

مروری بر

گزارش عملکرد سالانه

شرکت مشاوره مدیریت ایلیا - ۱۴۰۲



شهریور ۱۴۰۳

ILIA&

شرکت مشاوره مدیریت ایلیا: ایران، تهران، سال ۱۴۰۳
این کتیبه توسط تیم شرکت ایلیا در ایران تهیه گردیده است و لذا کلیه حقوق این کتیبه متعلق به شرکت ایلیا می‌باشد و استفاده از چهارچوب، محتوا و طراحی آن بدون کسب مجوز از این شرکت، خلاف قوانین تجاری جمهوری اسلامی ایران می‌باشد.



که گر چه پنج به جان می رسد امید و است

(سعدی)

سخت‌کوش همدل

نظام‌مند

همراه

حرفه‌ای

یاری‌گر

رشد

فرهنگ سازمانی غنی

پرتلاش

پرهیجان

کاشتن بذر امید و تلاش در دل سازمان‌ها

مشاوره مدیریت، کاشتن بذر امید و تلاش برای رویش آن در دل سازمان‌ها است. گاهی زمینی مستعد و حاصل‌خیز پیش روی شماست و گاهی سنگلاخ و سخت. شاید همین واقعیت است که رویکردها و ابزارها را متفاوت می‌کند ولی آنچه همواره ثابت است، اصالت امید و تلاش برای رویش است.

ایلیا مفتخر است که بر این مدار حرکت کرده و در طول عمر ۱۶ ساله خود، همواره بر تلاش موثر تاکید کرده است. درس‌آموخته‌های این تلاش، چراغ راهی بوده است برای آن‌که رویکردها کامل، فرآیندها اصلاح و نتایج پایدار گردد تا شاهد مجموعه کاملی از خدمات مشاوره مدیریت در سطحی متفاوت باشیم.

آنچه در ادامه می‌آید، مروری بر دستاوردهای خانواده بزرگ ایلیا در سال ۱۴۰۲ است. به سهم خویش قدردان تکتک اعضای این خانواده پرتلاش هستیم و مراتب احترام خود را صمیمانه به تمامی سازمان‌هایی که فرصت همکاری را در اختیار ایلیا قرار دادند تقدیم می‌کنیم.

بر این باوریم که در انتهای این مسیر، باید بتوانیم صادقانه و با صدای رسا بگوییم که: «من آنچه در توان داشتم برای کشورم انجام داده‌ام.» امید آن‌که این‌گونه باشد.



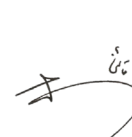
قباد حق‌محمدی
شریک و عضو هیئت‌مدیره



غلام‌حسین محمدی
شریک و عضو هیئت‌مدیره



سید محمود عبادی
شریک و عضو هیئت‌مدیره



عماد قاضی
مدیرعامل،
شریک و عضو هیئت‌مدیره



سید حسین نبوی
بنیان‌گذار،
شریک و رئیس هیئت‌مدیره

سرمقاله مشاوره مدیریت، صنعت چندبرابری

صفحه ۰۸

بخش اول مقدمه‌ای بر گزارش

صفحه ۱۴

چشم‌انداز، ارزش‌ها و مأموریت
در گذر تاریخ

بخش دوم ۱۴۰۲ در یک نگاه

صفحه ۱۸

آمار سال ۱۴۰۲ به روایت ایلپا
آمار ایلپا و ایلیایی‌ها
گستره اثرگذاری ایلپا به تفکیک صنایع مختلف
ری‌برندینگ ایلپا
گستره خدمات
مروری بر دوره‌های کارآموزی

بخش سوم بازطراحی یک سازمان پیشرو

صفحه ۲۷

سازماندهی مجدد ساختار، مرزشکنی بر لبه ۱۵ سال تجربه و آینده‌محوری
زمین بازی جدید

بخش چهارم رویکرد ایلپا در تألیف گزارش‌ها

صفحه ۳۱

شماره سوم گزارش مدیران عامل
گزارش‌های صنعت‌سنج
گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی (CSR)

بخش پنجم در مسیر چابکی سازمانی

صفحه ۳۸

تحول چابکی در سازمان‌ها: لایه‌ها و گام‌های موثر

بخش ششم توسعه بین‌المللی

صفحه ۴۱

مسیر توسعه
آمار و ارقام پروژه‌های بین‌المللی
داستان پروژه‌های بین‌المللی

سر مقاله

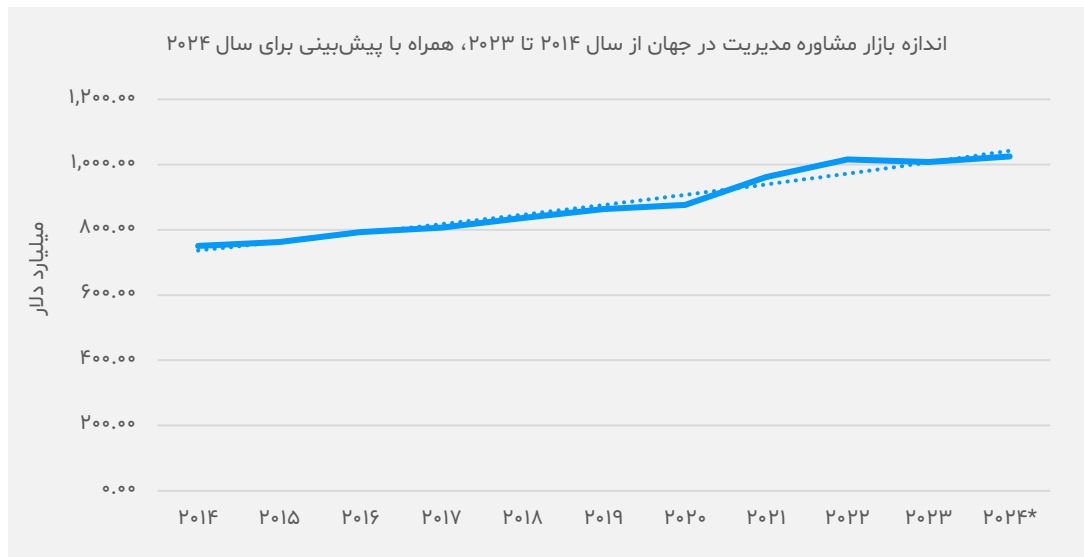
مشاوره مدیریت، صنعت چندبرابری

مشاوره مدیریت، صنعت چندبرابری

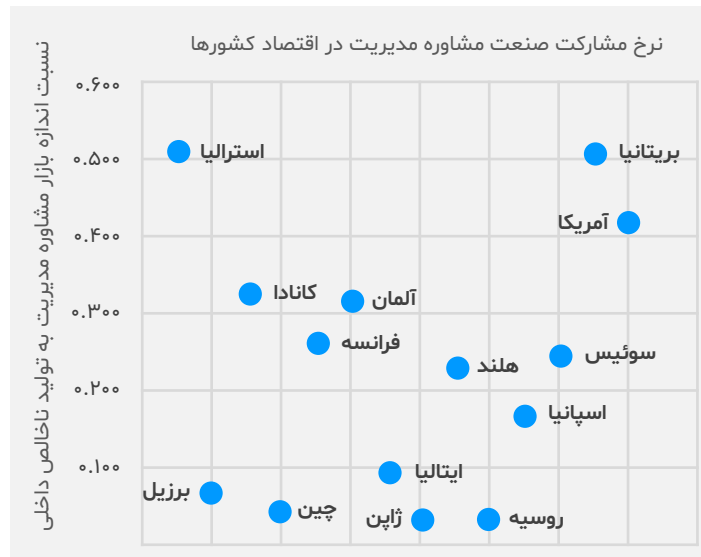
صنعت مشاوره مدیریت به عنوان یکی از ستون‌های حیاتی برای بهبود عملکرد کسب‌وکارها و تقویت رشد اقتصادی در جهان، جایگاه برجسته‌ای را به خود اختصاص داده است. این صنعت با ارائه راهکارهای استراتژیک و عملی به شرکت‌ها و سازمان‌ها، نقشی کلیدی در افزایش بهره‌وری و دستیابی به اهداف اقتصادی ایفا می‌کند. طی سال‌های اخیر، رشد مداوم این صنعت نشان‌دهنده اهمیت بی‌بدیل و نقش محوری آن در اقتصاد جهانی است، به گونه‌ای که می‌توان گفت مشاوران مدیریت همانند معمارانی هستند که با نقشه‌های هوشمندانه خود، ساختارهای موفقیت‌آمیز اقتصادی را بنا

می‌نهند و مسیرهای نوین و کارآمدی را برای توسعه و پیشرفت ترسیم می‌کنند. بازار جهانی مشاوره مدیریت به طور پیوسته در حال رشد است. نمودار اندازه بازار این صنعت در بازه زمانی ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ نشان می‌دهد که رشد بازار از ۷۵۰/۶۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ به بیش از ۱۰۲۴/۸۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴ پیش‌بینی شده است. این روند افزایشی گویای تقاضای رو به رشد و اهمیت فزاینده مشاوره مدیریت در سراسر جهان است. با توجه به این آمارها، می‌توان مشاهده کرد که سازمان‌ها و شرکت‌ها بیش‌ازپیش به دنبال بهره‌گیری از خدمات مشاوره مدیریت

برای بهبود عملکرد و دستیابی به اهداف اقتصادی خود هستند. صنعت مشاوره مدیریت، به عنوان معمار راهکارهای استراتژیک و عملیاتی، با رشد پیوسته و تقاضای فزاینده، نقشی حیاتی در بهبود عملکرد کسب‌وکارها و تقویت رشد اقتصادی جهانی ایفا می‌کند.



علاوه بر رشد بازار جهانی، سهم مشاوره مدیریت در تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورهای مختلف نیز تفاوت‌های قابل توجهی دارد. بررسی‌های جهانی نشان می‌دهد که میزان استفاده از خدمات مشاوره مدیریت در کشورهای مختلف گوناگون است. به عنوان مثال، سهم مشاوره مدیریت در اقتصاد (اندازه بازار مشاوره مدیریت بر تولید ناخالص داخلی) بریتانیا و استرالیا به حدود ۵/۰ درصد می‌رسد که این مقدار بالاترین نرخ در میان کشورهای مورد بررسی از جمله کشورهای بسیار پیشرفته مانند ایالات متحده آمریکا و ژاپن است.



این تفاوت‌ها تصادفی نیستند، بلکه با بررسی عمیق‌تر مطالعات صورت گرفته در جهان، نرخ اثرگذاری مشاوره مدیریت در اقتصاد کشورها، نشأت گرفته از ویژگی‌های منحصربه‌فرد ساختار حکمرانی و جامعه‌شناختی هر کشور است.

اولین عامل، شاخص فردگرایی - جمع‌گرایی هافستد (IDV) است که نمایانگر میزان ارتباطات اجتماعی در جوامع است. در جوامع فردگرا، روابط معمولاً محدود و متمرکزتر است، در حالی که جوامع جمع‌گرا از روابط مستحکم‌تری بهره‌مند هستند. داده‌ها نشان می‌دهد که در جوامع با فردگرایی بالا، مشاوره مدیریت نقشی برجسته‌تر و فعال‌تر دارد.

عامل دیگر، شاخص آزادی اقتصادی (IEF) با ارزیابی دوازده فاکتور مختلف است، که میزان آزادی اقتصادی کشورها را سنجیده و فرصت‌ها و محیط مساعد برای رشد کسب‌وکارها را نشان می‌دهد. همچنین، شاخص توسعه دولت الکترونیک (EGDI) که توسط سازمان ملل متحد ارائه شده نیز، میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در تبادل دانش و همکاری‌های فنی را بررسی می‌کند. نمرات بالاتر در این شاخص نشان‌دهنده وجود فرآیندهای پیشرفته دولت الکترونیک و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین است.

شاخص خلاقیت جهانی (GCI) نیز کشورها را بر اساس خلاقیت، فناوری، استعداد و تاب‌آوری رتبه‌بندی می‌کند. نمرات بالاتر در این شاخص نشان‌دهنده سطح بالای خلاقیت ملی و توانمندی در نوآوری‌های اقتصادی و تکنولوژیکی است. در سوی دیگر، شاخص ادراک فساد (CPI) کشورها را بر

اساس سطح ادراک فساد رتبه‌بندی می‌کند.

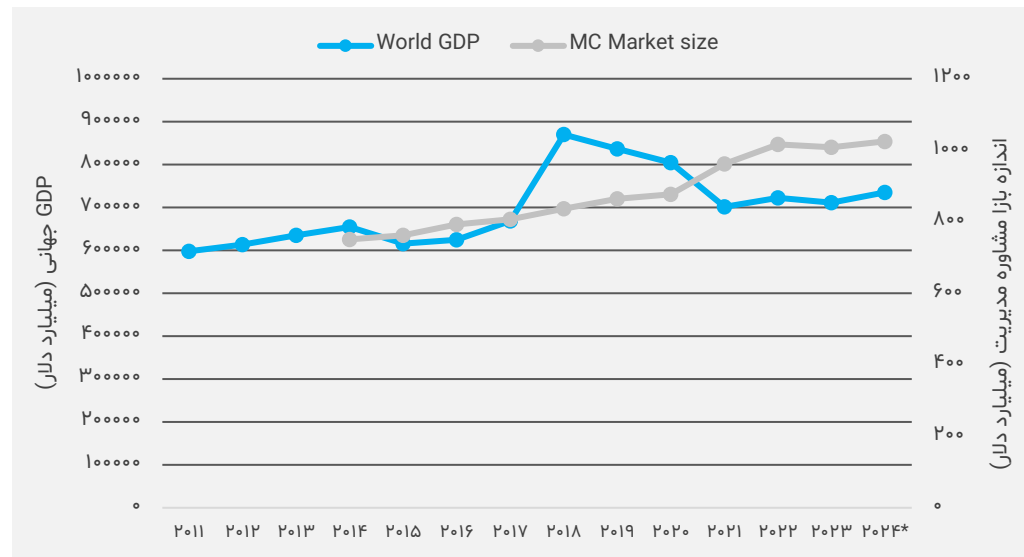
این شاخص‌ها که اجزای تشکیل دهنده شاخص CRI یا میزان آمادگی مشاوره مدیریت می‌باشند، همان ویژگی‌های منحصربه‌فردی هستند که هرکدام به نوعی بر توسعه صنعت مشاوره مدیریت کشورها اثر دارند. به عنوان مثال، کشورهایی که دارای اقتصادهای بزرگ، سیاست‌های حمایتی، فرهنگ نوآورانه، سازمان‌های پیچیده و نیروی کار متخصص هستند، صنعت مشاوره مدیریت پررونق‌تری دارند.

