Metody definiowania strategii organizacji

Cel szkolenia

Szkolenie ma na celu przedstawienie czytelnego modelu opisu strategii organizacji (mapa strategii) i konsekwencji wybranych aspektów konkurowania. Dodatkowo, szkolenie ukierunkuje myślenie strategiczne (zarówno kadry zarządzającej, jak również analityków biznesowych) na kwestię, w jaki sposób i dlaczego w ogóle, konieczne jest pozycjonowanie oferty firmy, jakie ma to konsekwencje dla sposobu zarządzania przedsiębiorstwem, a także pozwoli zrozumieć dlaczego tak ważne jest powiązanie procesów biznesowych ze strategią.

Umiejętności zdobyte przez uczestników szkolenia

Uczestnicy szkolenia zostaną zapoznani z wiodącymi teoriami zarządzania strategicznego oraz praktycznymi narzędziami stymulującymi myślenie strategiczne. Studia przypadków, prezentowane podczas szkolenia, pozwolą na rozważenie skutków strategicznych podjętych decyzji w znanych organizacjach i wykorzystanie doświadczeń zarówno liderów w swoich branżach, jak i firm, których strategiczne decyzje okazały się nietrafione. Prezentowane zestawienie teorii zarządzania z przykładami praktyk rynkowych, pozwoli na poszerzenie horyzontu myślenia strategicznego, stając się podstawą bardziej wnikliwej analizy opcji strategicznych firmy.

Forma szkolenia

Zajęcia będą składały się z części wykładowej (70% czasu) oraz ćwiczeniowej (30% czasu). Ostateczne proporcje mogą się różnić od zakładanych, w zależności od specyfiki grupy oraz celów szkoleniowych stawianych zajęciom przez organizację zamawiającą.

Profil uczestnika szkolenia

Do udziału w szkoleniu zapraszamy kadrę menadżerską z firm średnich i dużych, analityków biznesowych, jak również kierowników projektów. Szkolenie przyniesie też wymierne korzyści menedżerom autonomicznych jednostek organizacyjnych i centrów usługowych, dostarczających produkty lub usługi klientom wewnętrznym w organizacji.

Dlaczego warto uczestniczyć w szkoleniu

Zarówno dla firm, które dopiero rozpoczynają swoją działalność gospodarczą oraz dla tych, które już istnieją na rynku wiele lat, kluczowe są wszelkie kwestie strategiczne, ponieważ pozwalają nie tylko ukierunkować działalność firmy, ale także pomagają wyznaczyć najważniejsze cele, do których osiągnięć firma będzie chciała dążyć. Odpowiednie podejście, opracowanie strategii firmy i sprowadzenie wszystkich działań do osiągnięcia założeń strategicznych, w tym powiązanie poszczególnych procesów biznesowych ze strategią, decydują o pozycji firmy na rynku oraz o przewadze konkurencyjnej. Tymczasem badania wykazują, że kadra menadżerska (w tym najwyższe szczeble hierarchii) o wiele więcej czasu poświęca na rozwiązywanie kwestii operacyjnych, strategią zajmując się głównie przy okazji konstruowania planów (także operacyjnych!) na kolejny rok obrotowy.

Program szkolenia

1. Czym jest strategia
   1.1. Portfel produktów
   1.2. Grupy docelowe
   1.3. Wybór metody konkurowania
   1.4. Pozycjonowanie względem konkurentów
2. Dlaczego należy definiować strategię
3. W jaki sposób zdefiniować strategię
4. Analizy rynkowe i analizy wewnętrzne organizacji
5. Mapa strategii

Wymagana wiedza wstępna

Od uczestników nie jest wymagana wiedza wstępna.

Czas trwania szkolenia

1 dzień

AION Sp. z o.o.
ul. Krupnicza 6-8
50-075 Wrocław

www.aion.com.pl
600 972 065
aion@aion.com.pl

TAGI: strategia, zarządzanie organizacją, cele operacyjne, cele strategiczne, czynniki sukcesu, przewaga konkurencyjna, grupy odbiorców, portfel produktów, pozycjonowanie, konkurencja, mapa strategii, sposoby definiowana strategii