



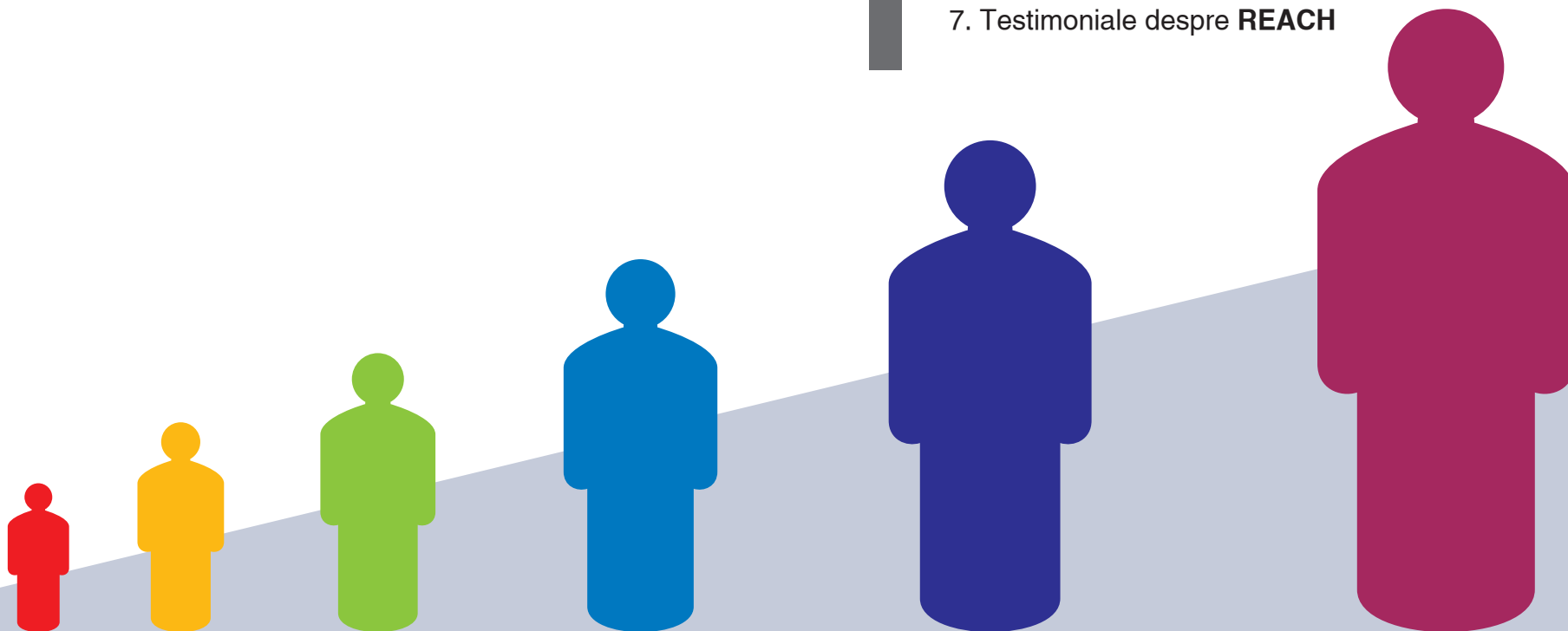
**Cel mai  
dinamic**  
*program de training  
de strategie  
pentru middle si  
top management*



# REACH

Strategic Thinking

1. Despre **REACH**
2. De ce **REACH**?
3. Cui se adreseaza **REACH**?
4. Ce competente sunt adresate?
5. Modelul **REACH** = sase etape succesive
6. Seminarul **REACH**
7. Testimoniale despre **REACH**





# 1. Despre REACH

Programul "REACH – Strategic thinking" este unul dintre cele mai dinamice și complexe programe de training de strategie, utilizat de organizațiile performante din lume, indiferent de profilul industriei de care aparțin.

**REACH** dezvoltă rapid și eficient competențe manageriale esențiale, absolut necesare în pozițiile importante din companie, facilitând totodată crearea unui limbaj comun, a unui mod coerent și consistent de comunicare între lideri și echipa.

Folosit în organizații de succes din întreaga lume, modelul **REACH** ajută membrii echipelor multidisciplinare să se organizeze și să analizeze eficient volume imense de informație, să le structureze logic și să ia cele mai bune decizii de afaceri. Prin **REACH** participanții deprind abilitățile necesare adresării cu maximum de eficiență a problemelor sau a oportunităților din piață. Programul folosește ca vehicul principal studii de caz reale acreditate INSEAD, folosite în formarea și educarea studenților la MBA.





