

Кубок креативных бизнес проектов

Бизнес-модель: как получить водительские права на управление бизнесом ...

Гурков Игорь Евгеньевич

Менеджер по росту доходности и достижению целей талантов, лидеров, команд и компаний
Технология роста. Фабрика талантов

**... И ВЫСТРОИТЬ очередь из желаемых
целевых инвесторов, клиентов,
партнеров и сотрудников**

Знакомство

Технология роста. Фабрика талантов

Помогаем лидерам, их бизнесам и командам:

- перейти от «дробления камней» и зарабатывания на жизнь к «строительству храмов»
- перестать «наводить операционный порядок» и начать еженедельно влиять на рост маржи
- из «корпоративных банд» превратиться в «футбольные команды»

В поисках проектов и талантов, на которые хочется тратить свою жизнь

Знакомство

Менеджер по росту доходности и достижению целей:

- талантов,
- лидеров,
- команд,
- компаний

Менеджмент

понимание себя, своих возможностей
и их **системное** освоение

Менеджер

достигает цели с помощью **других людей**

Фокусы внимания

- **продуктивность** талантов и команды + удовольствие
- **бизнес-модель** + драйверы роста

Познакомимся?

Какой наш рыночный статус?

Выбираем:

- Инвесторы (**вкладываю** в бизнес-проекты)
- Предприниматели (**руковожу своим** бизнесом)
- ТОП-менеджеры (**наверху** иерархии)
- Менеджеры (**управляю** командой)
- Специалисты (знаю свое **направление**)
- Стартаперы (**аттестовываюсь** на предпринимателя)
- ~~Фрилансеры (двигаюсь **самостоятельно**)~~

Познакомимся

Вопросы:

- Мы **производим**, оказываем **услуги** или **торгуем** или ...?
- Наши **клиенты** – B2B (компании), B2G (государство), B2C (люди) или ...?
- Сколько **лет** бизнесу?
- Сколько **человек** у нас в компании?
- Сколько среди нас тех, **кто продает**?

В каких мы ролях

№	Бизнес-процесс	Результат
1	Продвижение	Заявки
2	Продажи	Успешные сделки (полученные оплаты)
3	Продукт/ Производство	Удовлетворенный клиент
4	Персонал	Динамика по Центрам ответственности (персоналу)
5	Финансы	Прибыль / свободный денежный поток
6	Стандарты и автоматизация	Автоматизированы бизнес-процессы
7	Технология	Возврат на вложенный рубль (сумма, скорость)

Спорт или SPA?

Ожидания

Как хотим закончить, чтобы ВАУ?!

- **5+ ожиданий**
- Расставляю приоритеты 1-3 по значимости
- **1 - наиболее значимое**, 3 - наименее значимое
- Может быть несколько видов с одинаковым приоритетом

Ожидания

Увидим:

- Глубокий разбор бизнес-модели по ключевым аспектам — точность «как у нейрохирурга»
- Зеркало для лидера: где вы сильны, что усилить, нужен ли проводник к желаемому видению
- Перевод эмоций в цифры: перестаем «чувствовать», начинаем измерять и управлять
- Как привычная модель становится основой амбициозного будущего — на понятных примерах
- Что даже простой продукт можно упаковать в «запоминающееся» видение
- Определение текущих ролей и желаемых + первые целевые шаги к переходу
- Готовый шаблон для применения к вашему проекту
- Ваш «ПЦР-тест допуска»: управлять не на эмоциях и советах, а через видение, смыслы, систему, структуру и постоянные тесты гипотез

В ходе мастер-класса:

- Обсудим, почему критично глубоко понимать свою бизнес-модель и расти, сверяясь с ней каждую неделю
- Разберем 9 базовых блоков бизнес-модели и их связь с ростом: ассортимент (продуктовая матрица), клиенты (сегменты/работы клиентов), каналы сбыта, каналы привлечения, команда, технология, стандарты и автоматизация, финансовая модель, инвесторы
- Для каждого блока зафиксируем минимум знаний/практик/тестов, чтобы быть «допущенным к вождению бизнесом»
- Детализируем критерии допуска — что считается «нормой» и что делать, если ниже минимума
- Расставим приоритеты и твердости, определим, где уже есть лидеры внутри системы
- Накидаем гипотезы усиления и ожидаемое влияние на продукт/продажи/маржу/оборот
- Определим текущую роль и желаемую, маршрут перехода и «минималки» по ролям
- Сформируем план тестов на рынок и договоримся о еженедельной группе рефлексии: кто, где и за счет чего растет

Почему команды коллективы часто не растут

10 причин:

