

A portrait of Vladimir Tokarev, a middle-aged man with a grey beard and mustache, wearing a dark suit, light blue shirt, and dark blue patterned tie. He is sitting in a black chair, looking directly at the camera with a slight smile. He has a silver watch on his left wrist and a gold ring on his left hand. The background is dark and out of focus.

Владимир Токарев

Стратегия стартапа – №4

Владимир Токарев

Стратегия стартапа – №4

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=38976209

ISBN 9785448509131

Аннотация

Как изменить ситуацию, когда из 10 стартапов успешными становятся только 1—2? Разработать и реализовать стратегию стартапа. Книга включает пошаговый алгоритм разработки стратегии стартапа, необходимые формы для заполнения и др. материалы для самостоятельной разработки стратегии стартапа: сквозной пример, понятийный аппарат, вопросы и ответы по теме разработки стратегии стартапа. Материал книги основан на 20-летнем опыте автора по разработке стратегий фирм из самых разных областей.

Содержание

Расширенная аннотация и информация об авторе	5
Об авторе	7
Краткое содержание	8
Прочитать в первую очередь	9
Предисловие и структура практикума	11
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Стратегия стартапа – №4

Владимир Токарев

© Владимир Токарев, 2018

ISBN 978-5-4485-0913-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Приглашаем в бизнес-школу будущего!



Бизнес-школа «Практика 2.0» начала свою работу!

Объявлен набор на программу

«Мастер делового администрирования -
Master of Business Administration (MBA)»

Буквально у каждой российской компании сегодня есть шанс и достаточное временное окно, чтобы выйти в лидеры (региональные, российские, мировые — все зависит от исходной точки, от которой планируется старт). Это связано с наличием разрыва/барьера между современной теорией менеджмента и существующей практикой управления в подавляющем большинстве компаний в нашей стране (практику управления легко оценить по таким показателям как качество продуктов и производительность труда). *Чтобы использовать этот шанс, мы приглашаем менеджмент компаний приобрести критическую массу управленческих знаний, которая позволит кардинально изменить ситуацию в лучшую сторону.*

Этому будет способствовать первая программа бизнес-школы «Практика 2.0», над которой работа шла последние 5 лет под руководством инициатора данного проекта – **Владимира Токарева**. Фокусировка на анализе причин возникновения разрыва/барьера между современной теорией менеджмента и реальной практикой управления позволила предложить слушателям достаточный инструментарий для кардинального изменения ситуации к лучшему, и в чем-то, по мнению инициатора проекта, даже, избыточный, что позволит не просто преодолеть обозначенный разрыв, но и выйти в лидеры.

Реализация проекта для слушателей будет включать в себя 3 этапа:

[Посетите нашу страничку и скачайте бесплатные выпуски про бизнес-школу «Практика 2.0»](#)

Расширенная аннотация и информация об авторе

Практикум по разработке стратегии стартапа, состоит из 10 этапов, которые будут опубликованы в 10 книгах, в этой книге представлен 4 этап.

На этом этапе начинается ситуационный анализ рынка. Применяется известная модель для анализа среды косвенного воздействия на фирму – STEP, дополненная ГИД¹.

Практикум является приложением к книге «Стратегические секреты консультанта», выходящей в 3 частях.

Будет полезен руководителям и владельцам бизнеса.

Предназначен для самостоятельной разработки стратегии стартапа с использованием рекомендуемых шагов и форм (если они требуются) для заполнения. Основан на 20-летнем опыте консультирования компаний из самых разных отраслей по теме стратегического менеджмента.

Сначала я планировал выпустить по 10 выпусков практикума (по сути это управленческое консультирование по теме стратегии через книги) для разных объектов управления (для компании, для стартапа, для отдельного человека и др.).

¹ **STEP** – это аббревиатура английских слов, означающих Социокультурную среду, Технологическую среду, Экономическую среду и Политическую среду, а **ГИД** – русская аббревиатура слов География, История и Демография, в комплексе описывающие внешнюю среды фирмы косвенного воздействия.

Однако работа несколько затянулась (поскольку предполагала выпуск более 50 книг). И тогда было принято решение выпустить более короткие варианты – серии книг с названием стратегическая экспресс-диагностика. Такая работа была полностью выполнена для коммерческой фирмы и для стартапа.

Сейчас пришло время вернуться к начальному более полному проекту. Сейчас он завершается для коммерческой компании, а этим практикумом продолжается для стартапа. Однако его смело можно применять и для других объектов управления, о чем более подробно описано в параграфе «Прочитать в первую очередь».

