

## **Компьютерное бизнес-моделирование | Управление банком в условиях конкурентной среды** (симуляционное компьютерное моделирование – модель SIMBank)

Тренинг подготовлен на базе методик и разработок компании CESIM (Финляндия), ведущей подобное обучение руководящих работников всемирно известных фирм – Литовский национальный коммерческий банк, Нокия, Сонера, Жилетт и др. и проходит в форме симуляционного компьютерного моделирования, являющейся самым эффективным способом передачи опыта работы компании в рынке.

### **Главная цель и задача тренинга**

- увеличение прибыльности современного банковского бизнеса, ориентированного на потребителя формирование у участников тренинга представлений об инструментарии управленческой деятельности.

### **В ходе тренинга участники получают уникальную возможность:**

- понять «общую картину» банковского бизнеса;
- развить способности к пониманию и эффективному управлению факторами, стоящими после решения проблемы увеличения прибыльности банка;
- усовершенствовать навыки по принятию стратегических, среднесрочных и оперативных бизнес-решений;
- научиться как выгодно использовать сегментацию рынка клиентов в процессе принятия решений;
- практиковать различные способы привлечения и удерживания клиентов в процессе принятия решений;
- понять как рискованные и макроэкономические факторы влияют на процесс принятия решений и прибыльность банка;
- «проиграть» вероятные варианты поведения на рынке и наглядно увидеть их результат;
- опробовать различные модели своих действий;
- развить опыт командной работы;
- изучить потенциал способностей того или иного специалиста работать в рыночных условиях;
- поучиться на собственных ошибках, чего руководители и менеджеры не могут позволить себе в реальной жизни.

**Модель SIMBank применима к большинству компаний финансового и банковского сектора включает услуги по предоставлению кредитов и привлечению депозитов, предлагаемые на 3 сегментах:**

- Крупные компании;
- Средний и малый бизнес;
- Частные клиенты.

**Сегменты отличаются друг от друга следующими характеристиками:**

- Риск;
- Размер;
- Потенциальный рост.

Ориентация на клиентов как конечных потребителей банковских услуг имеет первостепенное значение в работе финансовых институтов. Забота о потребителе – один из важнейших факторов, влияющих на имидж и репутацию компании, ее стоимость и ценность услуг. Сохранение основной массы клиентов и привлечение новых имеет огромное влияние на спрос; более того, в условиях быстроразвивающейся конкурентной среды необходимо понимать изменения в нуждах и потребностях потребителей.

**Форма тренинга:**

- Все участники делятся на команды по 4-5 человек.
- Каждый из проходящих подготовку получает в управление виртуальный банк полного цикла на 4-5 смоделированных на компьютере условных периодов (лет).
- В ходе тренинга участники принимают решения по стратегии поведения компании на рынке, приоритетам развития, инвестициям, комплексу маркетинга и т.д.
- В итоге участники получают результаты деятельности компании и их детальный анализ.

Многие ведущие зарубежные компании давно признали, что ошибки лучше совершать на виртуальных моделях, чем в реальной практике, избегая, таким образом, значительных финансовых потерь.

**Продолжительность тренинг-семинара – 24 часа (3 дня по 8 часов)**

Посмотреть другие [бизнес тренинги и семинары](#)