

# Nie każdy sprawdzi się jako doradca

**Kariera i praca** Z powodu technologii jedne zawody giną, inne się rodzą, ale wydaje się, że konsultanci zawsze znajdą miejsce na rynku pracy. Czy masz cechy potrzebne w tym fachu?

Mirosław  
Konkel



[m.konkel@pb.pl](mailto:m.konkel@pb.pl) ☎ 22-333-98-55

Sportretowana w komediowym serialu „Dilbert” firma ma do wydania nadprogramowe 20 mld USD. Co zrobić z taką sumą pieniędzy? „Może powinienem zatrudnić konsultantów, żeby dali nam jakiś pomysł” – zastanawia się szef. Na co tytułowy bohater, skazany na bezsensowną pracę inżynier Dilbert, odpowiada: „Konsultanci nie przychodzą z pomysłami. Biorą pomysły, które już masz, i sprawiają, że wyglądają na bardziej skomplikowane. A potem dają ci wielki rachunek”.

Nastawionych na łatwy zarobek konsultantów biznesowych, którzy komplikują najprostsze sprawy, spotykamy nie tylko w antykorporacyjnych filmach, komiksach i powieściach. Zaludniają także nasze firmy. Niemniej mądrzy menedżerowie i przedsiębiorcy skutecznie się ich wystrzegają. Zatrudniają doradców, na których naprawdę można polegać.

## Wysokie wymagania

Michał Kozik, dyrektor konsultingu w SID Group, mówi wprost, że nie kupuje kota w worku. Każda decyzja o zaproszeniu specjalisty na biznesowy pokład poprzedzona jest rozmowami z wieloma kandydatami i dogłębną analizą. Nie wyobraża sobie, by obniżyć wymagania wobec aplikanta, ponieważ coraz trudniej znaleźć odpowiednich specjalistów.

– Rekrutując konsultantów, zwracamy uwagę przede wszystkim na takie cechy, jak samodzielność, otwartość na nowe zadania i umiejętność słuchania. Doradcy powinni łączyć innowacyjność z dobrą znajomością kanonów swojego fachu. Wiąże się to z chęcią ciągłego rozwijania się i poszerzania swojej wiedzy i umiejętności – zaznacza Michał Kozik.

Poprzedzki nie obniża także inna spółka technologiczna – itelligence. Jej przedstawiciele lubią podkreślać, że w ich branży od konsultantów wymaga się zarówno doskonałej znajomości rozwiązań cyfrowych i ich funkcjonalności, jak też umiejętności przełożenia tej wiedzy na konkretne potrzeby i oczekiwania klientów. Wielość i różnorodność dostępnych na rynku produktów i usług IT nie ułatwia firmom wyboru. Dlatego potrzebują wskazówek, by zainwestować w nowinki,



które sprawią, że ich działalność nabierze tempa.

– Aby trafnie ocenić, czego i w jakim zakresie potrzebuje klient, nasi doradcy muszą widzieć tzw. big picture: duży, szeroki obraz – rozumieć jego branżę, procesy, znać kierunki, w których się rozwija, wiedzieć, co chce osiągnąć i gdzie zamierza zbudować swoją przewagę konkurencyjną – tłumaczy Tomasz Kusiak, starszy konsultant SAP w itelligence.

## Profesja z przyszłością

Doradcy są pasożytami żerującymi na naiwności menedżerów? Z tym przekonaniem walczy m.in. Danuta Lipowska, dyrektor w dziale transformacji technologicznej w Business Services Capgemini, która przypomina, że konsultanta biznesowego wymienia się w rankingach zawodów przyszłości. Dlaczego? Żyjemy w epoce big data – do 2020 r. w każdej sekundzie na świecie powstawać będzie 1,7 Mb danych w przeliczeniu na osobę. Spowoduje to ogromny popyt na fachowców od analiz, statystyki, przetwarzania cyfrowych informacji. Są to nie tylko matematycy i absolwenci kierunków technicznych, ale też np. socjologowie, psychologowie, etnologowie i antropologowie kultury.

Konsultanci są potrzebni, bo choć przedsiębiorstwa dysponują oprogramowaniem do zarządzania coraz większymi zbiorami danych, to interpretacja rzeczywistości, kojarzenie różnych faktów

**DOŚWIADCZENIE:** Wiedza i praktyka są w zawodzie konsultanta biznesowego cenione jak nigdzie indziej – mówi Danuta Lipowska, dyrektor w dziale transformacji technologicznej w Business Services Capgemini.