صنعت مشاوره مدیریت همانند یک کاتالیزور در فرآیند رشد اقتصادی عمل می‌کند و با ارائه راهکارهای نوآورانه و عملیاتی،

توسعه و پیشرفت را برای کشورها هموار می‌سازد.

سرمایه‌گذاری در حوزه مشاوره مدیریت به‌طور قابل توجهی با رشد اقتصادی کشورها مرتبط است. بر اساس تحلیل‌های انجام‌شده، همبستگی میان رشد اقتصادی و سرمایه‌گذاری در خدمات مشاوره مدیریت به گونه‌ای است که افزایش یک واحد (یک میلیارد دلار) در بازار جهانی خدمات مشاوره مدیریت به طور میانگین منجر به افزایش ۱۳۹ واحد (میلیارد دلار) در تولید ناخالص داخلی (GDP)

جهانی می‌شود. این رقم به وضوح اهمیت خدمات مشاوره مدیریت را برای اقتصاد کشورها نمایان می‌کند. به عبارت دیگر، هرچه شرکت‌ها بیشتر از خدمات مشاوره مدیریت استفاده کنند، اقتصاد آن‌ها نیز از رشد بیشتری برخوردار خواهد شد. رشد نمودار تولید ناخالص داخلی جهانی (GDP) نیز نشان می‌دهد که GDP جهانی از ۵۹۷۸۶۲/۵۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۱ به بیش از ۷۳۵۰۱۵/۱۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴ پیش‌بینی شده است. این افزایش، روند صعودی اقتصادی جهانی را به تصویر می‌کشد که در آن مشاوره مدیریت نقشی حیاتی ایفا می‌کند.



اندازه بازار مشاوره مدیریت در ایران، با استفاده از شاخص آمادگی مشاوره مدیریت (CRI)، تقریباً حدود ۲۰۷ میلیون دلار معادل حدود ۱۲ همت برآورد می‌شود که سهم تقریبی ۰.۰۵ درصدی از تولید ناخالص داخلی ایران دارد که یک دهم کشورهای توسعه‌یافته با شاخص‌های مشابه خود است. اما پرسش اساسی این است که آیا مشاوره مدیریت در ایران توانسته است ارزش قابل توجه چندبرابری ایجاد کند؟

هرچند اندازه بازار مشاوره مدیریت در ایران در مقایسه با سایر کشورها نسبتاً کوچک است، اما این صنعت در ایران با توجه به پتانسیل‌های فراوان رشد و شرایط فعلی کشور می‌تواند به یکی از موتورهای پیش‌راند اقتصادی تبدیل شود. بهبود عوامل کلیدی نظیر افزایش استاندارد خدمات مشاوره مدیریت توسط شرکت‌ها، ارتقای سطح دانش و مهارت مشاوران و توسعه فعالیت‌های بین‌المللی و ارتباط با سایر کشورها می‌تواند نقشی حیاتی در رشد و توسعه این صنعت ایفا کند.

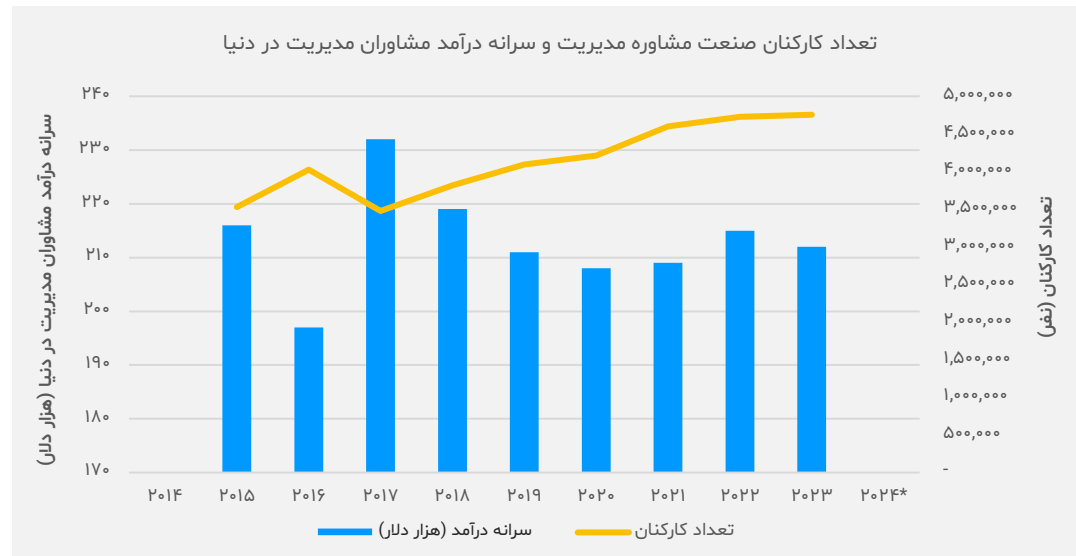
با توجه به این موارد، ایران می‌تواند با سرمایه‌گذاری‌های هوشمندانه و برنامه‌ریزی دقیق، صنعت مشاوره مدیریت را به یکی از ابزارهای اصلی برای بهبود بهره‌وری و کارایی سازمان‌ها و شرکت‌ها که زیربنای اقتصاد کشور هستند، تبدیل کند. این امر نه تنها به رشد اقتصادی کشور کمک می‌کند بلکه می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار و افزایش رقابت‌پذیری صنایع ما در بازارهای بین‌المللی نیز باشد.

مشاوران مدیریت در کشورهای پیشرفته به دلیل توانایی چشمگیرشان در ایجاد ارزش افزوده، همیشه مورد تقاضای

شرکت‌ها و سازمان‌ها هستند. در حال حاضر، حدود چهار میلیون نفر در صنعت مشاوره مدیریت در جهان مشغول به کار هستند. همچنین طبق گزارش‌ها و با در نظر گرفتن شاخص سرانه درآمد مشاوران مدیریت، در دنیا هر مشاور درآمدی ۲۱۲۰۰۰ دلار در ازای خدمات مشاوره مدیریت در سال ایجاد می‌کند. این عدد معادل حدود سیزده میلیارد تومان است. عددی که شاید برای بعضی از شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در صنعت مشاوره مدیریت ایران، در حال حاضر به عنوان هدف سالانه به سختی قابل دستیابی باشد.

یکی از پرسش‌های اساسی این است که آیا مشاوران مدیریت در ایران نیز توانایی ارزش‌آفرینی در سطح استانداردهای بین‌المللی را دارند؟ به نظر می‌رسد شاخص سرانه درآمد مشاوران مدیریت ایرانی چیزی در حدود ۱۰ درصد از استاندارد بین‌المللی باشد. برای درک عمیق‌تر این موضوع، نیاز است که به وضعیت نیروی کار مشاوره مدیریت در ایران نگاهی دقیق‌تر ببندیم.

یکی از موانع اساسی پیش‌روی کار مشاوره مدیریت در ایران، علی‌رغم وجود دوره‌های آموزشی فراوان در این حوزه، عدم توجه به یک نکته بسیار حائز اهمیت و اساسی در ماهیت یادگیری مشاوره مدیریت است. شاید بیشتر از هر مهارت دیگری، یادگیری مشاوره مدیریت برای رسیدن به سطوح اثرگذاری استاندارد، نیازمند درگیر بودن کارورز مشاوره مدیریت در یک فرآیند ذاتاً استاد-شاگردی است.



مالکوم گلدول در کتاب Outliers با بررسی‌های متعدد بیان می‌کند که برای رسیدن به سطح استادی در هر زمینه‌ای، فرد باید تقریباً ده هزار ساعت تمرین و کار متمرکز نماید و البته، تمرین به تنهایی کافی نیست، بلکه در اکثر موارد وجود مربی یا راهنما که بتواند فرد را در مسیر درست هدایت کند ضروری است. هم‌چنین در کنار این دو، وجود تجربه عملی و مواجهه و درگیر شدن با چالش‌های واقعی و روزمره اهمیت بسیار زیادی دارد.

شاید بتوان گفت حلقه مفقوده این چرخه معیوب، یعنی وجود دوره‌های آموزشی متعدد و گوناگون در صنعت مشاوره مدیریت در ایران و کاهش کیفیت خروجی مشاوره مدیریت از جنس اثرگذاری چند برابری برای صنایع و صاحبان کسب‌وکار، کپی‌برداری از فرآیندهای استخدای و آموزشی شرکت‌های مشاوره مدیریت در دنیا برای ارائه آموزش صنعت است. صراحتاً، آنچه که در دوره‌های آموزشی توسط شرکت‌های بزرگ دنیا انجام می‌شود، نه فقط آموزش و سپس استخدام و دادن جایگاه مشاور مدیریت یا مدیر به افراد، بلکه ابزاری برای پایش و غربالگری داوطلبان ورود به آن شرکت و ارائه آشنایی با مقدمات حوزه و حرفه کاری است.

بدیهی است که دوره آموزشی، پوسته مهارت‌آفرینی برای مشاوران مدیریت است.

آنچه که تحت آموزش و هدایت افراد برای تصدی و رشد در شغل مشاوره مدیریت اتفاق می‌افتد و هسته اصلی که فرد را آماده می‌سازد تا به عنوان یک مشاور استاندارد بدرخشد، بعد از این پایش و آموزش اولیه انجام

می‌شود. به این صورت که افراد در بازه‌های زمانی طولانی در پایین‌ترین سطوح تیمی با همکاری با مدیران و مشاوران مختلف، مهارت‌های روزمره و ضروری این شغل را فراگرفته و در تمامی مراحل با دقت بسیار زیادی به صورت چندجانبه رصد و ارزیابی می‌شوند و بازخوردهای منظم دریافت می‌نمایند.

فرایندی که در ایران کمتر به آن پرداخته شده که می‌تواند دلایل متعددی داشته باشد. به عنوان مثال شرکت‌های مشاوره مدیریت در حال حاضر یا به صورت یک محصول تجاری به موضوع آموزش می‌پردازند و موضوع برای آنها عمدتاً تامین هزینه‌های جاری شرکت است و یا آن‌قدر کمبود نیروی کار دارند که فرصتی برای آموزش اصولی و بازخورد مستمر برای افراد باقی نخواهد ماند و خیلی سریع‌تر از موعد وارد فرآیند ارتقا شده و رشدی بسیار نامتقارن در این صنعت خواهند داشت، چیزی که شاید منجر به سوختن استعدادهای این صنعت شود. این نقص می‌تواند باعث پایین‌تر بودن کیفیت خدمات مشاوره مدیریت در ایران نسبت به استانداردهای بین‌المللی در یک نگاه تحلیلی خرد باشد و در نتیجه ارزش‌آفرینی چند ده برابری خیالی دور از دسترس به نظر برسد و این چرخه به دلیل اثرگذاری کوچک (که بعضاً از منظر هزینه-فایده استخدام مشاور مدیریت توجیه اقتصادی برای سازمان‌های ایرانی ندارد) منجر به کاهش اعتماد صنایع به مشاوران مدیریت و در نهایت کوچک‌تر شدن نقش‌آفرینی این صنعت ارزشمند گردد. تصور کنید که هر مشاور مدیریت در ایران به عنوان یک

معمار زبده، به دانش، مهارت عملیاتی و ابزارهای پیشرفته‌تری مجهز شود و مراحل رشد خود را به عنوان یک جزء تشکیل‌دهنده اکوسیستم به درستی (با یادگیری درست و زمان‌بندی درست) طی کند. این معماران نه تنها قادر خواهند بود بناهای موفقیت و کارایی را برای سازمان‌ها بنا کنند، بلکه می‌توانند به طور مستقیم و غیرمستقیم چشم‌اندازهای جدیدی برای رشد و توسعه اقتصادی کشور ترسیم نمایند. این تحولات می‌توانند منجر به افزایش رضایت مشتریان و صاحبان صنایع، بهبود عملکرد سازمان‌ها و ایجاد ارزش افزوده چند ده برابری در اقتصاد کشور شوند.

به عنوان سخن آخر، صنعت مشاوره مدیریت با ایجاد ارزش افزوده بالا و ارائه راهکارهای استراتژیک و عملیاتی، نقش مهمی در بهبود عملکرد سازمان‌ها و رشد اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. در دنیای امروز، بهره‌گیری از خدمات مشاوره مدیریت به شرکت‌ها کمک می‌کند تا به بهره‌وری و رقابت‌پذیری بیشتری دست یابند و مسیرهای جدیدی برای توسعه و پیشرفت باز کنند. شکی نیست که استفاده از خدمات مشاوره مدیریت که در دنیا جزء جدایی‌ناپذیر رشد اقتصادی است، یک سرمایه‌گذاری ارزشمند می‌باشد و امید است که روزی با ارتقای سطح اثرگذاری، به موتور پیشران اقتصاد ایران عزیزمان تبدیل گردد.



