



Конференция:

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК КЛЮЧ К ПОВЫШЕНИЮ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ

ВЕДОМОСТИ

Тема выступления:

Стратегия роста капитализации непубличной компании –
разрабатывать самим или привлекать консультантов?

Докладчик:

Виктор Ларионов, MOST Marketing, управляющий партнер

1 Тем, кто планирует продажу компании или привлечение инвесторов

2 Тем, кто рассматривает возможность диверсификации бизнеса

3 Тем, у кого ухудшаются рыночные (доля рынка) или экономические (валовая прибыль) показатели

4 Тем, кому нужно подвести идеологию под организационные преобразования



- 1 В том, что акционеры и управленцы приобретают дополнительную роль – инвесторов
- 2 В необходимости создания прозрачной (как минимум для самих акционеров) системы финансовых потоков и их контроля
- 3 В необходимости выбора методики оценки бизнеса и проведении регулярной оценки, в соответствие с выбранной методикой
- 4 В необходимости организационной оптимизации компании (организационная структура, бизнес процессы, мотивационные схемы)



В идеале, компания должна разрабатывать стратегию сама, привлекая консультантов для:

- координации работы
- сбора и анализа информации – исследования рынка, аудит внутренней среды, выявление внешних факторов влияния на бизнес
- модерирования рабочих групп по стратегии
- экспертизы промежуточных и финальных стратегических решений

Привлекать консультантов для "разработки стратегии под ключ" целесообразно только в том случае, когда у акционеров нет свободного человеческого ресурса надлежащей квалификации для реализации проекта.



1

Портфель бизнесов и цели каждого бизнеса

2

Требования к инфраструктуре

3

Требования к системе управления (организационная структура, ключевые показатели эффективности компании, корпоративные нормы и стандарты, требования к квалификации персонала)

4

В рамках каждого бизнес-направления:

1. ключевые конкурентные преимущества (имеющиеся и создаваемые)
2. ассортиментная политика
3. политика дистрибьюции и продаж
4. маркетинговая политика

5

Финансовый план (общий и по каждому бизнес-направлению)

6

Календарно-организационный план внедрения (в т.ч. критерии контроля и контрольные точки)

1

Изучить внешнюю и внутреннюю среду

2

Выявить и описать пространство стратегических альтернатив

3

Разработать систему критериев выбора стратегии

4

Наложить стратегические альтернативы на критерии выбора стратегии

5

Осуществить выбор стратегии

6

Детализировать выбранную стратегию

1

Необходимо четко прописать критерий перехода внедрения стратегии из проектной стадии в стадию регулярного стратегического управления.

2

Основной управляющий документ внедрения стратегии – календарно-организационный план внедрения.

3

Основной инструмент контроля (на стадии проекта) – регулярные заседания рабочей группы для мониторинга внедрения и внесения корректировок в план, по мере необходимости.

4

Основной инструмент контроля (на стадии регулярного процесса) – регулярные сессии стратегического планирования, модерлируемые независимыми модераторами.



Спасибо за внимание!

НАШИ КОНТАКТЫ:

тел./факс: + 7 (495) 225-52-59

www.m-marketing.ru

