

"Секреты корпорации"

ШАБЛОН анализа стратегии на реалистичность

Герман Юн

основатель программы "Секреты корпорации"

2004-2026



ГЕРМАН ЮН

основатель программы "Секреты корпорации"

700+ млн ₽

Помог заработать дополнительной прибыли клиентам

35 лет

Весь опыт посвящен реальному бизнесу и реорганизациям компаний

16 отраслей

Работал с командами до 2000 сотрудников и компаниями до 5 млрд

Шаблон анализа стратегии на реалистичность

Любую стратегию легко нарисовать на слайде. Сложнее — довести её до результата.

Масштабные цели, вдохновляющие формулировки и красивые модели теряют смысл, если они не проходят проверку на реалистичность.

Этот шаблон — инструмент для трезвой оценки: насколько выбранная стратегия действительно может быть реализована в текущих условиях, вашей командой, в конкретных цифрах.

Рекомендуется заполнять:

Сразу после формулировки стратегии и до начала её реализации. Это поможет заранее выявить слабые места, переоценённые ресурсы, скрытые

риски и управленческие иллюзии — до того, как они начнут сказываться на исполнении.

Он помогает избежать типичных управленческих ошибок: переоценки ресурсов, игнорирования узких мест, невовлечённости ключевых людей.

Проводите такую проверку до старта. А при масштабировании — повторяйте регулярно.

Сильные руководители выигрывают не за счёт ярких презентаций, а за счёт дисциплины в подготовке и честного анализа рисков.



1

Соответствие имеющимся ресурсам и компетенциям

Считаем ли мы, что у компании есть все необходимые ресурсы и компетенции для реализации стратегии?

Или нам их ещё предстоит создать?

На каких компетенциях нам нужно сосредоточиться в ближайшей перспективе?

Проверьте:

- ✓ Какие компетенции компании потребуются для реализации стратегии?
- ✓ Какие компетенции уже есть в компании?
- ✓ Какие компетенции компании необходимо приобрести в течение срока реализации стратегии?
- ✓ Где взять недостающие ресурсы?



2

Уровень конкретики

Реалистичная стратегия — это всегда чётко измеримая стратегия. Размытые формулировки вроде «стать лидером», «повысить узнаваемость», «выйти на новый уровень» — это путь к провалу.

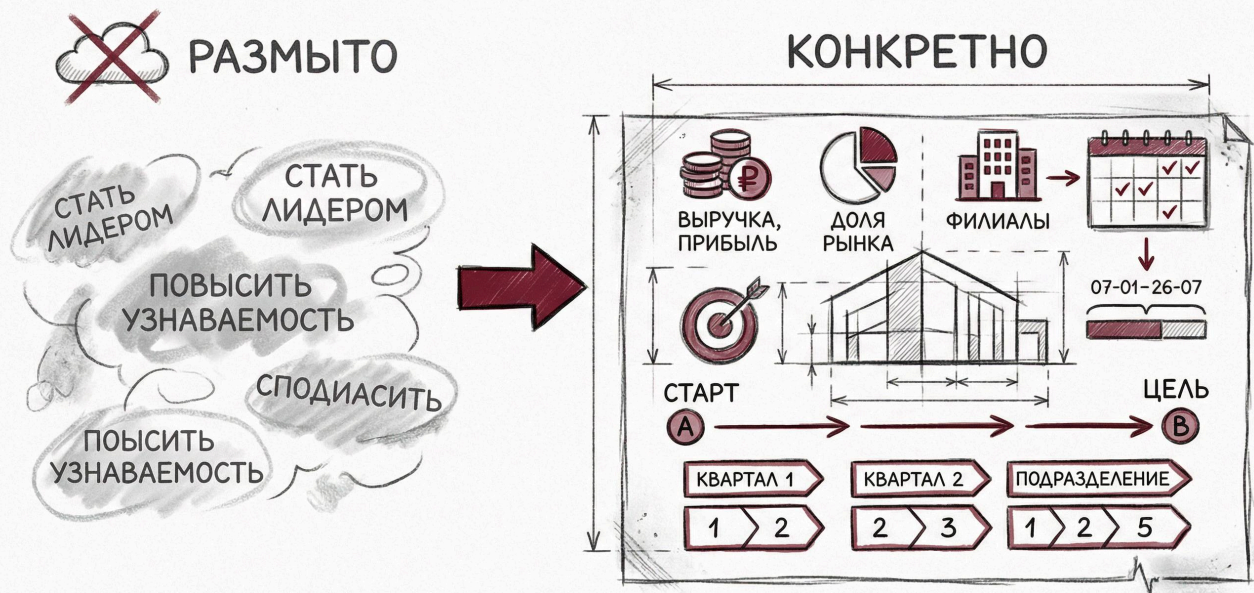
Цели должны быть предельно конкретными — с цифрами, сроками и зонами ответственности.

