

Стратегическая сессия

Коммерческое предложение



Содержание

1. О компании Gai.Company
2. Стратегическая сессия
3. Отзывы
4. Почему стоит выбрать нас
5. Стоимость
6. Бриф к сессии

1. О компании Gai.Company

Основатель компании Гай Карапетян

- Закончил РГМУ им. Пирогова и РЭА им. Плеханова
- Преподаватель:
 - Высшей Школы Бизнес-Информатики при ВШЭ
 - Бизнес-школы РМА
 - Высшей Школы Дизайна ВШЭ
- Автор многочисленных публикаций
- Ведущий телепередачи «Деловой гамбит»
- Персональный сайт <https://gaikarapetyan.ru/>



1. О компании

Консалтинговая компания Gai.Company

- Год основания 2017
- Основная специализация
 - стратегический маркетинг;
 - оценка рынков;
 - конкурентные стратегии.

1. О компании

Наши клиенты



2.

Стратегическая сессия

2. Стратегическая сессия

ЧТО ТАКОЕ СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕССИЯ, И ЗАЧЕМ ОНА НУЖНА?

В сессии участвуют топ-менеджмент, собственники, ключевые сотрудники организации. Желательно собрать от 5 до 10 ключевых персон бизнеса. Сессия может занимать от 4 часов до нескольких дней. Выделяется отдельное помещение, сотрудников освобождают от операционной работы на данный период. Группа, под руководством специалиста-модератора с нашей стороны, по подготовленному нами сценарию, разрабатывает стратегически значимые для компании решения.

ЧТО ЭТО ДАСТ?

- Определим приоритеты развития на средне- и долгосрочной дистанции;
- Сформулируем общее видение будущего компании;
- Решим стратегически значимые вопросы;
- Определим настоящие и будущие проблемы организации;
- Определим настоящие и будущие возможности организации.

В ПРОЦЕССЕ СЕССИИ:

- Рассматриваются возможности горизонтального роста (портфельный анализ);
- Возможности вертикального роста (бизнес-стратегии);
- Анализ сильных и слабых сторон компании;
- Экспертный анализ макро- и микросреды;
- Анализируется состояние и возможности организации;
- Формулируются стратегические альтернативы.

ВАРИАНТЫ ЦЕЛЕЙ:

- Обзор возможностей компании;
- Поиск альтернатив развития;
- Изменение текущей стратегии;
- Поиск точек роста внутри отрасли;
- Поиск точек роста по продажам определенного продукта.

- Сценарий сессии создается индивидуально после переговоров и обсуждения целей сессии.
- Наши статьи на тему проведения стратегических сессий <https://gaikarapetyan.ru/tag/strategicheskaya-sessiya/>

2. Стратегическая сессия

Например, для компаний Интерволга (системный интегратор) и Siemens Finance (международная лизинговая компания) мы совместили обучение менеджмента основам стратегического планирования с стратегической сессией. После блока теории команда отработывала навык, создавая стратегический план развития своей компании.

Типовой план подобной сессии:

1 день

- Общие ценности и видение компании.
- SWOT-анализ. (Практическая работа).
- Сегментация рынков, быстрая оценка рынков. (Практическая работа).
- Портфельные стратегии, инструментарий. (Практическая работа).

2 день

- Обсуждение вчерашнего дня.
- Бизнес-стратегии, инструментарий, модели Портера. (Практическая работа).
- Четырехпольный SWOT. (Практическая работа).
- Оценка решений, создание базовых KPI. (Практическая работа).
- Создание дорожной карты стратегического развития компании. (Практическая работа).
- Обсуждение итогов.

СУЩЕСТВУЮТ
НЕСТАНДАРТНЫЕ МОДЕЛИ
СЕССИИ, СОЗДАННЫЕ
ИНДИВИДУАЛЬНО ПОД
ЗАДАЧИ ВАШЕЙ КОМПАНИ

3. ОТЗЫВЫ

“

Благодарим компанию «Гай и Компания» за участие в создании стратегии продвижения для ряда проектов для международных компаний наших клиентов. Хотим отметить отличную работу, огромное терпение и заинтересованность в конечном результате. А также хотим отметить Гая, как отличного делового партнера выполняющего и устные и договорные обязательства.

