеждане на индивидуална диагностика и профилиране. Определяне на най-ефективните медийни канали и целеви групи за организиране на подбора. Консултиране и изготвяне на обява и дизайн. Консултиране на селекцията и подбора по документи. Участие в крайното интервюто и консултиране на избора.
Арексим Инженеринг ООД	2008	Консултиране на подбора и индивидуална диагностика на висш мениджърски персонал. Консултиране и изготвяне на обява и дизайн.
Електростарт АД	2009	Консултиране на подбора и индивидуална диагностика на висш и среден мениджърски персонал. Провеждане на индивидуална диагностика и профилиране.
Електростарт АД	2010	Консултиране на подбора и индивидуална диагностика на ключови специалисти и мениджърски персонал. Провеждане на индивидуална диагностика и профилиране.
MW Logistica ООД	2010	Консултиране на подбора и индивидуална диагностика и профилиране на ключови специалисти.

*Проекти реализирани от екипа на Моби2 преди учредяване на организацията

4. Как да стартираме?

- На ваше разположение са различни специалисти с богат практически опит и единственото, което трябва да направите е да изразите Вашето желание за среща с нас за да обсъдим вашите очаквания и цели на тел: 02/ 491 23 54 или на e-mail: consultation@moby2.com
- След провеждането на първоначалната ни среща Вие имате възможността да изберете подходящата за Вас форма на работа с нас и да уточним времевия период на провеждане на изследванията и консултациите.

КОНСУЛТИРАНЕ И ИЗРАБОТВАНЕ НА ВИЗУАЛНА КОНЦЕПЦИЯ И КОРПОРАТИВЕН ДИЗАЙН

1. Какви резултати получавате?

- *Издържана и стилна визуална концепция, съвременно и разпознаваемо лого (символ) и послание на организацията.*
- *Успешно налагате своя бранд използвайки новата си корпоративна визия, отличаваща Ви от другите и затвърждаваща вашата фирмена идентичност.*
- *Изграждате в съзнанието на клиенти, партньори и конкуренти силна интуитивна идентификация за основното послание и мисия на Вашата организация.*

2. Какъв е процесът?

- Изследване сферата на дейност и визуалната концепция прилагана до този момент.
- Протичане на творчески процес и генериране на идейни прототипи на лого и визия.
- Провеждане на „фокус-групи“ за оценка на визуалните концепти.
- Анализ и обсъждане с клиента.
- Създаване на крайната концепция и визуални прототипи.
- Оформление и генериране на цялостен дизайн на: интернет страница; фирмено лого; визитки; бланки; плакати; брошури; продуктови каталози и дигипляни; билборд; CD електронна визитка и много други разновидности на печатна и визуална реклама.

3. Успешни проекти.

Фирма / Организация	Период	Характеристики на проекта
Шенкер България ЕООД	2003	Изработване на лого и цялостна рекламна и визуална концепция по повод десет годишнината на фирмата в България. Спечелена награда на Реклама Експо 2003.
Management Development Program (MDP) – Schenker&Co AG (Austria)	2005	Изработване на лого и цялостна рекламна, маркетинг и визуална концепция за бизнес академията на Schenker & Co AG насочена към средните и високи мениджмънт нива на организацията в Централна и Източна Европа.
Национална асоциация за спедиция, транспорт и логистика (NSBS)	2007	Изграждане на визуална концепция и фирмено лого. Изработване на нов корпоративен сайт издържан в стилистиката на новата визия на организацията.
Транс Експрес ЕООД	2007	Консултиране на визуална концепция и промяна на фирменото лого на организацията. Провеждане на различни консултации на мениджмънта по отношение на маркетинг и ПР политиката на фирмата в България.
Сдружение за възраждане на Вършец	2007	Изграждане на лого, визуална концепция, проекти на билбордове и сайт за сдружението издържан в стилистиката на новата визия на организацията.

