

dd değişim dinamikleri yönetim merkezi limited şirketi
Latilokum Sokak No: 16 / B Mecidiyeköy / İstanbul
tel: 0212 272 76 74 - 217 86 47 • fax: 0212 217 86 65 • web: www.dd.com.tr • e-mail: dd@dd.com.tr

Mükemmel hataları ödüllendir, ortalama başarıları cezalandır.
Phil Daniels

HATALAR ÖDÜLENDİRİLMELİ



Çağımızda birçok kavramın yeniden sorgulandığı ve anlam kazandığı, kendini geliştiren, bilgiye ulaşma beceri ve kültürü olan insanların ön plana çıktığı, yeniliklere ayak uyduramayanın varlığını sürdüremediği bir döneme girilmiştir. Ülkemizde de yönetim alanında ve diğer alanlarda birçok kavram yeniden sorgulanarak anlamları üzerinde düşünülmelidir. Ülkemizdeki kurumlarda genellikle yapılan hatalar cezalandırılmaktadır. Oysa ki hata, birşeyler üretmeye çalışan kişilerin karşılaştıkları bir durumdur.

Hata yapan insan, birşeyler yapmak isteyen bu amaçla çalışan ama belirsizlik veya kontrol edilemeyen faktörlerin etkisiyle farklı sonuçlara ulaşan kişidir. Bu ödüllendirilmelidir. Yalnız, ciddiyetsizlik, vurdumduymazlık, ihmalkarlık, dikkatsizlik, kuralsızlık, istismar, laubalilik vb. nedenleri hatadan ayırt etmek gerekmektedir. Bu nedenlerin doğurduğu sonuç, kabul edilemez ve cezalandırılmalıdır. Hatanın tekrarına da hata denmez. Elbette, hatasız sonuç alan en iyi ödüle layıktır.

Hiçbirşey yapmayan ve üretmeyenler hiç hata yapmazlar çünkü hiçbir hedefleri yoktur. Kurumumuzdaki çalışanların üretken olmalarını ve yaratıcılıklarını kullanmalarını istiyorsak, onlara hata yapmaktan korkmamaları gerektiğini hissettirmeliyiz. Ulaşılan sonuçlardaki hatalardan ders alınmalıdır. Kurum olarak plan ve programımızda, hedefimiz mutlaka sıfır hata olmalıdır. Mevcut yapımızı yeniden değerlendirmeli, süreçlerimizi yalınlaştırmalı, sıfır hata kavramını ön planda tutarak çalışmalarımıza buna göre yön vermeliyiz. Yöneticiler de tutumlarını değiştirmeli, çalışanlarına eğitim vermeli ve onları inisiyatif kullanarak, yaptıkları işlere akıl katarak çözümler üretmeye teşvik etmelidirler.

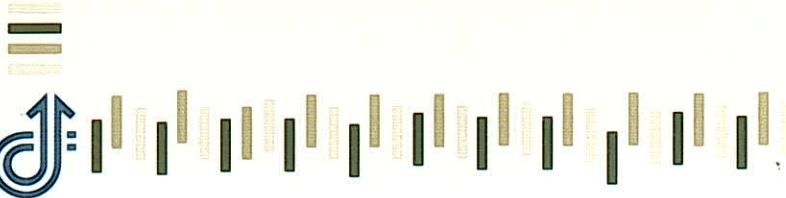
Kurumlar mevcut durumu korumaya çalışmamalıdır. Mükemmel yürüyüş sonsuz ve zorlu bir süreçtir. Mevcut durumu koruma eğilimi bizi gerilere götürecektir. Kurumda ve çalışanlarımızda sürekli daha iyiyi arayış beraberinde hataların yapılması sonucunu da getirecektir. Bu durumda sıfır hata amacına ulaşılması için yapılması gereken, kurumda verimlilik ve etkinlik kavramlarının ön plana çıkarılması ve maliyet ile katkı kavramlarının kullanılarak sürekli gelişimin sağlanmasıdır.

