



## Doradztwo strategiczne i seminaria dla Top Managementu

### Program budowy wzrostu wartości firmy

Wykaz tematów:

#### Zarządzanie strategiczne

- **Metodyka budowy strategii firmy**
- Zarządzanie wartością firmy - VBM
- Wdrożenie strategii i KPI  
Balanced Scorecard
- Kaskadowanie celów i KPI  
Action Plan
- Komunikacja strategii  
i przywództwo
- Strategiczne zarządzanie rynkami
- Strategiczne zarządzanie zakupami
- Strategiczne zarządzanie HR
- Fuzje i przejęcia

#### Zarządzanie finansami

- Finanse dla zarządzających  
niefinansistów cz. 1 i cz. 2
- Corporate Finance
- Analiza i diagnoza finansowa
- Controlling  
Systemy informacji zarządczej
- Zarządzanie cash flow  
i kapitałem obrotowym
- Finansowa ocena projektów  
biznesowych
- Finansowanie rozwoju firmy
- Prezentacja informacji  
finansowych
- Wycena przedsiębiorstwa

#### Zarządzanie efektywnością

- Transformujące przywództwo VUCA
- Zarządzanie przez cele (MBO)
- Zarządzanie cenami - Pricing
- Negocjacje w biznesie
- Odpowiedzialność prawna  
zarządów
- Inteligentna restrukturyzacja
- Lean Management
- Zarządzanie projektem
- Scenariusze sukcesji

### Sprawdź terminy na

[www.figpolska.pl](http://www.figpolska.pl)

tel: + 48 22 823 42 83

Odwiedź nas na LinkedIn i Facebook:  
Francuski Instytut Gospodarki Polska



# Jak zbudować strategię rozwoju firmy?

## Metodyka „krok po kroku” i narzędzia

### Kluczowe korzyści

- ▶ Opanowanie sprawdzonej metodyki budowy strategii, stosowanej przez liderów rynkowych.
- ▶ Poznanie technik i metod analizy strategicznej.
- ▶ Opanowanie procesu diagnozy strategicznej jako podstawy wyborów strategicznych.
- ▶ Poznanie procesu formułowania celów i strategii głównej oraz strategii w różnych obszarach przedsiębiorstwa.
- ▶ Opanowanie modelowych strategii konkutowania na rynku.
- ▶ Poznanie narzędzi opisujących strategię.
- ▶ Zdobycie wiedzy nt. weryfikacji jakości strategii za pomocą biznesplanu finansowego.

### Dlaczego warto wybrać nasze seminarium

- ▶ Autorski i unikatowy program opracowany przez dział doradztwa strategicznego FIG Polska, który specjalizuje się w opracowaniu i wdrożeniach strategii przedsiębiorstw.
- ▶ Metodyka wykorzystana z sukcesem przez FIG Polska do opracowania i wdrożenia ponad 150 strategii w polskich i zagranicznych przedsiębiorstwach.
- ▶ Praktyczny charakter zajęć, prezentacja metodyki budowy strategii na podstawie „case study” oraz licznych przykładów z wielu branż.
- ▶ Udostępnione liczne formatki i modele dokumentów umożliwiające szybkie ich wykorzystanie we własnej organizacji.
- ▶ Inspirujące rozwiązania z innych branż, w tym z rynku polskiego.
- ▶ Udział w tym seminarium to najlepszy sposób, by zwiększyć szanse na sukces firmy i osobisty oraz ugruntowanie pozycji profesjonalisty w gronie TOP Managementu.

### Kto powinien wziąć udział w programie?

Właściciele firm, prezesi, wiceprezesi, członkowie zarządów i rad nadzorczych, dyrektorzy zarządzający, dyrektorzy działów: finansów i controllingu, inwestycji, strategii, rozwoju, R&D, produkcji, sprzedaży i marketingu, logistyki i zakupów, IT; dyrektorzy operacyjni, dyrektorzy zakładów i fabryk, menedżerowie odpowiedzialni za budowę i nadzór nad realizacją strategii firmy, dyrektorzy personalni i HR.