Проверьте:

- ✓ Прописаны ли конкретные целевые показатели: выручка, прибыль, доля рынка, число филиалов и т.д.?
- ✓ Чётко ли зафиксированы стартовая точка (где вы сейчас) и целевое состояние?
- ✓ Есть ли понимание маршрута: как именно вы собираетесь двигаться от текущего состояния к целевому?

- ✓ Есть ли декомпозиция: цели на каждый квартал/год, в разрезе подразделений?

УРОВЕНЬ КОНКРЕТИКИ



3

Анализ внешней среды

Одна из главных причин провала стратегии — это игнорирование внешней реальности: конкурентов, рынка, клиентских ожиданий и ограничений.

Стратегия не живёт в вакууме — она либо отвечает на вызовы среды, либо игнорирует их.

Проверьте:

- ✓ Кто ваши текущие конкуренты и на каких позициях они находятся?
- ✓ Кто ваши быстрорастущие конкуренты и за счёт чего они растут?
- ✓ Какова ёмкость текущего рынка и есть ли у него потенциал к росту?

- ✓ Насколько платёжеспособна ваша целевая аудитория?
- ✓ Проанализированы ли тренды, кризисы, внешние угрозы (законодательство, импортозамещение, валютные колебания)?



4

Анализ внутренней среды

Даже самая сильная идея разрушится, если внутри компании — слабые процессы, разобщённая команда или неработающая система управления. Перед тем как запускать стратегию, необходимо провести трезвую диагностику внутреннего состояния компании.

Проверьте:

- ✓ Где находятся ключевые узкие места: качество, сроки, текучка, низкая производительность?

- ✓ Есть ли проблемы во взаимодействии подразделений (передача задач, ответственность, замыкание на одном человеке)?
- ✓ Кто в управлении принимает решения слишком медленно — и тормозит весь бизнес?
- ✓ Насколько надежны операционные процессы: стандарты, контроль, исполнение?
- ✓ Какие риски есть в кадровой структуре: нет смены, нет управляемости, нет лидерства?

Анализ внутренней среды



5

Готовность ключевых подразделений

Стратегия реализуется не на бумаге — а в производстве, продажах, маркетинге и управлении.

Если хотя бы одно ключевое звено «проседает», стратегия треснет под нагрузкой.

Заполните таблицу:

Подразделение	Вопросы	Оценка готовности (%)
Производство	Есть ли мощности? Готовы ли процессы? Есть ли стандарты?	
Маркетинг	Есть ли чёткое позиционирование? Бюджет? Каналы привлечения?	
Продажи	Есть ли команда? Воронка? CRM? Способны ли масштабироваться?	
Финансы	Есть ли ресурсы? Понятна ли окупаемость? Учтены ли риски?	
Управление	Есть ли люди, способные тянуть рост? Есть ли система контроля?	

Общий вывод: Если оценка <70% — реализация стратегии находится под угрозой. Необходимо усиление, доработка или переориентация.



