

Понятие о социальном мотивационном поле.

Самое эффективное управление – незаметное для управляемых

Социальное мотивационное поле – это правила, условия и нормы, которые побуждают человека двигаться к тем или иным целям.

Социальное мотивационное поле может быть сконфигурировано таким образом, чтобы управляемые хотели двигаться в направлении, нужном управленцу.



Социальное мотивационное поле может быть сконфигурировано.
Примеры конфигураторов:

- Деньги. Люди, которые создают деньги, вбрасывают их в социум. Остальные люди хотят заработать деньги, чтобы потратить их и затем снова нуждаются в деньгах.
- Любая система наград и поощрений (например, система школьных оценок или золотая медаль выпускника).
- Есть более сложные и тонкие версии конфигураторов: конфигуратор хорошего семьянина, конфигуратор успешного человека и т.д.



Продолжая идею рефлексивного управления, можно сказать, что:

- Любая добровольная деятельность подразумевает, что человек находится в некоем мотивационном поле, которое сконфигурировано кем-то другим или самим человеком.
- Целью рефлексивного управления является рефлексивное продвижение участников ситуации до уровня, на котором они сами начинают конфигурировать социальное мотивационное поле, в котором бытийствуют.
- Если Вы рассмотрите историю Ваших собственных мотивов в нашей маркетинговой игре (с первого дня до третьего), Вы поймете конфигурацию социального мотивационного поля, в котором оказались, приехав на игру.



Несмотря на то, что история мотивов у каждого индивидуальна, можно выделить некоторые общие этапы:

1. Мотив понять, во что же мы играем, стремление вникнуть в суть задач и проявить свои профессиональные способности и таланты (самореализация, творческое самовыражение).
2. Мотив командной работы и обеспечения успеха команде. Мотив решить поставленную задачу наиболее красивым способом. **То есть мотив второго дня – успешная командная работа.**
3. Мотив найти отклик у аудитории, вступить с ней в контакт, тем самым наглядно продемонстрировать работоспособность маркетинговых и рекламных решений, поскольку они создают в аудитории игроков социальное мотивационное поле с требуемыми для успеха бизнеса спонсора характеристиками. **То есть мотив третьего дня – создание мотивационного поля для себя и других игроков. В третий день игра полностью вышла в самоуправление.**



www.socium.com.ua
shokhov@socium.com.ua
shokhov@gmail.com

+38(048)7020016
+38(068)2521212
+38(093)1840333

Увеличение маркетинговой эффективности компании с помощью рефлексивных игр

Александр Шохов



Socium

www.socium.com.ua
shokhov@socium.com.ua
shokhov@gmail.com

+38(048)7020016
+38(068)2521212
+38(093)1840333

Дадим основные определения

- Маркетинг
- Маркетинговая эффективность
- Рефлексия
- Рефлексивная игра



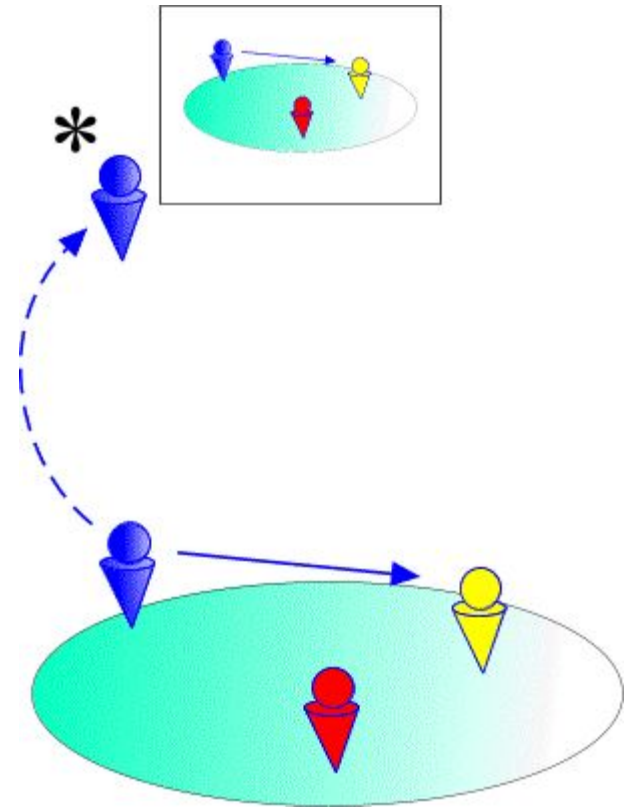
Маркетинг

- Маркетинг – это влияние замкнутой системы (компания) на открытую систему (рынок)
- Маркетинговая эффективность – это эффективное влияние компании на рынок, в идеале – управление состоянием рынка.



