

«Генеральный директор - стратег!»

Что мешает генеральному директору стать стратегом



Серов Михаил Алексеевич

- Президент Ассоциации специалистов по стратегическому управлению
- Независимый директор, «Ассоциация независимых директоров»
www.nand.ru
- Директор комитета по стратегии компании «Мясницкий ряд»
<https://kolbasa.ru/>



Программа вебинара

1. Что мешает генеральному директору стать стратегом
2. Как устроен процесс разработки стратегии руками генерального директора. Какие есть варианты
3. Как выглядит отчёт, который ГД подготовит в процессе разработки стратегии. И почему это доступно большинству директоров.
4. Закрепление навыка: пишем статью «Как я разрабатывал стратегию для своей компании своими руками».
5. Подводим итоги: какие навыки, полученные на курсе, позволяют занять почётное место в рейтинге «Стратег года».
6. Ознакомление с программой онлайн курса **«Генеральный директор → стратег»**

**На основе
технологии,
разработанной
Ассоциацией**

Что мешает генеральному директору стать стратегом

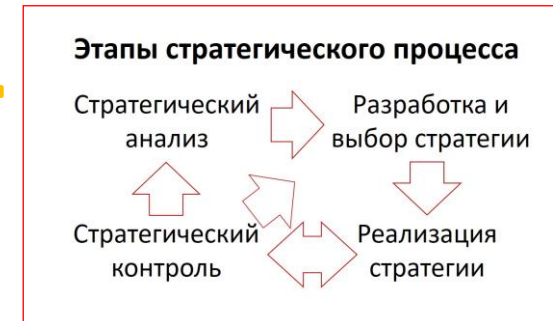
«Генеральный директор - стратег!»

Основные причины:

№1. Отсутствие мотивации.

Если ГД для себя примет решение, что компании нужна стратегия, то вряд ли его что-то сможет остановить.

№2. Отсутствие стратегического процесса, реализуемого в организации на регулярной основе. Если есть отлаженный за 3-5 лет стратегический процесс, то роли для него уже сформировались и сопротивление обычно реализуется в деталях.



Причины второго уровня.

Причина №1. Отсутствие навыка корректировки собственных ментальных шаблонов

Причина №2. Получение знаний занимает слишком много времени

Причина №3. Нет практики выполнения проектов по разработке стратегии

Причина №4. Не натренирован навык выхода из «операционки»

Причина №5: Активная управленческая борьба «стаскивает» ГД на операционный уровень

Обычно только при возникновении критических проблем ГД и предприниматели обращаются к стратегии

198 ментальных ловушек

Психологи сделали оценку ментальных ловушек, которые искажают восприятие. Их оказалось 198. То есть наше восприятие подвержено значительным искажениям.

Особенно сильно данные искажения проявляются в оценке стратегии бизнеса, потому что такой работой ГД занимается редко, от одного раза за три года до трёх раз в год. А когда какую-то задачу решаешь редко, то не удастся сформировать устойчивые навыки по её правильному выполнению.



1. Как устроен процесс разработки стратегии руками генерального директора. Какие есть варианты

На основе технологии, разработанной Ассоциацией

Результат

Вариант №1. Самостоятельно.

ГД по методологии Ассоциации заполняет специально разработанные формы, делает выводы и разрабатывает стратегические решения.

Навык для ГД

Вариант №2. Вместе с директорами.

Директор формирует группу 3-4 директоров и в общей группе при нашей поддержке производится разработка стратегии компании путём заполнения специально разработанных форм.

Навык разработки стратегии в группе директоров

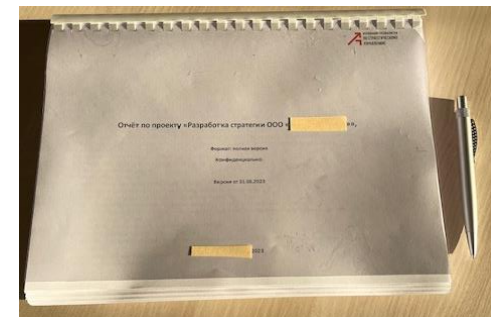
Вариант №3. Отдельный проект под управлением специалистов Ассоциации.

Проведение для компании отдельного обучающего курса в группе из 4-5 директоров.

Более глубокая проработка стратегии

2.

Как выглядит отчёт, который ГД подготовит в процессе разработки стратегии. И почему это доступно большинству директоров.