نیما پورخدابخش
مدیر عملیات بین‌المللی



پائیز ۱۴۰۲ - شب یلدا در ایلیا

هر ساله در ایلیا برای پاس‌داشت طولانی‌ترین شب سال، شب یلدا، گرد هم جمع می‌شویم و با خواندن اشعاری از حافظ شیرازی این آیین کهن را در جمع خود زنده نگه می‌داریم.

بخش اول

مقدمه‌ای بر گزارش

چشم‌انداز، ارزش‌ها و مأموریت

شرکت مشاوره مدیریت ایلیا در سال ۲۰۰۸ در شهر وین تاسیس شد و از زمان تولد یک رویا در سر داشت:

"Unfolding Potentials, Transforming Lives" ارزش افزوده اصلی ایلیا برقراری ارتباطات موثر جهت درک مسائل، اتخاذ رویکرد ساختارمند جهت حل مسئله، داشتن روحیه حرفه‌ای و تعهد به بهبود مستمر ایران است.

داستان ایلیا با ارائه خدمات تحقیقات بازار و تدوین استراتژی ورود به بازار برای شرکت‌های بین‌المللی شکل گرفت و تا سال ۲۰۱۷ عمده فعالیت‌های ایلیا در همین راستا بوده است. همکاری با شرکت‌های پیشگام و معتبر ایرانی و اثرگذاری بر آن‌ها، همکاری با شرکت‌های Big 4 و یکی از شرکت‌های Fortune 500 از جمله افتخارات ایلیا است که با تلاش مستمر برای افزایش کیفیت بدان دست یافته است.

پس از تشدید تحریم‌ها و چالشی‌تر شدن فعالیت فضای بین‌الملل، ایلیا با یک تغییر و تحول درونی تمرکز خود را بر همکاری با شرکت‌های ایرانی و آماده بودن برای فرصت‌های بین‌المللی قرار داده است.

اکنون تیم ایلیا شامل **۱۵۹ نفر** از افراد مستعد و متخصص است که به صورت تمام‌وقت در حال ارائه خدمات به مشتریان در صنایع مختلف و در حوزه‌های کاری گوناگون هستند.

چشم‌انداز

- دستیابی به ۰.۵٪ از سهم بازار مشاوره مدیریت در منطقه شورای همکاری خلیج فارس (Market P-GCC)

ارزش‌ها

- ما به فرهنگ‌مان دل‌بستگی عمیقی داریم
- ما به شعف مشتریان‌مان از حل مسائل‌شان متعهدیم
- ما به دنبال بهترین‌ها برای ایران هستیم

مأموریت

- یاری‌گر پیش‌برندگان برای کمک به شکوفایی آن‌ها در راستای خیر جمعی پایدار

۱۳۸۶

تأسیس در اتریش

شرکت ایلپا در شهر وین با پروژه «جنرال موتورز» در حوزه مدیریت دانش شروع به کار کرد.

۱۳۸۸

تجربه مدیریت پروژه

در این بازه ایلپا حدود ۱۰۰ پروژه که اغلب آن‌ها برای مشتریان بین‌المللی بودند را انجام داد. لازم بذکر است برخی از این پروژه‌ها الزاماً به فضای کسب‌وکار داخل ایران ارتباطی نداشتند.

۱۳۹۳

همکاری بین‌المللی

در دوران برجام، ایلپا تجربه همکاری با شرکت‌های مطرح جهانی در حوزه مشاوره مدیریت را کسب کرد و در پروژه‌های مختلفی به عنوان مشاور محلی به ارائه خدمت پرداخت.

۱۴۰۰

تخصص‌گرایی

با ارائه خدمات و راهکارهایی مبتنی بر تحلیل داده، تحول سازمانی و توسعه رهبران و همچنین ورود به صنعت خدمات مالی، ایلپا به یکی از پیشگامان صنعت مشاوره مدیریت در ایران تبدیل شد. اتفاق دیگر قابل توجه در این سال‌ها، تغییر نسل تیم ایلپا و شکل‌گیری هسته تیم مدیریت جدید آن بود.

۱۳۹۸

حفظ موقعیت بازار

ایلپا با شمار زیادی از پروژه‌هایی که با موفقیت تحویل شدند، و شیوه عملکرد و استانداردهای بالا، جایگاه خود را به عنوان یک شرکت مشاوره مدیریت حرفه‌ای تثبیت کرد و آگاهی از برند خود را افزایش داد.

۱۳۹۷

تمرکز بر بازار داخلی

بعد از تغییرات بین‌المللی و تشدید تحریم‌ها، شرکت‌های بین‌المللی فعالیت‌شان را در ایران کم کردند. ایلپا از این موقعیت استفاده کرد تا بر مشتریان داخلی خود تمرکز کند. این موضوع، باعث گسترش شبکه مشتریان و میزان آگاهی از برند ایلپا در ایران شد.

۱۴۰۱

گسترش

ایلپا در راستای گسترش خدمات خود، به شراکت با گروه دنیای اقتصاد، تملک هم‌قلم و تأسیس گروه خدمات حقوقی، تأسیس مرکز خدمات روانشناسی سازمانی اقدام نمود.

۱۴۰۲

ری‌برندینگ ایلپا

ایلپا در سال ۱۴۰۲ در راستای تدقیق اهداف و استراتژی خود در جهت تعمیق و گسترش همکاری با مشتریان و همکاران خود، اقدام به ری‌برندینگ کرد.

۱۴۰۲

تأسیس دفتر دبی

در وضعیت فعلی و با توجه به شرایط اقتصادی ایران و نیاز بسیاری از کسب‌وکارها به بین‌المللی شدن و صادرات، و همچنین فرصت‌های متعدد در بازارهای حاشیه خلیج فارس، در سال ۱۴۰۲، ایلپا تصمیم به تأسیس دفتری در امارات متحده عربی گرفت.



سهیل محمودکلایه
مشاور

خانه و خانواده دوم

تجربه «عاشق شغلی خود بودن» همواره یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های زندگی‌ام بوده است. از دوران دبیرستان تا به امروز، مستمرا تلاش کرده‌ام تا با شناخت توانایی‌ها، مهارت‌ها و علایق خود و تحقیق درباره علوم، فنون و رشته‌های مختلف و روندهای جدید جهانی، در مسیری شغلی‌ای قدم بگذارم که به معنای واقعی کلمه، عاشق آن باشم. اکنون حس می‌کنم با حضور در ایلیا به عنوان مشاور مدیریت، تا حد زیادی به این هدف نزدیک شده‌ام و از این بابت بسیار خوشحالم.

ایلیا برای من جایی است که وقتی عصر جمعه فرا می‌رسد، دیگر آن غم سنگین به سراغم نمی‌آید. برعکس، خوشحال هستم که فردا صبح قرار است جمعی را ببینم که دغدغه‌شان اثرگذاری بر کسب‌وکارها و سازمان‌های پیشرو در جامعه بوده و یک پله بالاتر، درمان دردی هرچند کوچک از ایران عزیزمان. جمعی حرفه‌ای، کاربلد و متعهد که نه فقط همکار، بلکه رفیق، دلسوز و حامی یکدیگر هستند و می‌توان برای هر کمکی روی آن‌ها حساب کرد. این جمع، ارزش‌های ایلیا را قاب نکرده و بر دیوار دفتر نیاویخته‌اند، بلکه هر روز و هر ساعت آن‌ها را زندگی کرده و بدان متعهد هستند.

در این مدت کمتر از یک سال که مفتخر به حضور در ایلیا بوده‌ام، بدون اغراق هر روز در حال یادگیری بوده‌ام و به نظرم یکی از عواملی که صنعت مشاوره مدیریت را از سایر صنایع متمایز می‌کند، همین یادگیری مداوم است که برای جمع ایلیا بسیار پررنگ و حائز اهمیت است.

ایلیا و ایلایی‌ها برای من نه فقط محل کسب درآمد و همکار، بلکه به معنای واقعی کلمه، خانه و خانواده دومم بوده و هستند و از تک‌تک لحظات حضور در آن لذت می‌برم.



شیمای میرزایی
تحلیل‌گر

لمس نتایج حاصل از کار سخت

بعد از اتمام دوره کارآموزی‌ام که پر از تجارب ارزشمند حرفه‌ای در حوزه صنعت مشاوره مدیریت بود، این فرصت را پیدا کردم که فعالیت‌م را در ایلیا آغاز کنم. در این یک سالی که در ایلیا حضور داشته‌ام، همواره دغدغه اثرگذاری بر کسب‌وکارها و سازمان‌ها برای ساختن آینده‌ای بهتر در ایران را جزو لاینفکی از ارزش‌های ایلیا دیدم.

ایلیا برای من فضایی گسترده در جهت رشد فردی و تخصصی فراهم کرد که در آن، افراد سخاوتمندانه دانش و مهارت خود را به اشتراک می‌گذارند و من یادگیری مستمر را در تعامل با افراد آموختم. این دوره همکاری برای من پر از چالش و به موازات آن، لمس نتایج حاصل از کار سخت بود و ممارست کلیدواژه رسیدن به آن. هم‌چنین در سطح فردی همکاری با ایلیا موجب شد تا من ساختارمندتر برنامه‌ریزی کنم، سطح دیگری از هدفمندی را تجربه کنم و همواره تلاش بیشتری در جهت حفظ شفافیت مسیرم داشته باشم.

در نهایت می‌توان گفت تجربه همکاری با کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ، و بین‌المللی و داخلی، در فضایی امن که در آن حمایت و تشویق از ویژگی‌های منحصربه‌فرد آن است، تجربه بی‌نظیری برای من بوده است.

بخش دوم

۱۴۰۲ در یک نگاه

X ۱/۶ ↑

درآمد

ایلیا در سال ۱۴۰۲ رشد درآمد ۱/۶ برابری را نسبت به سال قبل محقق کرده است.

۹۴ پروژه

تعداد پروژه‌های انجام شده در ایلیا

۳۰% ↑

رشد نسبت به
سال گذشته

۱۵۹ نفر

تعداد همکاران ایلیا

۱۴۰% ↑

رشد نسبت به
سال گذشته

آمار و ارقام ایلپا و ایلپایی‌ها

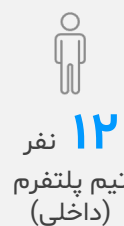
تحصیلات ایلپایی‌ها



نسبت ایلپایی‌های خانم و آقا

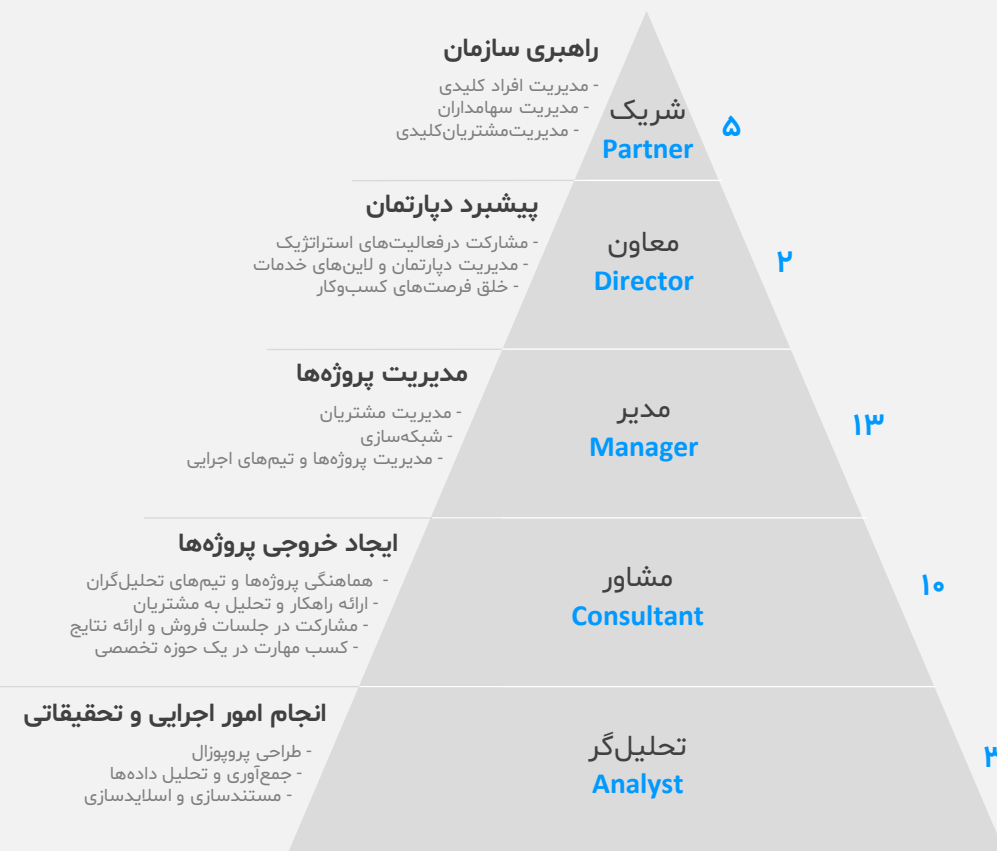


همکاران ایلپا به تفکیک تیم‌ها



مجموع افراد: ۱۵۹ نفر

مشاوران ایلپا به تفکیک رده سازمانی



گستره اثرگذاری ایلیا به تفکیک صنایع مختلف

بیشترین حضور در ۶ صنعت

۱۷%

صنعت مالی

۲۱%

اقتصاد دیجیتال

۲۵%

ساخت و تولید

۵%

سازمان‌های مردم‌نهاد

۱۵%

صنایع مادر

۱۷%

خرده‌فروشی

ایلیا در سال ۱۴۰۲ در راستای تدقیق اهداف و استراتژی خود در جهت تعمیق و گسترش همکاری با مشتریان و همکاران خود، اقدام به ری‌برندینگ کرد

لوگوی جدید ایلیا نشان‌دهنده ارتقای تعهد به شعار «ایلیایی‌ها و ایلیای بهتر» است. هدف لوگوی جدید ما حفظ هسته اصلی ایلیا، شامل جمله تاثیرگذاری ساختارمند، طرز تفکر حرفه‌ای و رعایت استانداردهای بین‌المللی است. در عین حال ارائه خدمات گسترده‌تر، عملکرد مبتنی بر فرهنگ و گشودگی به همکاری در لوگوی جدید برجسته شده است.