<p>Център за развитие на човешките ресурси (ЦРЧР) – координиращ орган за България на EU по програма „Учене през целия живот“</p>	<p>2008</p>	<p>Изграждане на визуална концепция и ново лого на организацията, web сайт включващ 10 отделни подсайта за програмите на Центъра, графичен дизайн, предпечатна подготовка и печат на различни печатни и дигитални материали за нуждите на ЦРЧР.</p>
<p>www.plovdivlive.com</p>	<p>2008</p>	<p>Изработване на концепция, лого и дизайна на новинарски сайт – първия новинарски видео портал в Пловдив и България.</p>

*Проекти реализирани от екипа на Моби2 преди учредяване на организацията

3. Как да стартираме?

- На ваше разположение са различни специалисти с богат практически опит и единственото, което трябва да направите е да изразите Вашето желание за среща с нас за да обсъдим вашите очаквания и цели на тел: 02/ 491 23 54 или на e-mail: consultation@moby2.com
- След провеждането на първоначалната ни среща Вие имате възможността да изберете подходящата за Вас форма на работа с нас и да уточним времевия период на изработка.

КОНСУЛТИРАНЕ, РАЗРАБОТВАНЕ И ПРОДЖЕКТ МЕНИДЖМЪНТ НА РЕКЛАМНА И МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА

1. Какви резултати получавате?

- *Успешно транслиране на посланието и провеждане на ефективна рекламна и маркетинг кампания на организацията.*
- *Налагане на марката и увеличаване нивото на продажбите и информираността на клиенти, партньори и потенциални потребители;*
- *Повишаване на пазарен дял и завоюване на нови територии от конкурентите.*
- *Изграждане в съзнанието на клиенти, партньори и конкуренти силна интуитивна идентификация за основното послание и мисия на Вашата организация.*

2. Какъв е процесът?

- Проучване на мненията, очакванията и целите за формулиране на стратегията от страна на ръководството на организацията. Информация за потребителските групи, типове клиенти и регионална структура на продажбите от отдел "Маркетинг и продажби". Информация за провеждане на минали рекламни и комуникационни кампании, на структурата на дистрибуцията в страната (чрез анкетна форма, интервю, технологията на "мозъчна атака", анализ на документи, експертни оценки и статистически анализи).
- Провеждане на "фокус-групи" с "твърди" и потенциални клиенти, с клиенти на конкурентни организации и преки потребители (формирани по репрезентативен признак според структурата на продажбите и целевите групи). Провеждане на "фокус-групи" с експерти в продуктовата област и с обществено значими личности на регионално и национално равнище при необходимост.
- При възможност - създаване на полуструктурирано интервю и провеждане чрез социологическа агенция на представително маркетингово проучване в национален мащаб, разкриващо нагласите и оценката от страна на потребителите към проблемите на лекарствената политика и познаваемост на продуктовата структура. Тестване на възможни рекламни сценарии, продукти и послания във формирането на рекламната и комуникационна стратегия.
- Изработване на рекламната и комуникационна стратегия, съдържаща основна цел и подцели, най-малко три рекламни и комуникационни сценария, включващи основно послание с подкрепящи тези, визуализация съдържанието на видео-клип, билборд, рекламни карета и материали в пресата, стикери и брошури, други рекламни продуктови форми индивидуализиращи марката и продуктите в процеса на продажба, аудио-клип.
- Определяне на целевите групи в национален и регионален мащаб, адаптиране на стратегията към местните особености на дистрибуция и потребителски групи. Разработване тактиката на рекламната и комуникационна кампания чрез медия и събитийен план с ценови условия, график и препоръки за ефективност в различните медии, според сезонността и популярността.
- Консултиране и съпровождане производството на рекламните форми. При необходимост вторично тестване чрез локални извадки и "фокус-групи" от клиенти и потребители на внушението и ефективността на различните варианти рекламни продукти.
- Консултиране провеждането на рекламната и комуникационна кампания, обратна връзка за ефективността, препоръки за текущи промени в тактиката и стратегията на кампанията според постигнатите резултати.

- Използване възможностите на Интернет маркетингова форма за оценка на въздействието.
- Мултиплициране ефекта на кампанията, в други области на активност на организацията - провеждане на тренинг-групи за формиране на умения за комуникация “лице-в-лице” с клиентите и потребителите, в синхрон със съдържанието на основното рекламно послание и имидж на организацията.

3. Успешни проекти.