Büyüyen ve verimli bir kurum için, üretmekten, çalışmaktan, hata yapmaktan korkmadan, zaman planlamasını iyi yaparak değişimi yönetebilen bir kurum kültürünü oluşturmak gerekmektedir.

Geliniz, değişime hazırlıklı olalım, hatta proaktif bir yaklaşımla değişimin fırsatlarını değerlendirme ve tehditlerini lehimize dönüştürmeyi başaralım.

Bu ümit ve dileklerle, saygılar sunarım.

Süleyman Erdemir
Genel Müdür / Yönetim Danışmanı



En kötü hata, en iyi merdiveni yanlış duvara dayamaktır.
Donald Rumsfield

Makale: Kalite ve İnsan
Kamuran Dinçsoy

Elvan Gıda Yönetim Geliştirme Projesini Başlattı

Ak Optik Yeni Bir Vizyon Oluşturarak Sektöründe Öncülük Etmeye Hazırlanıyor

İlim Yayma Cemiyeti Yeniden Yapılanma Çalışmalarına Başladı

Eyüp Pierre Loti Tesisleri Sektöründe Yeni Ufuklar Açıyor

Terlikte Yeni Bir Marka; Loris

Yerel Yönetimlerde Farklı Bir Uygulama: Üsküdar Belediyesi

Değişim Dinamikleri 11. kez İş Dünyasını Biraraya Getirdi

Sesli Textil (PTY) Ltd. Çalışanları Eğitimlerine Devam Ediyor.

İnceleme: Yıkıcı Değişim
Harward Business Review

Değişim Dinamikleri Olarak 10.Yılımızı Çırağan Sarayı'nda Düzenlediğimiz Bir Seminerle Kutladık

Genele Açık Seminerler
Çırağan Sarayı'ndaki 2003-2004 Dönemi Seminer Programımızı Sizlerle Belirledik

DD'den Kurunuza Özel Eğitimler



KALİTE VE İNSAN

makale

Yıllardır çeşitli kuruluşlarımız ISO 9000 kalite yönetim sistemleri, toplam kalite çalışmaları gibi konularda faaliyetlerini sürdürüyorlar. Kimisi bu konuda kısa sürede fazla yol kat ediyor, kimisi uzun süren çalışmalar yaptığı halde pek de başarılı olamıyor. Neden ?

Nedir kalite denilen şey ?

O kadar çok tanım yapıldı ki bu konuda. Son olarak da "müşteri beklentisinin karşılanmasıdır" dendi ve tartışmalara büyük ölçüde son verildi. Ancak dikkat edilirse KALİTE kavramı sadece ürün ya da hizmet kalitesi olarak ele alındı bu güne kadar. Yani sonuçta kar odaklı düşünülmüş oldu daima. Müşteriye kalite sunulacak ve onun satın alması sağlanacak, dolayısıyla da kar edilecek.

Peki kim sunacak bu kaliteli ürünü ya da hizmeti ? İnsan. Kaliteden fayda sağlayacak olanlar kim ? Onlar da insan. Kuruluşlardaki sistemleri işletecek olanlar kim ? Yine insan.

Peki insanın kalitesi ne durumda ?

İnsanın kalitesi de nereden çıktı şimdi ? Biz ürün ya da hizmetin kalitesinden söz ediyoruz. Olmadı işte.

İnsan unsurunu göz ardı ettiğimiz sürece kalite olgusundan da söz etmemizin hiçbir anlamı yok. Hiç kimse yaşamadığı ya da hissetmediği kaliteyi yansıtamaz.

O zaman insanın kaliteli yaşaması ya da kaliteyi hissetmesi nasıl olur ?

Kalitenin tanımına ne demişlerdi ? "müşteri beklentisinin karşılanması". Yani ortada bir beklenti var ve onun karşılanması söz konusu. İnsanların beklentileri var mı ? Evet var. Nedir bunlar ?