Ponad  
**20.000**

Uczestników szkoleń  
i warsztatów

**2.000**

Klientów, w tym 300 z listy  
Top 500 „Rzeczpospolitej”

**150**

Projektów doradczych

**96%**

Uczestników poleca  
nasze usługi

**80%**

Uczestników seminariów  
to prezesi, właściciele firm  
i dyrektorzy

Ponad  
**20 lat**  
doświadczeń



**Pierwszy dzień (9.00 - 17.00)****► Czynniki decydujące o sukcesie strategii**

1. Wprowadzenie: cele seminarium, poznanie się Uczestników i test wprowadzający.
2. Jak zidentyfikować źródła trwałego sukcesu przedsiębiorstwa? Przykłady strategii sukcesu. - [Przykłady](#)
3. Czym jest strategia firmy i co tworzy jej wyjątkowość? - [Dyskusja moderowana i ćwiczenie](#)
4. Etapy budowy strategii firmy. Co zawiera strategia firmy?
5. Rola zarządu i top managementu w wyborze, budowie i wdrażaniu strategii. - [„Best practice” doradztwa strategicznego](#)
6. Strategia grupy kapitałowej a jednostek biznesowych. Czym się różnią? Typy i zadania spółek holdingowych. - [Przykłady](#)
7. Zmieniające się otoczenie jako układ szans i zagrożeń. Jak analizować trendy i zjawiska oraz wyciągnąć z nich właściwe wnioski? - [Ćwiczenie](#)
8. Jak ocenić pozycję konkurencyjną firmy? Skwantyfikowana Analiza Strategiczna (SAS) oparta na prognozach.
  - 8.1. Z kim konkurujemy? Badanie struktury rynku z wykorzystaniem „Map Grup Strategicznych” i „Modelu oceny sił konkurencji”.
  - 8.2. Jak odkrywać szanse płynące z rynków? Analiza otoczenia, pomiar wielkości oraz wartości rynków / segmentów (badania ilościowe).
  - 8.3. Kluczowe Czynniki Sukcesu (KCS) w branży. Jak ocenić naszą firmę na tle konkurentów? Wybór metod i zakresu analizy.
  - 8.4. Jak ocenić zdolność firmy do kształtowania przewagi konkurencyjnej? Wykorzystanie wskaźników – KPI'ów i benchmarków w analizie wewnętrznej firmy. - [Case Study, Ćwiczenia](#)
9. Bilans strategiczny na podstawie skwantyfikowanej analizy strategicznej – zalecane strategię.
10. Podsumowanie dnia.

**Plan dnia:**

- 8.30 - Rejestracja Uczestników (tylko pierwszego dnia)  
 9.00 - Rozpoczęcie zajęć  
 10.30 - 10.50 - Przerwa na kawę  
 13.00 - 14.00 - Wspólny lunch  
 15.30 - 15.50 - Przerwa na kawę  
 17.00 - Zakończenie zajęć\*  
 \*(trzeciego dnia zajęcia trwają do 16.00)

