
SPIS TREŚCI

Przedmowa - Barry Curnow, IM	7
Przedmowa - Rod Hill, CIMA	9
Od Autora	11
Wprowadzenie	13
1. Konsulting jako biznes	19
Ekonomika firmy konsultingowej	20
Zasada 1: Utrzymuj w odpowiedniej proporcji czas pracy, który daje ci bezpośredni dochód	21
Zasada 2: Ostrożnie rozporządzaj czasem, który nie daje Ci honorarium	27
Zasada 3: Panuj nad przepływem gotówki	34
Co te trzy zasady oznaczają w praktyce	36
2. Projekty konsultingowe - ich marketing, sprzedaż i organizacja	41
Wypracowanie pozytywnego nastawienia psychicznego	41
Marketing i proces sprzedaży usług konsultingowych	43
Organizacja projektu konsultingowego	50
3. Zarządzanie projektem konsultingowym	63
Rodzaj projektu	64
Fazy projektu konsultingowego	65
Nadzorowanie projektu konsultingowego	70
Nadzorowanie wykonania projektu	75
Praktyka działań operacyjnych	79
Pytania dotyczące standardów i etyki	83
Po zakończeniu projektu	85
4. Dokonywanie zmiany	87
Różnorodne role konsultanta	90
Uprawnienia konsultanta	93
Reakcja na działania i naciski konsultantów	96
Istota zmiany	97

Przebieg procesu zmiany	102
Techniki towarzyszące zmianie	109
Na koniec słowa otuchy	118
5. Gromadzenie danych i ich analiza	123
Podejmowanie decyzji o tym, jakie dane zbierać	124
Ograniczenia w zbieraniu danych	129
Charakter poszukiwanych danych ma wpływ na metodę zbierania informacji	132
Wybór techniki zbierania danych	137
Porady końcowe	
6. Pisanie raportu	151
Czy raporty są rzeczywiście potrzebne?	152
Pisanie raportów - plan pracy	155
Porządkowanie i hierarchizacja materiałów	156
Pisanie raportu	163
Wykonanie raportu	168
7. Tworzenie prezentacji	173
Ograniczenia mające wpływ na prezentację	175
Przygotowanie prezentacji	180
Próba	190
Wykonanie prezentacji	191
Kiedy jest już po wszystkim	194
8. Przygotowanie i prowadzenie sesji szkoleniowych i warsztatów	199
Tworzenie szczegółowego opisu szkolenia	200
Projektowanie sesji szkoleniowych	201
Udoskonalanie prezentacji szkoleniowych	208
Prowadzenie warsztatów	209
9. Racjonalna perswazja	213
Anatomia racjonalnej perswazji	214
Przygotowania do spotkania perswazyjnego	216
Spotkanie perswazyjne	226
Jak doskonalić swoje umiejętności perswazyjne	230
10. Kariera w konsultingu	235
Kto to jest konsultant?	235
Model biznesu konsultingowego	237
Środowisko, w którym działa firma doradcza	243
Rada na zakończenie	245
Postowie	247

Adnotacje i lektura uzupełniająca	249
Załącznik 1 Kontinuum postępowania konsultanta	253
Załącznik 2 Techniki analizy zmiany	257
Załącznik 3 Techniki gromadzenia wybranych danych i ich analizy	265
Załącznik 4 Pomoce wizualne	283
Załącznik 5 Kodeks Profesjonalnego Postępowania IMC oraz wskazówki etyczne	287