Dün gece bir televizyon kanalında bu tür bir soru yöneltildi sokaktaki insanlara. İlgili izledim. "Gelecekte beklediğiniz, idealim diyebileceğiniz şeyler nelerdir ?" dendi. Yanıtlar hem beni düşündürdü hem de çok üzdü. İnsanlarımızın gelecek için bekledikleri öylesine mütevazı ve insancaydı ki. Pek çoğu "yaşadığımız şartlarda ne bekleyebiliriz ki, sadece geçimimizi sağlamak, karnımızı doyurabilmek ve çocuklarımızı iyi yetiştirebilmek" dediler. Gençlerin verdikleri yanıtlar ise son derece düşündürücüydü. Onlar "gelecekte, bu ülkede kaldığımız sürece hiçbir şey beklemiyoruz, ancak yurt dışına gidebilirsek beklentilerimiz olabilir" dediler.

Beklentiler konusunda karşımıza çıkan böyle bir tablodan sonra insanımızın kaliteyi yaşamayı ya da hissetmesi konusunda ne söyleyebiliriz ? Kuruluşlarda kaliteli ürünü ya da hizmeti oluşturmasını beklediğimiz insanlar, kendi yaşamlarında bu olguya rastlamıyorlarsa çalıştıkları kuruluşlarda kaliteyi oluşturmak için ne kadar özveri ile çalışırlar acaba ? Kanımca üzerinde durulması gereken en önemli konulardan birisi budur. Kuruluşların, kalite sistemi oluşturma ya da toplam kalite çalışmalarını uygulama kararı aldıklarında ilk yapmaları gereken şey çalışanlarının kalitesini artırmaya yönelik eğitimlere başlamalarıdır. Hem bilgide, hem beceride hem de sosyal davranışlarında kaliteli tutumları sergileyebilen insanların ortaya koyacakları ürün ya da hizmetin de kaliteli olacağı muhakkaktır.

Hadi o halde, hep birlikte eğitimlere...

Kamuran Dinçsoy



Krizler son derece motive edicidir, eğer dibe vurmuşsanız yukarıdan başka bir yeriniz kalmaz.

S.H. Kim



ELVAN GIDA YÖNETİM GELİŞTİRME PROJESİNİ BAŞLATTI

Elvan Gıda olarak 1952 yılından bu yana gıda sektöründe hizmet vermekteyiz. Hemen her kıtadan 70 civarındaki ülke ile yurt içindeki müşteri ve tüketicilerimize çikolata, gofret, marshmallow ve özel çeşitlerimiz ile ulaşmaktayız. Elvan Gıda'nın artan ürün çeşitleri ve pazar payı ile yeni yüzyılda ve sonrasında da varlığını sağlamlaştırarak devam ettirmesini istiyoruz. Bu istek doğrultusunda ihtiyaç duyduğumuz yönetim geliştirme projeleri ile ilgili araştırmalar yaptık ve DD'nin ismine ulaştık. DD ile yaptığımız uzun ve faydalı toplantılar sonrasında kurumsallaşma sürecine birlikte girme kararı aldık. Projemizin her iki kurum için de faydalı olmasını diliyoruz.



Hidayet Kadioğlu
Elvan Gıda
Genel Müdür



AK OPTİK YENİ VİZYONU İLE SEKTÖRÜNDE ÖNCÜLÜK ETMEYE HAZIRLANIYOR

Ak Optik olarak ihtiyacı keskinlikle hissetmeye başladığımız kurumsallaşma çabamızı tepe yönetim ve profesyoneller aracılığı ile yaklaşık 2 yıldır sürdürüyoruz. Ancak aldığımız sonuçlar bizi tatmin etmedi. Yaptığımız değerlendirmede, Yönetim danışmanlığı ve kurumsallaşma alanında uzmanlaşmış bir profesyonel kurum ile çalışmanın bizi hedeflerimize daha hızlı ve etkin bir şekilde taşıyacağı sonucuna ulaştık. Yaptığımız araştırmalar ve görüşmeler sonrasında yönetim danışmanlığı alanında başarılarını 10 yıllık deneyimi ve birikimi ile ispatlamış Değişim Dinamikleri ile uzun soluklu bir proje için işbirliğine karar verdik. Bu birlikteliğin her iki kurum için de hayırlı olmasını dileriz.