مفهوم برند جدید:

- ۱ کشور ایران به همکاری و کار تیمی بیشتری نیاز دارد
- ۲ این نشانگر رویکردی فراگیرتر و مشارکتی است؛ از «یا» به «با»
- ۳ ایلیا و مشتریان، همکارانش و ذی‌نفعانش



گستره خدمات

شرکت مشاوره مدیریت ایلیا به ارائه راهکارهای نوآورانه و عملی برای بهبود عملکرد سازمان‌ها و کسب‌وکارها می‌پردازد. ایلیا با تجزیه و تحلیل دقیق چالش‌ها و ارائه توصیه‌های استراتژیک و همچنین یاری‌گری در اجرای این اقدامات، به آن‌ها کمک می‌کند تا اهداف رشد بلندمدت خود را تحقق بخشند. گستره این خدمات که طیف وسیعی از نیازهای امروزه کسب‌وکارها را دربرمی‌گیرد، به شرح زیر است:

طراحی سازمان

- مبنای وجودی سازمان
- استراتژی
- مدل عملیاتی (ساختار و فرآیندها)
- تحول فرهنگ سازمانی
- چابکی کسب‌وکار
- Turn Around

تحول کسب‌وکار

- تحول فرهنگ سازمانی
- تحول دیجیتال
- تحول سودآوری
- Turn Around
- تحول کسب‌وکار خانوادگی

تملیک و ادغام

- لیست‌های تملیک احتمالی
- ارزیابی موشکافانه
- ارزش‌گذاری
- ساختاردهی معامله
- یکپارچه‌سازی بعد از ادغام
- اتحاد استراتژیک

استراتژی و مالی

- استراتژی گروه (سطح هلدینگ)
- استراتژی شرکت (سطح کسب‌وکار)
- استراتژی وظیفه‌ای (سطح واحد)
- امور مالی شرکتی
- مدیریت ریسک سازمانی

تحلیل بازار

- تحقیقات بازار
- تراز یابی
- تحلیل روند و آینده‌پژوهی
- چشم‌انداز فناوری‌های برهم‌زننده
- تحقیقات صنعت
- تحلیل رقبا

بین‌المللی‌سازی

- تحقیقات بازار
- استراتژی ورود به بازار
- همتایابی و تجارت بین‌الملل
- انطباق با مقررات
- طراحی محصول و خدمات
- سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی
- سرمایه‌گذاری پرتفوی خارجی
- ارزیابی موشکافانه

برندینگ، بازاریابی و فروش

- استراتژی برند
- استراتژی بازاریابی
- بهینه‌سازی کانال فروش
- طراحی هویت برند
- کمپین ارتباطی
- بازاریابی دیجیتال
- طراحی رویداد
- محتوای خلاقانه
- تحلیل فروش

خدمات انسانی

- برنامه توسعه رهبری
- خدمات بهزیستی
- مربی‌گری
- منتورینگ
- پویایی تیمی/تیم‌سازی
- استراتژی منابع انسانی
- استقرار واحد منابع انسانی
- تحلیل افراد سازمان
- تجربه کارکنان
- توسعه شایستگی مدیران
- توسعه مهارت‌های فردی

مروری بر دوره‌های کارآموزی

در راستای مسئولیت اجتماعی و برای داشتن «ایرانی بهتر»، ایلپا هر ساله در چند نوبت دوره کارآموزی برگزار می‌کند.

کارآموزان در این دوره حرفه‌ای که به‌صورت رایگان ارائه می‌شود، مهارت‌های نرم و سخت لازم برای کار در حوزه مشاوره مدیریت را کسب کرده و در پایان دوره، نفرات برتر امکان همکاری با ایلپا را خواهند داشت.

ایلپا در سال ۱۴۰۲ دو دوره کارآموزی برگزار نموده و بیش از ۱۰ نیروی ماهر، در این دوره‌ها توسعه یافتند. ایلپا از زمان تاسیس تا به حال موفق به برگزاری ۴۲ دوره کارآموزی موفق در ایلپا شده است.

سرفصل‌های آموزشی در دوره‌های کارآموزی ایلپا:

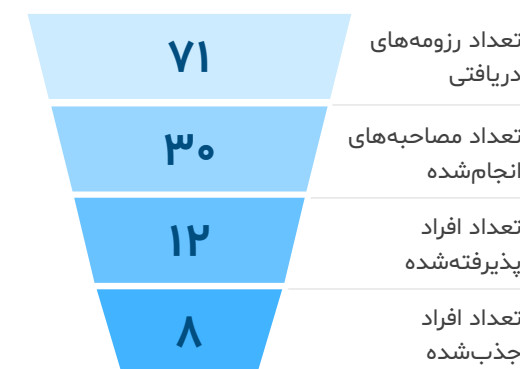
طراحی اسلاید	گفت‌وگوهای حساس	تفکر سیستمی	حل مسئله
تفکر استراتژیک	تفکر طراحی	طراحی پروپوزال	تحلیل داده

پروژه عملی:

۱۶۰ ساعت

کارگاه آموزشی:

۱۱۳ ساعت



تابستان ۱۴۰۲ - دوره کارآموزی ایلپا

تصویری از آخرین دوره کارآموزی ایلپا که در تابستان ۱۴۰۲ و به مدت ۸ هفته انجام شد.





محمد رضا رجبی
راهنبر ارتباطات بازاریابی

معنا، فرهنگ و ساختار

پژوهش‌های بسیاری پیرامون موضوع «انسان، توسعه فردی و کار» این نکته را تصریح می‌کنند که افراد در سازمان‌ها یا کسب‌وکارها، به چیزی فراتر از دستاوردهای ملموس احتیاج دارند تا در مسیر حرفه‌ای خود، ثابت‌قدم و موثر باقی بمانند. انگیزه ناپایدار است و دستاوردهایی همچون پول و هویت اجتماعی، تنها سوخت کوتاه‌مدت یک بازی بلندمدت است. «معنا، فرهنگ و ساختار»، همان عناصری است که سازمان‌های برتر را خلق می‌کند، آنانی که الهام‌بخش افرادشان و تغییردهنده روندها هستند. تجربه من در مدت اندک ولی عمیق حضور در ایلیا، تلاش مستمر این شرکت در جهت زیست روزانه این سه رکن بوده است که کوتاه به آن می‌پردازم:

۱. **در ستایش معنا:** ایلیا سازمانی است که یک چرایی بزرگ دارد و پیوسته برای تحقق آن، در تلاش است. این چرایی -یاری‌گر پیش‌برندگان- همچون چراغ راهی است که نه تنها در مکتوبات و مستندات به روشنی قابل مشاهده است و پیوسته به آن رجوع می‌شود، بلکه به شکل فزاینده‌ای در برنامه‌ریزی‌ها، تصمیم‌ها، انتخاب‌ها و خرده‌رفتارهای مدیرانش حضور دارد.

۲. **زنده باد فرهنگ:** فرهنگ به مثابه روحی است که توسط بنیان‌گذار و مدیرانش به کالبد سازمان دمیده می‌شود. فرهنگ، بایدها و نبایدهاست، نظام ارزش‌هاست، اخلاق است، خلق‌و‌خو است، «نوع بودن» است. نمی‌توان در ایلیا بود و ماند و «ایلیایی» نشد. ایلیایی یک فرهنگ است. اتمسفر آنجاست. ویژگی‌هایی است که در معاشرت و به شرط گشودگی، متأثر از آن می‌شوی. به‌زعم من «ایلیایی» یعنی توجه‌آگاهی، خودارزیابی دائمی، فروتنی، انضباط، بهبود مستمر، هوشمندی، استاندارد بالا، سرسختی در مسیر و سخت‌کوشی در تلاش.

۳. **ساختار؛ آن یک چیز:** ایلیا سازمانی بی‌نقص نیست. اساساً چه فردی یا شرکتی بی‌نقص است؟ آیا می‌شود کامل بود و به تکامل فکر کرد؟ آیا می‌شود در جهت چرایی‌مان که قرار است بواسطه آن خود را توسعه دهیم، هیچ عیب و ایرادی وجود نداشته باشد؟ آنچه در ایلیا به وضوح قابل مشاهده است، تلاش برای بهبودی مستمر است. او تلاش می‌کند ساختار را محترم بشمارد، به فرایند بها داده، به آن نیرو بخشیده و آن را توسعه دهد. ساختار در ایلیا، آن یک چیز است که به درستی بر همه‌چیز مقدم است و در اولویت قرار می‌گیرد.



افسانه صادقی
تحلیل‌گر

هم‌آوایی در اثربخشی

در شش ماه گذشته که در شرکت مشاوره مدیریت ایلیا فعالیت داشته‌ام، مسیر زندگی حرفه‌ای و شخصی‌ام به‌طور چشمگیری تغییر کرد! ورودم به ایلیا به من فرصتی داد تا به دنیایی وارد شوم که ارزش‌آفرینی و همکاری به عنوان اصول اساسی زندگی سازمانی آن شناخته می‌شود؛ محیطی که هماهنگی و هم‌آوایی میان اعضای تیم به بهبود عملکرد سازمان کمک می‌کند.

یکی از مهم‌ترین آموزه‌های من در این دوره، اهمیت کار تیمی و ارتباطات موثر بود. در محیطی که همکاری و هم‌افزایی نقشی کلیدی در پیشبرد پروژه‌ها دارد، آموختم که چگونه به‌طور موثر با همکارانم ارتباط برقرار کنم و از توانایی‌های هریک از آن‌ها به بهترین نحو استفاده نمایم. این تجربه‌ها باعث تقویت مهارت‌های نرم همچون توانایی حل مسئله، مدیریت زمان، مواجهه با تغییرات و انعطاف‌پذیری شد؛ مفاهیمی که برای من به معنای Life at ILIA است.

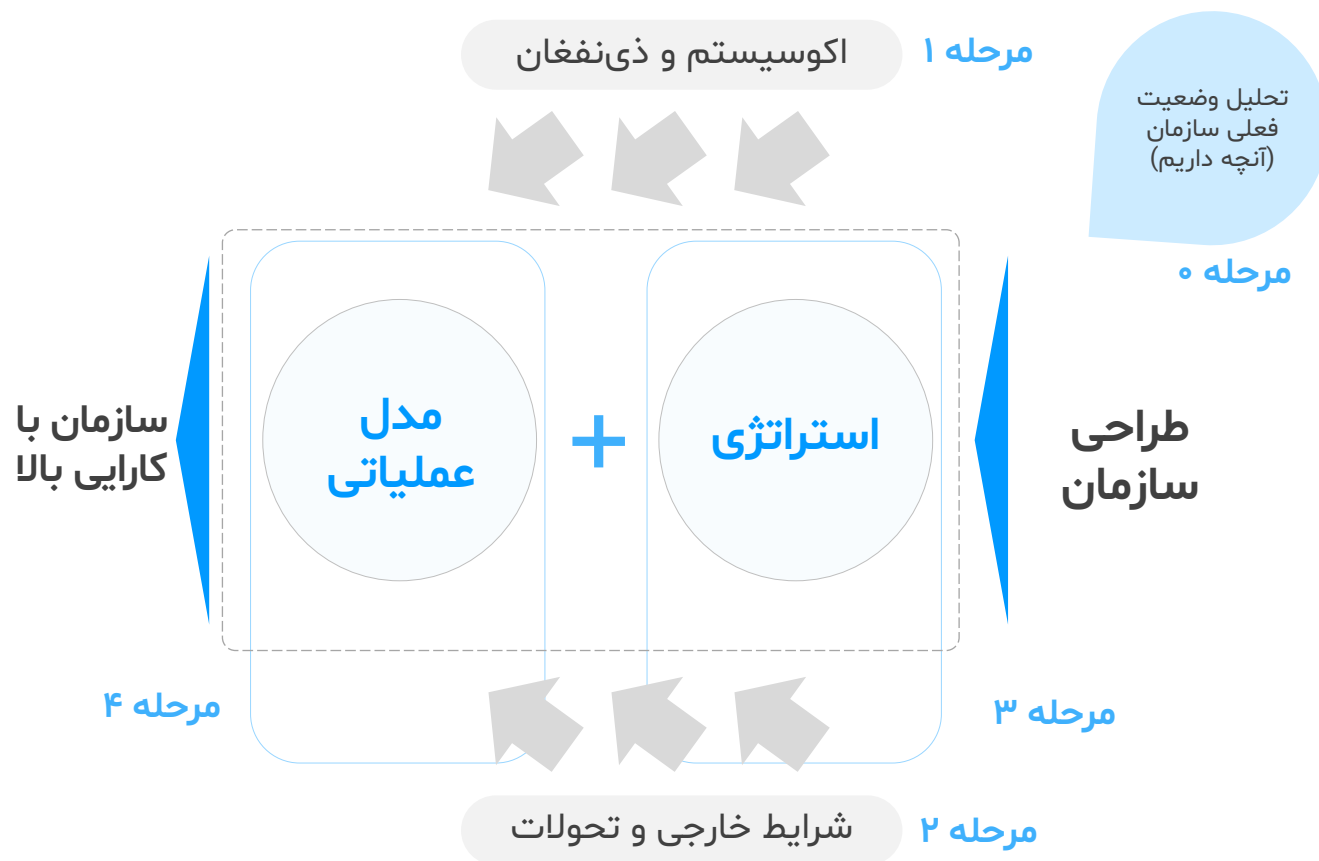
تمامی این تجربیات به من نشان داد که موفقیت یک سازمان نه تنها به دانش فنی و مهارت‌های حرفه‌ای، بلکه از آن مهم‌تر به کیفیت تعاملات و همکاری‌های درون‌تیمی وابسته است و این درک عمیق از اهمیت تعامل، همیاری و همگامی در تیم، انگیزه‌ای شد تا با تمام توان در پروژه‌ها و فعالیت‌های ایلیا مشارکت و به رشد و بهبود آن کمک نمایم.