**Drugi dzień (9.00 - 17.00)****► Sztuka wyboru strategii rynkowo-produktowych**

1. Powtórzenie zagadnień z pierwszego dnia seminarium.
2. Diagnoza strategiczna, czyli jakie możliwości posiada moja firma na rynku? Definiowanie propozycji działań rozwojowych wykorzystując szanse płynące z otoczenia i mocne strony firmy (Key Leverage Point) oraz propozycji działań naprawczych i poprawy efektywności uwzględniając zagrożenia płynące z otoczenia i słabe strony przedsiębiorstwa (Business Implications). - [Ćwiczenie](#)
3. Wybór tematów strategicznych w oparciu o diagnozę strategiczną. - [Ćwiczenie](#)
4. Jak wyrazić aspiracje przedsiębiorstwa? Definiowanie wizji przedsiębiorstwa. - [Ćwiczenie](#)
5. Jak ukierunkować myślenie strategiczne i zmienić orientację firmy? Definiowanie misji i wartości organizacji. - [Ćwiczenie](#)
6. Jak powiązać wizję firmy z celami finansowymi? Formułowanie strategicznych celów finansowych zgodnych z metodyką SMART oraz spełniających oczekiwania akcjonariuszy i innych interesariuszy. - [Ćwiczenie](#)
7. Strategie stymulowania wyników finansowych: strategie wzrostu, efektywności i kombinowane. Poszukiwanie źródeł wzrostu i poprawy wyników finansowych. - [Przykłady](#)
8. Cele rynkowe i miary ich realizacji (KPI).
9. Strategie rynkowe. Które rynki / segmenty gwarantują sukces biznesowy i finansowy? Scenariusze i opcje strategiczne oraz kryteria ich oceny.
  - 9.1. Segmentacja i strategiczne wybory rynków docelowych (target groups).
  - 9.2. Identyfikacja Inicjatyw Strategicznych w obszarach rynkowych. - [Ćwiczenie](#)
10. Strategia produktowa. Jak zbudować atrakcyjne portfolio produktów? Kryteria oceny atrakcyjności produktów i usług.
  - 10.1. Strategia B+R w zarządzaniu innowacjami. - [Ćwiczenie](#)
11. Jak zwiększyć jednocześnie sprzedaż i marżę? Budowa propozycji wartości dla strategicznych grup klientów opartych na wyróżnikach z wykorzystaniem Macierzy Wartości. - [Warsztat](#)
12. Wyróżniki konkurencyjne a strategia konkurowania na rynkach: przywództwa dzięki innowacjom, zażyłości z klientami lub doskonałości operacyjnej. - [Przykłady](#)
13. Podsumowanie dnia.

**Trzeci dzień (9.00 - 16.00)****► Budowa modelu biznesowego i programów działań**

1. Powtórzenie zagadnień z drugiego dnia seminarium.
2. Wyróżniki konkurencyjne a model biznesowy. Które procesy w organizacji budują przewagi konkurencyjne? Wybór unikalnego modelu biznesowego opartego na łańcuchu wartości.
  - 2.1. Wybór celów i projektów strategicznych gwarantujących dostarczanie wartości klientom przy optymalnych kosztach.
  - 2.2. Kiedy budować strategię funkcjonalne? Analiza łańcucha wartości. - [Ćwiczenie](#)
3. Strategiczne zasoby i kompetencje firmy jako czynniki warunkujące powodzenie strategii rozwoju firmy.
  - 3.1. Które umiejętności i kompetencje rozwijać, aby osiągnąć trwałe sukcesy finansowe? - [Ćwiczenie](#)
4. Jak opracować „Program Strategicznych Działań” gwarantujący osiągnięcie celów strategicznych? - [Przykłady z praktyki](#)
5. Mapa strategii jako narzędzie opisujące strategię w formie zbioru celów powiązanych w związku przyczynowo-skutkowe. - [Ćwiczenie](#)
6. Jak sprawdzić, czy strategia buduje czy niszczy wartość firmy? Biznesplan finansowy jako narzędzie pomiaru wartości strategii. - [Ćwiczenie](#)
7. Wprowadzenie do Balanced Scorecard jako narzędzia implementacji strategii wzrostu wartości firmy.
8. Najczęstsze błędy w procesie budowy i wdrażania strategii. Jak ich unikać? - [Doświadczenia z biznesu](#)
9. Podsumowanie zajęć.

Francuski Instytut Gospodarki Polska Sp. z o.o.  
 ul. Filtrowa 75/5, 02-032 Warszawa  
 ☎ tel. +48 22 823 42 83, ✉ e-mail: [biuro@figpolska.pl](mailto:biuro@figpolska.pl)

Seminaria i szkolenia realizujemy zgodnie z wdrożonym systemem zarządzania jakością ISO 9001-2015.



Wszystkie seminaria są organizowane w Warszawie w 4-gwiazdkowych hotelach.

**Formularze rejestracji i informacje o terminach, prowadzących oraz miejscu szkolenia dostępne są na stronie:**

[www.figpolska.pl](http://www.figpolska.pl)