Объём 30-60 страниц

Таблица для заполнения

Таблица 1.2.3 – PEST-анализ факторов макросреды

Фактор 1	Состояние и тенденции развития 2	Стратегические последствия	
		Возможности 3	Угрозы 4
Политико-правовая составляющая (P)			
1			
2			
3			



1.2 Анализ макросреды

Цель: выявление ключевых тенденций изменения факторов макросреды и анализ их воздействия на развитие компании.

Инструкция по проведению PEST-анализа макросреды:

PEST-анализ факторов макросреды предлагается проводить с использованием таблицы 1.2.3, выполняя следующие шаги:

Шаг 1. По каждой составляющей макросреды (группе факторов) нужно выделить наиболее значимые для рассматриваемой компании (критические) факторы, исходя из специфики ее деятельности, и занести их в столбец 1 таблицы 1.2.3. Перечень наиболее часто используемых в PEST-анализе факторов макросреды приведен ниже в таблице 1.2.1.

Таблица 1.2.1 – Наиболее часто используемые в PEST-анализе факторы макросреды

Составляющие макросреды	Факторы
Политико-правовая	<ul style="list-style-type: none"> Внутриполитическая ситуация в стране. Международная политика. Законодательство (таможенное, антимонопольное, налоговое, социальное и т.д.) Государственное регулирование отрасли. Государственная поддержка.
Экономическая	<ul style="list-style-type: none"> Стадия экономического цикла. Уровень ВВП. Уровень располагаемых доходов населения. Уровень инфляции. Курс национальной валюты. Ставки налогов. Ставка рефинансирования (ключевая ставка) ЦБ РФ. Цены на стратегические ресурсы. Бюджет страны и его выполнение. Уровень безработицы.

3.

Закрепление навыка: пишем статью «Как я разрабатывал стратегию для своей компании своими руками».

План подготовки статьи:

1. Принял участие в вебинаре и узнал о новой технологии формирования навыка стратега.
2. Рассмотрел три варианта и выбрал №2 (№1, №3)
3. Провели организационную встречу.
4. Приступили к работе
5. Временные трудности: «Да, временами было сложно...»
6. Погружение в стратегию, новые ощущения от процесса.
7. Появился свет в конце туннеля: мы стали понимать, как это делается.
8. Сформировали отчёт.
9. Сформулировали стратегию.

4.

Подводим итоги: какие навыки, полученные на курсе, позволяют занять почётное место в рейтинге «Стратег года».

Поскольку стратегия была разработана своими руками, то ГД попал в рейтинг «Стратег года» и занял там почётное 135 место!

Но, подготовив статью баллов стало больше и рейтинг изменился: 95 место

Оптимистичный план: в следующем году реализовать проект по глубокой проработке стратегии и продвинуться в рейтинге на 60 место.

Но главное – повысить эффективность бизнеса в долгосрочной перспективе!

Стратегический стиль мышления у акционеров и директоров

В среднем и крупном бизнесе среди директоров бизнес-единиц и акционеров обычно есть человек со стратегическим стилем мышления, иначе организация имеет слабые шансы на рост и выживаемость.

Директора с операционным стилем мышления и поведения вряд ли могут понять, что у организация есть проблемы на стратегическом уровне управления.

При разработке стратегии на всём протяжении проекта необходимо поддерживать общение с директорами и акционерами на стратегическом уровне, увязывая операционные проблемы с вопросами стратегии.

Цитата одного из директоров в рамках проекта по аудиту стратегии: «У меня есть MBA по стратегии, и я разработал сам стратегию для своего бизнеса. Главное, что я понял - нужно интегрироваться, а вот куда – вот в чём вопрос».

Онлайн курс «Генеральный директор → стратег»



Приглашаю генеральных директоров
на свой уникальный курс
«Генеральный директор – стратег».

Серов Михаил Алексеевич. Президент Ассоциации специалистов по стратегическому управлению

Обучение на курсе позволяет стать стратегом и повысить эффективность бизнеса за счёт более успешной стратегии.

В течение курса директора производят разработку стратегии на примере своей компании или разрабатывают стратегию на основе готового кейса.

Разработка стратегии производится в соответствии со стандартом «Система стратегического управления «ССМ4»». Количество участников в группе: до 10 человек (компаний).

Сертификат Ассоциации: «Генеральный директор - стратег».

Онлайн курс «Генеральный директор → стратег»

Как устроен процесс.

Основное время используется для разработки стратегии, примерно 70%.

30% времени используется для демонстрации практических примеров, показывается, как выполнен тот или иной этап работ. Даются краткие пояснения по методологии этапа в формате презентации.

Процесс.

Участник/директор использует 3 вида материалов.