Erkan Kızılkaya
Ak Optik
Yönetim Kurulu Başkanı



İLİM YAYMA CEMİYETİ YENİDEN YAPILANMA ÇALIŞMALARINA BAŞLADI

İlim Yayma Cemiyeti 50 yılı aşan mazisi ve gerçekleştirdiği başarılarını, misyonunu koruyan ama imajına uygun bir ıddia ve modern bakış açısıyla kurumsal bir yapıyla artırma kararı aldı. DD ile yaptığımız görüşmeler sonrasında hatta Süleyman Erdemir Bey'in önerisi ve teşvikiyle bu alanda da çalışmalar yapan diğer şirketlerle de görüştük. Tüm bu görüşmelerin ardından ayrıcalığı ve birikimi nedeniyle Değişim Dinamikleri'ni, bizleri en iyi neticeye ulaştıracağına inanarak seçtik. 1 Eylül 2003 tarihinden itibaren çalışmalarımız başlamıştır. Çalışmalarımızın her iki kurum için de hayırlı olmasını dileriz.



Yücel Çelikbilek
İlim Yayma Cemiyeti
Yönetim Kurulu Başkanı



EYÜP PIERRE LOTİ TESİSLERİ TURİZM SEKTÖRÜNDE YENİ UFUKLAR AÇIYOR!

Atalar Turizm olarak İstanbul'un 7 tepesini de seyredebileceğiniz, tarih ve doğa kokan mistik büyüüne hayran kalacağımız, Altın Boynuz manzaralı Eyüp Pierre Loti Tesisleri'ne gönülümüzü kaptırdık. Bu nedenle bir butik otel, restaurant ve cafe'den oluşan tesisimizin ismini tüm dünyaya duyurmak istiyoruz. Bunun için ilk ve en önemli adımı Değişim Dinamikleri ile işbirliği kararıyla attık. Bundan sonra da devam edecek olan işbirliğimizin her iki kurum ve Turizm Sektörü için hayırlı olmasını diliyoruz.



Şenol Ata
Atalar Turizm
Yönetim Kurulu Başkanı

My
LORIS
Gençlik Güzellik

**TERLİKTE
YENİ BİR MARKA;
LORIS**



1968 yılından bu yana ayakkabı ve terlik sektöründe faaliyet gösteren Gezer Ayakkabı, müşterilerinin değişen beklenti ve özelliklerine uygun yeni bir marka yarattı. Loris markası ile yurtiçi ve yurtdışı pazardaki rekabete yeni bir boyut kazandı. Çağdaş ve özgün 2004 koleksiyonu ile müşterilerine farklı alternatifler sunarak, hızlı bir başlangıç yaptı. Yeni marka Loris'in de Gezer Ayakkabı kadar talep edilen bir marka olmasını ve başarısını artan bir çizgide devam ettirmesini diliyoruz.



YEREL YÖNETİMLERDE FARKLI BİR UYGULAMA: ÜSKÜDAR BELEDİYESİ

DD tarafından, Üsküdar Belediyesi'nde 3 yıldır sürdürülen "Yönetim Geliştirme Projesi" başarı ile tamamlandı. Tüm kurum personeline geniş çaplı ve özenli şekilde uygulanan eğitim programının ardından eğitim sertifikaları 08-09-10 Aralık 2003 tarihlerinde Altunizade Kültür Merkezi'nde düzenlenen törenle verildi.

Performans Değerlendirme Sistemi başarı ile uygulandığı kuruma, farklı bir çalışma sistemi ile özgün bir model olarak tüm birimlerde uygulanan, ISO-9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi Kız Kulesinde düzenlenen törenle belgelendirildi. TSE Bölge Müdürü Ahmet Önde ve Üsküdar Belediye Başkanı Yılmaz Bayat törende yaptıkları konuşmalarda müşteri memnuniyeti kavramı ve beklentilerin farklılaşması, kurum kaynaklarının etkin kullanımı konularını vurguladılar.

