

AUTOR
BESTSELLERA
NAWYKI
WARTY MILIONY

BRYAN TRACY

TURBOSTRATEGIA

21 pewnych dróg
do błyskawicznego wzrostu zysków

Tytuł oryginału: TurboStrategy: 21 Powerful Ways to Transform
Your Business and Boost Your Profits Quickly

Tłumaczenie: Anna Zawila, Tadeusz Zawila

ISBN: 978-83-8322-915-7

© 2003 Brian Tracy

Published by arrangement with HarperCollins Focus, LLC.

Translation Copyright © 2023 by HELION S.A.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the Publisher.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz wydawca dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<https://onepress.pl/user/opinie/turbos>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Helion S.A.

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel. 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <https://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

SPIS TREŚCI

Przedmowa	9
Wprowadzenie	12
Rozdział 1. Zaczynaj tam, gdzie jesteś	17
Rozdział 2. Oddziel przeszłość grubą kreską	22
Rozdział 3. Przeprowadź podstawową analizę biznesową	28
Rozdział 4. Zdecyduj, czego dokładnie chcesz	34
Rozdział 5. Zaprojektuj swoją idealną przyszłość	39
Rozdział 6. Stwórz misję przedsiębiorstwa	46
Rozdział 7. Odkryj swoją organizację na nowo	52
Rozdział 8. Wybierz właściwe osoby	57
Rozdział 9. Skuteczniej wprowadzaj produkty na rynek	65
Rozdział 10. Analizuj konkurencję	70
Rozdział 11. Zrób to lepiej, szybciej, taniej	74
Rozdział 12. Zmień swój marketingowy miks	83
Rozdział 13. Wypozycjonuj swoją firmę na sukces	92
Rozdział 14. Rozwijaj strategiczne jednostki biznesowe	100

Rozdział 15. Sprzedawaj efektywniej	108
Rozdział 16. Wyeliminuj wąskie gardła	115
Rozdział 17. Przeprojektuj swoją firmę	121
Rozdział 18. Zwiększ swoje zyski	131
Rozdział 19. Zobowiąż się do ciągłego doskonalenia	140
Rozdział 20. Skoncentruj się na głównym obszarze działalności	149
Rozdział 21. Skup się na wynikach	157
Wnioski	165
Bibliografia	170
Proces turbostrategii	175
Proces turbocoachingu	178
O autorze	181

1

ZACZNIJ TAM, GDZIE JESTEŚ

Rób, co możesz, z tym, co masz, tam, gdzie jesteś.

– THEODORE ROOSEVELT

PUNKTEM WYJŚCIA STRATEGICZNEGO PLANOWANIA jest uzyskanie absolutnej jasności co do bieżącej sytuacji. Przyjrzyj się całemu swojemu biznesowi i zapytaj: „Co się sprawdza?” i „Co się nie sprawdza?” w każdym obszarze.

Jaki jest obecny poziom sprzedaży? Podziel go według produktów, linii produktów, usługi, rynku i kanału dystrybucji. Co dokładnie sprzedajesz, jakim klientom, po jakich cenach i z jakim poziomem rentowności?

Porównaj bieżącą sprzedaż z założeniami, oczekiwaniami i prognozami. Czy jesteś na dobrej drodze? Porównaj swój poziom sprzedaży z rokiem ubiegłym. Jakie są trendy? Czy idą one w górę, czy w dół? Czy są one tymczasowe, czy stałe? Co te trendy sugerują dla przyszłości Twojej firmy? Co można zrobić, żeby reagować na nie skuteczniej?

Przepływy pieniężne są najważniejsze

Przyjrzyj się swoim przepływom pieniężnym i poziomom rentowności dla każdego produktu, usługi oraz obszaru działalności. Czy Twoje zyski rosną, czy maleją? Czy mieszczą się w budżecie, czy wychodzą poza jego ramy? Spójrz na wartości procentowe. Przeanalizuj zwrot z kapitału własnego, zwrot z inwestycji i zwrot ze sprzedaży. Czy ich liczba rośnie, czy maleje?

