

Scaling Up

Pracovní nástroje

PEOPLE
STRATEGY
EXECUTION
CASH

4D
boost
control

Cesta k růstu vede přes čtyři rozhodnutí

Každý business lídr musí dělat rozhodnutí ve čtyřech klíčových oblastech. Koučové ScaleUP vás připraví, abyste je zvládali dělat co nejlépe.

Naši certifikovaní koučové jsou experty ve využívání osvědčených nástrojů a strategií metodologie Rockefeller Habits Four Decisions™ a dokážou vám pomoci k snazšímu růstu. Umíme vám pomoci učinit rozhodnutí, kterým se jako rostoucí firma zřejmě nevyhnete. Správná rozhodnutí vám umožní zvyšovat tržby, zisk a lépe využívat svůj čas.

1.

Opravdu vás vaše strategie odlišuje od konkurence?



STRATEGY

ZAJISTĚTE SI UDRŽITELNÉ TEMPO RŮSTU TRŽEB

Klíčem k tomu je dobrá znalost klíčových zákazníků, schopnost vytvořit jasnou hodnotu své značky a stanovení BHAG (dlouhodobý ambiciózní cíl) pro kontinuální růst.

Naše metodologie nabízí unikátní plánovací dokument na jeden list (One-Page Strategic Plan) umožňující, aby každý ve firmě byl na „stejně stránce“.

2.

Umíte získat a udržet špičkové zaměstnance?



PEOPLE

STAŇTE SE MAGNETEM PŘITAHUJÍCÍM LIDI, KTEŘÍ TOUŽÍ PO ÚSPĚCHU

Mezi nejtěžší úlohy rostoucích firem patří získávání těch správných lidí do správných rolí. Pokud se to podaří a každý táhne správným směrem, získává firma obrovskou sílu a energii.

My vám pomůžeme získávat vhodné lidi pro práci na správných aktivitách, díky nástrojům pro podporu jasně definovaných rolí a jejich výstupů.

3.

Realizujete svá rozhodnutí bezchybně?



EXECUTION

VYBUDUJTE SI OPROTI KONKURENCI ZJEVNOU KONKURENČNÍ VÝHODU

Jednou z překážek, které se často vlodí do úspěšných, rostoucích firem, je nenápadná změna z perfektní a přesné realizace plánů na pasivní, pohodlnou a občas až špatnou exekuci. Správná úprava exekučních návyků může zásadním způsobem zvýšit hrubou marži a ziskovost při současném zkrácení potřebného času pro realizaci aktivit.

Kontrolní seznam Rockefellerových návyků může zkrátit čas věnovaný řízení běžných aktivit (operativu) až o 90 %, díky čemuž se management může věnovat aktivitám zaměřených na klienty a trh.

4.

Máte dost hotovosti na překonávání „těžkých“ období?









CASH

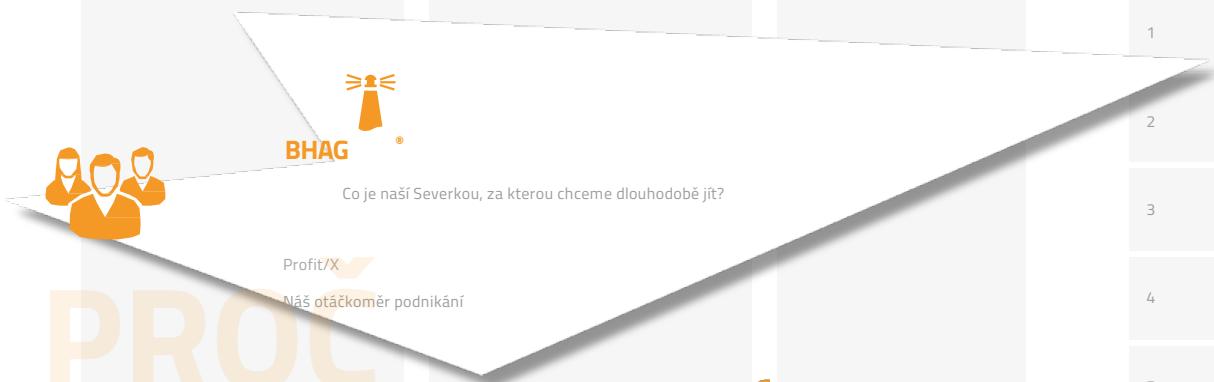
URYCHLETE TOK HOTOVOSTI


První a klíčové pravidlo manažerské praxe: „Růst spotřebovává hotovost“. My pomáháme firmám, aby intenzivně pracovaly s metodami urychlujícími tok hotovosti, které měří dobu mezi utracením koruny (marketing, design, nájem, mzdy apod.) a jejím vyděláním díky aktivitám firmy.

Naše nástroje pro akceleraci Cash Flow popisují cyklus toku hotovosti a pomáhají zrychlit operační kapitál až o 100 % během jednoho roku.


