

Spis treści

CZĘŚĆ WSTĘPNA

Wprowadzenie	13
Dlaczego o Menedżerach Sprzedaży, czyli z kim i dla kogo?	17

CZĘŚĆ TEORETYCZNA

Rozdział 1

Charakterystyka kultury produkcji w „fabryce” ubezpieczeniowo-finansowej	27
1.1. Podmioty: tożsamość w ubezpieczeniach	27
1.2. Forma współpracy i jej wpływ na poczucie tożsamości organizacyjnej	29
1.3. Kilka tożsamości w jednym miejscu	32

Rozdział 2

Przedmioty: rytuały, rutyny, ceremonie w sprzedaży	39
2.1. Historia rytuałów, czyli skąd i dokąd zmierzamy	40
2.2. Podejście Durkheima, Leacha i Maïsonneuve’a	42
2.3. Zrytualizowana sprzedaż, czyli dążenia do decyzji klienta	44
2.4. Collins i łańcuchy rytuałów interakcyjnych	50
2.4. Rytuał interakcyjny studium folkloru fabrycznego Goffmana i Koneckiego	55
2.4.1. „Zachowanie twarzy” w podejściu Goffmana	57
2.4.2. Agresywne techniki twarzy Goffmana	59
2.5. Techniki twarzy w sprzedaży jako rutyny w rekrutacji Przedstawicieli	61

Rozdział 3

Prezentacje selekcyjno-zarządcze, czyli „Ja Państwu nie będę tutaj mówił...”	67
3.1. <i>Performance management</i> jako podejście do inicjowania i reinterpretacji działań	68
3.2. Podejście firmy do zarządzania zespołem sprzedaży ubezpieczeń	71
3.3. Kulturowe tendencje zmian w stylu zarządzania menedżerów	74

Rozdział 4

Metodologia i jej otoczenie.....	77
4.1. Cel badań empirycznych nad menedżerami	77
4.1.1. Podmioty badania	79
4.1.2. Przedmioty badania	80
4.1.3. Problemy badawcze	81
4.2. Pytania i hipotezy badawcze	83
4.3. Metody badań	84
4.4. Badanie i analiza	87
4.5. Badanie wstępne – znaczenia, badanie właściwe – gatunki	88
4.6. Metafora szkieletu, czyli kręgosłup mojej teorii ugruntowanej. Nasycanie narracją	95

CZĘŚĆ EMPIRYCZNA**Rozdział 5**

Krąg szyjny: nawyk, rutyna i rytuał na usługach zarządzania zespołem sprzedaży	99
5.1. Rytualne działania indywidualne – socjalizacyjne nawyki Menedżerów Organizacji	99
5.2. Rutyny zarządcze	114
5.3. Rutyny Menedżerów Zespołów, czyli powtórki na straży standardów	115
5.3.1. Rutyny rekrutacyjne	118
5.3.2. Rutyny selekcyjne	124
5.4. Rytuały zarządcze w procesie wdrażania Przedstawicieli	130
5.4.1. Rytuały Menedżerów Zespołów	131
5.4.1.1. Rytuał ekspozycji stanu pożądanego	132
5.4.1.2. Rytuał budowania wspólnoty	133
5.4.1.3. Rytuał przykładu własnego	134
5.4.1.4. Rytuał uzyskania zobowiązania	137
5.4.1.5. Rytuał umowy społecznej	139
5.4.1.6. Rytuał otwartości w porozumiewaniu się	141
5.4.2. Rytuały Dyrektorów Oddziałów	142
5.4.2.1. Rytuały motywacyjne	144
5.4.2.2. Rytuały wzmacniania pożądanых nawyków	145
5.4.2.3. Rytuały nadawania sensu	145
5.5. Rytuał w grze interpersonalnej	148
5.5.1. Symetryczna gra rytuałów wdrożeniowych	150
5.5.2. Niesymetryczna gra rytuałów wdrożeniowych	151
5.5.3. Niesymetryczna gra wyobcowania z twarzy	152

5.6. Opowieści oddziałowe, czyli rola metafor w radzeniu sobie z pracą emocjonalną.....	153
5.7. Rytualne działania zbiorowe. Prezentacje zarządcze, czyli wdrukowywanie ambicji	159
5.7.1. Widowiska, czyli Menedżerowie, Starszyzna, Kapłani w akcji	160
5.7.2. Szkolenia kompetencyjne	162
5.7.3. Ceremonie, czyli budowanie wspólnoty	163
5.7.4. Odprawy operacyjno-taktyczne.....	174

Rozdział 6

Krąg piersiowy: zachowania organizacyjne Menedżerów Zespołów sprzedaży ubezpieczeń.....	179
6.1. Zachowania organizacyjne jako przejaw tworzonej kultury pracy zespołu sprzedaży ubezpieczeń.....	179
6.2. Specyfika zachowań organizacyjnych w branży ubezpieczeniowo-finansowej, czyli nadmiar stylistyczny a język	190

Rozdział 7

Krąg łędźwiowy: kompetencje, czyli dlaczego <i>soft skills</i> mają znaczenie w ubezpieczeniach.....	193
7.1. Rola kompetencji <i>soft skills</i> Dyrektorów Oddziałów	194
7.2. Kompetencje Menedżerów Zespołów. Operacje i taktyka	200
7.3. Kompetencje <i>soft skills</i> Przedstawicieli Ubezpieczeniowo-Finansowych, czyli kierunek klient.....	204

Rozdział 8

Krąg krzyżowy: motywacja w teoriach naukowych. Pragmatyzm oczekiwany przez Menedżerów	211
8.1. Teorie motywacji a zachowania ludzi w środowisku zawodowym	214
8.2. Motywy postępowania Menedżerów i Przedstawicieli – spotkania i niespotkania	219
8.3. Mapa problemów motywowania – implikacje w badanej organizacji	229

Rozdział 9

Krąg guziczny: kultura organizacyjna – stale dynamiczna czy stale zmienna?	235
9.1. Społeczne postrzeganie kultury pracy Menedżerów – dwoistość i antydwoistość natury organizacyjnej	238
9.2. Zmiana kultury organizacji – budzenie kolektywnych mitów	241
9.3. Charakterystyczne elementy kultury rytualnej Menedżerów.....	248

Rozdział 10

Etyka w zarządzaniu zespołem sprzedaży.....	251
10.1. Dylematy etyczne w pracy Menedżera Zespołu Sprzedaży	251
10.2. Badania jakościowe w korporacji ubezpieczeniowo-finansowej, czyli dylematy „drażliwych” i „niedrażliwych” pytań.....	255

Rozdział 11

Zakończenie – co dla teorii i co dla empirii.....	259
--	------------

Bibliografia.....	267
--------------------------	------------

Spis rysunków	283
----------------------------	------------

Spis tabel	285
-------------------------	------------

Załączniki	287
-------------------------	------------

Załącznik 1. Ankieta do badania wstępnego.....	287
--	-----

Załącznik 2. Ankiety do badania właściwego	290
--	-----

2.1. Ankieta Dyrektor Oddziału	290
--------------------------------------	-----

2.2. Ankieta Menedżer Zespołu	293
-------------------------------------	-----

2.3. Ankieta Przedstawiciel Ubezpieczeniowo-Finansowy	296
---	-----

Notka o Autorze.....	299
-----------------------------	------------