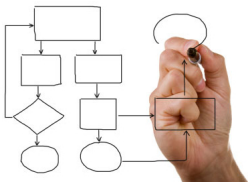

Jeżeli strategia jest już określona, można przejść do etapu Planowania projektowego, czyli po dzieli
ć
drog
ę
ku
celowi
na
kilka
„
przystank
ó
w
”,
przy
tym
rozumiej
ą
c
, ż
e
projekty
powinny być dzielone zgodnie z ich treścią.

Projekt może (lecz nie obowiązkowo) mieć programy, przy tym każdy program (niektóre jego części) może być wspólny dla kilku projektów.

Z kolei program zawiera produkty. Opracowanie produktów jest także procesem dosyć ciekawym i twórczym, on przewiduje umiejętność zlepienia z strategii ogólnej właśnie tego, co jest potrzebne klientowi, co będzie mieć popyt, podwyższy jego konkurencyjnośc, i przy tym nie pomylić się.

Proces ostateczny – to planowanie biznesowe, kiedy wiemy, co będziemy sprzedawać, gdzie,

kiedy i jak, oceniamy potrzeby rynku na ten produkt, i możemy przeliczyć wszystkie nasze idee i oczekiwania w realne liczby. Dokładność planu biznesowego będzie zależeć od dokładności wykonanych prac na etapach poprzednich. Jeżeli przegapiliśmy jakiś etap lub uważaliśmy go za niepotrzebny, to wtedy plan może być nie wykonany. Lecz nawet jeśli wszystko przewidzieliśmy, jest ważne wiedzieć, że ten, kto będzie to realizować, zrobi wszystko prawidłowo. W ten sposób przechodzimy do modułu „Zarządzanie".

Moduł „Zarządzanie" – to zastosowanie wszystkiego tego, co było omówione w poprzednim rozdziale, w praktyce. Na tym etapie jest wskazane posiadanie specjalistów-praktyków w konkretnej branży (a takich posiadamy), ponieważ jest to etap nie tylko zarządzania projektem, w którym jest możliwość zastosowania ogólnych zasad i metodologii, lecz także jest etapem, w którym może się przydać zarządzanie wdrożeniem produktu w ramach projektu.
Tutaj
są potrzebni ludzie odpowiedzialni, zdolni do zarządzania innymi ludźmi.
Ze
wzgl
ę
du
na
to
, ż
e
sukces
projektu
b
ę
dzie
w
g
łó
wnej
mierze
zale
ż
e
ć
od dokładnej organizacji pracy, umiejętność zdobycia dyscypliny wykonawczej i zmieszczenia się w nakreślonych ramach czasowych, dotyczących każdego punktu
.
Dlaczego
nazywamy
takiego
cz
ł

owieka
liderem
?
Dlatego
, ż
e
dyscyplina
,
klimat
psychologiczny
w
zespole
,
umiej
ę
tno
ść
na
ł
adowania
ide
ą,
zmuszenie
uwierzenia
w
ni
ą,
u
ś
wiadomienia
w
ł
asnej odpowiedzialności w „wielkiej sprawie” poszczególnych wykonawców na tym etapie są poprostu niezastąpione
.
Je
ż
eli
taka
osoba
(
lider
)
jest
gotowa
do

wykonania
swoich
obowi
ą
zk
ó
w
,
to
wtedy
wolno
przechodzi
ć
do
etapu
startu
projektu.

Ten etap jest bardzo odpowiedzialny, ponieważ procesy odbywają się w trybie czasu rzeczywistego i tutaj jest potrzebny „rozum i mądrość”. Oprócz rozumienia projektu, szczegółowego przestudiowania planu wprowadzenia itp., jest potrzebna umiejętność szybkiego podejmowania decyzji, jeżeli tego wymaga sytuacja w celu korygowania biegu realizacji projektu. Jeżeli on nie zobaczy we właściwym czasie ryzyków przy starcie projektu i nie
poprawi
ich
,
to
wtedy
projektowi
zagra
ż
a
conajmniej
odchylenie
od
harmonogramu
,
a
tu
chodzi
o
czas
i

pieni
ą
dze
(
przegapiona
wygoda
)
.
Dlatego
kwestii
„Start-up”
nele
ż
y
udzieli
ć
szczeg
ó
ln
ą
uwag
ę.

Jeżeli start minął sukcesywnie i projekt pracuje, należy przeprowadzić pomiary kontrolne – dokonać analizy biznesowej
.
W
ca
ł
o
ś
ci
analiz
ę
biznesow
ą
nale
ż
y
przeprowadza
ć
sporadycznie
,
lecz

obowi
ą
zkowo
przed
etapem
planowania strategicznego i po wprowadzeniu projektu. Niestety analiza biznesowa na przedsiębiorstwach najczęściej jest rozumiana, jako zbiór danych statystycznych (post factum działalności),

tymczasem jest to źródło, które daje możliwość zobaczenia przyszłości, a co najważniejsze – samodzielnego

zbudowania jej. Lecz jak zobaczyć wśród całej tej informacji analitycznej to, czego nie ma, a tym bardziej jakie ono będzie.
W
ł
a
ś
nie
w
tej
kwestii
odczuwaj
ą
potrzeb
ę
wsp
ół
czesne
sp
ół
ki
i
ich
menad
ż
erowie
–
umiej
ę
tno
ś
ci
korzystania
z
informacji

analitycznej
i
statystycznej
,
rozumienia
,
kt
ó
re
zadania
nale
ż
y
sformu
ł
owa
ć
dla
oddzia
ł
u
analitycznego
,
oddziału komercyjnego, dystrybucji itp

.