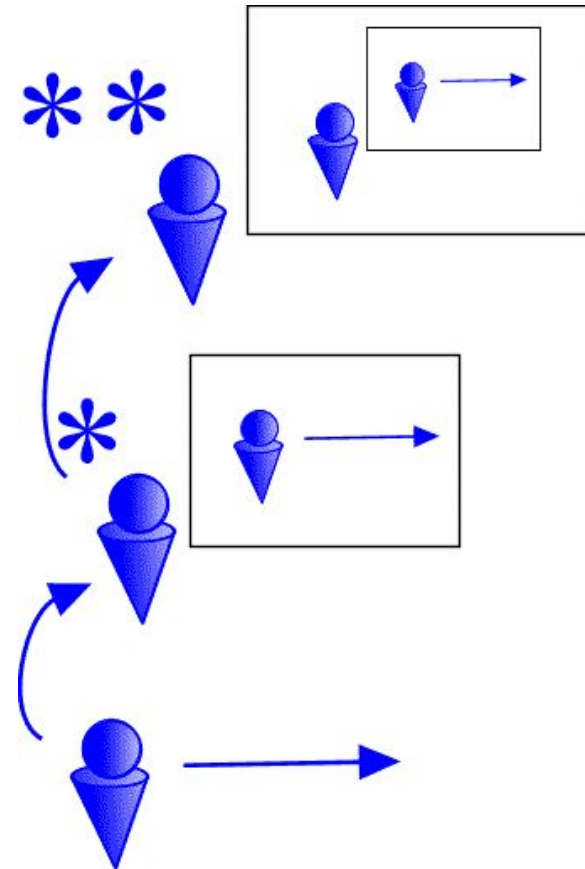
Рефлексия

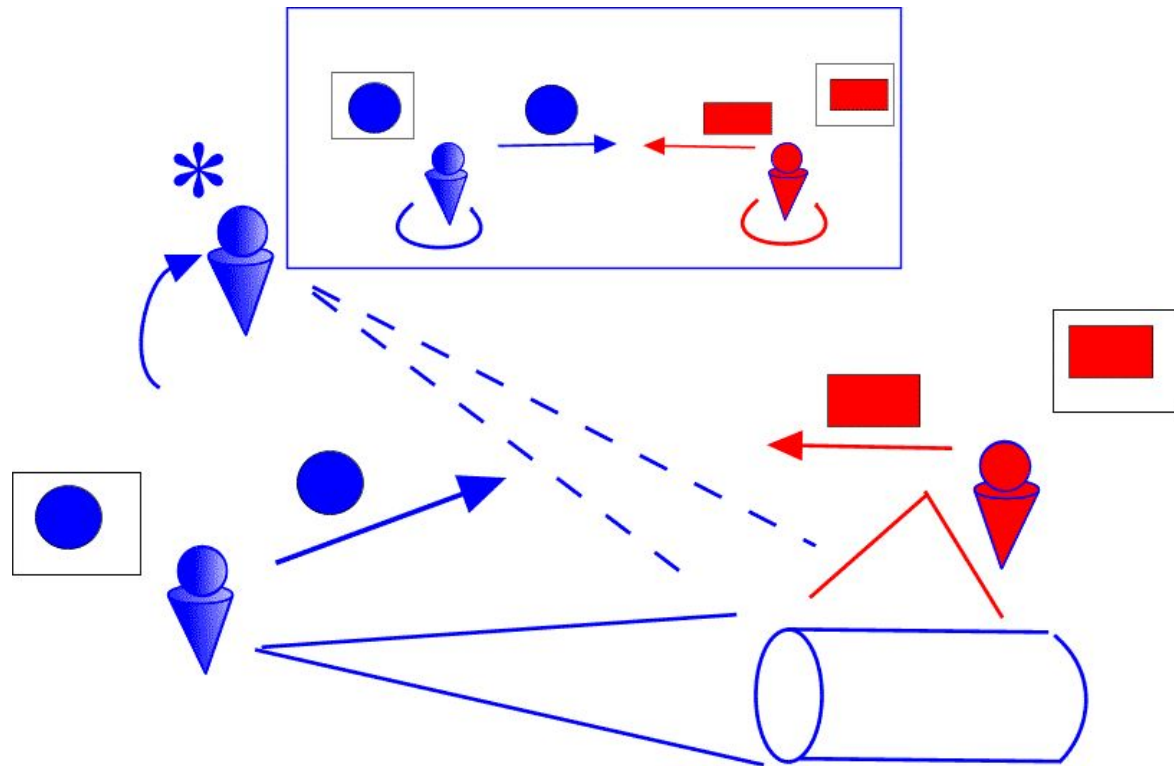
Рефлексия – это состояние субъекта деятельности, в котором он видит себя и других участников коммуникации как бы со стороны.