ТУЧКОВ ИВАН
TWICE.DIGITAL

“

Выражаю Вам благодарность за проведенный тренинг по лидогенерации и позиционированию проекта «Refection» в конкурентной среде. Отличная работа, глубокий подход и понимание как принципов продаж, так и принципов управления персоналом. Благодаря Вам, наши менеджеры начали успешно преодолевать возражения клиентов, что положительным образом отразилось на наших продажах!

ГРЯЗНОВ СЕРГЕЙ
REFLECTION.COM

“

Гай, ваш подход очень важен для руководителей среднего звена, которые, как правило, занимаются исключительно операционным управлением. Это дает возможность намного более качественно определять направления для развития.

ТОМАШ КУКУЛЬСКИЙ
SIEMENS FINANCE



“

Чрезвычайно понравилось стремление вникнуть в суть нашего бизнеса, понять как он ведется и на основе этого улучшить его. Гай не сыпал распространенными шаблонными истинами бизнес-процессов, а вникал в суть наших процессов и лишь потом давал рекомендации. Сессия помогла систематизировать наши возможности, ранжировать их, обозначила перспективные направления.

ФИЛЛИПОВ ЕВГЕНИЙ
АКРОПОЛЬ-ГЕО

“

Обратились в «Gai.Company» в феврале 2018 с вопросом о построении стратегии маркетинга. Получили грамотные системные рекомендации построенные на четких логичных алгоритмах управления маркетингом. Благодарим за вовлеченность в работу и предложенные решения.

МИХАИЛ ЛЕОНЬТЕВ
APPSET.ME

4. Почему стоит выбрать нас

4. ПОЧЕМУ СТОИТ ОБРАТИТЬСЯ К НАМ?

- Стратегические сессии проводятся управляющими партнерами-собственниками нашей компании с десятилетним опытом управления собственными организациями;
- Рассматриваем альтернативы под разным углом при помощи различных классических методологий от И. Ансоффа до М. Портера;
- Вы получите независимого модератора с опытом собственного бизнеса и знанием классических методов бизнес-анализа;
- Готовые рабочие тетради, по ним вы, в дальнейшем, сможете повторить полный путь и методологию анализа;
- И, самое главное, наши модераторы ставят себе задачу «независимым» слухом уловить те блестящие идеи, которые, возможно, не будут услышаны коллективом из-за повседневной рутины.

4. ПОЧЕМУ СТОИТ ОБРАТИТЬСЯ К НАМ?