[FOT. BOGDAN KRĘŻEL]

i zjawisk pozostają domeną człowieka. Ktoś musi wyciągnąć wnioski z wypływających przez komputerowe algorytmy informacji, zamieniać je w wiedzę, która pomoże przekształcać struktury organizacyjne i procesy – argumentuje Danuta Lipowska.

Konsultanci to nie tylko badacze danych (ang. data scientists). Coraz głośniejszą rolę w firmach odgrywa ekspert od transformacji cyfrowej firm. Ich rola nie polega na doradzaniu przy wdrożeniach ERP (zarządzanie zasobami firmy), CRM (usprawnianie sprzedaży) czy BI (analizy). Mają oni za zadanie doprowadzić do sytuacji, w której wprowadzane rozwiązania IT udoskonalają wszystkie procesy biznesowe przedsiębiorstwa.

Tymczasem ponad połowa (54 proc.) firm-klientów centrów usług deklaruje, że staje się mniej konkurencyjna na rynku z powodu braku specjalistów od transformacji cyfrowej – wynika z wspólnych badań Capgemini i LinkedIn.

W związku z postępującą digitalizacją biznesu do zawodu konsultanta trafia wielu absolwentów uczelni wyższych. Zdaniem Danuty Lipowskiej, świadczy to o rozeznaniu młodych w tendencjach technologicznych i rynkowych. Zastrzega jednak, że nie każdy nadaje się do tej pracy. Przysnaje, że wykształcenie jest ważne. Podobnie jak językowa biegłość – oprócz angielskiego warto znać niemiecki i francuski, bo część przedsięwzięć realizuje

się dla zagranicznych firm. Ale o sukcesie decyduje głównie psychika, osobowość.

– Doradcy i analitycy biznesowi muszą umieć odnaleźć się w projektowym systemie pracy, co łączy się z elastycznością, otwartością na zmiany i odpornością na stres. Taka osoba powinna również godzić z pozoru sprzeczne cechy – jak pewność siebie i skromność, śmiałość i powściągliwość, dokładność specjalisty IT i komunikatywność sprzedawcy – mówi menedżerka z Capgemini.

W podobne tony uderza Tomasz Kusiak, według którego skuteczny konsultant nowych czasów łączy w sobie skrajności.

– Z jednej strony dobrego doradcę wyróżniają twarde kompetencje, wiedza techniczna, z drugiej – umiejętności komunikacyjne, zwłaszcza bycie uważnym w relacji z klientem, aby idealnie dopasować rozwiązania IT do potrzeb – wyjaśnia przedstawiciel itelligence.

## Naturalna selekcja

Pewne umiejętności można wyćwiczyć – jak komunikowanie się. Nie każdy rodzi się doskonałym mówcą, negocjatorem, mistrzem wywierania wpływu. Ale od czego są dotyczące tych dziedzin podręczniki, warsztaty i szkolenia?

Danuta Lipowska opisuje jedno z największych wyzwań doradców: klient chce wdrożyć system IT lub metody działania, które mogą mu przynieść więcej szkody niż pożytku, przy czym upiera się przy swoim pomysle i jest przeczułony na punkcie swojego „ja”. Powiedzieć mu wprost, że się myli? To słuszną strategią, jeśli konsultant chce zakończyć współpracę. Jeżeli jednak zależy mu na projekcie, trzeba więcej finajzji.

– Konsultant musi umieć zdefiniować, czego potrzebuje firma, by usprawnić wybrane procesy zarządzania, a następnie w jasny, przystępny sposób wytłumaczyć to swojemu klientowi, który zwykle nie ma aż tak głębokiej wiedzy – odpowiada Danuta Lipowska.

W zdobyciu autorytetu pomogą doradcy certyfikaty. W przypadku ekspertów Capgemini jest ich długa lista. Otwierają ją: Lean Six Sigma Green Belt, IREB/REQB i APMG Agile Business Analyst, ISTQB.

Na koniec branżowy dowcip: „Kto to jest konsultant? To ktoś, kto powie ci, która jest godzina, po zerknięciu na twój własny zegarek, a potem każe ci za to zapłacić”. Śmieszne, prawda? I zupełnie nieprawdziwe. Gdyby było inaczej – dlatego tylu zdolnych ludzi rezygnowałoby z tak lekkiej, łatwej i przyjemnej kariery? © ®