Strategický plán

 Klíčové hodnoty	 Klíčový zákazník/Pískoviště	 Závazek značky
1. Co je v současnosti naší DNA?	5. Kdo je náš „KDO“?	6. Proč by ostatní od nás měli nakupovat?
2. Proč existujeme?	4.V čem jsme/budeme výjimeční?	3. Proč by ostatní od nás měli nakupovat?
 Poslání	 Klíčové kompetence	 Garance značky



BHAG 

Co je naší Severkou, za kterou chceme dlouhodobě jít?

Profit/X 

Náš otáčkoměr podnikání

JAK

Terče do tří let

Kde?

Datum	
Obrat	
EBIT	

Cíle pro tento rok

Co?

Datum	
Obrat	
EBIT	

90denní cíle

Jak?

Datum	
Obrat	
EBIT	

Šachové tahy do tří let

1	
2	
3	
4	
5	

Priority pro tento rok

1	
2	
3	
4	
5	

Čtvrtletní balvány / OKRs

1		
2		
3		
4		
5		







Strategie v jedné větě

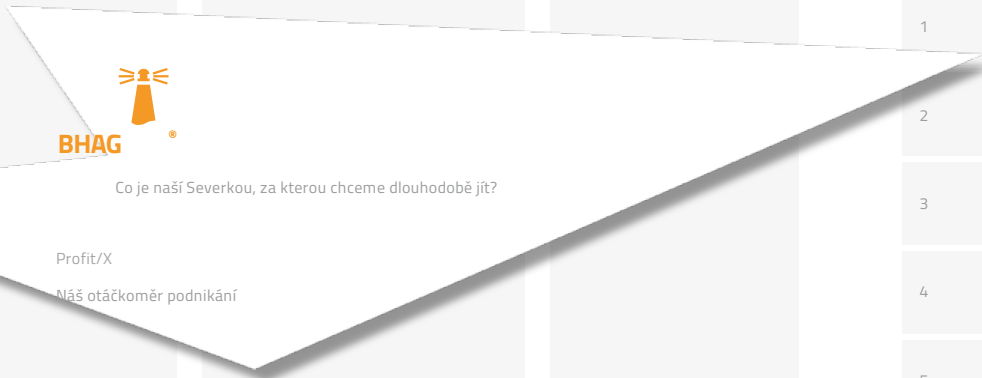
Kritická čísla

Naše téma



Strategický plán

 Klíčové hodnoty	 Klíčový zákazník/Pískoviště	 Závazek značky
<p>1. Co je v současnosti naší DNA?</p>	<p>5. Kdo je náš „KDO“?</p>	<p>6. Proč by ostatní od nás měli nakupovat?</p>
 Poslání	 Klíčové kompetence	 Garance značky



Terče do tří let

Kde?

Datum	
Obrat	
EBIT	

Cíle pro tento rok

Co?

Datum	
Obrat	
EBIT	

90denní cíle

Jak?

Datum	
Obrat	
EBIT	

Šachové tahy do tří let

1	
2	
3	
4	
5	

Priority pro tento rok

1	
2	
3	
4	
5	

Čtvrtletní balvany / OKRs

1		
2		
3		
4		
5		

Strategie v jedné větě

Kritická čísla

Naše téma



Job Scorecard

„A++“ vypadá takto!

Název pozice/funkce: _____

Přímý nadřízený: _____

Podřízený: _____

Smysl / účel pozice
Proč pozice ve firmě existuje, komu „slouží“
výsledky této pozice

Empty space for describing the purpose of the position.

Nejdůležitější KPIs:

Top 5 požadovaných výsledků - KPI Měřitelné výsledky pozice během 12 měsíců – „Za co jsem placen?“	Jakou úroveň měřitelných výsledků očekáváme od A hráče?		
	Red	Yellow	Green
	Red	Yellow	Green
	Red	Yellow	Green

Key responsibilities and accountabilities Specific actions, tasks and areas for which this position is responsible.	Score

Očekávané firemní hodnoty	Potřebné kompetence



Strategie: Sedm elementů strategie

Vaše slova (povědomí)

1

Strategie jednou větou (jak vyděláme)

4

Pískoviště a závazek značky

2

Kdo/Kde (klíčový zákazník)	Co (produkty a služby)	Závazek značky	KPIs

Odlišující aktivity (tři až pětkrát JAK)

5

X-Factor (konkurenční výhoda)

6

Garance značky (katalyzátor)

3

Profit na X (ekonomický pohon)

BHAG®

7

--	--



Rockefeller Habits Checklist™

1. Tým vedení firmy je zdravý a dobře „sladěný“. -1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-

- Členové týmu navzájem chápou svoje odlišnosti, priority a osobní styly.
- Tým se pravidelně schází ke strategickým diskuzím (ideálně každý týden).
- Tým se pravidelně účastní exekutivního vzdělávání (ideálně každý měsíc).
- Tým je schopen konstruktivní diskuze a všichni jeho členové se cítí v pohodě a aktivně se zapojují.