ایلیا، جایی است که دانش تخصصی و ذهنیت استراتژیک در کنار هم جریان می‌یابد؛ جایی که هر روز، ایده‌های نو زاده می‌شوند و تحولی مثبت در مدیریت و بهره‌وری شرکت را فراهم می‌آورند. با افتخار و انگیزه، در جهت توسعه مسیرم در ایلیا ادامه می‌دهم و مشتاق به‌کارگیری این آموزه‌ها و کسب تجربیات بیشتر برای کمک به توسعه این خانواده حرفه‌ای و اثربخشی بر دنیای اطرافم هستم.

بخش سوم

بازطراحی یک سازمان پیشرو

سازماندهی مجدد ساختار، مرزشکنی بر لبه ۱۵ سال تجربه و آینده‌محوری



ایلیا در کنار مسئولیت خود در ارائه کیفیت به مشتریان، همواره دید اکوسیستمی فراتر از رقابت را طراحی و قواعد بازی را بر این اساس به بازار ارائه کرده است. در این راستا فرآیند استراتژی به طرح محدودی و ساختار سازمان به میزان بیشتری در راستای ارتقای سطح بازار، در این مستند ارائه شده است تا مشخص شود در لبه صنعت مشاوره مدیریت در ایران چه می‌گذرد.

ایلیا به عنوان راهبر صنعت و بزرگ‌ترین شرکت مشاوره مدیریت ایران از منظر تعداد نفری و میزان قراردادی، همواره به میزان و کیفیت اثر خود اندیشیده است.

سال ۱۴۰۲ ایلیا از تدوین استراتژی کوتاه مدت به طراحی استراتژی میان‌مدت، یک کوچ عظیم کرد و در راستای تکمیل المان‌های طراحی سازمانی خود، ساختار سازمانی را نیز تحت بازطراحی‌های بنیادی قرار داد.

شرکت‌های مشاوره مدیریت بین‌المللی رصد شدند، جلسات با پارتنرهای MBB که در شبکه روابط ما قرار داشتند برگزار و نیز دانش انباشته در مقالات متعدد آکادمیک و کسب‌وکاری مد نظر قراره گرفتند و فهم شدند و در نهایت یک خلق خاص مختصات و ما و کشورمان برای ایلیا رقم خورد.

ما این مدل را برای مسیر بازطراحی خودمان در پیش گرفتیم.

مکانیزم تصمیم‌گیری ما در ساختار جدید

تفسیر مکانیزم‌های تصمیم‌گیری در پروژه بازطراحی سازمانی

فرایند

ساختار

استراتژی

نگاهی گذرا به ۵ به اِلِمان مهم در طراحی سازمانی از بُعد ساختار:

۱ نقش‌ها، مسئولیت‌ها و روابط گزارش‌دهی: ایلای فراکتال کمتر بر روی سلسله مراتب تمرکز دارد و بیش‌تر بر روی به حداکثر رساندن تعاملات، پیوندها، ارتباطات و مکالمات در Horizontal های خود در تمامی لایه‌ها شامل تحلیل‌گر، مشاور، مدیر، معاون و شرکا در کنار ارتباط نزدیک با مشتریان تمرکز دارد.

۲ ساختار ایجاد ارزش از طریق دارایی‌هایمان: ما فرایند ارائه خدمات مشاوره خود را، حول شبکه‌ای از قابلیت‌های پویا و دائماً در حال تکامل خودمان، به اضافه توانمندی‌های متعلق به مشتریان یا شرکای تجاری‌مان به صورت یک بالانس مشترک طراحی کرده‌ایم. این قابلیت‌ها ما را توانمندتر کرده است تا با سرعت خوبی در سطوح و شهرهای مختلف و بازار خرد، کیفیت اثرمان را به میزان قابل توجهی بهبود دهیم.

۳ توزیع آتوری تصمیم‌گیری: ایلای فرکتال غیرمتمرکز شده است و قدرت قابل توجهی را بین تیم‌های در ارتباط با مشتری در نوار مرزی ارتباط با بازار طراحی کرده است.

۴ جریان داده و اطلاعات و مدیریت این داده مهم: داده‌های پردازش شده و نشده ما، اکنون در سطح مطلوبی از دموکراتایز شده (تا حد امکان) با جریانی با سرعت بالا، شفاف و چند جهته در میان Horizontal و Vertical های ما جریان دارد.

۵ مدیریت و کنترل تعاملات: ما برای تسهیل فضای اشتراک‌گذاری و رشد تعاملات دیجیتال‌مان در داخل و بیرون، پلتفرم یکپارچه اختصاصی‌مان را تقویت کرده و به صورت بیرونی نیز در راستای بهبود اوضاع‌مان، در تعامل نزدیک با زیرساخت داخل قرار گرفته‌ایم.

امیرحسین دومانی
مدیر استراتژی



ایلایا تا ۱۴۰۳

زمین بازی پیشین

ایلایا سال ۱۴۰۳

زمین بازی جدید

سازمان فرکتال

طراحی شده برای جذب سود از تعداد زیادی بازار متنوع

استخراج مزیت فرکتال بودن، از سرعت، نوآوری و پاسخ به بازار در لبه دانش

توسط چند تیم غیرمتمرکز

سازمان مقیاس-محور

طراحی شده برای جذب سود در کلیت بازار

استخراج مزیت مقیاس از هسته اصلی کسب‌وکار

راهبری مرکزی قدرتمند



سعید سلیمی
مشاور

همراه و شریک رشد

همه تلاش می‌کنند که بهتر شوند. مشاوره مدیریت هم هر روز شاهد سازمان‌ها و کسب‌وکارهای زیادی است که از این قاعده مستثنی نیستند. وقتی سازمانی با مسئله‌ای جدید به ایلیا می‌آید، نمود بیرونی این موضوع شاید این باشد که «چه باتجربگان و باسواد مردمانی که مرجع حل مشکلات کسب‌وکارهای متعددی با اندازه‌ها و مسائل مختلف‌اند» ولی برای من به اینجا محدود نمی‌شود. وقتی در جایگاه اعتماد قرار می‌گیرم و می‌شنوم از مسائل محرمانه کسب‌وکارها، تازه مسئولیت من شروع می‌شود و مشکل آن سازمان می‌شود مشکل من. به‌عنوان کسی که در آسمان دانش روز دنیا بلندپروازی می‌کند، مسائل دنیای واقعی آنجایی است که باید برگردم روی زمین و با تلفیق دانش روز و تجربه‌ام از بازار ایران و آموخته‌هایم از پروژه‌های پیشین، مسائل دنیای واقعی را حل کنم که همیشه به سراسرستی و وضوحی که در دنیای آکادمیک می‌بینیم نیست.

طی سال‌ها همراهی‌ام با کسب‌وکارها (چه در کسوت مشاور و چه پیش از آن) جای خالی تصمیم‌گیری‌های داده‌محور را در بازار ایران حس کردم و سعی کردم با توسعه این توانایی در خودم و در کسب‌وکار مشتریان، برایشان ارزش افزوده ایجاد کنم. چیزی که ثابت بود دانش فنی علم داده بود و آن چیزی که مرا همیشه به چالش می‌کشید، پیچیدگی و ظرافتی است که در هر کسب‌وکار وجود داشت. به‌عنوان آدمی که تکرار برایش ملال‌آور است و تخصص برایش یک ضرورت، پروژه‌های متعددی که انجام دادم برایم ایجاد تنوع می‌کرد و اقلان تخصص.

خلاصه بگویم که من هم به عنوان مشاور همیشه سعی کرده‌ام بهتر شوم ولی این بهتر شدن مخصوص خودم نبود، بلکه همواره با مشتریان‌مان در این مسیر رشد، همراه و شریک بوده‌ام.



امیرمهدی ترابیان
تحلیل‌گر

سازمان ارزش‌آفرین

قبل از ورودم به ایلیا، حدود ۵ سال با مدیران کسب‌وکارها در حوزه ساخت و تولید در ارتباط بودم. آنچه مرا در بهار سال ۱۴۰۱ به ایلیا کشاند، احساس نیاز به تقویت مهارت حل مسئله برای رهبران کسب‌وکار بود. مهارتی که در این زمان و در کشور ما، با توجه به پیچیدگی‌های بسیار زیاد محیط کسب‌وکار، هر روز اهمیتش بیشتر می‌شود.

در دوره کارآموزی ایلیا، با دیدن نتایج پروژه‌های سازمان، متوجه شدم که بسیاری از اعضای تیم ایلیا شایستگی‌های این حوزه را به‌دست آورده‌اند. بنابراین سعی کردم از آن فرصت، نهایت استفاده را ببرم. در ادامه اما راه متفاوت شد. با ورودم به عنوان تحلیل‌گر به ایلیا دریافتم که اهمیت حل مسئله برای این تیم بیش از یک مهارت برای خلق ثروت است. تک‌تک رهبران سازمان این باور را دارند که ما در کشور مسئولیم که قدمی برداریم. فعالیت این افراد در ایلیا نه یک شغل، بلکه یک رسالت است. این موضوع بیش از پیش من را با پروژه‌ها و تیم ایلیا همراه کرد.

به صورت ویژه در پروژه گزارش مدیران عامل ۱۴۰۲ این موضوع به غایت خود رسید. گزارشی که برای پیش‌برندگان در سطح کشور، یک راهنما و یک زبان مشترک بود.

هر روز زندگی‌ام در ایلیا پر از چالش و مسئله است. از نظر من، آنچه روزانه به صورت جمعی به آن افتخار می‌کنیم، در دو عنوان خلاصه می‌شود: ۱. خلق ارزش برای آنان که ارزش آفرینند ۲. همکاری با هم برای پیشرفت فرد به فردمان در سازمان.

آینده ایلیا نه به عنوان یک شرکت مشاوره مدیریت، بلکه یک سازمان ارزش‌آفرین در ایران و منطقه درخشان خواهد بود. با در نظر گرفتن چشم‌انداز شرکت و ویژگی‌هایی که بیان کردم، رشد پایداری را برای ایلیا متصورم. امیدوارم فضای اقتصاد کشور نیز بهبود پیدا کند و پیش‌برندگانی که یاری‌گرشان هستیم بیش از پیش بدرخشند.

بخش چهارم

رویکرد ایلیا در تالیف گزارش‌ها

گزارش‌های ایلیا با هدف انتشار دانش در سطح جامعه و بین متخصصان (به عنوان یکی از رسالت‌های شرکت‌های پیشرو) و همچنین افزایش آگاهی از برند ایلیا صورت می‌پذیرد

در دنیای امروز، داده‌ها اساس تصمیم‌گیری هوشمندانه هستند و کسب‌وکارها برای تصمیم‌سازی آگاهانه باید به منابع معتبر داده‌ها رجوع کنند. در همین راستا، شرکت مشاوره مدیریت ایلیا دو رسالت کلیدی را برای خود تعریف کرده است:

۱ انتشار گزارش‌های معتبر برای راهنمایی کسب‌وکارها و ترویج و توسعه فرهنگ انتشار اطلاعات

۲ حمایت از کسب‌وکارها در جهت دستیابی به خیر جمعی پایدار

در سال گذشته، ایلیا سه گزارش با عناوین ۱) مدیران عامل، ۲) صنعت‌سنج و ۳) مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی را منتشر کرد که در ادامه، شرح مختصری از هر یک از این گزارش‌ها ارائه می‌شود:

گزارش مدیران عامل:

این گزارش، با جمع‌آوری نظرات مدیران عامل شرکت‌های مختلف کشور تهیه می‌شود و به عنوان یک مرجع معتبر در اختیار عموم قرار می‌گیرد. این گزارش به مخاطبان امکان می‌دهد تا از بینش‌ها، دغدغه‌ها، نظرات و چالش‌های مدیران عامل مطلع شوند. گزارش امسال که برای سومین سال متوالی منتشر شد، به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا در آغاز سال از نظرات مدیران عامل بهره‌مند شوند، با فضای کلان کشور آشنا تر گردند، و برای سال پیش رو هدف‌گذاری‌های دقیق‌تری داشته باشند.

شماره سوم گزارش مدیران عامل



گزارش‌های صنعت‌سنج:

این گزارش یک تحلیل جامع از صنایع اصلی کشور ارائه می‌دهد و داده‌های متنوعی از جمله تشکیل سرمایه، نیروی انسانی، ارزش افزوده، صادرات و همچنین نقاط ضعف و قوت صنایع را برای فعالان اقتصادی فراهم می‌کند. گزارش صنعت‌سنج، فصل جدیدی در توانمندسازی کسب‌وکارهای ایرانی و تقویت تصمیم‌گیری آگاهانه برای سرمایه‌گذاران و شرکت‌های بین‌المللی رقم می‌زند.

