Collège / LOGO: - **IPLME**

NOM COMPLET: - **ALLURI PRASHANTH**

ANNÉE D'ÉTUDE: - **2017-2018**

SPÉCIALITÉ:-

LE TITRE DE VOTRE DOSSIER: - **JOURNEY OF A MANAGER**

# PAGE DE CONTEXTE

Le travail qui me intéresse est d'être un gestionnaire en raison des points suivants.

Être en mesure d'être gestionnaire, il

Fournit référence historique en définissant des procédures de conservation, la protection, la récupération, le transfert et l'élimination des dossiers.

Maintient l'efficacité du bureau par la planification et la mise en œuvre des systèmes de bureau, mises en page, et l'achat d'équipement.

Dessins et met en œuvre des politiques de bureau en établissant des normes et procédures; la mesure des résultats par rapport aux normes; faire les ajustements nécessaires.

Remplit les exigences opérationnelles de la planification et l'affectation des employés; le suivi des résultats des travaux.

Garde la direction au courant en examinant et en analysant les rapports spéciaux; résumant l'information; l'identification des tendances.

Maintient le personnel de bureau par le recrutement, la sélection, l'orientation et la formation des employés.

Tient à jour les résultats d'emploi du personnel de bureau par le coaching, le conseil et les employés disciplinant; la planification, le suivi et l'évaluation des résultats d'emploi.

Tient à jour les connaissances professionnelles et techniques en participant à des ateliers éducatifs; revue des publications professionnelles; l'établissement de réseaux personnels; participer à des sociétés professionnelles.

Réalise les objectifs financiers en préparant un budget annuel; dépenses d'ordonnancement; en analysant les écarts; initier des actions correctives.

# PROBLÈMES

La direction a sa part des avantages et des récompenses. Les gestionnaires sont généralement en meilleure position pour influencer et diriger le changement. Dans la plupart des organisations, étant un gestionnaire signifie un meilleur package de rémunération et ne pas avoir à s'asseoir dans une cabine. Plus important encore, il n'y a rien comme la satisfaction d'aider une personne ou une équipe à atteindre leurs objectifs et performer à leur meilleur.

Cependant, il y a un prix à payer pour le statut et les récompenses supplémentaires et des avantages.

Être un gestionnaire signifie que vous avez également faire face à laquestions difficilesqui peut vous faire perdre le sommeil. les problèmes principaux rencontrés par un gestionnaire sont

### Faire face à un problème de rendement des employés

### Congédier un employé

### Prendre la décision d'embauche droit

### Faire quelque chose ou incorrect Unethical

### Faire face à votre patron

### Conflits d'équipe

### Les conflits par les pairs

### Avoir à apprendre quelque chose de nouveau

### Perdre un haut potentiel des employés

### Burnout

# LES APPROCHES POSSIBLES POUR LES PROJETS EFFECTUER

La clé du succès pour nous est de développer une boîte à outils souple d'approches et d'utiliser celui qui correspond le mieux à la situation.

### collaboration

Avec l'approche de collaboration, vous travaillez avec la personne (s) de développer une solution gagnant-gagnant. Cette approche est appropriée lorsque:

* La situation est pas urgente
* Une décision doit être prise d'urgence
* La question est triviale à toutes les parties concernées

### La compétition

Avec une approche concurrentielle, la personne en conflit prend une position ferme. Ils sont en concurrence avec l'autre pour le pouvoir, et ils gagnent généralement (à moins qu'ils sont contre quelqu'un d'autre qui est en compétition).

### compromettre

Avec l'approche compromettante, chaque personne dans le conflit abandonne quelque chose qui contribue à la résolution des conflits.

### Accommodant

Le style accueillant est l'un des conflits les plus passifs styles de résolution.

Avec ce style, l'une des personnes donne jusqu'à ce qu'ils veulent pour que l'autre personne peut avoir ce qu'ils veulent. En général, ce style est pas très efficace, mais il convient dans certains scénarios.

### Éviter

La dernière approche est d'éviter tout conflit. Les personnes qui utilisent ce style ont tendance à accepter des décisions sans question, éviter la confrontation, et déléguer des décisions difficiles et les tâches. Éviter est une autre approche passive qui est généralement pas efficace, mais il a ses utilisations.

# DÉVELOPPEMENT (COURT, MID, LONG - TERME)

Les propriétaires d'entreprises élaborent des plans pour atteindre leurs objectifs généraux, et ils trouvent généralement utile pour séparer la planification en phases. Cela vous permet de suivre des améliorations immédiates tout en évaluant les progrès vers les objectifs et les cibles éventuelles. Les délais différents du processus de planification mettent l'accent sur les aspects sensibles au temps de la structure de l'entreprise et l'environnement. Vous pouvez différencier la planification basée sur les délais des intrants et les résultats attendus.