Jim Collins w książce *Od dobrego do wielkiego. Czynniki trwałego rozwoju i zwycięstwa firm* stwierdził, że jeśli chcesz rozwiązać swoje problemy i osiągnąć cele, musisz być gotowy do zadawania „brutalnych pytań” na temat swojej firmy. Jeśli Twoim celem jest zbudowanie świetnej firmy, dlaczego Twoja firma *już* nie jest świetna?

Które z Twoich produktów lub usług sprzedają się obecnie dobrze? Które z Twoich produktów i usług są najbardziej dochodowe? Które z nich radzą sobie słabo? Na których z nich tracisz pieniądze?

Czy obecna sytuacja biznesowa, pozytywna lub negatywna, w jakimkolwiek obszarze, jest tymczasowa, czy też jest częścią długofalowego trendu? Skąd możesz mieć pewność? Jak można się tego dowiedzieć? Co powinienesz zrobić w następnym kroku?

Jasność jest kluczem

Być może najważniejszym słowem w planowaniu strategicznym jest „jasność”. Musisz mieć absolutną jasność co do odpowiedzi na każde z tych pytań. Niejasność lub mglistość w jakimkolwiek obszarze może prowadzić do problemów, trudności, a nawet katastrof.

Dlaczego Twoja firma odniosła sukces w przeszłości? Co zrobiłeś dobrze w przeszłości, co było odpowiedzialne za Twój dotychczasowy sukces? Jakie są najważniejsze umiejętności i kompetencje posiadane obecnie przez Twoją firmę? Jakie są najlepsze produkty i usługi, które obecnie oferujesz?

Spójrz na ludzi wokół siebie. Kim są najbardziej wartościowi ludzie? Kto nie jest już tak wartościowy jak wcześniej? Kto reprezentuje stratę netto lub wręcz szkodę dla Twojej firmy? Bądź przygotowany na zadawanie brutalnych pytań i odpowiadanie na nie.

Klient jest królem

Kim są obecnie Twoi najlepsi klienci? Jakie i gdzie są najlepsze rynki? Co podoba się klientom najbardziej w tym, co dla nich robisz? Co najbardziej komplementują z tego, co im oferujesz? Jaki jest główny obszar zadowolenia klientów?

Co podoba się klientom najmniej w tym, co robisz? Na co najbardziej narzekają? Co takiego sprzedajesz, że Twoi klienci i potencjalni klienci wolą kupować to gdzie indziej niż u Ciebie?

Zidentyfikuj swoje mocne strony

Spójrz na siebie uczciwie. Jakie są Twoje najlepsze umiejętności, cechy i zdolności? Jakie są najważniejsze rzeczy, które robisz w pracy i dla swojej firmy? Jaki jest Twój najcenniejszy osobisty wkład w rozwój firmy?

Wyobraź sobie, że jesteś lekarzem przeprowadzającym pełne badanie kontrolne Twojego stanu zdrowia. Traktuj swoją firmę tak, jakby była Twoim ciałem. Uzyskaj dokładne informacje na temat każdego krytycznego szczegółu swojej firmy i wykorzystaj je jako punkt odniesienia do określenia przyszłych działań. Bądź uczciwy i obiektywny na każdym kroku.

Harold Geneen, który przekształcił ITT w duży konglomerat, zawsze powtarzał: „Poznaj fakty. Poznaj *rzeczywiste* fakty. Nie fakty pozorne, fakty, na które mamy nadzieję, czy oczywiste fakty. Poznaj rzeczywiste fakty oparte na analizie. Fakty nie kłamią”.

Kwestionuj swoje założenia

Ekspert ds. zarządzania czasem, Alec Mackenzie, napisał kiedyś: „Błędne założenia leżą u podstaw każdej porażki”. Wszystko, co robisz w swojej firmie, opiera się na pewnych założeniach. Niektóre z nich mogą być błędne. Odpowiedzi mogły ulec zmianie, a to, co było poprawne w przeszłości, może nie być poprawne dzisiaj. Sprawdź każde założenie i zapytaj: „Co by było, gdyby to założenie nie było prawdziwe?”.