DEĞİŞİM DİNAMİKLERİ 11. KEZ İŞ DÜNYASINI BİRARAYA GETİRDİ

Değişim Dinamikleri Yönetim Merkezi'nin bu yıl 11.'sini düzenlediği geleneksel iftar yemeğine müteşebbisler, kamu ve özel sektör yöneticileri, oda ve dernek yöneticileri ile akademisyenler ve uzman danışmanlardan oluşan yaklaşık 250 kişi katıldı.

DD iftar programı her yıl olduğu gibi bir iftar yemeğinden öte, iş dünyasının biraraya gelerek bilgi alışverişinde bulunduğu ve sohbet etme fırsatı yakaladıkları bir ortam oldu.

Değişim Dinamikleri Yönetim Merkezi'nin 10 yıllık geçmişinden izler taşıyan barkovizyon gösterisinin ardından müteşebbisler ve yöneticilerin deneyim ve görüşlerini, Uzman/Danışman'ın çözüm önerilerini sunup katılımcılarla paylaştığı gece, aynı zamanda verimli bir iş toplantısı oldu.



**SESLİ TEXTİL (PTY) LTD.
ÇALIŞANLARI EĞİTİMLERİNE
DEVAM EDİYOR**

Sesli Textil (Pty) Ltd.'nin Güney Afrika

çalışanlarına 10 - 11 Ekim 2003 tarihlerinde dd Genel Müdürü Süleyman Erdemir tarafından yönetim, organizasyon, iletişim, motivasyon, stres yönetimi, depo ve stok yönetimi gibi konularda eğitim verildi.

inceleme

YIKICI DEĞİŞİM

Atılsal bir teknoloji sektöründe çalkantı ve yenilikler yaratmaya başladığında; çalışanlarınızı bunu bir tehdit mi ya da şans olarak mı görmeleri için yönlendirmelisiniz?

Yanıt Şaşırtıcı: Her ikisini de yapmalısınız.

Hepimiz yaşamımız boyunca beklenmedik değişimler ile karşı karşıya kalırız. Ve bunlara verdiğimiz yanıt genellikle bu değişimleri nasıl algıladığımızı göre belirlenir. Eğer değişimi bir tehdit olarak görürsek; savunmacı bir reaksiyon gösterme eğilimine girer, kendimizi korumak için acil ve agresif kararlar alırız. Değişimi bir şans olarak gördüğümüzde ise tepkilerimiz genelde daha temkinli ve makul olur. Harekete geçmeyi ertelerek; durumun oluşmasını beklerken kurulumuz düzenimize devam ederiz. İş dünyasının organizasyonlarında da durum bundan farklı değildir. Bir şirket faaliyet gösterdiği pazarda - işi temelden değiştirebilecek - büyük bir değişimle yüz yüze geldiğinde yöneticilerin bu bozulmayı algılama biçimi; bunu organizasyonun geri kalanına nasıl anlattığını, tepkiyi nasıl organize ettiğini ve kaynakları nasıl paylaştığını da etkiler. Yöneticiler eğer bozulmayı bir tehdit olarak görürse; aşırı tepki verme ve çok fazla kaynağı çok hızlı bir biçimde kullanma eğilimi gösterir. Değişimi bir fırsat olarak görmeleri durumunda ise, gelişim için yetersiz kaynakları kullanabilirler. Diğer bir deyişle; yöneticilerin bir bozulmanın bağlamını oluşturmaları yani onu şekillendirmelerinin yolu -uygulayacakları stratejiyi belirler. 1996 yılında Kodak' ta yaşananları ele alalım. O dönemde CEO'su George Fisher; dijital fotoğrafın geliştiğini; hatta Kodak' ın temel faaliyet alanının yerini alabileceğini biliyordu. Kuşkusuz o ve diğer üst düzey yöneticiler; geleneksel müşterileri bu yeni teknolojinin en hızlı uygulamacıları olmayacağı ve kar marjlarının temel faaliyet alanlarından daha düşük olduğunu gördükleri için bu değişimi dikkate almama eğilimindediydi. Bu nedenle, değişime direndiler. Ancak Fisher yine de dijital imaj için agresif bir karar vererek R&D' ye 2 milyar dolardan fazla yatırım yaptı. Fisher ve ekibi yeni teknoloji nedeniyle ortaya çıkan tehdit konusunda öylesine endişeliydi ki bu paranın büyük bölümünü pazarın nasıl gelişeceğini bilmeden kullandı. Hatta acele bir kararla Kodak' ın ortak mağazalarına 10 bin dijital kiosk yerleştirildi. Peki ne oldu? Kısa vadede, yarattıkları bu iş alanı hem geleneksel ortamda, hem de yeni bir pazar bulunmasında başarısız oldu. Sektör dışından gelenler - Hewlett Packard, Canon ve Sony - daha iyi bir iş çıkardı. Bu isimler; ev kullanımına yönelik ürünler yarattı ve süreç açısından bakıldığında depolama ve seçme konusunda yeni bir talep ortaya çıkardı. Bu uygulamalar dijital fotoğrafın gelişimine hız kazandı. Dijital teknolojiyi bir tehdit olarak görmek Kodak' ın, kaynaklarını bu yeni teknolojiye hazır hale getirmesini sağladı; ancak diğer yandan da bu kaynakların kullanımını konusundaki tutarsızlıkları da ortaya çıkardı.