Фирма / Организация	Период	Характеристики на проекта
Шенкер България ЕООД	1999 - 2007*	Изработване и консултиране рекламна и маркетингова концепция на фирмата в България.
ИТА България ЕООД	2001-02*	Изработване и консултиране на маркетинг стратегия и концепция за налагане на нов продукт на пазара, проведени проучвания с целеви клиенти и експерти, фокус групи и индивидуални интервюта.
Търговска лига – национален аптечен център и Чайкафарма АД	2002*	Изработване и консултиране на маркетинг стратегия и концепция за налагане на ново производство и продуктови групи на пазара, проведени проучвания с целеви клиенти и експерти, фокус групи и индивидуални интервюта. Изработване на рекламни сценарии и проджект мениджмънт на изработката на аудио и видео клиповете на кампанията, медия планирането, билборд и печатната реклама. Консултации на дистрибуцията в компанията за синхронизиране с процеса на кампанията.
Меркурий П&П (Габрово) – лидер в областта на производството, продажбите и дистрибуцията на чай, пакетирани подправки и тестени изделия	2001-04*	Изработване и консултиране на маркетинг стратегия и концепция за налагане на ново производство и продуктови групи на пазара, проведени проучвания с целеви клиенти и експерти, фокус групи и индивидуални интервюта. Изработване на рекламни сценарии и проджект мениджмънт на изработката на аудио и видео клиповете на кампанията, медия планирането, билборд и печатната реклама. Консултации на дистрибуцията в компанията за синхронизиране с процеса на кампанията.
ВиК Пловдив	2006-07	Изработване на маркетингова и рекламна политика на компания за формирането на нов публичен образ на водещ воден оператор в ютилити сектора. Провеждане на индивидуални интервюта и фокус групи с вътрешни и външни клиенти на организацията. Изработване и проджект мениджмънт на стратегията чрез медия планиране и други рекламни събития. Консултиране актуализирането на корпоративен уеб сайт.
Електростарт	2007-08	Консултиране на презентационна и маркетингова политика на фирмата по отношение участието на различни панаири и изложения в Европа и Азия. Изработване и проджект мениджмънт на визуалната концепция на мултимедийна презентация на организацията.
Глобал билд ООД	2008	Маркетинг политиката и консултиране на комуникационни умения и изготвяне на презентация пред международни инвеститори в България.

*Проекти реализирани от екипа на Моби2 преди учредяване на организацията

3. Как да стартираме?

- На ваше разположение са различни специалисти с богат практически опит и единственото, което трябва да направите е да изразите Вашето желание за среща с нас за да обсъдим вашите очаквания и цели на тел: 02/ 491 23 54 или на e-mail: consultation@moby2.com
- След провеждането на първоначалната ни среща Вие имате възможността да изберете подходящата за Вас форма на работа с нас и да уточним времевия период на взаимодействие.

ИЗСЛЕДВАНЕ НА УДВОЛЕТВОРНОСТТА НА ВЪТРЕШНИТЕ И ВЪНШНИТЕ КЛИЕНТИ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА

1. Какви резултати получавате?

- *Изключително ясна представа за водещите критерии при избор на доставчик от страна на Вашите настоящи и потенциални клиенти*
- *Степента в която Вашата организация се доближава или отдалечава от изискванията и очакванията на клиентите*
- *Нивото на ползваемост на вашите услуги и продукти спрямо това на конкурентите.*
- *Позитивните и негативните характеристики в обслужването от страна на служителите в организацията и желани мерки за предприемане в бъдеще*

2. Какъв е процесът?

- Предварителна подготовка и изготвяне на инструментариум на изследването. Провеждане на индивидуални интервюта с членовете на продажбения екип и диагностика на вътрешнофирмената култура, стила на управление и основните аспекти на организационната ефективност в работата хората в отдел „Продажби“
- разпределяне на две основни групи от компании предвидени да бъдат включени в изследването според значимостта им в общия обем от работа на фирмата. Провеждане на индивидуални интервюта и асоциативен експеримент с ключовите клиенти на фирмата, интернет анкета с по-малките и спорадично поръчващи клиенти
- изготвяне на аналитичен доклад от изследването и обратна връзка към мениджмънта на компанията и участниците в изследването от отдел „Продажби“. Изводи за практическата дейност с цел повишаване на ефективността в работата по отношение маркетинговата дейност на компанията и препоръки за следващи стъпки относно ефективно управление на организационната промяна.
- Въвеждане на постъпков метод за продажби ориентиран към успешно привличане на нови клиенти, повишаване на лоялността и удовлетвореността на настоящите – обучение на екипа по продажби и другите служители свързани с работа и пряка комуникации с клиентите

3. Успешни проекти.