2. Všichni se zaměřují na jednu klíčovou úlohu, která musí být splněna v daném Q, aby se firma posunula vpřed. -1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-

- Je identifikován „kritický“ parametr pro úspěch firmy v daném čtvrtletí a tři až pět priorit podporujících jeho splnění.
- Tři až pět priorit (rocks) klíčových pro splnění „kritického parametru / čísla“ je definováno a seřazeno podle důležitosti.
- Je vybráno kvartální téma a odměna / oslava za jeho dosažení a všichni zaměstnanci je znají.
- Zaměstnanci jsou informováni o pokroku v plnění tématu / kritického čísla každý týden.

3. Firma má nastavený systém pravidelné komunikace. Informace procházejí firmou přesně a rychle. -1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-

- Všichni zaměstnanci se účastní denní poradě kratší než 15 minut.
- Všechny týmy mají své týdenní mítinky.
- Vrcholový a střední management se setkávají každý měsíc za účelem učení se, plánování a sdílení firemní DNA.
- Vrcholový a střední management se setkávají kvartálně a ročně s cílem zpracovat a poté pravidelně aktualizovat kroky ve všech čtyřech hlavních oblastech – lidé, strategie, procesy, kapitál / cash.

4. Každý útvar a proces organizace má osobu odpovědnou za dosahování určených cílů. -1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-

- Firma má jasně rozděleny funkční odpovědnosti (správní lidé dělají správné věci správně).
- Každý řádek výsledovky a rozvahy je přidělen odpovědné osobě.
- Ideálně každý ze čtyř až devíti klíčových procesů má odpovědnou osobu.
- Pro každou strategickou kompetenci má firma experta v týmu či advisory boardu (interního či externího).

5. Pravidelně jsou sbírány a vyhodnocovány názory zaměstnanců s cílem odhalovat překážky a příležitosti. -1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-

- Názory / nápady / stížnosti / problémy zaměstnanců jsou sbírány každý týden a diskutuje se o nich na poradě vedení.
- Existuje systematický způsob vyhodnocování a práce s ním.
- Každý člen vedení i střední management mají každý týden rozhovor min. s jedním zaměstnancem – s jakými činnostmi začít / přestat / pokračovat.
- Střední management má odpovědnost za realizaci opatření k odstranění překážek a za realizaci příležitostí.

6. Reportování a analýza názorů zákazníků jsou stejně pravidelné a přesně jako finanční reporting. -1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-

- Všichni členové vedení (ideálně i střední management) cíleně pokládají jednomu klientovi týdně čtyři vybrané otázky.
- Konkrétní člověk z managementu je odpovědný za vyhodnocování zpětné vazby od zákazníků.
- Všichni zaměstnanci jsou zapojeni do sběru informací od klientů.
- O informacích od zákazníků se diskutuje každý týden na poradě vedení firmy.

7. Firma opravdu „žije“ svými hodnotami a účelem existence. -1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-

- Hodnoty a smysl fungování jsou definovány, oboje je známo a akceptováno zaměstnanci.
- Vedení a střední management využívají hodnoty a smysl jako základ pro hodnocení či kritiku zaměstnanců i při dalších aktivitách (nábor, zaškolení nováčků, ...).
- HR procesy jsou sladěny s hodnotami a posláním firmy (nábor, onboarding, hodnocení, odměňování, ...).
- Každý kvartál jsou připravovány a realizovány aktivity pro podporu hodnot a poslání firmy.

8. Jasně porozumění tržní pozice firmy je základem firemní strategie, prodeje a marketingu. -1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-

- Pokrok při naplňování BHAG (vzdálený ambiciózní cíl) je měřen a výsledky zveřejňovány.
- Jasná a výstižná odpověď na otázku „co dělá vaše firma“ je zformulována a všem známa.
- Jasně je řečeno, kdo jsou klíčoví zákazníci a na jaké trhy firma míří.
- Je definována „hodnotová nabídka“ firmy – její KPIs jsou pravidelně zveřejňovány.

9. Každý zaměstnanec umí říci na základě kvantitativních ukazatelů, zda má dobrý či špatný týden. -1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-

- Firma má jasně stanovené KPIs.
- Každý zaměstnanec / tým má tři až pět priorit podporujících firemní priority.
- Měření výkonu každého zaměstnance / týmu je viditelné a pravidelně hodnocené.
- Každý člen vedení a středního managementu má svého mentora / kouče (např. kolegu) podporujícího jej při plnění změn v chování.

10. Firemní plány a výkonnost jsou viditelné celé firmě. -1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-

- Existuje „situační místnost“ pro týdenní mítinky (fyzická nebo virtuální).
- Hodnoty, smysl a priority jsou zveřejněny celé firmě.
- Výsledky a hodnocení viditelně dokumentují plnění klíčových ukazatelů (KPIs) a kritických čísel.
- Firma má systém kaskádování a řízení priorit a klíčových ukazatelů.

CCC – hotovostní konverzní cyklus



	Obchodní cyklus	Výrobní / produkční a zásobovací cyklus	Expediční a dodací cyklus	Fakturační a platební cyklus
Zkrácení délky cyklu	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5
Eliminace chyb	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5
Zlepšení business modelu	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5 	<p>Návrhy na zlepšení</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 2 3 4 5