6

Вовлечение и ответственность

Если стратегия пишется на уровне собственника, а руководители «в курсе», но не участвуют — это не стратегия, а иллюзия.

Реализация начинается с включённости и личной ответственности ключевых руководителей.

Проверьте:

- ✓ Были ли руководители вовлечены в разработку стратегии – или просто ознакомлены?
- ✓ Поняли ли они, за что отвечают лично?
- ✓ Провели ли они самооценку своей зоны ответственности и обозначили дефициты?
- ✓ Заполнена ли таблица декомпозиции стратегии по направлениям?
- ✓ Подтвердили ли руководители свою ответственность документально (подпись/утверждение/план)?





7

Проверка на типовые ошибки мышления

Любая стратегия — в первую очередь отражение управленческого мышления. И нередко именно искажения в восприятии превращают сильные замыслы в провальные инициативы.

Проверьте, не попали ли вы в одну из типичных ловушек:



Иллюзия «прорвёмся»

Чрезмерный оптимизм без опоры на ресурсы



Иллюзия контроля

Вера в то, что «если я спланировал — всё так и будет»



Недостаточная самокритика

Игнорирование слабых мест, сопротивления и скрытых угроз внутри компании



«Мессия»-стратегия

Ставка на одного героя (себя, CEO, РОПа) вместо системности



Перегрузка стратегии

Слишком много направлений, целей, продуктов



8

Ответ на главный вопрос: почему стратегия срabотает?

Всё сводится к одному: вы действительно верите, что выбранная стратегия приведёт к результату?

Или просто хочется верить?

Проверьте:

- ✓ Какие 3–5 ключевых факторов дают вам уверенность в успехе?
- ✓ На чём основаны эти факторы — факты, цифры, кейсы, опыт?
- ✓ Что уже подтверждено в реальности (эксперименты, гипотезы)?
- ✓ В чём заключается уникальность стратегии?
- ✓ Что именно обеспечивает вам конкурентное преимущество?



Если в процессе анализа у вас осталась уверенность — значит, стратегия действительно опирается на реальность, а не на фантазии.

Если в процессе анализа вы увидели слабые места, разрывы или сомнения — это не повод отказываться от стратегии. Это повод усилить её:

сконцентрироваться на ключевых приоритетах

пересобрать команду

уточнить цели

расставить приоритеты

Хорошая стратегия — это не идеальный план. Это рабочий инструмент, который можно адаптировать, усиливать и дорабатывать.

Главное — не начинать движение вслепую.

Проверяйте. Усиливайте. Доведите до результата.

Сильная и системная команда — это основа любого успешного бизнеса.

Хотите внедрить этот алгоритм в своей компании?

Начните с первого шага — без рисков и обязательств

Мягкий вход

50 000 ₽

3 недели работы. Полный доступ. Полный возврат, если методика «не ваша».

✦ Забронировать место

В подарок чек-лист после диагностики

Бизнесу часто сложно принять решение о серьёзном внедрении. Поэтому я сделал формат, который даёт возможность:

- ✓ увидеть, как на самом деле работает система
- ✓ ощутить первые изменения в управлении уже через 3 недели
- ✓ принять решение осознанно

Без давления. Без обязательств. С гарантией возврата в течение 3 недель.

Вы проходите первый месяц программы:

1

Мышление управленца

Переход от «делаю сам» к «управляю процессом»

2

Команда и структура

Правильные роли, зоны ответственности

3

Управление процессами

Ежедневный порядок: планёрки, задачи, отчёты

4

Масштабирование

Как расти так, чтобы компания не разваливалась



Рост интенсивности работы команды на 50-70%



Уменьшение хаоса и «ручного управления»



Ясность: что работает, а что сливает деньги



Первые изменения в продажах и операционке



Если не подходит — верну деньги.

Если подходит — выбираете глубину дальнейшей работы.