Фирма / Организация	Период	Характеристики на проекта
Шенкер България ЕООД	2002-03*	Провеждане на индивидуални интервюта, фокус групи и асоциативен експеримент с ключовите клиенти на фирмата, интернет анкета и провеждане на широкомащабно събеседване с различни фирми изложители на Пловдивския панаир. Изготвяне на аналитичен доклад и препоръки за корекция и действие на база изследването към мениджмънта на компанията.
ИТА България ЕООД	2003-04*	Провеждане на индивидуални интервюта, фокус групи и асоциативен експеримент с ключовите клиенти на фирмата. Изготвяне на аналитичен доклад и препоръки за корекция и действие на база изследването към мениджмънта на компанията.
Български спортен тотализатор	2004*	Формиране на фокус групи и оценка на тяхната удовлетвореност и препоръки към "Спортен Тотализатор". Анализ и препоръки за оптимизиране медийната политика на тотализатора
ВиК Пловдив	2007	Фокус групи и анкети с ключови, корпоративни и частни клиенти. Включване в процеса на изследване на клиентското доволство и на инкасаторите, като вътрешни участници в комуникацията с потребителите.
Чайка АД (Варна)	2008	Провеждане на индивидуални интервюта и асоциативен експеримент с ключовите клиенти на фирмата, интернет анкета с по-малките и спорадично поръчващи клиенти. Изготвяне на аналитичен доклад от изследването и обратна връзка към мениджмънта на компанията и участниците в изследването от отдел „Продажби“. Изводи за практическата дейност с цел повишаване на ефективността в работата по отношение маркетинговата дейност на компанията и препоръки за следващи стъпки относно ефективно управление на организационната промяна. Консултиране въвеждането на постъпков метод за продажби ориентиран към успешно привличане на нови клиенти, повишаване на лоялността и удовлетвореността на настоящите
Coca-Cola HBC Bulgaria	2008	Изготвяне на онлайн въпросник за оценка на удовлетвореността от обслужването на вътрешните клиенти и доставчици в организацията.
Дуропак Тракия Папир АД	2009	Изследване и анализ на фирмената комуникация с външните и вътрешните клиенти, тяхното ниво на мотивация и удовлетвореност - провеждане на индивидуални интервюта и асоциативен експеримент с ключовите клиенти на фирмата, интернет анкета с по-малките и спорадично поръчващи клиенти. Изготвяне на аналитичен доклад от изследването и обратна връзка към мениджмънта на компанията и участниците в изследването от отдел „Продажби“. Изводи за практическата дейност с цел повишаване на ефективността в работата по отношение маркетинговата дейност на компанията и препоръки за следващи стъпки относно ефективно управление на организационната промяна. Консултиране на организацията на продажбите ориентирани към успешно привличане на нови клиенти, повишаване на лоялността и удовлетвореността на настоящите.

<p>Дуропак Тракия АД</p>	<p>2011 в процес</p>	<p>Изследване и анализ на фирмената комуникация с външните и вътрешните клиенти, тяхното ниво на мотивация и удовлетвореност - провеждане на индивидуални интервюта и асоциативен експеримент с ключовите клиенти на фирмата, интернет анкета с по-малките и спорадично поръчващи клиенти. Изготвяне на аналитичен доклад от изследването и обратна връзка към мениджмънта на компанията и участниците в изследването от отдел „Продажби“. Изводи за практическата дейност с цел повишаване на ефективността в работата по отношение маркетинговата дейност на компанията и препоръки за следващи стъпки относно ефективно управление на организационната промяна. Консултиране на организацията на продажбите ориентирани към успешно привличане на нови клиенти, повишаване на лоялността и удовлетвореността на настоящите.</p>
---------------------------------	--------------------------	--

*Проекти реализирани от екипа на Моби2 преди учредяване на организацията

3. Как да стартираме?