گزارش‌های صنعت‌سنج



گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی:

با توجه به نقش حیاتی شرکت‌ها در حل مسائل اجتماعی و همچنین نگاه پویای جهانی به موضوع "مسئولیت اجتماعی"، شرکت مشاوره مدیریت ایلیا بر اهمیت و کمبود این موضوع در میان کسب‌وکارها تمرکز کرده است. ایلیا، با درک این کمبود و برای ترویج جایگاه مسئولیت اجتماعی در کشور و تشویق کسب‌وکارها به این موضوع، گزارش مسئولیت اجتماعی را منتشر کرده است.

گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی



شماره سوم گزارش مدیران عامل

مخاطبان گزارش مدیران عامل

- مدیران عامل ایران
- فعالان کسب‌وکار
- سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران حوزه کسب‌وکار
- سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان حوزه اقتصاد کلان کشور
- مشاوران مدیریت و متخصصان صنعت

اهداف گزارش مدیران عامل

- شناخت بهتر مدیران عامل ایرانی از دغدغه‌های مشترک
- ایجاد بینش کلی نسبت به روندها، رویدادها و رفتارها
- دستورکارهای مشترک برای سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران حوزه کسب‌وکار
- ارتقا دانش، انتشار اطلاعات و موضوعات کلیدی حائز اهمیت در هر سال
- جهت‌گیری پژوهش‌های دانشگاهی به سمت دغدغه‌های مدیران عامل
- جهت‌گیری ارائه‌دهندگان خدمات به کسب‌وکارها با شناخت بهتر مدیران عامل

یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های انجام شده توسط شرکت ایلیا در سال ۱۴۰۲، تدوین شماره سوم گزارش مدیران عامل با عنوان **حرکت در جریان مخالف** بود که رویداد رونمایی از این گزارش در اردیبهشت ۱۴۰۳ برگزار شد. در این شماره تعداد مدیران عامل غیردولتی که در تکمیل پرسشنامه مشارکت داشتند، با رشد بیش از دو برابری نسبت به شماره قبل، به ۶۲۲ نفر رسیده است و پراکندگی صنایع در نمونه افزایش یافت.

از تفاوت‌های شماره سوم نسبت به دو شماره پیشین می‌توان به اضافه شدن سنجش اصلی‌ترین برنامه‌ها و حوزه‌های تمرکز، برنامه‌های توسعه‌ای و اولویت‌بندی ذی‌نفعان در تصمیمات مدیران عامل اشاره کرد. برخی از ابعاد سبک زندگی مدیران عامل نظیر استرس و استفاده از شبکه‌های اجتماعی در این شماره مورد بررسی قرار نگرفته است.

سه وجه تمایز اصلی این شماره:

۱. اختصاص فصلی ویژه برای مسئله نقدینگی
۲. ارائه راهکار برای دغدغه‌ها و چالش‌های شناسایی شده
۳. بررسی روندهای فضای کسب‌وکار

از یافته‌های این شماره می‌توان به افزایش جزئی خوش‌بینی مدیران عامل به وضعیت اقتصادی ایران در سال ۱۴۰۳، نسبت به سال گذشته و افزایش میزان امیدواری به عملکرد مثبت شرکت نسبت به سال ۱۴۰۲ اشاره کرد.

برخی دغدغه‌ها نظیر فیلترینگ اینترنت اولویت خود را از دست داده و دغدغه کمبود نیروی انسانی متخصص اهمیت و اولویت بیشتری پیدا کرده است. عدم ثبات اقتصادی و سیاسی کشور و کمبود نقدینگی امسال هم همانند دو سال گذشته، از مهم‌ترین دغدغه‌های مدیران عامل به حساب می‌آیند.

شماره سوم گزارش مدیران عامل



گزارش‌های صنعت‌سنج

معرفی صنعت‌سنج

مجموعه حاضر از این گزارش‌ها تحت عنوان صنعت‌سنج، فصل جدیدی را در توانمندسازی کسب‌وکارهای ایرانی و تقویت تصمیم‌گیری آگاهانه برای سرمایه‌گذاران و شرکت‌های بین‌المللی رقم می‌زند. صنعت‌سنج که توسط شرکت مشاوره مدیریت ایلیا تدوین شده، با بررسی صنعت‌های بخش‌های متنوع ایران، درصدد ارائه ترکیبی منحصربه‌فرد از دیدگاه‌های محلی و جهانی است.

تاریخچه تدوین گزارش‌های صنعت

تدوین گزارش‌های صنعت از اوایل قرن بیستم توسط تشکلهای، شرکت‌های تحقیقاتی و انجمن‌های صنوف مختلف تجاری در دنیا شروع شد. این گزارش‌ها پس از جمع‌آوری داده‌های معتبر و ارائه رهیافت‌های مبتنی بر داده، به عنوان رکن اصلی تصمیم‌گیری آگاهانه کسب‌وکارها عمل کرده‌اند. این گزارش‌های اولیه، که اغلب بر آمار تولید و روندهای بازار متمرکز بودند، زیربنایی را برای تحلیل‌های جامع امروزی بنا نهادند.

با گذشت زمان، کارکرد گزارش‌های صنعت به طور قابل توجهی تکامل یافته است. شرکت‌های مشاوره مدیریت پیشگام مانند مکنزی (McKinsey)، گروه مشاوره بوستون (BCG) و بین (Bain) به عنوان رهبران این حوزه ظهور کردند. گزارش‌های آن‌ها که به خاطر مراجعه‌های متعدد و متنوع بازیگران اصلی هر صنعت به این شرکت‌ها می‌شود، مبتنی بر داده‌های دقیق و تجربه‌های عملیاتی هستند و به نحوی نبض هر صنعت را به دقت نشان می‌دهند و پویایی‌های پیچیده بازار را برای مخاطب عرضه می‌کنند.

در کنار این سه غول صنعت مشاوره مدیریت، شرکت‌های مشاوره مدیریت کوچک‌تر (boutique consultancies) نیز در زمینه تولید این گزارش‌ها فعالند. این شرکت‌ها که عمدتاً بر یکی دو صنعت متمرکزند، دیدگاه‌ها و تجربه‌های عمیق و کاربردی خود را در قالب گزارش همان صنایع تخصصی‌شان ارائه می‌کنند؛ مثل Avalere Health در مراقبت‌های بهداشتی، Gartner در فناوری، Wood Mackenzie در نفت و گاز و Celent در امور مالی. گزارش‌های آن‌ها به دور از تحلیل‌های سطحی، عمیقاً به جزئیات پیچیده هر صنعت می‌پردازند. این تمرکز عمیق، به آن‌ها امکان می‌دهد تا بینش‌های هدفمند و توصیه‌های عملی ارائه دهند که متناسب با چالش‌ها و فرصت‌های خاص کسب‌وکارهای درون صنعت تخصصی آن‌ها باشد.

صنعت‌سنج صادرات اولین سری از این گزارش‌هاست که همزمان با ششمین نمایشگاه ایران-اکسپو منتشر شد. این سری به ارائه اجمالی هشت صنعت کلیدی ایران به دو زبان فارسی و انگلیسی می‌پردازد.

این گزارش شامل چهار بخش اصلی است:

۱ نگاهی به اقتصاد کلان ایران

۲ آمارها و روندهای کلی صنعت

۳ آمار صادرات

۴ بازیگران کلیدی

ما بر این باوریم که این نسخه با جزئیات و تحقیقات عمیق‌تر به‌عنوان سکویی برای نسخه‌های آینده عمل خواهد کرد که شامل موارد ذیل است:

بینش‌های عمیق

اگرچه این نسخه اولیه، نمای کلی ارزشمندی از هشت صنعت کلیدی ایران ارائه می‌دهد، اما محدودیت‌هایی دارد که عمدتاً ناشی از زمان کم ما در تهیه و تدوین این سری بود. ایلیا علاقمند است برای ارائه سری‌های آتی صنعت‌سنج، با کیفیتی بالاتر و رهیافت‌هایی عملیاتی‌تر، با بازیگران پیشرو هر صنعت همکاری کند. طبعاً چنین همکاری ارزشمندی، بر عمق و غنای سری‌های بعدی این گزارش‌ها خواهد افزود.

مزیت ترازیبی (Benchmarking)

مقایسه‌های محلی و جهانی با تمرکز بر معیارهای مشخص عملکرد، یکی از ارکان اصلی ارزش‌آفرینی سری‌های بعدی صنعت‌سنج خواهد بود. این مورد باعث می‌شود کسب‌وکارهای ایرانی، با دانش عمیق‌تری نسبت به هم‌تایان منطقه‌ای و جهانی به رقابت بپردازند.

عملکرد در بازارهای مالی

در حال حاضر، اکثر گزارش‌های موجود در بازار عمدتاً به بررسی عملکرد مالی شرکت‌های بورسی فعال در هر صنعت می‌پردازند که این عنوان نپرداخته است.

ما در ایلیا از طریق صنعت‌سنج، به دنبال پر کردن شکاف بین داده‌ها و رهیافت‌های عملیاتی هستیم. صنعت‌سنج در بهینه‌ترین حالت، مرجعی خواهد بود برای کسب‌وکارهای ایرانی تا درک واضحی از فضای کلان‌تر صنایع خود در ایران، منطقه و جهان به دست آورند. همچنین می‌تواند به عنوان منبع جامعی برای سرمایه‌گذاران و شرکت‌های خارجی باشد تا با نهفتگی‌های اقتصاد ایران و نقش کلیدی که می‌تواند در بازار جهانی ایفا کند، آشنا شوند.

امیدواریم صنعت‌سنج بتواند بازتاب‌دهنده خوبی از اقتصاد ایران و نهایتاً راهنمای قابل اعتمادی برای فعالان و پژوهشگران و علاقمندان باشد.

گزارش‌های صنعت‌سنج در یک نگاه



گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی | Corporate Social Responsibility (CSR)

مخاطبان گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی

- کسب‌وکارها و بنگاه‌های اقتصادی
- کسب‌وکارهای اجتماعی
- بنگاه‌های اقتصادی اجتماعی
- سازمان‌های مردم‌نهاد
- خیریه‌ها
- سرمایه‌گذاران با دغدغه اثرگذاری
- سیاست‌گذاران اجتماعی

اهداف گزارش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی

- الهام‌بخشی به کسب‌وکارها برای اثرگذاری مثبت
- تشویق کسب‌وکارها به پرداختن به مسائل جامعه
- ارائه نمونه‌های نوآورانه و موفق CSR در ایران
- ترویج استفاده از ظرفیت‌های مدیریتی برای حل مسائل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی

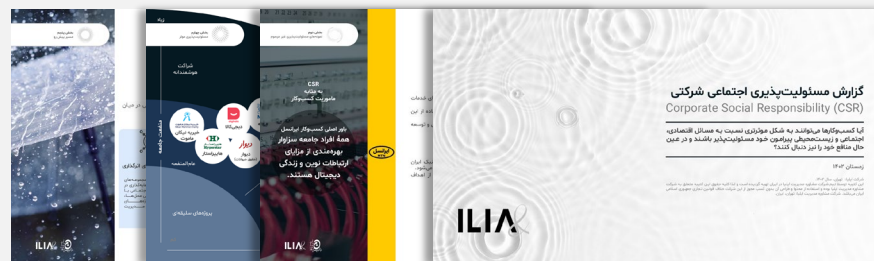
نگاه جهانیان در حال تغییر جهت از دولت‌ها به نقش فعالیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی بنگاه‌های اقتصادی در جامعه است، زیرا سطح اثرگذاری کسب‌وکارها در تمامی عرصه‌های زندگی اجتماعی امری غیرقابل انکار است. کسب‌وکارها به عنوان پیشروان تغییرات، بیش از پیش به مسئولیت خود در جامعه توجه می‌کنند و این خود عامل اعتبار در نگاه مخاطبین آن‌ها است. توسعه همه‌جانبه، پایداری، جلب اعتماد، نیک‌نامی و داشتن ارزش‌های مشترک، همه از جمله مفاهیمی است که کسب‌وکارهای نوین برای رسیدن به آن تلاش می‌کنند.

همانطور که هر روزه انتظارات جامعه از کسب‌وکارها برای اندیشیدن به مسائل اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی بیشتر می‌شود، پاسخ به آن نیز به‌عنوان یکی از الزامات حتمی رهبری در نظر گرفته می‌شود. امروزه شاهد هستیم که در مطالعات و منابع مختلف به اهمیت توجه به مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی توسط سازمان در نگاه همکاران پرداخته‌اند. برای مثال اغلب مطالعات درباره ترجیحات نسل‌های جدیدتر مثل نسل Z به اهمیت این امر برای حداقل ۹۰ درصد این نسل اشاره دارند.

شرکت‌های ایرانی با وجود فعالیت‌های قابل توجه در عرصه مسئولیت اجتماعی شرکتی، که ناشی از فرهنگ دیگر دوستی ایرانیان است، فاصله قابل توجهی با استانداردهای جهانی این حوزه دارند.

این گزارش سعی دارد، نشان دهد چگونه شراکت هوشمندانه میان سرمایه‌های اجتماعی و سرمایه‌های اقتصادی منجر به خلق ارزش مشترک در ابعاد مختلف می‌شود و چگونه می‌توان یک فعالیت خیرخواهانه و مقطعی را به اقدامی بلندمدت، پایدار و همراه با اثرگذاری اجتماعی تبدیل کرد، به گونه‌ای که منجر به سرمایه‌گذاری و کسب سود شود.

