

A portrait of Vladimir Tokarev, a middle-aged man with a grey beard and mustache, wearing a dark suit, light blue shirt, and patterned tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. A black semi-transparent box is overlaid on the right side of the image, containing text. He is wearing a watch on his left wrist and a ring on his left hand.

Владимир Токарев

# SWOT-анализ стартапа

Стратегия стартапа — №8

**Владимир Токарев**  
**SWOT-анализ стартапа.**  
**Стратегия стартапа – №8**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=44556923](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=44556923)*

*ISBN 9785448517457*

**Аннотация**

Как изменить ситуацию, когда из 10 стартапов успешными становятся только 1—2? Разработать и реализовать стратегию стартапа. Серия книг включает пошаговый алгоритм разработки стратегии стартапа, необходимые формы для заполнения и др. материалы для самостоятельной разработки стратегии стартапа: сквозной пример, понятийный аппарат, вопросы и ответы по теме разработки стратегии стартапа. Материал книги основан на 20-летнем опыте автора по разработке стратегий фирм из самых разных отраслей.

# Содержание

Расширенная аннотация и информация об авторе	6
Об авторе	8
Краткое содержание	9
Прочитать в первую очередь	10
Предисловие и структура практикума	12
Конец ознакомительного фрагмента.	17

# **SWOT-анализ стартапа**

## **Стратегия стартапа – №8**

**Владимир Токарев**

© Владимир Токарев, 2019

ISBN 978-5-4485-1745-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Мы запускаем новый журнальный проект – «Личные продажи на рынке вакансий» —



Книги в магазине издательства Ридеро всегда дешевле.

# Расширенная аннотация и информация об авторе

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

Практикум по разработке стратегии стартапа, состоит из 10 этапов, которые будут опубликованы в 10 книгах, в этой книге представлен 8 этап.

Это важнейший этап разработки стратегии, на этом этапе выполняется SWOT – анализ и формулируются стратегические решения, которые кладутся в основу стратегии компании.

В книге описаны ноу-хау по проведению SWOT – анализа, накопленные за 20 лет управленческого консультирования по теме стратегии.

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

Будет полезен руководителям и владельцам бизнеса.

Предназначен для самостоятельной разработки стратегии стартапа с использованием рекомендуемых шагов и форм (если они требуются) для заполнения. Основан на 20-летнем опыте консультирования компаний из самых разных отраслей.

---

<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 Swisscontact».

лей по теме стратегического менеджмента.

Сначала я планировал выпустить по 10 выпусков практикума (по сути это управленческое консультирование по теме стратегии через книги) для разных объектов управления (для компании, для стартапа, для отдельного человека и др.). Однако работа несколько затянулась (поскольку предполагала выпуск более 50 книг). И тогда было принято решение выпустить более короткие варианты – серии книг с названием стратегическая экспресс-диагностика. Такая работа была полностью выполнена для коммерческой фирмы и для стартапа.

Сейчас пришло время вернуться к начальному более полному проекту. Сейчас он выполнен для коммерческой компании, а этим практикумом продолжается для стартапа. Однако его смело можно применять и для других объектов управления, о чем более подробно описано в параграфе «Прочитать в первую очередь».

## Об авторе

Автор – директор консультационной фирмы «КЦ «Русский менеджмент», к.т.н., консультант по управлению, автор более 50 статей по менеджменту в профильных журналах, автор более 200 книг: «Сказки для топ-менеджеров», «Три менеджмента в одном флаконе», «Русский менеджмент», «Стратегическое управление персоналом», «Стратегические секреты консультанта», а также журналов в книжном исполнении, и др., в 2012 – 2017 гг. член жюри конкурса в номинации «Лучшая корпоративная стратегия», где принимали участие крупнейшие компании страны – МТС, Северсталь, Уралкалий и др.

# **Краткое содержание**

**Предисловия**

**Выпуск №8 – описание 8 этапа**

**Задание на 8 этапе**

**Вопросы-ответы при работе над 8 этапом**

**Пример выполнения 8 этапа**

**Стратегическая сказка для топ-менеджеров**

**Система обратной связи**

**Тренинги от автора**

# 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 стартапа».

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

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 разра-

ботке 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 своего стартапа – лучше, конечно, приобрести соответствующую серию одноименных с вашей задачей практикумов.

# Предисловие и структура практикума

Сразу оговоримся – практикум является практическим приложением к книге «Стратегические секреты консультанта». Данный практикум содержит описание 8 этапа разработки стратегии стартапа (всего 10 этапов, которые публикуются 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 на профессиональном уровне.**

Кроме шагов алгоритма по разработке стратегии и необходимых для самостоятельной разработки стратегии вспо-

могательных материалов (форм для заполнения, если они требуются, примеры заполнения форм, ответов на наиболее частые вопросы при разработке стратегии и др.) в книге есть параграф, где описывается обратная связь, которая всегда открыта для читателей этой книги.

Система обратной связи используется для подготовки Приложения ко всем практикумам. Это приложение, в свою очередь, содержит самостоятельный практикум по стратегическому сотрудничеству компаний.

Во всех практикумах представлен мой блог, где я общаюсь с виртуальным персонажем – любознательным генеральным директором (*любозн. гендир.* – далее). В ходе общения с любозн. гендиром я описываю те положительные моменты, которые вытекают из использования этой технологии, и возможные проблемы (поскольку не бывает плюсов без минусов). Ну и отвечаю на первые вопросы, которые возникают у тех, кто самостоятельно разрабатывает стратегию своей компании.

## **Как устроен алгоритм, и как им пользоваться**

Ниже представлено «устройство» алгоритма разработки стратегии, 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 стартапа (или стра-

тегию нового продукта 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.

Рассмотрим каждый раздел несколько подробнее.

### *Немного теории*

В этом разделе вам будет представлен минимум теории, необходимой на данном шаге алгоритма разработки стратегии стартапа. 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, представлен *сквозной* пример использования той или иной части алгоритма применительно к консультационной фирме. 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, этот 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 дру-

гим источникам, кроме книги «Стратегические секреты консультанта», дополнительные материалы, которые будут рекомендованы, помогут вам более глубоко изучить ту или иную тему.

# 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.