КАНВА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

| Стратегическая маркетинговая канва | | Цели маркетинга | | |
|---|---|--|--|--|
| Цели маркетинга | | Цель маркетинга | Цель маркетинга | Цель маркетинга |
| <p>Цели маркетинга Сформулировать цели и задачи маркетинга с точки зрения конкурентоспособности и роста. Сформулировать задачи маркетингового отдела и команды.</p> <p>Приоритеты: - ROI/Удельная прибыль - ROI/Удельная прибыль - Бизнес-цели и показатели</p> | <p>Цели маркетинга Сформулировать цели и задачи маркетинга с точки зрения конкурентоспособности и роста. Сформулировать задачи маркетингового отдела и команды.</p> <p>Приоритеты: - ROI/Удельная прибыль - ROI/Удельная прибыль - Бизнес-цели и показатели</p> | <p>Цели маркетинга Сформулировать цели и задачи маркетинга с точки зрения конкурентоспособности и роста. Сформулировать задачи маркетингового отдела и команды.</p> <p>Приоритеты: - ROI/Удельная прибыль - ROI/Удельная прибыль - Бизнес-цели и показатели</p> | <p>Цели маркетинга Сформулировать цели и задачи маркетинга с точки зрения конкурентоспособности и роста. Сформулировать задачи маркетингового отдела и команды.</p> <p>Приоритеты: - ROI/Удельная прибыль - ROI/Удельная прибыль - Бизнес-цели и показатели</p> | <p>Цели маркетинга Сформулировать цели и задачи маркетинга с точки зрения конкурентоспособности и роста. Сформулировать задачи маркетингового отдела и команды.</p> <p>Приоритеты: - ROI/Удельная прибыль - ROI/Удельная прибыль - Бизнес-цели и показатели</p> |
| <p>Маркетинговые стратегии Какие маркетинговые стратегии и тактика развития на рынке? Какие каналы сбыта использовать? Какие ресурсы использовать? Какие каналы сбыта использовать? Какие ресурсы использовать? Какие каналы сбыта использовать? Какие ресурсы использовать?</p> <p>Приоритеты: - ROI/Удельная прибыль - ROI/Удельная прибыль - Бизнес-цели и показатели</p> | <p>Маркетинговые стратегии Какие маркетинговые стратегии и тактика развития на рынке? Какие каналы сбыта использовать? Какие ресурсы использовать? Какие каналы сбыта использовать? Какие ресурсы использовать? Какие каналы сбыта использовать? Какие ресурсы использовать?</p> <p>Приоритеты: - ROI/Удельная прибыль - ROI/Удельная прибыль - Бизнес-цели и показатели</p> | <p>Процессы - Процесс - Процесс - Процесс</p> | <p>Процессы - Процесс - Процесс - Процесс</p> | <p>Процессы - Процесс - Процесс - Процесс</p> |
| <p>Финансирование стратегии Сформулировать цели и задачи маркетинга с точки зрения конкурентоспособности и роста. Сформулировать задачи маркетингового отдела и команды.</p> | <p>Финансирование стратегии Сформулировать цели и задачи маркетинга с точки зрения конкурентоспособности и роста. Сформулировать задачи маркетингового отдела и команды.</p> | <p>Тактические приемы Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию. Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию. Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию. Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию.</p> | <p>Тактические приемы Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию. Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию. Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию. Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию.</p> | <p>Тактические приемы Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию. Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию. Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию. Прочитать/Изучить и маркетинговую стратегию.</p> |

Gai & Company

При постановке задачи по разработке маркетинговой стратегии предприятия мы используем шаблон канвы, разработанной в нашем агентстве.

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

Рабочая тетрадь.
Разработка стратегии компании
Гай Карлсберг

Содержание

1. Миссия компании
2. Видение компании
3. Цели компании
4. Стратегический анализ

Стратегический анализ предприятия

- 3.1 SWOT-анализ
 - 3.1.1. Матрица SWOT
 - 3.1.2. Персональный диагностический SWOT
- 3.2 Корпоративная стратегия/Профессиональный анализ
 - 3.2.1. Матрица Ассифи
 - 3.2.2. Матрица БК/Х
 - 3.2.3. Матрица Маккензи
- 3.4 Бизнес-Стратегия/Конкурентный анализ
 - 3.4.1. Анализ конкурентных стратегий (по Портеру)
 - 3.4.2. Анализ 3 конкурентных сил (по Портеру)
 - 3.4.3. Классика конкурентных стратегий
 - 3.4.4. Стратегия рынка БС
 - 3.4.5. Разработка конкурентных преимуществ БС

6. Формирование стратегии

7. Стратегический процесс
8. Исполнение стратегии
9. Тактические приемы и инструменты

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

Для нашей основной специализации — разработки маркетинговой стратегии организации — мы разработали рабочие тетради, которые индивидуально заполняют все участники сессии.

