

Konzultanti Armstrong Competence Consulting pôsobia na poradenskom trhu od roku 1994. Medzi oblasti, ktorým sa venujú, patrí rozvoj organizácií, ich ľudských zdrojov, strategická komunikácia a formovanie identity a kultúry organizácií.



Za vyše 15 rokov poskytli služby klientom z verejného aj súkromného sektora. Od Kancelárie prezidenta SR, Úradu vlády SR, Kancelárie NR SR, cez veľké spoločnosti ako sú Slovenská sporiteľňa, Slovak Telekom, ČSA, Volkswagen, či médiá ako Rádio Twist a Slovenská televízia, až po samosprávne celky ako Bratislava Staré mesto či Bratislava Petržalka.

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

- SLOVAK TELECOM (T-COM)
- SLOVENSKÁ SPORITEĽŇA
- SLOVENSKÁ POISŤOVŇA
- VOLKSWAGEN
- VOLKSWAGEN ELEKTRICKÉ SYSTÉMY
- ČSOB
- ŽSR
- ŽELEZNIČNÁ SPOLOČNOSŤ SLOVENSKO
- MAN SLOVAKIA
- KOFIS LEASING
- TESCO STORES SR
- SLOVAK INTERNATIONAL TABAC
- EUROTEL (T-MOBILE)
- PALMA GROUP
- SLOVENSKÁ TELEVÍZIA
- RÁDIO TWIST
- ÚRAD VLÁDY SR
- NÁRODNÁ RADA SR
- KANCELÁRIA PREZIDENTA SR
- MIÚ BA-STARÉ MESTO
- MIÚ BA-PETRŽALKA

ČESKÁ REPUBLIKA

- ČESKÁ SPOŘITELNA
- ČESKÝ TELECOM
- ČESKÁ POJIŠŤOVNA
- ČESKÁ POŠTA
- JAN BECHER
- KOMERČNÍ BANKA
- REEMTSMA
- TESCO STORES ČR
- HARTMANN RICO
- ŠKODA PLZEŇ
- WINTERTHUR
- ZENTIVA

INÁ MEDZINÁRODNÁ SPOLUPRÁCA

- FINANZIERUNGSGARANTIE - GESELLSCHAFT (FGG)
- AUSTRIA WIRTSCHAFTSSERVICE
- ERSTE BANK AUSTRIA
- ERSTE BANK HUNGARY

Boli to členovia tímu Armstrong Competence Consulting, ktorí ako jedni z prvých implementovali na slovenský a český trh koncept Corporate Identity (CI) firiem, resp. identity miest, regiónov i štátu ako celku. Typické kroky v procese formovania CI sa často riadia nasledovným postupom:

1.
AUDIT CI

Audit firemnej identity – audit značky, korporátnej komunikácie, služieb a vzťahov s klientmi a/alebo verejnosťou

2.
**DEFINOVANIE
CORPORATE
PERSONALITY**

Definovanie základov identity: Vízie, Poslania, Hodnôt

Formulovanie Kódexu/Štandardov (Etického, Zamestnaneckého, Občianskeho)

Definovanie rozvojových stratégií (marketing, organizačný rozvoj, ľudské zdroje, riadiace procesy, služby a vzťahy so zákazníkmi/verejnosťou,...)

Spracovanie komunikačnej stratégie (externej a internej)

3.
**IMPLEMENTAČNÉ
KROKY**

V zmysle definovanej stratégie napr.:

Zmeny v procesoch a štruktúrach organizácie (ale aj v napr. v urbanizme, environmentálnych riešeniach a pod.)

Definovanie a rozvoj kľúčových kompetencií ľudských zdrojov

Marketingové plány a ich realizácia

Definovanie a implementácia nových služieb či produktov

Optimalizácia internej komunikácie (ale aj kultúry organizácie)

Komunikačné kampane voči externým cieľovým skupinám

Prepojenie internej a externej komunikácie

4.
CONTROLLING

Systém nástrojov pre meranie rozvoja firemnej identity a jej cieľových aspektov

Špecificky napríklad zavedenie merania úspešnosti implementácie procesov a štandardov, meranie kvality služieb (interne a externe), prieskumy názorov...

Okrem poradenskej, analytickej a publikačnej činnosti sa konzultanti Armstrong Competence Consulting dlhodobo venujú vzdelávaniu a spolupráci s akademickou obcou ale aj s tretím sektorom. Projekty, ktoré riešia, prekračujú hranice Slovenska. To je jeden z faktorov, ktoré prinášajú nové impulzy pre inovatívne riešenia.

