

Ефективна бізнес-модель для посткризових умов: інструменти для аналізу і вдосконалення

Стратегічна сесія для керівників компаній

*Базуючись на рекомендаціях провідних експертів та узагальненні досвіду, набутого бізнесом у період кризи, семінар пропонує **практичні інструменти аналізу та вдосконалення бізнес-моделі компанії** задля забезпечення сталого розвитку бізнесу у «посткризовому» економічному середовищі.*

Проблематика семінару:

- Бізнес-модель в сучасних умовах: що рекомендують керівники успішних компаній і провідні експерти зі стратегії?
- Як визначити найважливіші зміни у галузі і конкурентному положенні компанії внаслідок кризи? Який стратегічний напрям є перспективним для компанії сьогодні?
- Системне розуміння бізнесу в новій реальності: як уникнути заздалегідь невірних рішень?
- Як визначити зміни у продуктовому портфелі і ціннісній пропозиції, що збережуть і розширять ринок для нашої компанії?
- Які зміни організаційної структури дозволять найкращим чином впровадити вдосконалену бізнес-модель?
- Як об'єднати інтереси ключових зацікавлених сторін (стейкхолдерів) та де знайти ресурси для розвитку компанії?

Семінар проходить в формі інтерактивної сесії і передбачає розгляд практичних інструментів, активне обговорення, розгляд реальних ситуацій (кейсів), питання і відповіді, обмін досвідом між учасниками. До проведення семінару, учасники отримують пакет матеріалів і кейсів та заповнюють анкету.

Програма семінару

Блок 1. «Посткризовий» стан компанії і визначення головних напрямів змін бізнес-моделі	Інструменти/кейси	1 год. 45 хв.
<p><u>1. Вступ: зміст, цілі, план роботи під час семінару</u></p> <p><i>Визначення цілей семінару, методів роботи, уточнення сподівань і інтересів учасників</i></p>	<p>Стислий аналіз анкет та визначення пріоритетів</p>	<p>10 хв.</p>
<p><u>2. Головні сучасні тренди у економіці та бізнесі: про що важливо знати</u></p> <p><i>Тенденції та головні чинники майбутніх змін економічної ситуації. Ключові зміни у ринковій системі внаслідок кризи та їх вплив на бізнес.</i></p>		<p>10 хв.</p>
<p><u>3. Перший рік кризи: висновки з досвіду компаній і галузей</u></p> <p><i>Як спрацювали «антикризові» програми – досвід, типові риси, галузеві особливості, фактори успіху.</i></p>	<p>Приклади (мікро-кейси) по декількох галузях середнього і малого бізнесу</p>	<p>20 хв.</p>
<p><u>5. Головні напрями змін у стратегії в залежності від «посткризового» стану компанії і галузі.</u></p> <p><i>Типи стратегій в залежності від впливу кризових явищ і поточного положення компанії: інструменти аналізу і їх використання</i></p>	<p>Інструменти визначення напрямів трансформації змін стратегії (за Winning in Turbulence, Bain & Company, 2009)</p>	<p>20 хв.</p>
<p><u>4. Визначення головних факторів стабільного розвитку бізнесу: ключові активи, можливості, інтереси стейкхолдерів.</u></p> <p><i>Як визначити, захистити і розвинути найголовніші чинники стабільного розвитку бізнесу.</i></p>	<p>Інструменти ідентифікації головних чинників стабільного розвитку компанії.</p>	<p>10 хв.</p>
<p><u>5. Визначення головних напрямів трансформації стратегії: міні-кейси (аналіз ситуацій) – групове обговорення</u></p>	<p>Аналіз міні-кейсів у трьох галузях: виробництво, торгівля, послуги.</p>	<p>30 хв.</p>

7. Підсумки обговорення міні-кейсу

5 хв.

Перерва

30 хв.

Блок 2.

1 год. 45 хв.

Розробка елементів ефективної бізнес-моделі в сучасних умовах

1. Ціннісна пропозиція і операції

Визначення напрямів зміни ціннісної пропозиції (що, кому і як ми продаємо) як реакція на зміну поведінки споживачів і ринкової структури.

Інструменти визначення перспективних змін у ціннісній пропозиції за допомогою стратегічної канви та відповідної операційної структури (за Kim & Mauborgne, 2009)

20 хв.

2. Структура, управління, мотивація

Організаційна побудова, що підтримує бізнес-модель і забезпечує появу і реалізацію нових можливостей. Розподіл повноважень і мотивація в залежності від бізнес-моделі.

Аналіз типових невідповідностей між стратегією та організаційною побудовою (приклад українських компаній) та засобів їх узгодження (у т.ч. за G.Hamel, The Future of Management)

20 хв.

3. Стратегії фінансування

Фінансування розвитку у кризовий час. Можливі джерела та необхідні кроки для їх залучення. Узгодження інтересів між власниками, менеджментом, кредиторами, іншими ключовими стейкхолдерами.

Залучення зовнішнього фінансування у кризовий час..

20 хв.

4. Аналіз ключових елементів стратегії: міні-кейс (аналіз ситуації) – групове обговорення

30 хв.

5. Підсумки обговорення міні-кейсу

5 хв.

6. Підсумки семінару. Питання і відповіді. Обговорення.

10 хв.