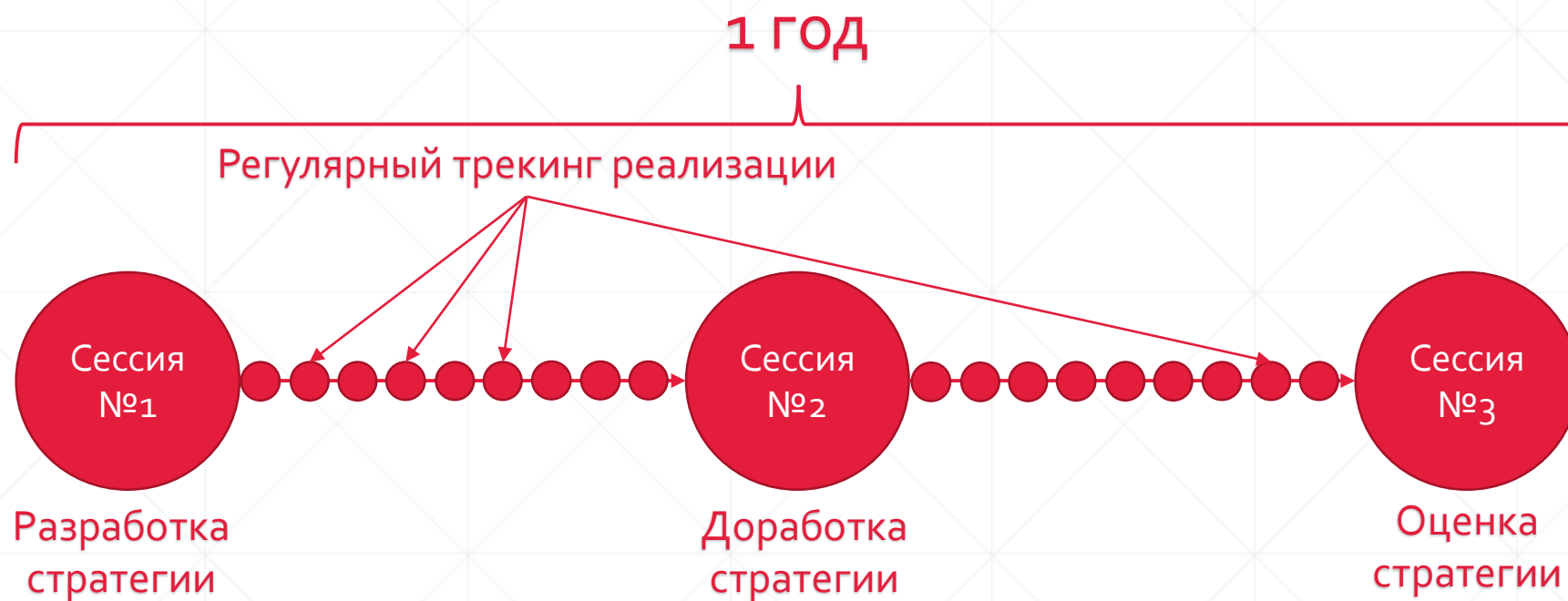
Подробнее про канву стратегии можно прочитать по ссылке

<https://gai.company/marketingovaya-kanva/>

Стратегические консультации <https://gai.company/>

4. ПОЧЕМУ СТОИТ
ОБРАТИТЬСЯ К НАМ?

Доводим стратегию до реализации с помощью стратегического трекинга



Подробнее про стратегический трекинг можно прочитать по ссылке

<https://gaikarapetyan.ru/scenariy-strategicheskoi-sessii/>

5. СТОИМОСТЬ

СТОИМОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ СЕССИИ

Вариант А

Сопровождение стратегической сессии. Диагностика компании и рынка + интервью с участниками + сессия + подготовка итогового стратегического плана. Наша команда готовится, исследует рынок, привлекает экспертов со стороны. Сессия занимает 2-3 рабочих дня + подготовка. Стоимость от 400.000 руб.

Вариант В

Подготовка + сопровождение + изучение рынка + сессия + сведение всех данных + рекомендации и презентация итоговых результатов в виде оформленного стратегического плана. А также стратегический трекинг (регулярная поддержка) рабочей группы по внедрению стратегии в течение 6 месяцев. Стоимость от 620.000 руб.

6.
Бриф к
стратегической сессии

6. Бриф

Вопросы к заказчику стратегической сессии:

- Где будет проходить сессия?
- В какие даты?
- Сколько планируется участников? Кто эти люди? (должности, роли)
- Сколько из участников лиц действительно принимающих решения?
- Какова сфера деятельности компании ?
- Какие задачи ставятся перед компанией? Т.е. для чего нужна сессия?
- Что должно явиться результатом сессии?
- Нужно ли будет сопровождать внедрение стратегии?
- Нужно ли подготовить для вас сейчас дополнительные материалы в процессе нашего взаимодействия? (Презентации, письма, схемы и т.п.)
- Ваши дополнительные вопросы.

Рекомендательные контакты

- Дмитрий Бороздин, RetailCRM +7 495 268 06 49
- Екатерина Аслёзова, Siemens +7 495 737 10 00
- Виолетта Минина, PepsiCo +7 800 500 77 37

Gai.Company

gai@gai.company

<https://gai.company/>

