

Zarządzanie strategiczne

Polskie firmy coraz częściej wychodzą poza „tu i teraz” i myślą długoterminowo. Tymczasem pojęcie strategii rozwinął w latach 70tych Alfred Chandler opisując przypadki amerykańskich firm w latach 1850-1920. Pokazywał on wyraźny wpływ posiadania przez firmę strategii a jej sukcesem biznesowym

Na szkoleniu z zarządzania strategicznego zajmiemy się najważniejszymi elementami związanymi z przygotowaniem i wdrożeniem strategii w firmie. Pokażemy jakie są kluczowe kierunki budowy strategii w oparciu o analizę strategiczną i odniesienie do Misji i Wizji firmy oraz czynników wpływających na funkcjonowanie firmy.

Uczestnicy szkolenia dowiedzą się jakie są kluczowe czynniki sukcesu wdrażania strategii firmie oraz jakie są związane z tym zadania menedżera. Uczestnicy poznają także skuteczne narzędzia komunikacji i monitoringu realizacji strategii w firmie.

Szkolenie Zarządzanie strategiczne to także praktyczny trening menedżerski - doskonała okazja, aby zwiększyć/ odświeżyć swoje kompetencje w zakresie podejmowania decyzji, planowania i ustalania priorytetów w odniesieniu do gąszczy informacji i licznych możliwych opcji.

Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

Dowie się czym jest strategia – definicje w różnych ujęciach. Zwłaszcza jaki jest wpływ strategii na sukces firmy

Pozna czynniki jakie należy wziąć pod uwagę tworząc strategię i jakich narzędzi użyć, aby przeprowadzić skuteczną analizę strategiczną

Dowie się kiedy i jak skutecznie stosować poszczególne narzędzia analizy strategicznej

Zdefiniuje cele strategiczne i dowie się jak je kaskadować w strukturze organizacyjnej do poziomu pracownika liniowego

Będzie wiedział jak zapewnić skuteczność wdrożenia i realizacji strategii w firmie tak, aby osiągnąć zamierzone cele i nie stracić motywacji pracowników

Pozna co w praktyce ma robić menedżer, aby wdrażać strategię i jak wykorzystywać skuteczne narzędzia zarządzania, aby mieć pełną kontrolę nad realizacją strategii na każdym jej etapie



Cena:

1700 pln netto / 2 dni / os.

I. Założenia planowania strategicznego w nowoczesnej firmie

- Podstawy i istota strategii
- Różne ujęcia i definicje strategii
 - Militarne
 - Matematyczne – teoria gier
 - Biznesowe – organizacyjne

II. Elementy determinujące i wpływające na strategię firmy

- Produkt / usługa
- Model biznesowy firmy a strategia
- Misja i wizja firmy
- Struktura firmy
- Organy decyzyjne / własność firmy
- Elementy równorzędne/wpływające w odniesieniu do strategii
 - Model Dilts'a
 - Tożsamość firmy
 - Wartości firmowe
 - Przekonania obecne w firmie
- Bariery efektywnej strategii

III. Założenia analizy strategicznej

- Rola analizy strategicznej
- Analiza makrootoczenia, Analiza PEST
- Analiza otoczenia konkurencyjnego
- Analiza potencjału strategicznego firmy
- Ocena pozycji strategicznej firmy
- Benchmarking rynkowy

IV. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa w praktyce

- Metoda TOWS-SWOT
- Analiza 5 sił Portera
- Metoda SPACE
- Model Canvas
- Model ADKAR

V. Drogi rozwoju w oparciu o strategię rozwoju rynku

- Ekspansja geograficzna
- Strategie internacjonalizacji
- Strategie przedsiębiorstw lokalnych w sektorach globalnych

VI. Tworzenie strategii

- Definiowanie strategii w odniesieniu do wyników analizy
- Matryca 16 typów strategii
- Wybór właściwej strategii
- Określanie dźwigni wzrostu (Leverage)
- Definiowanie celów strategicznych SMART+

VII. Wdrażanie strategii

- Tworzenie X Matrix - operacjonalizowanie Strategii do poziomu aktywności codziennych
- Metoda Hoshin Kanri
- Tworzenie punktów kontrolnych pomiaru realizacji strategii i realizacji celów strategicznych
- Komunikacja strategii dla wszystkich poziomów firmy
- Wizualizacja strategii
- Zadania menedżera we wdrażaniu i monitorowaniu strategii