Рефлексия может быть многоуровневой. Парадокс рефлексивного ускользания состоит в том, что сам человек никогда не может адекватно изобразить свое рефлексивное состояние «здесь и сейчас».



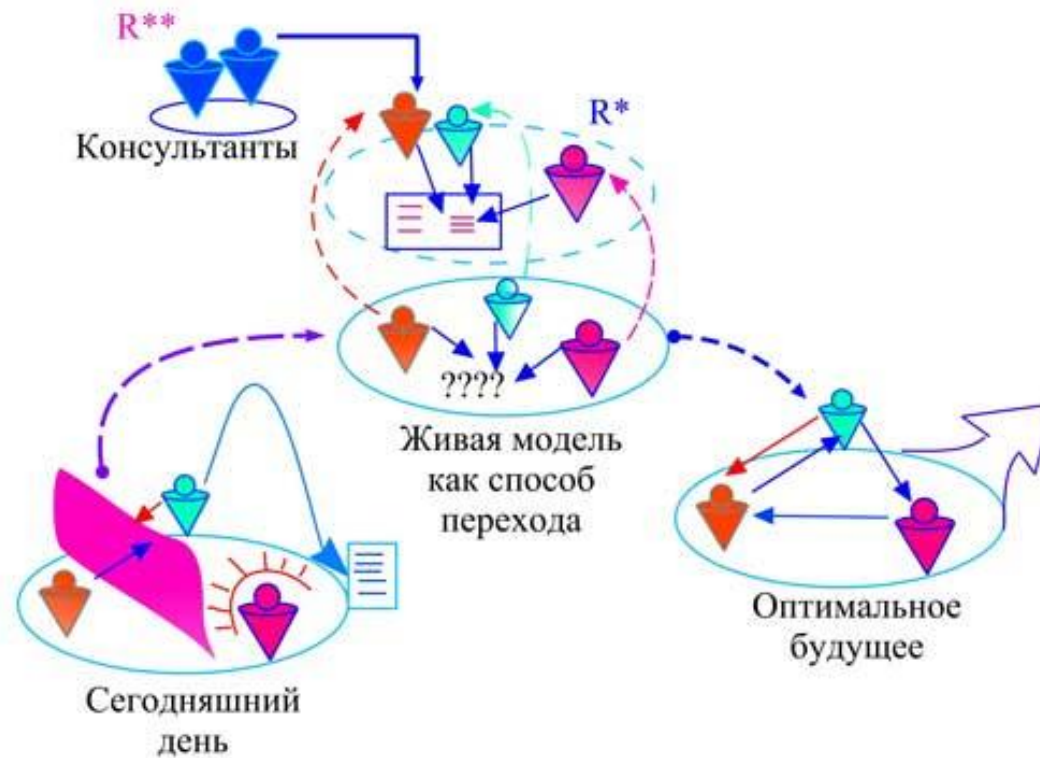


Преимущества рефлексивной позиции. Идея рефлексивного управления.
Цилиндр может быть виден как круг или как прямоугольник, в зависимости от позиции наблюдателя.
Рефлексирующий видит картину в целом.



Идея рефлексивной игры

- Рефлексивная игра – это процесс управляемой коллективной коммуникации, в котором происходит рефлексивное восхождение участников игры.
- Моделирующий эффект игры (коммуникация моделирует деятельность)
- Коллективное проектирование будущего
- Рефлексивная игра может быть управленческой, маркетинговой, игрой на внедрение проекта и даже философской – это определяется темой и составом участников.



Моделирование будущего. Моделируется множество вариантов развития, выбирается наиболее оптимальный. Разрушаются ложные и фиктивные варианты.



Результаты рефлексивной игры

- Командоформирование
- Ускорение информационных потоков, скорости принятия решений.
- Оптимальное распределение обязанностей, полномочий, ответственности, материальных стимулов.
- Рост уровня взаимопонимания, освоение норм деловой коммуникации
- Система управления изменяется наиболее естественным для данной социальной системы способом.
- Эффективность коллективной деятельности растет.
- Внедрение от моделированных в игре проектов начинается сразу же после завершения игры.