Şimdi daha farklı ancak eşit derecede önem arzeden bir başka öyküye bakalım. 1994 yılında, baskı devri R. R. Donnelly & Sons'ın üst düzey yöneticileri; dijital teknolojinin talepler doğrultusunda hızlı baskı yapılmasına imkan sağlayarak kitap basımı ekonomisini değiştireceğini biliyordu. Bu yüzden; bu fırsatı değerlendirmek için bir birim kurdular. Ancak ne yazık ki, R. R. Donnelly' nin önde gelen müşterileri teknolojiye çok az ilgi gösterdi. Yeni birim beklendiği kadar iyi performans gösteremedi. Temel organizasyona yönelik bir tehdit söz konusu olmadığında, yeni iş alanına olan kararlılığını göstermek zor olduğu için, kurulduktan sadece iki yıl sonra birim kapatıldı.

Kodak ve R. R. Donnelly farklı şekillerde hareket etmiş olmasına karşın, başarısız olmalarının ortak bir nedeni vardı. İki organizasyonda yıkıcı teknolojiyi teklif durumlarla ele almıştı; değişim ya bir tehdit ya da bağımsız bir fırsat olarak görülüyordu. Bu şirketler için olduğu kadar bireyler için de doğal bir tepkidir. Ama genellikle yanlıştır. Tehdidin yarattığı adrenalinin olduğu kadar fırsatların oluşturduğu yaratıcılığı da iyi bir biçimde kullanarak organizasyonel bir bakış açısı kullanılabilecektir. Gözlemediğimiz çoğu başarılı organizasyondaki üst düzey yönetici sadece bunu yapar. Para ve diğer kaynaklar dağıtılırken yıkıcı yeniliklere tehdit muamelesi yapılır. Ancak yeni pazara yönelik -keşif ve tepki verme gibi- zorlu stratejik çalışmalar başladığında değişim fırsatı olarak görülmeye başlanır. Tehdit ve fırsatın birbiriyle rekabet halinde olan çerçevesini yönetmek kolay değildir. Gerçekte bunun; organizasyon yapısında ve yeni iş finanse etme süreçlerinde ayarlamalar yapılmadan mümkün bile olacağını söyleyebiliriz. Ancak yine de başarılabilir.

Harvard Business Review Mayıs 2002
(Clark Gilbert - Joseph L. Bower)



Çırağan Sarayı 2003-2004 Eğitim Programımızı Sizlerle Birlikte Hazırladık

Bildiğiniz üzere 2003-2004 Çırağan Sarayı Seminer Programını yüzlerce kişinin katılımı ve katkısıyla hazırlamıştık. Programın hazırlanmasına katkıda bulunan kişiler arasından yaptığımız kurada aşağıda belirtilen kişiler çeşitli ödüller kazanmıştır.

Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Santana Deri ve Saracıye, Osman Pirci 1 eğitime ücretsiz katılım

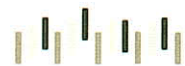
Özge Plastik, Şaban Yavuz 1 eğitime % 60 indirim

Gezer Ayakkabı, Abdülkadir Özarpa 1 eğitime % 60 indirim

Dünya Gazetesi, Kaan Akın 1 eğitime % 40 indirim

Çağ Isıtma Klima, Salih Zeki Acar 1 eğitime % 40 indirim

Kariyer Net, Banu Menqi 1 eğitime % 40 indirim





DEĞİŞİM DİNAMİKLERİ OLARAK 10. YILIMIZI ÇIRAĞAN SARAYI'NDA DÜZENLEDİĞİMİZ BİR SEMİNERLE KUTLADIK

Yönetim Danışmanlığı, Eğitim ve İnsan Kaynakları alanlarında faaliyet gösteren Değişim Dinamikleri, kuruluşunun 10. yılı anısına referans listesindeki kurumların müteşebbis ve yöneticilerine anlamlı bir jest yaparak Çırağan Sarayı'nda ücretsiz seminer düzenledi.

Prof. Dr. Muhittin Karabulut tarafından sunulan "İlişki Pazarlaması : Toplam Müşteri Memnuniyeti ve Marka Bağlılığının Yönetimi" konulu seminere kurumlar Yönetim Kurulu Üyeleri, Genel Müdür, Genel Müdür Yardımcıları ve diğer tepe yöneticileri ile katıldılar.

Müracaatlar arasından kura ile belirlenen katılımcı kurumlar: Asaş Alüminyum, Bahariye Mensucat, Boypaş A.Ş., Cabani Ayakkabı, Çağ Doğalgaz, Çetinkaya Giyim, Çırağan Sarayı, Dünya Gazetesi, Edip İplik, Elvan Gıda, Emin Pastaneleri, Fresh Cake, Gezderi, Gezer Ayakkabı, Hoşver Isı, İETT, İlim Yayma Cemiyeti, İsfalt, İSKİ, İstanbul Gıda, Kültür A.Ş., Kanal 7, Kariyer Net, Kopuz Gıda, Korozo Ambalaj, Koşuyolu Kalp Hastanesi, Mikroçağ, Özge Plastik, Özkartallar İnşaat, Santana Deri, Sesli Tekstil, Sesli Tekstil Pty (Güney Afrika), Söke Değirmencilik, Temel Makine, Türk Böbrek Vakfı, TSE, Türkiye Gazetesi, Üsküdar Belediyesi, Yeni Asya, Yeni Şafak, YKM ve Zaman Gazetesi kendilerini temsilen tepe yöneticilerini göndererek seminere iştirak etmişlerdir. Dolu dolu bütün gün süren seminerde katılımcılar pazarlama bilgi ve birikimlerine yeni ve güzel bir boyut daha kazandırdılar.

"Haziran 1993'te kurulan şirketimiz, bu ay, 10. yılını tamamlayıp 11. yılına girmiş bulunmaktadır. Böyle bir günü, işlevsel bir yöntemle, müşterilerimize katkı sağlayacağını umduğumuz bu semineri ücretsiz sunarak kutlamak istedik. İlgiden çok memnunuz. Tek üzüntümüz, katılımcı listesinde yüzlerce müracaat arasından eleme yaparak oluşturmak zorunda kalmamızdır. İlgili gösteren herkese ve şu ana kadar bize destek veren tüm müşteri ve dostlarımıza teşekkür ederiz.

Hep birlikte, daha başarılı yarınlara ulaşmak dileğimizeyiz. Şu ana kadar kurumumuzdan hizmet alan 420 kurum ve şirkete şükran ve minnetlerimizi arz ederiz.