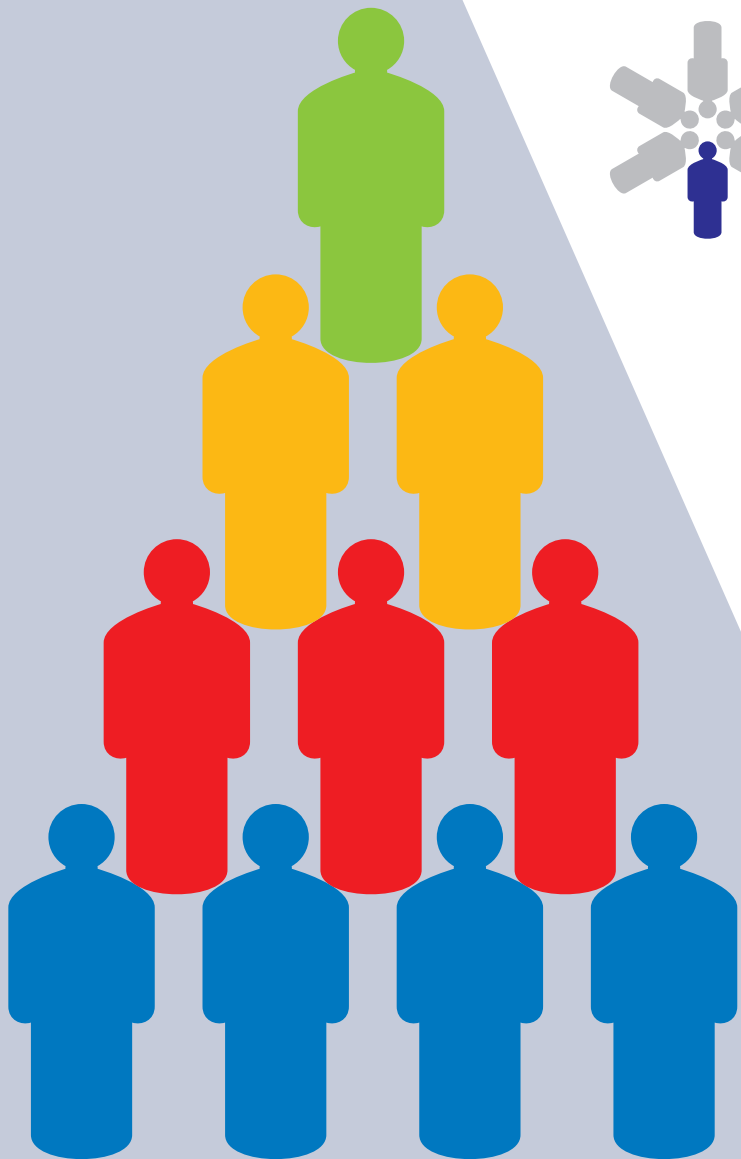
## 2. De ce REACH?

Folosirea modelului **REACH** ii ajuta pe membrii echipei sa:

- dobandeasca o privire de ansamblu corecta asupra situatiilor de piata
- dezvolte creativ si precis strategii castigatoare
- identifice cele mai bune cai de implementare, folosind cei mai potriviti indicatori cheie de performanta
- stabileasca planuri de actiune pragmatice si functionale
- fructifice cunostintele tuturor membrilor echipei
- ajunga la consens
- realizeze un angajament comun

In cadrul procesului, toti participantii la training se dedica unui tel comun; ei folosesc resurse individuale, dar invata sa le valorifice printr-o abordare colectiva si constructiva, punand impreuna pregatirea si expertiza variata a grupului





### 3. Cui se adreseaza REACH?

Programul **REACH** se adreseaza Managerilor de Top si Mijloc din organizatiile medii si mari, dinamice, cu o abordare strategica puternica si o cultura orientata catre promovarea spiritului de echipa.

Beneficiarii **REACH** sunt companiile care urmaresc eficientizarea la maximum a proceselor decizionale si implementarea unui mod de comunicare modern, relevant si eficient.





## 4. Ce competente sunt adresate?

**Viziune strategica:** Sunt anticipate elementele interne si externe, care au impact asupra afacerii.

Sunt abordate probleme complexe, cu implicatii multiple

**Gandirea analitica:** Aduna cu eficienta datele concludente. Sorteaza cu rapiditate elementele relevante de cele irelevante. Extrage esenta dintr-o problema complexa. Foloseste cunostintele de afaceri personale si pe cele ale echipei pentru a rezolva problema.

**Comunicare si influenta:** Stimuleaza comunicarea intr-o maniera simpla, concisa si consistenta. Invita la dezbateri constructive, folosind argumente rationale pentru a convinge. Dezvolta abilitati de prezentare in fata unei audiente.

**Creativitate:** Cazurile solicita originalitate, inovatie, creativitate individuala sau construita in cadrul echipei. Intr-un mediu propice sunt vehiculate idei care stimuleaza schimbarea in bine.

**Gandirea conceptuala:** Stimuleaza modul in care se fac conexiunile intre ideile generate de tipurile de gandire logica, rationala, secventiala si analitica, pe de o parte, si ideile generate de creativitate, intuitie si emotii, pe de alta parte.

**Managementul resurselor:** Volumul mare de informatii, timpul limitat si resursele disponibile disipate creeaza premisele unor provocari mari pe toata durata seminarului, solicitand participantii sa se organizeze si sa actioneze precis si eficient.

**Lucrul in Echipa:** Se impartasesc opinii, pareri, informatii si perspective personale. Se aloc roluri si responsabilitati individuale, care contribuie la succesul echipei. Sunt promovate cooperarea si increderea reciproca drept model preferat de lucru.