Когда нужна рефлексивная игра

- Когда компания находится перед очередным шагом развития (изменение системы управления компании, открытие новых бизнес-направлений и т.п.)
- Когда происходят слияния, поглощения, реструктуризации и т.п.
- Когда требуется организовать внедрение большого, сложного проекта с участием значительного числа разнопрофильных специалистов, говорящих на разных профессиональных языках



Socium

www.socium.com.ua
shokhov@socium.com.ua
shokhov@gmail.com

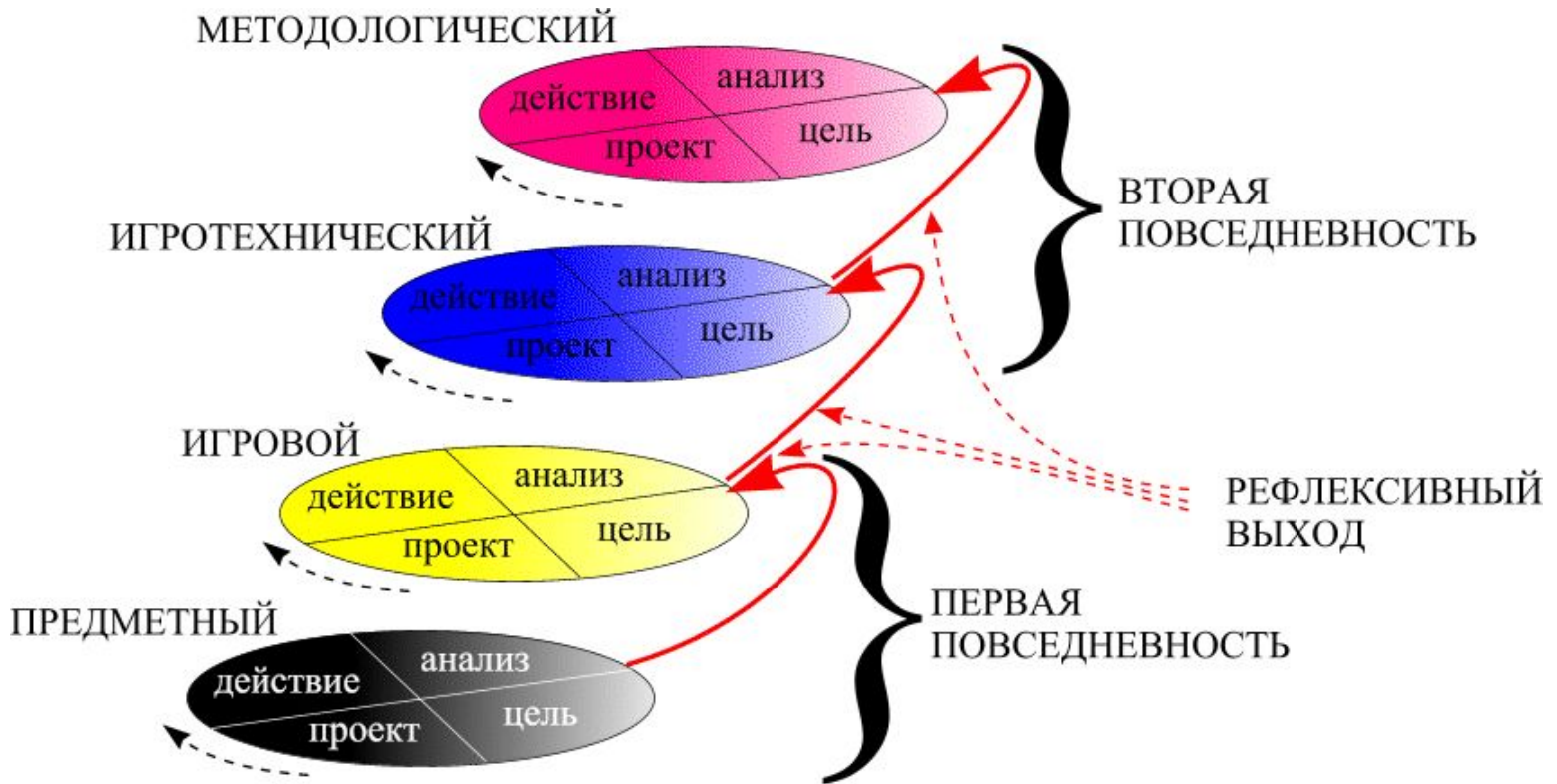
+38(048)7020016
+38(068)2521212
+38(093)1840333

Логика игрового процесса

- Изменение рефлексивных состояний игроков
- Изменение качества коллективной коммуникации



Полная схема уровней рефлексивной игры





Socium

www.socium.com.ua
shokhov@socium.com.ua
shokhov@gmail.com

+38(048)7020016
+38(068)2521212
+38(093)1840333

Подробнее о рефлексивных технологиях можно прочесть

На сайте Александра Шохова
www.socium.com.ua

В книге Александра Шохова «Сознание.
Инструкция пользователя»

А также на многочисленных сайтах,
посвященных рефлексивной
методологии



www.socium.com.ua
shokhov@socium.com.ua
shokhov@gmail.com

+38(048)7020016
+38(068)2521212
+38(093)1840333

Спасибо за внимание!

Александр Шохов

www.socium.com.ua

shokhov@gmail.com

8(048)7020016

8(068)2521212

ICQ 211377637