Niektoré zaujímavé projekty – rôznorodosť a inovatívnosť:

V situácii, keď boli vážne narušené vzťahy prvého slovenského prezidenta a vlády, riešili sme strategické kroky, ktoré minimalizovali pre Kanceláriu prezidenta SR negatívne dopady. Súčasne sme poskytovali poradenstvo pri formovaní predstáv o modernej identite Slovenskej republiky.

Vyvinuli sme originálnu metodiku, ktorá meria faktory vedúce zamestnancov k identifikácii s vlastnou organizáciou. Po dlhobojnej aplikácii a na základe dát od desaťtisícov respondentov z firiem aj z organizácii verejnej správy sme získali prekvapujúco silné štatistické potvrdenie súvisu vysokého skóre v tejto metodike (teda vysoká miera identifikácie) a pracovných výkonov tímov.

V čase vstupu spoločnosti Deutsche Telekom do vtedajších Slovenských telekomunikácií sme viedli široký tím expertov a poradenských firiem, ktorý analyzoval východiská a dizajnoval strategické kroky pre skĺbenie identít a kultúr dvoch výrazne odlišných korporácií. Podobne v prípade začlenenia Českej sporiteľne do skupiny ERSTE Bank sme dlhodobo riešili projekt definovania novej firemnej kultúry a jej cieleného formovania v rámci novej Corporate Identity. Okrem iného vyústil projekt do porovnávacjej štúdie identifikácie zamestnancov s bankou v 7 stredoeurópskych krajinách v rámci ERSTE group, v ktorej sme aplikovali originálne metodiky Armstrong Competence Consulting.

V spolupráci s Fakultou sociálnych a ekonomických vied Univerzity Komenského sme zrealizovali dva projekty orientujúce čerstvých absolventov vysokých a stredných škôl v charaktere požiadaviek na identitu manažéra, osobnostné predpoklady a na zručnosti, ktoré s ňou súvisia. Výsledkom boli individualizované rozvojové programy pre viac ako 800 mladých ľudí.

Prečo identita? Prečo Corporate Identity?

Rovnako ako človek aj organizácie majú svoju identitu. Pre človeka je to okrem iného motivácia konať istým konzistentným spôsobom, ktorý mu umožní potvrdzovať si svoju identitu a jej pozitívny obraz vo vlastných očiach (cez akceptáciu okolím...). Pre organizácie je to najpodstatnejšia súčasť ich vonkajšieho obrazu (image) a súčasne základ pre získanie spolupráce členov organizácie, zamestnancov ale tiež externých partnerov a samozrejme aj pre formovanie atraktívneho obrazu v očiach zákazníkov. Anglický pojem „Corporate „ vystihuje tak celofiremný, celoorganizačný aspekt identity, ako aj fenomén niečoho spoločného, čo spája členov organizácie.



Prečo identita mesta/regiónu?

Mesto i región sú subjektmi vzťahov, ale súčasne organizačným celkom a prvkom osobnej identity ľudí, vnímajúcich ich ako svoj domov alebo ako miesto, ku ktorému ich viažu silné emócie. Identitu mesta a regiónu formuje podobne ako identitu jednotlivca špecifická história a typické, jedinečné črty, vnímané a akceptované okolím, ale aj ľuďmi tu žijúcimi. Tieto črty majú pôvod v urbanizme, environmentálnych charakteristikách, sociálnych, etnických a ďalších špecifikách. Je to práve mesto a región so silnou identitou, teda jasne vyprofilovanou, oslovujúcou, ktoré môže očakávať správanie svojich obyvateľov smerujúce k spoločnému prospechu a zveľaďovaniu. Rovnako sa ponúka cez silnú identitu atraktivnosť lokality ako miesta pre rekreáciu či podnikanie.



Kontakt:



Armstrong Competence Consulting
Vansovej 2
811 03 Bratislava
tel: ++421 / 2 / 57 20 60 20
fax: ++421 / 2 / 57 20 60 21
e-mail: office@armstrongcc.sk
www.armstrongcc.sk



Armstrong Competence Consulting
Na Pankráci 1618/30
140 00 Praha 4
tel: ++420 / 2 / 34 63 33 13
fax: ++420 / 2 / 34 63 33 12
e-mail: office@armstrongcc.cz
www.armstrongcc.cz