## Caractéristiques de planification

De nombreuses entreprises développent la planification stratégique dans un cadre à court terme, à moyen terme et à long terme. À court terme implique généralement des processus qui donnent des résultats dans un an. Les sociétés visent des plans à moyen terme à des résultats qui prennent plusieurs années à réaliser. Les plans à long terme comprennent les objectifs généraux de la société a mis en quatre ou cinq ans dans le futur et sont généralement basées sur la réalisation des objectifs à moyen terme. La planification de cette façon vous aide à accomplir des tâches à court terme tout en gardant des objectifs à plus long terme à l'esprit.

## Court terme

La planification à court terme se penche sur les caractéristiques de l'entreprise dans le présent et élabore des stratégies pour les améliorer. Les exemples sont les compétences des employés et de leurs attitudes. Pour répondre à ces questions, vous mettez en place des solutions à court terme pour résoudre les problèmes. cours de formation du personnel, l'entretien des équipements et des solutions de qualité sont des solutions à court terme. Ces solutions ont préparé le terrain pour résoudre les problèmes de façon plus globale à plus long terme.

## Moyen terme

La planification à moyen terme applique des solutions permanentes aux problèmes à court terme. Si des cours de formation pour les employés ont résolu des problèmes à court terme, les entreprises programment des programmes de formation à moyen terme. En cas de problèmes de qualité, la réponse à moyen terme est de réviser et de renforcer le programme de contrôle de la qualité de l'entreprise. Lorsqu'une réponse à court terme à l'échec de l'équipement est de réparer la machine, une solution à moyen terme est d'organiser un contrat de service. La planification à moyen terme met en œuvre des politiques et des procédures pour faire en sorte que les problèmes à court terme ne se reproduisent pas.

## Long terme

À long terme, les entreprises veulent résoudre les problèmes de façon permanente et d'atteindre leurs objectifs globaux. La planification à long terme réagit à la situation concurrentielle de l'entreprise dans son environnement social, économique et politique et développe des stratégies d'adaptation et d'influencer sa position pour atteindre les objectifs à long terme. Il examine les dépenses en immobilisations importantes telles que l'achat d'équipement et des installations, et met en œuvre des politiques et des procédures qui forme pour correspondre aux idées de la haute direction du profil de l'entreprise. Quand à court terme et la planification à moyen terme est réussie, la planification à long terme se fonde sur les réalisations de préserver les réalisations et assurer le progrès continu.

**Maintenant vient la façon de nous présenter pour l'industrie**

Si vous ne l'avez pas été présenté à tout le monde déjà, ne pas avoir peur de demander à votre superviseur s'il est prêt à vous présenter à des gens que vous allez travailler. Vous pouvez l'aborder avec désinvolture, pour ne pas paraître exigeant ou bouleversé. Il suffit de dire: «J'ai commencé à avoir une idée de qui travaille ici et que je vais travailler avec, mais je suis encore un peu clair. Pensez que vous auriez 10 minutes environ pour une série de présentations ce matin? »

**Dans un lieu de travail occasionnel, vous devrez peut-être vous présenter.**Si votre superviseur est inaccessible, utilisez votre bon sens (ou demandez autour) de savoir qui vous sera probablement l'interface avec et ensuite vous présenter en personne si possible. Si vous travaillez dans une petite entreprise, il devrait être relativement facile à comprendre qui vous collaborerez avec au jour le jour.

Une fois que vous avez établi que beaucoup, assurez-vous de vous présenter en personne, et être aussi convivial et aussi attachante que possible. Votre introduction peut être simple: vous devriez, bien sûr, votre nom et le rôle que vous prenez sur. Il peut également être utile de partager une friandise de votre expérience (comme où vous avez travaillé et ce que vous avez fait là-bas) afin que vos collègues puissent avoir une idée de votre point de vue et les processus.

**Lorsque vous rencontrez quelqu'un, envoyez un courriel de suivi.**Bien que vous ne devez suivre avec chaque individu, une fois que vous êtes présenté aux personnes qui vous allez travailler en étroite collaboration, il est toujours une bonne idée d'envoyer le long d'une note.

Il ne doit pas être compliqué:

« Salut Susan, c'était super de vous rencontrer aujourd'hui! Merci pour les informations de base que vous avez fournies.

Je me réjouis de travailler avec vous à l'avenir et ne s'il vous plaît pas hésiter à atteindre si vous pouvez penser à autre chose qui serait utile pour moi ou si vous avez des questions « .

# MARKETING ET LOGISTIQUE

**Voici quelques petites choses qui fonctionnent vraiment quand il s'agit de la construction de vos connexions:**

**1. Suivez la règle du « faveur ».**

En ce qui concerne la vente sociale, il est aussi simple que cela: si vous n'êtes pas prêt à faire une faveur pour quelqu'un, alors vous devriez réfléchir à deux fois la connexion avec la personne sur LinkedIn - vous devez être au moins assez confortable pour lui présenter ou elle à un collègue, ou donner à la personne une recommandation.

**2. Établir des liens en temps opportun.**

Vous permet de respect des délais de poursuivre une discussion - et la construction d'une relation - sans une accalmie.

