

2022: большая антикризисная стратегия

Срок обучения:

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

Введение

- Что такое кризис? Всегда ли это возможности
- Что такое стратегия
- Как сочетаются эти два понятия

Природа и длительность кризисов

- Различные природы и виды кризисов:
 - Экономические
 - Политические
 - Демографические
 - Экологические
 - Военный
 - Комплексные
- Длительность и охват: краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные
- Охват и масштаб: страновые, отраслевые, мировые

Ресурсный подход к разработке стратегии

- Определение доступных ресурсов и способностей компании
- Атрибуты для каждого ресурса и способности по критериям:
 - Стратегическая важность
 - Относительная сила по сравнению с конкурентами
- Ресурсы и способности по 4 группам:
 - Стратегически важные, являющиеся сильной стороной
 - Стратегически важные, являющиеся слабой стороной
 - Стратегически неважные, являющиеся сильной

стороной

- Стратегически неважные, являющиеся слабой стороной
- Формулировка правил использования ресурсов и способностей
- Стратегические направления — стратегические цели — системы показателей — подбор ключевых показателей эффективности

Решения, предлагаемые компанией ключевым клиентам

- Анализ и оценка покупаемых клиентом товаров и услуг
- В чем заинтересованы клиенты? Что покупают клиенты?
- Что бизнес продает ключевым клиентам компании?
- Как можно дифференцировать предложение для ключевых клиентов
- Ценность, создаваемая для клиентов
- Постановка целей на взаимодействие с ключевыми клиентами

Практикум «Новые стратегии работы с клиентами: фиксируем ключевые положения (на материалах участников)»

Рыночный подход. 5 сил Майкла Портера для оценки динамики отрасли

- Покупатели
- Поставщики
- Потенциальные новых участники рынка
- Потенциальное замещение товарами другой отрасли
- Соперничество между конкурентами

Матрица Shell/ DPM. Возможные стратегии

- Лидер бизнеса
- Стратегия роста
- Стратегии генератора денежной наличности
- Стратегия усиления конкурентных преимуществ
- Ведение бизнеса с осторожностью
- Стратегии частичного свертывания
- Ведение бизнеса с осторожностью и частичное свертывание производства

Практикум «Стратегия свертывания: ищем возможности продажи бизнеса»

Обобщение полученных результатов

- Оценка создаваемой базовой ценности
- Оценка конкурентоспособности компании
- Выделение опорного сегмента клиентов: размер и доступность
- Оценка необходимых изменений в деятельности компании: длительность, затратность, изменение культуры
- Конкуренция и потенциальные действия конкурентов
- Оценка вероятности успешной реализации стратегии

Практика принятия стратегических решений в компании

- Процесс принятия решений акционерами
- Предварительный анализ ожиданий акционеров
- Определение промежуточных целей
- Отличие целей и процессов/ направлений развития компании

Практикум «Антикризисная стратегическая инициатива: выбираем варианты»