این گزارش روایت اقدامات خلاقانه چندین شرکت ایرانی در زمینه مسئولیت اجتماعی را ارائه کرده است، تا بتواند الگو و مدل مناسبی جهت فعالیت کسب‌وکارها در این حوزه ارائه دهد. همه می‌دانیم داشتن یک کسب‌وکار قدرتمند با عملکرد خوب در محیطی پر از نابرابری، فقر و بحران‌های زیست‌محیطی امکان‌ناپذیر است و ما چاره‌ای جز «برداشتن مسئولیت‌مان» برای حل این مسائل و اولویت قراردادن رویکردهای اجتماعی و زیست‌محیطی نداریم.



گزارش CSR در یک نگاه



الهه پوینده
تسهیل‌گر

ایلیا در خدمت صلح و توسعه

به عنوان یک فارغ‌التحصیل رشته مطالعات صلح، درگیری و توسعه، با سال‌ها تجربه فعالیت در زمینه صلح به عنوان مهم‌ترین مفهوم در زندگی شخصی و کاری، حضور من در شرکت مشاوره مدیریت ایلیا، تصمیمی بر اساس ضروریات زندگی بود. اما این نگاه خیلی زود و در چند بُعد به هماهنگی بین مسیر زندگی تخصصی من در حوزه صلح و مسیر شغلی‌ام در ایلیا تبدیل شد.

ایلیا با شعار «یاری‌گر پیش‌برندگان»، خود را نیروی پیش‌ران کسب‌وکارها در مسیر توسعه تعریف می‌کند، توسعه‌ای که ابعاد گوناگونی چون اقتصادی و فرهنگ سازمانی دارد. ارتباط بین ثبات و توسعه اقتصادی با صلح پایدار در کشورها در منابع گوناگونی مانند «گزارش صلح مثبت» از «موسسه اقتصاد و صلح» مورد اشاره قرار گرفته است و از این رو تلاش ایلیا برای بهبود و رشد کسب‌وکارهای مختلف را می‌توان هم‌راستا با صلح دید.

در سطحی دیگر، شرکت ایلیا، با ارائه سه سرویس آموزش، خدمات روانشناسی و خدمات کوچینگ به توسعه فردی کارکنان می‌پردازد. این نوع کنش، یعنی امکان تغییر و بهبود کلان جوامع از راه ایجاد تغییرات خرد و پیوسته افراد در سطح فکر و رفتار، به باور شخصی من قربت بسیار دارد و از همین رو، برای من حضور در ایلیا فرصت مغتنمی برای مشارکت در این توسعه فرهنگ صلح بوده است و از این بابت بسیار خوشحالم.

در بُعدی دیگر، صنعت مشاوره مدیریت می‌تواند در ادامه مسیر خود با افزودن خدماتی مانند مشاوره توسعه پایدار یا خدماتی چون حل‌وفصل مستقیم تعارضات سازمانی و تجاری، هر چه بیش‌تر به توسعه صلح در ایران کمک کند. امیدوارم من هم در این مسیر بتوانم ایلیا را هر چه بیش‌تر و بهتر یاری کنم.



مهرنوش مرادی
مسئول دفتر

ایلای استوار، ایلای ایران

چندین روز از وقتی که به من گفته شد درباره ایلیا متنی بنویسم، می‌گذرد. در طول این چند روز به این فکر می‌کنم این متن را محاوره‌ای و از زبان خودم بنویسم یا رسمی‌تر، نتیجه این شد که با کلمات هرچند ناقص خودم ولی رسمی‌تر بنویسم، تا از داخل سازمان ایلیا را ببینیم و نه از بیرون و ارتباط با مشتری.

روزی که برای مصاحبه وارد ایلیا شدم، لوگوی مقتدرانه ایلیا اولین چیزی بود که توجهم را به خود جلب کرد. اقتداری که هم در مدیرعامل آن و هم در تمام اعضای سازمان دیدم.

واژه ایلیا، چه بر اساس نام مقتدر «علی»، چه از ریشه عبری آن به معنی «خدا در من» و چه از نام الیاس گرفته شده باشد، تمامی این معانی در مجموع بیان‌گر اهداف و رسالت این شرکت مشاوره مدیریتی است.

تجربیات این روزهای من شبیه مشاهده‌گر یک ارکستر سمفونیک است که تمام اعضا با راهنمایی رهبر تیم، موسیقی به یادماندنی خلق می‌کنند. به جرأت می‌توان گفت ایلیا نقش این رهبر ارکستر را در راهنمایی کسب‌وکارها به عهده دارد که نغمه نهایی آن، ایرانی بهتر است.

دیدن تلاش روزانه همکارانم که بدون شاخص ذهنی برای اندازه‌گیری، بی‌وقفه و شبانه‌روزی در تلاش‌اند تا شعار اصلی Backing the Vanguards را زندگی کنند و در پشت صحنه کسب‌وکارها در تکاپو هستند، مایه مباهات من شده است.

از اینکه در این سازمان و تیمی با چنین ایدئولوژی مشغول به کار هستم، به خود می‌بالم و بدون شک ایلیا نغمه‌ای است که مردم به یاد می‌سپارند.

بخش پنجم

در مسیر چابکی سازمانی

ما معتقدیم که تحول چابکی در سازمان‌ها در چند لایه اتفاق می‌افتد و برای دستیابی به آن، باید در هر لایه گام‌های موثری برداشت. با همین فلسفه، دوره‌های آموزشی چابکی سازمانی را در سال گذشته طراحی و ارائه کرده‌ایم.

Agile Leadership

معرفی دوره

اولین قدم در ایجاد تحول چابکی، تغییر ذهنیت افراد در سطوح مدیریتی ارشد (C-Level) است. دوره رهبری چابک به مدیران ارشد کمک می‌کند تا فرایند تحول را درک کرده و از آن حمایت کنند. این دوره با رویکرد (Inside-out) به مدیران کمک می‌کند تا خود را با رویکرد چابک تطبیق دهند و به عنوان الگویی برای سایرین عمل کنند.

تاریخ برگزاری

اعلام می‌شود

تیم راهبری

مرتضی احمدی

عماد قائنی

شرکت کننده‌ها

۲۶

Agile Coaching

معرفی دوره

برای هدایت این تغییر در لایه ساختار تیم‌ها و فرآیندهای سازمانی، نیازمند هدایت و مربیگری افراد هستیم. دوره‌های اجایل کوچینگ و تیم کوچینگ به شما کمک می‌کنند تا تیم‌هایی با عملکرد بالا و پربازده بسازید. همچنین برای پیاده‌سازی موثر استراتژی‌های تدوین شده با OKR در سطح تیم‌ها، نیاز به بازنگری در ساختارها و فرآیندها به صورت چابک است.

تاریخ برگزاری

اولین دوره اجایل کوچینگ در آبان و آذر ۱۴۰۲ بصورت حضوری برگزار شد.

تیم راهبری

مرتضی احمدی

ساناز صدوقی

شرکت کننده‌ها

۷۳

Agile HR

معرفی دوره

منابع انسانی نقش مهمی در درک چابکی و همسو کردن پروژه‌ها و فعالیت‌های خود با بقیه سازمان دارند. از آنجا که چابکی بر روی تغییر ذهنیت و فرهنگ کار تمرکز دارد، سرمایه‌های انسانی به وفور تحت تاثیر قرار می‌گیرند. دوره منابع انسانی چابک به متولیان منابع انسانی کمک می‌کند تا با رویکرد چابک آشنا شده و از آن در پروژه‌های خود استفاده کنند.

تاریخ برگزاری

این دوره سه بار در یک سال گذشته برگزار شده که بار اول، شهریور ۱۴۰۲، بار دوم اسفند ۱۴۰۲ و بار سوم تیر ماه ۱۴۰۳ بوده است.

تیم راهبری

مرتضی احمدی

فرشاد اسلانی

شرکت کننده‌ها

۲۰

OKR

معرفی دوره

برای پیاده‌سازی استراتژی به صورت چابک، از روش OKR استفاده می‌کنیم. دوره OKR به شما کمک می‌کند تا با استفاده از این روش، اهداف و استراتژی‌های خود را به طور شفاف و قابل اندازه‌گیری تعریف کنید و کل سازمان را در راستای چشم‌انداز و استراتژی‌هایتان همسو کنید.

تاریخ برگزاری

دوره در مرداد ۱۴۰۲ بصورت آنلاین برگزار شد و جشن پایان دوره آن نیز با حضور مهمانانی که تجربه پیاده سازی استراتژی با رویکرد OKR رو داشتند خاتمه یافت.

تیم راهبری

مرتضی احمدی

شرکت کننده‌ها

۲۰

پاسخ به سوالات کلیدی در دوره‌های آموزشی چابک‌سازی

- چالش‌های کلیدی در چابک‌سازی چیست و چگونه باید به آن‌ها رسیدگی کنیم؟
- توانمندی‌های لازم برای تسهیل‌گری فرایندهای چابک‌سازی یک تیم کدامند؟
- چگونه چارچوب تعاملات انسانی یک چابک را راهبری کنیم؟
- فرهنگ بهبود مستمر را چگونه در سازمان ایجاد کنیم؟
- چگونه تیم‌های با عملکرد و همکاری بالا را ساماندهی کنیم؟



بهداد نامور یکتا
مدیر

یاری‌گری، درون‌مایه همه فعالیت‌های ما

پیتر دراکر می‌گوید «مدیریت نه علم است نه هنر، بلکه فعالیتی است که از مواجهه و کسب تجربه در گستره وسیعی از شرکت‌ها در صنایع گوناگون آموخته می‌شود.» این نگرش یکی از سنگ بناهای دانش مدیریت است. ولی آیا این فرصت برای هر مدیری در سازمان‌ها وجود دارد؟

درون‌مایه فعالیت ما در ایلیا به عنوان یکی از بازیگران اصلی صنعت مشاوره در ایران، یاری‌رسانی به کسب‌وکارها، سازمان‌ها و افراد است تا با پیدا کردن فرصتی برای ایجاد تفاوتی ملموس، در مسیر کامیابی و موفقیت آن‌ها اثرگذاری مشخصی را همراه یکدیگر تجربه کنیم. ما در ایلیا با نیم‌نگاهی به سرگذشت صنعت مشاوره مدیریت و با دانش و مهارتی که از درس آموخته‌های خود در ۱۶ سال گذشته فرا گرفته‌ایم و همچنین شناختی عمیق از چگونگی فضای کسب‌وکار، تلاش می‌کنیم تا دامنه اثرگذاری خود را توسعه دهیم.

ماهیت حرفه مشاوره مدیریت این است که از سازمان و کسب‌وکارها فراتر رود و همراه با تصمیم‌گیران اصلی کسب‌وکارها و سازمان‌ها، ارزش متفاوت و یا جدید خلق کند. کار ما در ایلیا ترکیبی از همراهی، همدلی و سرسختی است تا بتوانیم چنین تجربه‌ای را به شکل کمی و کیفی بر روی فعالیت‌های اقتصادی و توسعه‌ای کارفرمایان و شرکای خود ایجاد کنیم.

ما در ایلیا بر این باوریم که یاری‌گری ما نه تنها بر روی کسب‌وکارها و سازمان‌ها اثرگذار است که به شکلی مرکب بر روی توسعه و رشد اقتصاد، جامعه و فرهنگ حاکم بر فضای کسب‌وکار کشورمان نیز اثرگذار خواهد بود.



مهکامه حسینی
تحلیل‌گر

فرهنگ غنی، بستر یادگیری

فرهنگ غنی و مثال‌زدنی ایلیا برای من سرشار از تجربه‌های مطلوب بوده و هست. هر عضو ایلیا نمایان‌گر یک بخش از این فرهنگ بوده و این برای من به این معناست که این فرهنگ، از درون خود ایلایی‌ها سرچشمه گرفته است. قبل از ورودم به ایلیا، همه‌جا به عنوان نیرو خطاب می‌شدم اما در ایلیا، هر فرد، نیروی شخصی دیگری نیست بلکه تمام ما همکار یکدیگر هستیم.

از همان ابتدای ورودم به ایلیا تحت تأثیر جو صمیمی و حرفه‌ای تیم قرار گرفتم. هر ایلایی نه تنها در کار خود مهارت بالایی دارد، بلکه به شدت به فرهنگ و ارزش‌های ایلایی پایبند است و این فرهنگ قوی، باعث ایجاد یک محیط کار مثبت و انگیزه‌بخش شده که در آن همه ما به‌صورت جمعی برای رسیدن به اهداف مشترک تلاش می‌کنیم.

در بستر این فرهنگ غنی است که ایلیا پر از چالش توأم با یادگیری بوده و هست و مواجه شدن با این چالش‌های مختلف، نحوه تفکر راجع به حل مسئله را در من بیش از پیش تقویت کرده است. دیدن اینکه هر روزه چگونه این تیم با همکاری و همفکری، راه‌حل‌های نوآورانه‌ای برای مسائل پیچیده پیدا می‌کند، الهام‌بخش است. این همکاری نزدیک نه تنها به بهبود عملکرد کلی شرکت کمک می‌کند، بلکه باعث شده که هر فرد احساس کند که بخشی از چیزی بزرگ‌تر از خود است.

این تجربیات در ایلیا نه تنها در مسیر حرفه‌ای من بلکه در زندگی شخصی‌ام نیز تأثیر عمیقی گذاشته است. یاد گرفته‌ام که چگونه می‌توان با اعتماد به نفس بیشتر، مسائل را تجزیه و تحلیل کرده و بهترین راه‌حل‌ها را پیدا کرد. همچنین، تجربه کار در یک محیط که در آن ارزش‌های اخلاقی و حرفه‌ای به یک اندازه مهم هستند، باعث شده تا به اهمیت فرهنگ سازمانی در موفقیت بلندمدت پی ببرم.