Основной файл/тетрадь: формы для разработки стратегии по шагам и этапам. В них вносится информация по результатам проведённого сбора информации и её анализа. По каждому шагу есть инструкция, по каждому этапу - практический пример.

Второй вид материалов – информация о внешней среде (в основном отчёты по анализу рынка).

Третий вид материалов: методика по разработке стратегии бизнеса, 130 страниц. Если появится желание погрузиться в детали процесса и в тонкости методологии, то данный документ как раз подойдёт для решения такой задачи.

Онлайн курс «Генеральный директор → стратег»

Что в итоге получит участник:

1. Готовую стратегию бизнеса (если участник выбирает вариант – разработка стратегии для своей компании). Или стратегию, разработанную на основе практического примера.
2. Пособие по разработке стратегии, в виде набора материалов курса.
3. Индивидуальный опыт разработки стратегии.
4. Стратегический взгляд на бизнес, опыт общения со стратегами, развитие стратегического мышления.

Длительность курса, время проведения.

- 8 занятий по 1,5 – 2 часа и индивидуальные встречи.
- Каждое занятие проводится днем в 12-00 или вечером в 17-00. Если участник не смог принять участие в занятии в 12-00, то у него есть возможность сделать это в 17-00.

Онлайн курс «Генеральный директор → стратег»

Три формата по разработке стратегии в рамках курса.

Формат №1. Работа генерального директора в группе над стратегией бизнеса. Варианты: или разработка стратегии на основе готового кейса (практического примера, производственный бизнес), или разработка стратегии вашей компании.

Формат №2. Директор привлекает в группу 3-4 директоров и в общей группе силами директоров производится разработка стратегии вашей компании.

Данный формат является оптимальным, поскольку позволяет распределить работы по анализу и комплексно рассмотреть стратегическую ситуацию компании.

Формат №3. Для вашей компании проводится отдельный курс в группе из 4-5 директоров.

Программа онлайн курса «Генеральный директор - стратег».

1. Оценка успешности/эффективности бизнеса. Оценка уровня успешности бизнеса.
2. Аудит применяемой (текущей) стратегии. Формализация текущей стратегии по методике Ассоциации. Оценка плана по развитию (если такой есть).
3. Анализ внешней среды: анализ мега среды (влияние других стран) для оценки уровня влияния факторов на эффективность компании.
4. Анализ макросреды (страновой уровень).
5. Стратегический анализ отрасли
6. Анализ и оценка стратегического потенциала
7. Анализ и оценка конкурентоспособности
8. Построение и анализ проблемного поля
9. Разработка стратегических целей, в т.ч. определение миссии
10. Выбор стратегии (направления) развития (роста).
11. Разработка конкурентной стратегии (как развить рынок и осуществить, например, диверсификацию).
12. Обсуждение сложных вопросов по разработке и реализации стратегии. Ответы на вопросы по программе.

Расписание. В какие дни проводятся онлайн занятия (ZOOM)

- 31 октября 2023. 1-я встреча. Онлайн. Начало в 12-00 или в 17-00. Длительность 15-30 минут.
- 02 ноября 2023. 1-е занятие. Онлайн. Начало в 12-00 или в 17-00. Длительность 1 час 45 минут.
- 07 ноября. 2-е занятие. Онлайн. Начало в 12-00 или в 17-00. Длительность 2 часа 15 минут.
- 09 ноября. 3-е занятие. Онлайн. Начало в 12-00 или в 17-00. Длительность 2 часа 15 минут.
- 14 ноября. 4-е занятие. Онлайн. Начало в 12-00 или в 17-00. Длительность 2 часа 15 минут.
- 16 ноября. 5-е занятие. Онлайн. Начало в 12-00 или в 17-00. Длительность 2 часа 15 минут.
- 21 ноября. 6-е занятие. Онлайн. Начало в 12-00 или в 17-00. Длительность 2 часа 15 минут.
- 23 ноября. 7-е занятие. Онлайн. Начало в 12-00 или в 17-00. Длительность 2 часа 15 минут.

Преподаватели курса:

[Серов Михаил Алексеевич](#), [Шаламова Наталия Гавриловна](#),

Цена за участие в программе:

90 тыс. руб. Цена указана без НДС.

Скидочная политика.

При регистрации от одной компании 2-х и более директоров предусмотрена скидка 15%.

Менеджер программы:

Сергей Шурыгин, тел.: +7 926 440 44 83, e-mail: gdstrateg@strategs.ru

Руководитель курса:

Серов Михаил Алексеевич, e-mail: ms@strategs.ru, тел. [+7 925 133 09 61](tel:+79251330961)