

A black and white portrait of a man with a beard and mustache, wearing a suit and tie, with his hands clasped in front of him. He is wearing a watch on his left wrist. The background is a textured, slightly mottled grey.

*Владимир Токарев*

**Стратегия  
в войне  
за лучшего  
поставщика**

**Практикум: Выпуск №1**

Владимир Токарев

**Стратегия в войне  
за лучшего поставщика.  
Практикум: Выпуск №1**

«Издательские решения»

**Токарев В.**

Стратегия в войне за лучшего поставщика. Практикум: Выпуск №1  
/ В. Токарев — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-748030-1

Это практическое приложение к книге «Стратегические секреты консультанта». Включает в себя: алгоритм разработки стратегии, формы для заполнения и дополнительные материалы, облегчающие разработку стратегии в войне за лучшего поставщика, сквозной пример по разработке стратегии, необходимый понятийный аппарат, вопросы и ответы по теме разработки стратегии. Материал книги основан на 20-летнем опыте автора по разработке стратегий фирм из самых разных отраслей.

ISBN 978-5-44-748030-1

© Токарев В.  
© Издательские решения

## Содержание

Прочитать в первую очередь	6
Аннотация	7
Краткое содержание практикума	8
Предисловие и структура практикума	9
Конец ознакомительного фрагмента.	11

# **Стратегия в войне за лучшего поставщика**

## **Практикум: Выпуск №1**

### **Владимир Токарев**

© Владимир Токарев, 2016

ISBN 978-5-4474-8030-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## 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 в войне за лучшего поставщика».

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

Потому, надеюсь, что имея технологию для одного объекта, 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 управление 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 в войне за лучшего поставщика – лучше, конечно, приобрести соответствующую серию одноименных с вашей задачей практикумов.

Пожалуй главным отличием этой серии практикумов является то, что я принял решение дать описание примера в художественной форме, в форме своего рода бизнес-романа. Я не оригинален в таком описании, положительный пример, на который мне хотелось бы равняться – Э. Голдратт – автор известных бизнес-романов («Цель» и др.), где Голдратт представил читателю свою теорию ограничений.

## Аннотация

*Издание второе, исправленное и дополненное<sup>1</sup>.*

Практикум по разработке стратегии в войне за лучшего поставщика, состоит из 10 этапов, которые будут опубликованы в 10 книгах (по 1 в каждой), в первой книге представлен 1 этап.

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

Будет полезен руководителям и владельцам бизнеса.

Предназначен для самостоятельной разработки стратегии 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.

---

<sup>1</sup> Первое издание, вышедшее малым тиражом на CD (техническую часть работы выполнил партнер КЦ «Русский менеджмент» – ГУП НТЦИ), с названием «Электронная консалтинговая система „Русский менеджмент“», была выпущена при поддержке Швейцарского Фонда Технического Содействия Swissconakt» (Sc далее).

## **Краткое содержание практикума**

**Предисловие и структура практикума**

**Выпуск №1 – Описание 1 этапа**

Как превратить поставщика в покупателя

**Пример выполнения 1 этапа**

**Вопросы-ответы при работе над 1 этапом**

**Система обратной связи**

Что дальше

Тренинги от автора

Книги и журналы, подготовленные КЦ «Русский менеджмент»

Об авторе

## Предисловие и структура практикума

Сразу оговоримся – практикум является практическим приложением к книге «Стратегические секреты консультанта». Данный практикум содержит первый этап разработки стратегии компании (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, топ-менеджменту компаний) самостоятельно разработать полноценную стратегию компании на профессиональном уровне.**

Кроме шагов алгоритма по разработке стратегии и необходимых 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 практикуме представлен мой блог, где я общаюсь с виртуальным персонажем – любознательным генеральным директором (*любозн. гендир.* – далее). В ходе общения с любозн. гендиром я расскажу про историю появления нового объекта стратегического управления, а также те положительные моменты, которые вытекают из использования представленной здесь технологии разработки стратегии и возможные проблемы (поскольку не бывает плюсов без минусов). Ну, и отвечу на вопросы, которые чаще всего возникают у тех, кто самостоятельно разрабатывает стратегию своей компании.

### Как устроен алгоритм, и как им пользоваться

Ниже представлено «устройство» алгоритма разработки стратегии фирмы, которое будет «сопровождать» вас в течение всей работы.

Под «алгоритмом» мы понимаем *определенную последовательность шагов*, которая позволяет выйти на нужный результат, в данном случае – на стратегию компании (или стратегию бизнес-направления фирмы).

Кроме того, основные **шаги алгоритма** для удобства пользования **имеют более мелкое дробление на следующие разделы:**

- *немного теории;*
- *шаги алгоритма;*
- *формы для заполнения;*
- *пример использования алгоритма;*
- *дополнительные материалы.*

**Кроме того, отдельно выделены —**

- *«вопросы-ответы»,*

облегчающие специалисту, не прошедшему подготовку в вопросах управления, работу над стратегией фирмы.

Рассмотрим каждый раздел несколько подробнее.

### Немного теории

В этом разделе вам будет представлен минимум теории, необходимой на данном шаге алгоритма разработки стратегии фирмы. Более подробное описание теории представлено в книге «Стратегические секреты консультанта».

### **Шаги алгоритма**

Здесь будут описаны непосредственно шаги алгоритма, которые следует обязательно выполнить на том или ином этапе разработки стратегии.

### **Формы для заполнения**

Там, где это необходимо, будут предложены специальные формы для заполнения. Иногда они будут представлены в виде таблицы, поскольку табличное представление материалов часто облегчает анализ. Там же, где предложено использовать произвольную форму, предполагается, что разработчики стратегии могут применять произвольный формат описания.

### **Пример использования алгоритма**

Для облегчения понимания, что именно нужно выполнить на том или ином этапе разработки стратегии, будет представлен *сквозной* пример использования той или иной части алгоритма. Хотя это пример условный, мы постарались приблизить его к реальности там, где это возможно. Главная задача примера – максимально облегчить понимание задания, которое нужно выполнить на том или ином этапе разработки стратегии своей компании. К слову, пример, по оценке наших клиентов из самых разных отраслей, им здорово облегчал работу по разработке стратегии.

### **Дополнительные материалы**

Хотя мы представили материалы таким образом, чтобы в ходе разработки стратегии фирмы по нашему алгоритму вы не чувствовали острую необходимость обращения к другим источникам, кроме книги «Стратегические секреты консультанта», дополнительные материалы, которые будут рекомендованы, помогут вам более глубоко изучить ту или иную тему.

### **Вопросы-ответы**

Этот раздел будет постоянно обновляться – он содержит вопросы, которые задают те, кто уже использовал наш алгоритм, а также ответы на эти вопросы. Ждем и ваших вопросов. Система обратной связи описана в конце этой книги.

## **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.