2004 genele açık (open course) seminer programımızı sizlerle belirledik

11 Mart 2004

Marka Oluşturma ve Marka Yönetimi

Hedef müşterinin satınalma karar sürecinde ilişki parlaması ve müşteri ilişkilerini güvenli hale getirmek, müşteri memnuniyetini sağlamak, marka bağlılığı ve sermayesi yaratmak, gelecek satışları, pazar payını ve karı artırmak, maliyetleri ve müşteri satın alma riskini düşürmek, memnuniyet yönetimi performansının karlılığa etkilerinin önem ve yöntemlerini sunmak suretiyle katılımcıların, hedef müşteriyi güncel kişisel konumu ile kavramalarını sağlamaktır.

08 Nisan 2004

İç Dünyasında MLP

İşletmedeki yönetici ve liderlerin; doruk performansına ulaşmak, içlerindeki potansiyeli kullanabilir kılarak başarıyı düşünen, üreten ve geliştiren olmalarının yanısıra vizyon, misyon ve düşünce, davranış ve becerilerini geliştirmeyi amaçlayan uygulama ağırlıklı çalışmadır.

13 Mayıs 2004

Aile Konseyinin Anayasasının Oluşturulması

Aile Anayasası'nın oluşturulmasına yönelik olarak düzenlenen bu eğitimin amacı, bir Aile Anayasası'nda ele alınması gereken hususların belirtilmesi; anayasayı oluşturmada izlenebilecek yöntemlerin aktarılması ve üzerinde durulması gereken konuların altının çizilmesi, tüm aile üyelerinin uymaları gereken kuralların yürütülmesi esnasında düzenleyici ve yönlendirici ilkelerin saptanması mümkün olur. Sonuç itibarıyla, Aile Anayasası ile şirketin kurumsallaşma düzeyinin yükseltilmesindeki temel göstergelerden biridir.

17 Haziran 2004

Benchmarking

Rakiplerinizin önünde misiniz yoksa geriden mi takip ediyorsunuz? Pazar payınızın satışlarınıza etkisini görmek. Pazar Araştırması, Pazar Analizi ve Benchmarking yöntemlerini kullanarak Pazardaki payınızı görmek.

08 Temmuz 2004

Pazarlama Stratejileri Ve Uluslararası Pazarlama

Global pazarlar içinde ürün ve marka sunumlarının hergün artması ve teknolojik değişimle birlikte tüketici tercihlerinin sürekli değişim göstermesi karşısında, firmaların kit kaynaklarını etkin rekabet kavramı üzerinde yoğunlaştırmaları hayati bir önem kazanmıştır. Bu seminerde rekabetin bütün şiddetiyle yaşandığı günümüzde, işletmelerin rakiplerine göre farklılaşarak, politika ve strateji geliştirebilmeleri için gerekli bilgi ve uygulamalar üzerinde durulacaktır.

yer : Çırağan Sarayı
saat : 09.30 - 17.30
katılım bedeli : • Bir günlük seminerler 300 USD + KDV • İki günlük seminerler 450 USD + KDV
indirim : Aynı seminere, aynı kurumdan 1 kişiden fazla katılım durumunda %5, üç kişiden fazla katılımda %10, bu sayı 5 kişiyi aşarsa %15, 10 kişiyi aşarsa %20 indirim uygulanır.
kayıt için : Telefon, fax veya e-mail ile başvurmanız ve seminer ücretini banka hesap numaralarımızdan birisine yatırmanız yeterli olacaktır. Kayıtlar başvuru sırasına göre yapılır.
iptaller : Seminerlerden üç gün önce saat 17.00 'ye kadar yapılan iptallerde ücret iadesi veya başka bir eğitime kayıt hakkı sağlanabilir.

En önemli şeyler, asla en önemsizlerin insafına bırakılmamalı.

Goethe

dd'den Kurumuza Özel Eğitimler

Değişim Dinamikleri, 10 yılı aşkın deneyimi, birikimi ve 200'ü aşkın uzman danışmanıya, konjktürünüze, vizyon ve hedeflerinize uygun size özel eğitimler düzenliyor. Sizler de belirlenmiş ya da belirlenmesini istediğiniz konularda Değişim Dinamikleri ile irtibata geçebilirsiniz.

fax: 0212 217 86 65

web: www.dd.com.tr

e-mail: dd@dd.com.tr