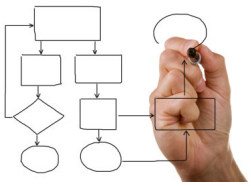

Если стратегия уже выработана, можно перейти к этапу Проектного планирования, то есть разбить путь для достижения цели на несколько «остановок», при этом понимая, что проекты делятся по содержанию.

Проект может (но не обязательно) иметь программы, при этом каждая программа (некоторые её части) может быть совместной для нескольких проектов.

В свою очередь программа включает продукты. Разработка продуктов также процесс довольно интересный и творческий, он предусматривает умение из общей стратегии слепить именно то, что нужно клиенту, что будет пользоваться спросом, повысит его конкурентоспособность, и при этом не ошибиться.

Окончательный процесс – это бизнес-планирование, когда мы знаем, что будем продавать, где, когда и как, оцениваем потребности рынка в этом продукте, и можем перевести все наши идеи и ожидания в реальные цифры. Точность бизнес-плана будет зависеть от точности исполняемых работ на предыдущих этапах. Если мы упустили какой-то этап или посчитали его ненужным, то план может быть не выполнен. Но даже если всё предусмотреть, важно знать, что тот, кто будет это реализовывать, будет делать всё правильно. Таким образом, переходим к блоку «Управление».

Блок «Управление» - это использование всего, что было оговорено в предыдущем разделе, на практике. На этом этапе желательно иметь специалистов-практиков в конкретной области (а такие у нас есть), поскольку это этап не только управления проектом, где можно внедрять общие принципы и методологию, но и этап, где может понадобиться управление внедрением продукта в рамках проекта. Тут нужны люди ответственные, пунктуальные, способные управлять другими людьми. Поскольку успех будет зависеть в большей мере от чёткой организации работы, умения добиться исполнительской дисциплины и уложиться в намеченные сроки по каждому пункту. Почему мы называем такого человека лидером ? Потому что дисциплина, психологический климат в коллективе, умение заразить идеей, заставить поверить в

неё, осознать свою ответственность в «большом деле» конкретных исполнителей на этом этапе просто незаменимы. Если такая личность (лидер) есть и готова приступить к исполнению своих обязанностей, можно переходить к этапу старта проекта.

Этот этап очень ответственный, поскольку процессы происходят в реальном времени и тут нужен «ум и сообразительность». Кроме понимания проекта, детального изучения плана внедрения и т.п., нужно уметь быстро принимать решения, если того требует ситуация для корректировки хода реализации проекта. Если он не увидит своевременные риски на старте проекта и не исправит их, то проекту угрожает как минимум отклонение от графика, а это время и деньги (упущенная выгода). Поэтому вопросу «Start-up» нужно уделить особое внимание.

Если старт прошёл успешно и проект работает, нужно провести контрольные замеры – сделать бизнес-анализ. В целом бизнес-анализ нужно проводить периодически, но обязательно перед этапом стратегического планирования и после внедрения проекта. К сожалению, бизнес-анализ на предприятиях чаще всего понимаю как набор статистических данных (пост-фактум деятельности), в то время как это источник, который даёт возможность видеть будущее, а главное – самим его построить. Но как увидеть среди всей этой аналитической информации то, чего нет, а тем более как оно будет. Именно в этом и чувствуют потребность современные компании и их менеджеры – уметь пользоваться аналитической и статистической информацией, понимать, какие задачи поставить перед аналитическим отделом, отделом коммерции, дистрибуции и пр.