



Управление стейкхолдерами проекта Антивирусы

СИРАНУШ ТЕПАНЯН

МЕНЕДЖЕР IT ПРОЕКТОВ ENAZA

Поставщики антивирусов



Команда проекта Антивирусы

- Разработчик и
- Маркетинг
- Аналитика
- Финансы
- Юристы

Enaza

Руководство Enaza

Менеджеры
Enaza

Операторы



Кейс: ESET - недолюбленный партнер

Эр-Телеком запускает акцию

- ✓ Большая абонентская база для обработки
- ✓ Предпочтение продуктам Лаборатории Касперского

ESET : Я тоже так хочу!

- *А дайте нам конфиденциальную статистику по Касперскому!*
- *А давайте мы тоже будем участвовать в этой акции, поговорите с Эр-Телекомом!*
- *Мы отказываемся продавать свои продукты на одном лендинге наряду с продуктами Касперского! Запускайте для нас отдельную акцию!*
- *Измените маркетинговый план и бюджет!*



Решение

- Закладывать ресурсы на подобные внезапные «хотелки» ESET
- Просто выслушать «расстроившегося» ребенка, даже если он «орет»
- Личная встреча
- Ежегодное планирование активностей, повышающих довольство и лояльность партнера, плюшки, бонусы
- Подход «мы на вашей стороне»



Проблемы с ТОПами

- Руководство «отжимает» деньги из проекта
- Всегда есть возможность получить «быстрые» деньги, но нужно ли это?
- У менеджера стоит задача: максимизировать чистую прибыль в течение года
- Если бы на этом этапе деньги были инвестированы в маркетинг, через 2 года прибыль была бы в разы больше плановой



Конфликт интересов –
нужны своевременные инвестиции

Проектная команда недовольна!

Парни, Эр-Телеком, как всегда, хочет непонятно что и релиз уже завтра!

ТЗ нет, надо им помочь.

Без внятного ТЗ - результат ХЗ



Рекомендации и

- Изучите взаимосвязи между всеми заинтересованными сторонами
- Составьте карту рисков
- Не ленитесь выяснять истинные мотивы
- Поддерживайте хорошие отношения с коллегами
- Разбитый шарик? Это опыт!
- Высыпайтесь, это важно

Спасибо за внимание!