- На ваше разположение са различни специалисти с богат практически опит и единственото, което трябва да направите е да изразите Вашето желание за среща с нас за да обсъдим вашите очаквания и цели на тел: 02/ 491 23 54 или на e-mail: consultation@moby2.com
- След провеждането на първоначалната ни среща Вие имате възможността да изберете подходящата за Вас форма на работа с нас и да уточним времевия период на взаимодействие.

КОНСУЛТИРАНЕ НА PR СТРАТЕГИЯ И СЪБИТИЯ СВЪРЗАНИ С ПУБЛИЧНИЯ ОБРАЗ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА И МЕНИДЖМЪНТА

1. Какви резултати получавате?

- *Изграждане на доверие към организацията и формиране на позитивен публичен образ чрез подобряване на комуникацията с външната и вътрешната аудитория*
- *Методическа помощ и организация на различни публични събития и значими прояви*
- *Позитивно възприемане от аудиторията на публичния образ на лидера на организацията*
- *Установяване силни работещи контакти с медиите използвайки актуализирана база от данни и различни инструменти за медия планиране*

2. Как протича самият процес?

- Проучване на опита, добрите практики и основните документи регулиращи дейността на организацията по отношение на публичните комуникации.
- Изготвяне на контент анализ на документи и провеждане на интервюта и фокус групи с фактори свързани с дейността на организацията спрямо публичните комуникации – клиенти, партньори и медии.
- Актуализация и консултиране на PR и комуникационната стратегия на организацията на база проведените проучвания. Изготвяне на план за действие.
- Формиране на база данни с представители на медиите и провеждане на предварителни контакти с тях за установяване на трайно и устойчиво сътрудничество.
- Стайлинг и професионална фотосесия с мениджмънта на организацията. Изготвяне на базови материали за press kit и разпространението му сред контактуваните журналисти.
- Обучение на екипа на тема „PR и успешната комуникация с медиите“.
- Текущо консултиране, мониторинг на медийния образ на организацията и консултиране на публичния образ и личен PR на висшия мениджмънт.

3. Успешни проекти?

Фирма / Организация	Период	Характеристики на проекта
Виенски благотворителен бал в София под патронажа на Посланика на Република Австрия в България	2001-05*	Участие в организацията на Виенски благотворителни бал в София от 2001 чрез подготовка на прес материали, организиране на пресконференции и медия мониторинг
COFIMP „Училище за успешен мениджмънт за малкия и среден бизнес“	2005-06*	PR консултиране и организация на заключителния форум в проект на италианската бизнес школа COFIMP, финансиран от Италианското Министерство на Търговията и Регион Емилия-Романия
Транс Експрес ЕООД	2007	Провеждане на различни консултации на мениджмънта по отношение на маркетинг и PR политиката на фирмата в България.
Сдружение за възраждане на Вършец	2007	Провеждане на различни консултации и обучение на мениджмънта по отношение на PR дейностите и формиране на публичен образ пред медиите.
ГИМЕЛ АД	2008	Провеждане на различни консултации и обучение на мениджмънта по отношение на PR дейностите и формиране на публичен образ пред медиите.
Електростарт АД	2008	Участие в организирането и PR консултирането на различни събития на компанията.

*Проекти реализирани от екипа на Моби2 преди учредяване на организацията

3. Как да стартираме?

- На ваше разположение са различни специалисти с богат практически опит и единственото, което трябва да направите е да изразите Вашето желание за среща с нас за да обсъдим вашите очаквания и цели на тел: 02/ 491 23 54 или на e-mail: consultation@moby2.com
- След провеждането на първоначалната ни среща Вие имате възможността да изберете подходящата за Вас форма на работа с нас и да уточним времевия период на взаимодействие.



DUE DILIGENCE **предварително бизнес проучване**

Какво е DUE DILIGENCE?