De plus, obtenir cette connexion et en cours d'exécution donne tôt votre prospect contexte plus large pour qui vous êtes et ce que vous êtes sur le point pendant que vous êtes toujours en tête. Donc, assurez-vous que votre contenu est en cours et votre profil est écrit avec les prospects et clients à l'esprit et non pas comme un curriculum vitae

**3. Adapter la demande de connexion à la personne.**

Vous voulez vous démarquer? Il n'y a pas de meilleure façon de faire une bonne impression que personnalisant vos demandes de connexion et de faire disparaître les messages en boîte.

Afficher un peu de personnalité, ajouter un peu de contexte sur votre interaction et la transparence au sujet de votre objectif. Cet acte simple, il sera clair que vous êtes sérieux et honnête et que vous voulez dire aussi des affaires.

**4. Obtenir une introduction.**

Qu'est-ce qui se passe quand vous voulez vous connecter avec un décideur à l'une de vos sociétés de perspective mais n'ont pas eu l'occasion de rencontrer? Résister à la tentation d'envoyer une demande de connexion.

Au lieu de cela, tirer parti de votre réseau pour voir si vous connaissez quelqu'un en commun, puis demander une introduction. Une introduction chaude est toujours mieux reçu qu'un appel à froid, ce qui est là la force de votre réseau est très pratique.

Si vous avez pris soin de cultiver votre réseau, vous avez une communauté prête à se porter garant de votre stature dans l'industrie.

**5. Envoyez un courrier.**

Si vous ne disposez pas d'une connexion en commun, mais vous voulez vraiment tendre la main à quelqu'un, Mails offrir une approche plus douce.

Dans les ventes - et dans les affaires en général - votre réseau de contacts est tout. Votre réseau est le fondement de vos efforts de vente sociale, alors soyez stratégiques sur lesquels vous vous connectez et pourquoi.

Si vous prenez le temps de le faire correctement, il versera une manière que vous ne vous attendiez.

**Stratégie de marketing dans la logistique: - les stratégies que je préférais**

**Planification**

Avant de commencer votre travail de marketing de la logistique, il est nécessaire de faire un plan. À partir d'un emploi sans planification n'apportera pas les résultats escomptés

Tout d'abord, définir les objectifs de votre entreprise de logistique avec des investissements marketing logistique. Apprenez à connaître où votre entreprise est aujourd'hui et où vous le souhaitez obtenir. La planification est le point clé pour comprendre le chemin qui doit être parcouru pour atteindre les objectifs que vous définissez sur votre plan.

**Recherche**

Après avoir défini les objectifs que votre entreprise logistique veulent atteindre, il est nécessaire à la recherche sur votre auditoire. Sachez qui est votre public, quels sont les comportements de ces consommateurs ont et où ils recherchent des informations sur votre marché. Cette étape est cruciale dans votre stratégie de marketing de la logistique de l'entreprise.

**Définition de canaux de communication**

La prochaine étape dans la création de stratégies de marketing pour votre entreprise de logistique est la définition des canaux par lesquels vous communiquer. Maintenant que vous connaissez votre auditoire et savoir où ils sont présents, vous devez également être présents sur les mêmes canaux.

**Définition des lignes de communication**

Chaque canal nécessite une ligne de communication spécifique. Certains acceptent le contenu plus robuste, d'autres limitent la taille du texte et pour chaque canal, il y a une ligne de communication qui est le plus approprié pour cela. Vous devez garder votre attention sur elle.

A partir du moment où vous savez que votre public, et les canaux par lesquels vous communiquerez avec eux, il devient plus facile de définir cette communication.

Le point clé est ici: Parlez votre langue d'audience. Les stratégies de marketing logistique devraient être toutes basées sur le public que vous voulez atteindre, toujours.

**Analyse compétitive**

Faire une analyse de vos concurrents sur le marché de la logistique est essentiel de comprendre comment les autres entreprises de logistique sont eux-mêmes communicants. De cette façon, vous pouvez comprendre quelles stratégies de marketing travaillent sur ce marché du travail, et qui ont besoin d'amélioration.

En analysant vos positions des concurrents, votre entreprise de logistique peut définir des stratégies pour offrir quelque chose de différent et novateur, ce qui n'est pas offert par d'autres sociétés dans le même domaine que le vôtre.

# rapport rapide et une question sur votre avenir.

Eh bien, pour être un gestionnaire dont nous avons besoin pour atteindre tous nos objectifs moyen terme à court terme et à long terme, y compris les formations et tous les points et les concepts expliquions ci-dessus et nous devons accroître nos réseaux de communication et de nous présenter de façon professionnelle pour acquérir des positions plus élevées dans une carrière.

**La question et la solution à mon avenir**

**Je ne vais pas me prendre trop au sérieux.**  
Les longs conducteurs terme du changement ne sont pas les actions des individus, mais l'effet collectif des tendances sociales, de l'évolution des institutions et des incitations, des changements dans les attitudes, les changements progressifs de la technologie et des changements progressifs dans les systèmes. Aucun d'entre nous est indispensable. Je ferai de mon mieux pour apporter une contribution positive, mais je en fin de compte je ne suis pas si important que cela et aussi je bâtirai une vision partagée, d'habiliter les autres à livrer.