ایلیا را افرادی تشکیل می‌دهند که به دنبال «یادگیری، توسعه فردی و جمعی و زندگی در یک محیط سالم» هستند. بی‌شک ایلیا در آینده‌ای نه‌چندان دور، بیش از آنچه که امروز بدان دست یافته، می‌درخشد.

بخش ششم

توسعه بین‌المللی

شرکت مشاوره مدیریت ایلیا از همان ابتدای فعالیت خود، همواره بر همکاری با شرکت‌های خارجی و ارائه خدمات با کیفیت در سطح جهانی تمرکز داشته است. ایلیا با شناخت دقیق نیازهای مخاطبان و مشتریان خود، بهره‌مندی از ادبیات جهانی و استفاده از تجربه نیروها و متخصصان با سابقه بین‌المللی، تلاش کرده است تا بهترین راه‌حل‌ها و مشاوره‌های مدیریتی را ارائه دهد. از این رو توانسته است حضوری هرچند محدود در بازارهای خارج از ایران داشته باشد. این حضور بین‌المللی به ایلیا کمک کرده تا با چشم‌انداز جهانی، خدماتی منحصر به فرد و با کیفیت ارائه دهد.

در وضعیت فعلی و با توجه به شرایط اقتصادی ایران و نیاز بسیاری از کسب‌وکارها به بین‌المللی شدن و صادرات، و همچنین فرصت‌های متعدد در بازارهای حاشیه خلیج فارس، در سال ۱۴۰۲، ایلیا تصمیم به تاسیس دفتری در امارات متحده عربی گرفت.

اهداف تاسیس

دفتر دبی ایلیا:

- ۱ ایجاد درک گسترده از محیط برای بین‌المللی شدن کسب‌وکارها
- ۲ تسهیل اتصال به کسب‌وکارهای جهانی
- ۳ بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در منطقه

خدمات دفتر دبی ایلیا

ورود به بازارهای بین‌المللی

- ۱
 - تحقیقات بازار: بررسی شرایط و پتانسیل بازارهای جدید
 - امکان‌سنجی و نیازسنجی: تحلیل نیازهای بازار و مشتریان
 - طراحی استراتژی ورود به بازار: برنامه‌ریزی برای ورود موفق
 - تدوین نقشه راه: مشخص کردن مسیر توسعه و رشد

توسعه کسب‌وکار ساخت تیم

- ۲
 - ساخت تیم: تشکیل تیم‌های متخصص و کارآمد
 - استراتژی بازاریابی: ایجاد برنامه‌های بازاریابی موثر
 - ارائه گزارش‌های سالانه: تحلیل و گزارش‌دهی عملکرد

سایر خدمات

- ۳
 - خدمات حقوقی: حمایت حقوقی و مشاوره
 - اتصال به شرکای تجاری: ایجاد شبکه ارتباطی با شرکای کلیدی
 - تولید محتوا: تولید و مدیریت محتوای مرتبط با کسب‌وکار

دفتر دبی ایلیا توانسته است در طی این یک سال، ارتباطات سازنده‌ای ایجاد کرده، ۵ پروژه را به انجام رسانده و تیم خود را گسترش دهد و هم‌اکنون نیز در حال تکمیل خدمات خود جهت خدمت‌رسانی هر چه کامل‌تر و باکیفیت‌تر به مشتریان خود است.

حضور فعال در بازارهای خارجی، درک و شناخت عمیق نیازهای مشتریان در راستای توسعه جغرافیایی، ارائه خدمات باکیفیت و نیز مزیت قیمتی نسبت به شرکت‌های مشاوره کسب‌وکار خارجی، از مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی دفتر دبی ایلیا محسوب می‌شود.

پروژه‌های بین‌المللی ایلیا در



۴ کشور

در سال ۱۴۰۲ ایلیا با انجام **۱۰ پروژه** بین‌المللی در ۴ کشور شامل **انگلیس، روسیه، امارات و بحرین**، یک گام دیگر به تاثیرگذاری جهانی‌اش نزدیک‌تر شد.

پروژه‌های ایلیا شامل صنایع **مد و فشن، املاک و مستغلات، کاغذ و فرآورده‌های آن، سرگرمی، رباتیک، فینتک و فولاد** بوده است.



پروژه تحقیقات در حوزه کشاورزی

یکی از بزرگترین تولیدکنندگان فرآورده‌های شیمیایی-کشاورزی روسیه به منظور توسعه بازار خود با نیازمندی بررسی وضعیت بازار کود شیمیایی در ایران، به ایلینا مراجعه نمود و ایلینا با استفاده از روش‌شناسی ویژه‌ای، به بررسی صنعت کشاورزی و رفتار مصرف‌کننده در ایران پرداخت. در پایان با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده، ضمن بررسی مهم‌ترین اثرگذاران، بینش‌های عمیقی را در رابطه با فرصت‌ها و چالش‌های این صنعت در ایران و شیوه بهره‌مندی از آن‌ها ارائه داد.



پروژه تحقیقات در حوزه کاغذ

یکی از شرکت‌های تولیدکننده فرآورده‌های کاغذی روسیه، به منظور آشنایی با بازار کاغذ ایران به جهت بررسی فرصت‌های گسترش بازار خود و تنظیم اهداف کسب‌وکاری مرتبط با بازار کاغذ ایران، پروژه‌ای با ایلینا تعریف نمود و در ادامه ایلینا از طریق تحقیقات کتابخانه‌ای، میدانی و همچنین بهره‌مندی از نظرات خبرگان این صنعت، به جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز پرداخت. در پایان از طریق تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده، پتانسیل‌ها، فرصت‌ها و تحلیل بازیگران این صنعت را به مشتری ارائه نمود تا از نتایج پروژه بتوانند برای تصمیم‌گیری‌های مرتبط با توسعه بازار خود در ایران استفاده کنند.



پروژه توسعه کسب‌وکار در حوزه سرگرمی

این پروژه توسط گروهی از متخصصان صنعتی و علمی در حوزه قطعه‌سازی و رباتیک به ایلینا پیشنهاد شد. در این پروژه، ایلینا با توجه به فرصت‌های بی‌نظیر حوزه سرگرمی و رباتیک در کشور امارات، به تهیه طرح کسب‌وکار یک مجموعه سرگرمی-رباتیک در امارات پرداخت و در پایان با استفاده از محاسبات مالی انجام شده و بررسی فرصت‌های حوزه سرگرمی در امارات، مستندات مالی و تحقیقاتی مورد نیاز برای سرمایه‌گذاری را به مشتری ارائه داد.



پروژه تحقیقات در حوزه املاک و مستغلات

یکی از مجموعه‌های فعال صنعت املاک و مستغلات برای توسعه و گسترش بازار به کشور امارات، نیازمند بررسی همه‌جانبه این صنعت در کشور امارات و به‌ویژه دبی بود و پروژه‌ای را با ایلینا تعریف نمود. ایلینا پس از درک صحیح مسئله، اقدام به جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز کرد و در پایان مستندی با دو بخش اصلی بررسی جامع بازار و استراتژی ورود به بازار را تهیه نمود که در این مستند علاوه بر بررسی دقیق وضعیت این صنعت در دبی و بازیگران آن، به تلفیق توانمندی‌های فعلی مجموعه و فرصت‌ها پرداخته شد تا از طریق استراتژی‌های پیشنهادی، شرکت بتواند افزایش درآمد زنجیره خدمات خود را تکمیل نماید.



مهدی محمدی
مشاور

زمینه‌ای برای تحقق ارزش‌ها و چشم‌اندازها

به نظر من، در شرایط امروز کشور عزیزمان ایران، جای خالی همکاری‌ها و هم‌افزایی‌های حرفه‌ای و هدفمند تا حد قابل توجهی حس می‌شود. هم‌افزایی‌های کوچک و بزرگی که به کمک آن‌ها بتوانیم چالش‌های پیش روی خود در اقل‌های مختلف اقتصادی و مسائل مربوط به اکوسیستم کسب‌وکار را به درستی و درخور توانمندی خود پشت سر بگذاریم و بتوانیم آمادگی لازم برای استفاده از فرصت‌های کنونی و احتمالی آینده را در خود ایجاد کنیم. بر طبق این گفته، همکاری‌های استراتژیک می‌توانند تعیین کننده موفقیت و یا حتی بقای هر یک از این اعضای جامعه بزرگ باشند. به خصوص اعضای که بدون آن‌ها، مجبور به اختراع دوباره چرخ هستیم؛ اعضای که مرزها را در حوزه صنعت خود گسترش می‌دهند و نقشی تعیین کننده در تبیین و تحکیم قوانین بازی در این کشور را دارند. ما از آنان به عنوان «پیش‌برندگان» یاد می‌کنیم و خود (ایلیا) را «یاری‌گر پیش‌برندگان» می‌دانیم.

به واسطه سابقه قابل توجه و کم‌نظیر ایلیا در قرار گرفتن دوشادوش این پیش‌قراولان حوزه اقتصادی در سطح ملی و بین‌المللی، ایلیا از تخصص، تجربه و اعتماد لازم برای ادامه این جنس از اثرگذاری اصیل و پایدار برخوردار است. این نکته ایلیا را قادر می‌سازد تا با خلق و شناسایی بینش‌ها و راه‌حل‌های درخور و شخصی‌سازی‌شده برای اعضای این جامعه، آن‌ها را به سوی درنوردیدن مرزهای جدیدی از توسعه و شکوفایی یاری کند.

من ایلیا را همزمان به عنوان نیرویی محرک و زمینه‌ای برای تحقق ارزش‌ها و چشم‌اندازهای خود می‌بینم. مفاهیمی همچون توسعه ایران و همچنین اصالت و آزادی در اثرگذاری، در ایلیا برای من معنای پررنگ‌تری به خود می‌گیرد.

همچنین تجارب عمیق و چندجانبه‌ای که در طی همکاری با کسب‌وکارها، نهادها و افراد برجسته و به دنبال رشد و تاثیرگذاری، برای من در بستر ایلیا ایجاد شده، این تجربه کار را به نقطه عطفی در مسیر زندگی کاری و شخصی‌ام تبدیل کرده است. چراکه این حس مفید بودن، در کنار قرار گرفتن در تیمی توانمند، پذیرا و هدفمند، می‌تواند چالش‌های این مسیر را تعدیل و حتی لذت‌بخش سازد.



آیسان عطایی
مشاور

تعهد، کار تیمی و تلاش بی‌وقفه

من حدود سه سال پیش، سفری را در ایلیا آغاز کردم که تا به امروز ادامه دارد. در این مدت، تقریباً در ۱۵ پروژه مشارکت داشته‌ام که باعث شده‌اند شناخت خوبی از صنایع مختلف به‌دست بیاورم؛ از صنایع سنگینی مثل پتروشیمی تا صنایع نوینی مثل فینتک. برای من تنوع و چالش‌های این پروژه‌ها، همواره از جذاب‌ترین ویژگی‌های کار در ایلیا بوده است.

در سال ۱۴۰۲، فرصتی فراهم شد تا در سومین گزارش مدیران عامل ایلیا که بازتاب گسترده‌ای در سطح کشور داشت، مشارکت کنم. حضور در تیمی که چنین پروژه‌ای را به سرانجام رساند، تجربه بی‌نظیری بود.

تمام مراحل این پروژه، از انتشار پرسش‌نامه و تلاش برای افزایش تعداد مشارکت‌کنندگان تا برگزاری رویداد رونمایی از گزارش، جذاب و آموزنده بود. اما بدون شک، ارزشمندترین بخش این تجربه، همکاری با هم‌تیمی‌های فوق‌العاده‌ای بود که نه تنها در زمینه کاری خود حرفه‌ای و کاربلد بودند، بلکه تعهدی مثال‌زدنی به ارائه بهترین خروجی ممکن داشتند. همدلی و همراهی بی‌نظیر این افراد، فضایی صمیمی و پویا را به وجود آورده بود که در آن، تنها هدف، ارائه گزارشی جذاب و ارزشمند برای مخاطبان بود.

حضور در این پروژه، فرصتی بی‌نظیر برای یادگیری و رشد به من داد. از یک سو، مهارت‌هایم در زمینه‌های مختلفی مانند تدوین پرسش‌نامه، جمع‌آوری داده، تحلیل داده و نگارش گزارش ارتقا یافت و از سوی دیگر، تجربه‌ای ارزشمند در زمینه کار تیمی و همکاری با افراد باانگیزه و هدفمند به‌دست آوردم.

بی‌شک، خاطرات این پروژه برای همیشه در ذهنم نقش خواهد بست و به عنوان منبعی الهام‌بخش در مسیر شغلی‌ام، یاری‌گر من خواهد بود. ایلیا به من آموخت که با تعهد، کار تیمی و تلاش بی‌وقفه می‌توان به موفقیت دست یافت و در دنیایی پویا و پُرچالش، همچنان به یادگیری و رشد ادامه داد.



تابستان ۱۴۰۲ - روزهای ایلایی

ما در ایلایا، در پایان هر ماه و به مناسبت زادروز متولدین آن ماه، در روزی موسوم به روز ایلایی، گرد هم جمع می‌شویم و به قدردانی از متولدین می‌پردازیم.



Backing the Vanguard

آدرس: خیابان قائم مقام فراهانی، میدان طومانیان (شعاع)،
خیابان خدري، پلاک پنج، طبقه نهم
تلفن: +۹۸ ۲۱۵۲۱۸۹۹۰۱
ایمیل: office@ilia.co
وبسایت: ilia.co