Due diligence е термин, използван в редица бизнес концепции и включва, както провеждането на проучвания за бизнеса или отделни лица, така и изпълнението на действия с определено ниво на обслужване. То може да бъде законово задължение, но терминът по-скоро се прилага за доброволно проучване. Типичен пример за due diligence (Предварително бизнес проучване) в серия индустрии е процес, чрез който

потенциалният купувач/клиент оценява компанията или нейните активи, с цел придобиване.

Защо в България?

Последните 21 години на преход в България предлагат серия от възможности на хората и бизнеса, да постигнат определени цели в различни области на индустрията, търговията и услугите. Развитието на страната продължава широко след приемането ни в НАТО (март 2004г.) и ЕС (януари 2007). Точно преди Световната икономическа криза през 2008г. България се превърна в символ на добрите инвестиционни възможности при недвижимите имоти в различни региони – най-вече по Черноморското крайбрежие.

От гледна точка на финансовата стабилност, страната разполага с т.нар. „валутен борд“, въведен през 1997, който определя курса на българския лев към еврото, при фиксиран курс на 1.95583лв. за 1 евро. БВП за 2010г. на глава на населението е 4 786.8 евро, което поставя страната на 72-ро място в света по този показател, но е едва 41% от средното ниво за страните от ЕС. Световната Банка в същото време класифицира страната ни като „икономика с доходи над средните нива“. Международният валутен фонд очаква 3% увеличение на БВП за 2011, докато българското правителство дава по-оптимистични прогнози за увеличение от 3.6%.

Какви резултати получавате ?

Причината за прилагане на технологията за предварителното проучване и анализ на клиенти произтича от вече упоменатите по-горе увеличени възможности за бизнес в България, както и желанието на различни международни компании да започнат конкретна работа с някои български компании, или просто да опознаят специфичен пазар в страната, към който проявяват интерес.

Начинът, по който се провежда предварителното бизнес проучване, носи социална отговорност, използвайки цялата възможна информация, за да може цялата процедура да бъде възможно най-прозрачна за нашите клиенти. Начинът, по който нашата компания ще се представи на пазара, използвайки комплексната проверка, е посредством откритата и честна комуникация с клиенти и партньори.

Как протича процесът?

Предварителното бизнес проучване, което предлагаме, е в три насоки:

- Предварителна проверка на компанията (включва анализ на активни български компании във всички региони на страната, с които предстои подписване на договор или друг вид взаимоотношения.)
- Предварителна проверка на пазара (включва анализ на определена пазарна ниша или регион в страната, където е възможно да се правят инвестиции)
- Предварителна проверка на България (включва обща и подробна информация относно законодателство, статистика, официална и неофициална информация за бизнеса и политиката в България, информация за реалните нива на заплатите и рентабилността на различните сектори в страната).

Анализът на компаниите, които ще минат през предварителната проверка, изготвена от нашият екип, ще включва следната информация:

- История на дружеството, акционерите, управляващите и партньорите

- Предмет на дейност и приоритети
- Мениджмънт (структура, опит) и репутацията на компанията.
- Сектор, изисквания на контролиращите органи и екорискове
- Маркетинг и конкуренция
- Стратегия за управление на компанията
- Работа с доставчици и клиенти
- Последни идеи, иновации и факти от компанията
- Рискове и перспективи за бизнеса
- Кредитна история и взаимоотношения с банки
- Анализ на Финансовата информация
- Препоръка

Когато предварителната проверка се провежда в сектор (сегмент от пазара), акцентът се поставя върху развитие, статистика, приходи и перспективи.

Едно проучване на компанията отнема от три до шест седмици. Икономическите предпроектни проучвания изискват от три до осем седмици, в зависимост от сложността на проекта. За да се състави график за работа, е необходимо да се изготви договор и извършване на първоначално плащане (депозит)

В заключение:

На базата на придобития опит при провеждането на финансови проучвания и анализи в различни сектори и компании при български условия, може да отбележим, че нашата предварителна бизнес проверка е на високо професионално ниво, най-вече защото притежаваме различна и отговорна технология, базирана на събиране на информация от първоизточници, посещения при клиенти и анализ на реалната ситуация на пазара и на компаниите. Откритият стил на комуникация, които използваме, ще даде на клиентите и партньорите ни надеждността, която търсят, при провеждането на подобни изследвания.