Jeśli się okaże, że działasz w oparciu o fałszywe założenia, jakie musiałbyś wprowadzić zmiany — szczególnie w odniesieniu do kluczowych osób, kluczowych klientów, kluczowych produktów i usług oraz kluczowych prognoz?

Planowanie strategiczne wymaga rozpoczęcia od realistycznej i uczciwej oceny tego, gdzie dokładnie się znajdujesz i kim dzisiaj jesteś. Staje się to punktem wyjścia do strategicznego planowania i strategicznego myślenia. Staje się fundamentem, na którym podejmowane są wszystkie przyszłe decyzje.

Zacznij tam, gdzie jesteś

1. Co obecnie najlepiej sprawdza się w Twojej firmie? Które elementy Twojej działalności sprawiają Ci największą radość?
2. Co nie działa w Twojej firmie? Co powoduje u Ciebie największą irytację i frustrację?
3. Jakie są najważniejsze produkty i rynki? Co stanowi największą część Twoich przychodów?
4. Kim są najważniejsze dla Ciebie osoby? Kim są ludzie, którzy odpowiadają za większość Twoich wyników?

5. Jakie są Twoje szczególne talenty i umiejętności? Co takiego robisz, kiedy osiągasz największe sukcesy?
6. Jakie są główne zmiany zachodzące na Twoim rynku? Jakie zmiany należy wprowadzić, aby je zrekompensować?
7. Jakie są Twoje najważniejsze założenia dotyczące Twoich ludzi, klientów, rynków, produktów, usług i Ciebie samego? Co, jeśli jedno z nich nie jest prawdziwe? Co byś wtedy zrobił?

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 

TURBOSTRATEGIA: SPRAW, BY TWÓJ BIZNES DZIAŁAŁ NA NAJWYŻSZYCH OBROTACH!

Nie sposób choćby przejrzeć wszystkich książek, które poświęcono prowadzeniu firmy, jednak nawet najnowsze i najmądrzejsze paradygmaty zarządzania strategicznego podlegają prostemu testowi: czy to się sprawdza? Konsekwencje tego faktu są doniosłe: różnica między sukcesem a porażką w biznesie w dużej mierze zależy od umiejętności strategicznego planowania i ciągłego upewniania się, że wszystko, co się dzieje w przedsiębiorstwie, przyczynia się do osiągnięcia celów biznesowych.

Ta książka daje zestaw prostych, łatwych w zrozumieniu narzędzi, z których możesz skorzystać natychmiast, by od razu skierować swoją firmę na ścieżkę zwiększania rentowności. Przekonasz się, że szybkość decyzji odgrywa tu decydującą rolę — miliony przedsiębiorstw działają bez aktualnego planu strategicznego i słabo uwzględniają najnowsze trendy gospodarcze. Dowiesz się w szczególności, jak doprowadzić firmę do poziomu, na którym dzięki lepszemu planowaniu i skuteczniejszym działaniom marketingowym i sprzedażowym będzie osiągać znacznie wyższe zyski. Zapoznasz się z praktycznymi technikami pozwalającymi jej prosperować nawet na najtrudniejszych rynkach. Przede wszystkim zrozumiesz, jak zachować elastyczność, wyraziście przekazywać wizję, wartości i misję swojej firmy, dobrze sobie radzić ze zmianami i zatrudniać najlepszych ludzi.

Najlepszym sposobem przewidywania przyszłości jest jej tworzenie!

Peter Drucker

BRIAN TRACY

jest uznanym autorem książek z dziedziny rozwoju osobistego i psychologii sukcesu, a także jednym z najlepszych mówców motywacyjnych na świecie. Współpracuje jako konsultant z wieloma firmami, w tym IBM, McDonnell Douglas i The Million Dollar Round Table. Mieszka z rodziną w Kalifornii.

onepress



Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>



HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

książkiklasybusiness

ebook dostępny na:

ebookpoint

ISBN 978-83-8322-915-7



9 788383 229157

Cena: 49,90 zł