## 5. Modelul REACH = sase etape succesive

- 1. Analiza Situatiei** este folosita la identificarea, separarea, sortarea si clarificarea elementelor ce compun descrierea contextului in care se afla si opereaza afacerea la un moment dat. Ea este radiografia situatii prezente, esenta punctelor tari si a celor vulnerabile in raport cu mediul si competitia. Analiza situatii pune accentul pe informatia semnificativa si contextul relevant.
- 2. Stabilirea Obiectivelor** este proiectia in timp, conform viziunii managerului si asteptarilor companiei, a situatii prezente. Unde se doreste sa se ajunga? CE si CAND trebuie realizat? Care sunt elementele cheie pentru stabilirea unui obiectiv „SMART”?
- 3. Determinarea Strategiilor.** La acest pas se determina modul in CARE trebuie actionat pentru atingerea telului propus. Se inoveaza. Se aleg cele mai bune optiuni, se combina cele mai bune solutii, pentru eficienta. Sunt identificate parghiile ce pot fi folosite si care sunt caile de selectie a strategiilor de succes.
- 4. Intocmirea Planului de Actiune.** Participantii stabilesc toate detaliile ce compun un plan de succes: cine este responsabil de plan, cine si ce executa, cu ce resurse, in ce termen, cum se coordoneaza indivizii si echipele.
- 5. Implementarea sau Executia.** Punerea in practica a planului de actiune sau etapa in care lucrurile se intampla cu adevarat. Pe masura implementarii, apar schimbari in mediu si alternative strategice sau operative. Se comunica intens, pentru eficienta operationala
- 6. Urmarirea Indicatorilor de Performanta.** In aceasta etapa trebuie masurate si urmarite rezultatele punerii in practica. Planul de implementare este conform graficului? Ce se intampla in situatii neprevazute?



## 6. Seminarul REACH

Seminarul se desfășoară pe durata a trei zile și îmbină foarte eficient elementele teoretice furnizate de cei doi traineri cu exercitiile practice. Partea practică este dominantă: sunt folosite studii de caz reale și relevante, soluțiile echipelor primesc feedback pe loc, sunt facilitate și încurajate dezbaterile deschise și confruntările de idei. Predomina spiritul competitiv, iar provocările individuale și de grup stimulează puternic creativitatea.

Ținând cont de complexitatea și intensitatea procesului de învățare, modelul **REACH** s-a structurat în câteva elemente distincte.

### Faza preliminară:

- **Selectarea participanților**  
Selectarea participanților în funcție de prioritățile organizației și a nevoilor individuale de dezvoltare. Intocmirea grupelor de lucru pe criterii de expertiză și personalitate. Este nevoie de 18-21 participanți pentru o sesiune de lucru.
- **Asimilarea primului studiu de caz.**  
Cu rolul de a economisi timp, participanții primesc cu circa 20 de zile înainte de seminar un studiu de caz, care trebuie citit și înțeles în profunzime.

### Faza de Lucru:

- Modelele teoretice pentru cei șase pași sunt împlinite cu diferitele faze ale studiilor de caz.
- Au loc sesiuni intense de studiu individual și în echipă.
- Au loc prezentări pe echipe și discuții pe marginea soluțiilor alese, se dau și se primesc feedback.

### Faza de evaluare finală și „visiting executive”

- Are loc prezentarea finală pe echipe, în fața unui board director. Se analizează atât forma, cât și conținutul soluțiilor propuse.
- Un manager de top din cadrul companiei, „visiting executive”, este invitat să asiste și să evalueze împreună cu trainerii performanțele celor trei grupe.
- Se acordă diplome și premii castigatorilor.

La finalul programului, de comun acord cu managementul organizației, pentru o rapidă și corectă asimilare, dar și pentru punerea în practică a metodologiei, se pot stabili teme individuale sau colective, urmate de follow up cu sprijinul și sub îndrumarea trainerilor.







## 7. Testimoniale despre REACH

Companii care au participat la acest program: Rompetrol, Murfatlar, Perno Ricard, Ortopedica, ISS, Lease Plan, Ceva Logistic , Next gen Communication etc.

*„REACH este un excelent instrument pentru orice organizatie care stimuleaza creativitatea si performanta. El se prezinta sub forma unui proces iterativ si logic, care adreseaza intr-un mod foarte eficient atat probleme critice, cat si oportunitatile ivite cu ajutorul solutiilor creative.”*

**Sorin BLAGA**, Marketing Vice President Rompetrol

*“REACH este un program de training interactiv si incitant, un program ce stimuleaza si dezvolta capacitatile individuale de analiza si luare a deciziilor. Mai mult decat atat, REACH incurajeaza gandirea creativa, lucrul in echipa si comunicarea. Acest exercitiu permite participantilor, intr-un mod practic, parcurgerea unor procese extrem de relevante pentru acuratetea si corectitudinea deciziilor de business viitoare. Cred cu tarie ca organizatia noastra a avut numai de castigat dupa parcurgerea acestui program de training.”*

**Laurentiu BORTA**, National Sales Director Pernod Ricard





[www.focusplus.com.ro](http://www.focusplus.com.ro)