Об авторе

Автор – директор консультационной фирмы «КЦ «Русский менеджмент», к.т.н., консультант по управлению, автор более 50 статей по менеджменту в профильных журналах, автор более 100 книг: «Сказки для топ-менеджеров», «Три менеджмента в одном флаконе», «Русский менеджмент», «Стратегическое управление персоналом», «Стратегические секреты консультанта» и др., член жюри конкурса в номинации «Лучшая корпоративная стратегия», где принимали участие крупнейшие компании страны – МТС, Северсталь, Уралкалий и др.

Краткое содержание

Предисловия

Выпуск №4 – описание 4 этапа

Задание на 4 месяц

Пример выполнения 4 этапа

Вопросы-ответы при работе над 4 этапом

Система обратной связи

Тренинги от автора

Прочитать в первую очередь

Сразу хочу предупредить читателей и покупателей того или иного практикума по стратегии: если вы купили один практикум, например, Выпуск №1 или №2 (и далее номера с 3 по 10), например, с названием «Стратегия фирмы», не торопитесь покупать практикум с теми же номерами выпуска, но с другим названием, например «Стратегия стартапа».

Дело в том, что практические задания и др. самые важные материалы в практикумах по разным темам похожи друг на друга, поскольку предлагается использовать одну и ту же проверенную технологию разработки стратегии, просто применительно к разным объектам управления.

Потому надеюсь, что имея технологию для одного объекта управления, читатель может вывести для другого объекта стратегию самостоятельно. Отличия практикумов с разными названиями будет в основном одно – это разные сквозные примеры:

Итак, вот главное отличие практикумов с разными названиями:

Стратегия фирмы – содержит сквозной пример по разработке стратегии компании,

Стратегия стартапа – содержит сквозной пример по разработке стратегии одного стартапа,

Стратегия на войне за таланты (стратегическое управ-

ление персоналом) – содержит сквозной пример по разработке стратегии компании в отношении персонала,

Стратегия карьеры – содержит сквозной пример по разработке стратегии карьеры одной личности,

Стратегия на войне за лучшего поставщика – содержит сквозной пример по разработке стратегии в отношении поставщиков.

И потому, приобретая одни и те же выпуски в отношении разных объектов, вы сами принимаете решение и ответственность за такую, в определенной степени избыточную, покупку.

Другое дело, что если будут полезные находки в ходе разработки таких сквозных примеров, об этом будет обязательно написано в предисловии к соответствующему практикуму и, скорее всего, будет представлено в форме вопросов любознательного генерального директора и ответов автора.

Выпуск большого количества похожих практикумов объясняется очень просто

– тому, кому нужно разработать стратегию своей карьеры, – лучше приобрести практикум по разработке стратегии карьеры,

– а если стоит задача – разработать стратегию своего стартапа – лучше, конечно, приобрести соответствующую серию одноименных с вашей задачей практикумов.

Предисловие и структура практикума

Сразу оговоримся – практикум является практическим приложением к книге «Стратегические секреты консультанта». Данный практикум содержит описание 4 этапа разработки стратегии стартапа (всего 10 этапов, которые будут публиковаться отдельными выпусками практикума по 1 этапу в каждом выпуске практикума).

Книга «Стратегические секреты консультанта» открывает ноу-хау управленческого консультирования по теме разработке стратегии компании, накопленные нами за 20 лет практического консультирования, а в перечне клиентов у нас был даже мировой лидер (второе место за ним по профилю работы занимала известная японская компания Тошиба). Названная книга предназначена для теоретической подготовки в сфере стратегического управления.

Данный практикум является приложением к «Стратегическим секретам консультанта» и имеет другую цель – **позволить пользователю (в первую очередь запускающим стартап или новый продукт фирмы) самостоятельно разработать полноценную стратегию стартапа на профессиональном уровне.**

Кроме шагов алгоритма по разработке стратегии и необ-

ходимых для самостоятельной разработки стратегии вспомогательных материалов (форм для заполнения, если они требуются, примера заполнения форм, ответов на наиболее частые вопросы при разработке стратегии и др.) в книге есть параграф, где описывается обратная связь, которая всегда открыта для читателей этой книги.

Система обратной связи используется для подготовки Приложения ко всем практикумам. Это приложение, в свою очередь, содержит самостоятельный практикум по стратегическому сотрудничеству компаний.

Во всех в практикумах представлен мой блог, где я общаюсь с виртуальным персонажем – любознательным генеральным директором (*любозн. гендир.* –

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.