- 1. Нет четкой стратегии продаж.** Работают “по ситуации”, без 4-6 недельных спринтов по росту маржинального дохода в конкретных клиентских сегментах, продуктах, каналах, территории, с гипотезами и минимальными ожидаемыми результатами
- 2. Нет понимания приоритетных клиентов.** Работа ведется со всеми подряд без фокуса на приоритетных заказчиков, которым хочется служить, включая дискриминацию остальным
- 3. Отсутствие продуктового паровоза.** Нет на входе простого и легкого товара или услуги для быстрой интеграции с клиентом, с дальнейшим переходом на более сложные и маржинальные продукты
- 4. Нет привлекательных УТП (уникальных торговых предложений).** Сложно объяснить рынку, какую полезность дают продукты, каким клиентам, в каких ситуациях, для каких сред применения, как меняется жизнь, на что влияют, чтобы не могли не купить
- 5. Ошибки в ценообразовании.** Цены отражают неспособность донести реальную ценность продукта для клиента. Идет постоянное вытягивание скидок, текущий уровень маржинальности ставит под сомнения смыслы ведения данного бизнеса
- 6. Слабая системная работа с воронкой продаж.** Налицо имитация бурной деятельности. Низкая доля целевых действий, не налажена работа по переходу клиента между этапами воронки (ожидаемый результат, гипотезы получения), непонимание значимости этапов формирования Тех Задания и снятия оценки удовлетворенности, этапы воронки отражают факты вместо целей
- 7. Непрозрачная мотивация команды.** Система выстроена с целью запутать и заплатить персоналу меньше вместо того, чтобы дать заработать больше (плата за рывки, сверх-результаты, инициативы)
- 8. Отсутствие внимания к целям сотрудников.** Модель командования вместо создания среды роста талантов. Отношение к персоналу как к рабам вместо выстраивания с ними партнерских отношений, где компания становится методом на их пути, с 3-6 месячными индивидуальными треками вертикального или функционального роста, развития 6 базовых потребностей
- 9. Недооценка персонала.** Сотрудники не вовлечены в цели компании, не понимают ее бизнес-модели и точек приложения усилий, не борются за понимание клиента и не стремятся к росту маржинального дохода, игнорируются 6 этапов активации и развития талантов
- 10. Плохая управляемость.** Слабо выстроено взаимодействие между сотрудниками по сбору и учету их достижений, отслеживанию динамики, выявлению драйверов роста, лидеров и формированию инициатив по усилению

Тренды и решения роста команд коллективов

17 трендов:

Разобрано на вебинаре в 2025

Мастер-классы для роста лидеров и команд

Обновляемся каждую неделю, месяц, квартал

Инструменты роста лидеров, талантов, команд и компаний:

- Понимание и приоритезация целевых клиентов
- Построение продуктового паровоза
- Налаживание взаимодействия «фермеров» и «охотников» в работе с клиентами
- Проблемы, тренды и решения по командам
- Как получить «водительские права» на управление бизнесом. Перестать выживать и бороться с трудностями. Начать жить и строить
- Как создать амбициозное видение проекта и привлечь желанных инвесторов, клиентов и сотрудников
- Как превратить «корпоративную банду» в сильную команду
- Как мотивировать сотрудников на творчество и инициативы, сделать их источником роста
- Как построить систему управления на базе бизнес-модели
- Как управлять клиентами и продуктом для устойчивого роста
- Как сформировать устойчивую бизнес-модель для системного роста
- Как составить привлекательную для команды финансовую модель
- Аватар и Роль: сильные стороны и гипотезы роста
- Точка А – точка Б
- Преображение
- Как получать удовольствие от каждого шага
- Карты детализации целей
- Управление канбаном гипотез
- Анкеты достижений и дашборды к ним
- Еженедельки и ежедневки
- Прокачай свою команду с наставником
- Как из выставки сделать инвестиционный проект
- Технология роста, Фабрика Талантов и др.



Ссылки на
выступления

**Мы здесь сдать ЕГЭ
или еще и для роста?**

**Если хочется жить и заниматься
бизнесом, а не постоянно решать
проблемы и выживать ...**

Бизнес вместо предпринимательства

Знать, понимать и применять:

- Инвестору (**вкладывает** в бизнес-проекты)
- Предпринимателю (**руководит своим** бизнесом)
- Руководителю и ТОП-менеджеру (**наверху** иерархии)
- Менеджеру (**управляет** командой)
- Стартаперу (**аттестовывается** на предпринимателя)

**Нужны ли «водительские права»
на управление бизнесом?**

Водительские права на управление бизнесом

Бизнес-модель:

- Понимаем и принимаем бизнес-модель с **сотрудниками** и **инвесторами** (в чем **сила** и куда **растем**)
- Проектируем и заходим в **слаженный** тренд роста

Водительские права на управление бизнесом

Завораживающее видение:

- Вместе с сотрудниками и инвесторами **ХОТИМ** получить такое видение, дальше **ВИДИМ**, как к нему идем, **И** постоянно **сверяемся**

Водительские права на управление бизнесом

Ощущение себя и желаемая роль(-и):

- Важно показать, **кто я** в команде, что **меня прет**, где я **проявляюсь**
- Создаем среду, в которой каждый **не может не проявляться**
- Это будет показывать нашу **продуктивность в конкретных ролях** (даже если будем двигаться на **минималках**)
- Остается всем только **рефлексировать еженедельно**, что получилось, в каких ролях, что перло, и **наращивать удовольствие** от ролей

Водительские права на управление бизнесом

Треугольник, который помогает строить:

- бизнес-модель
- завораживающее видение
- ощущение себя и желаемая роль(-и)

Бизнес-модель

Блоки (на вебинаре в 2025):

- смыслы
- цели
- продукты
- продажи
- продвижение
- каналы сбыта
- команда
- регламент взаимодействия
- воронки клиентов и заказов
- метрики и учет
- финансовая модель «пирог»

Бизнес-модель

Блоки (на данном вебинаре):

- Продукты
- Клиенты
- Каналы сбыта
- Каналы привлечения
- Команда
- Технология
- Стандарты и автоматизация
- Финансовая модель
- Инвесторы

Блок 1. Продукты

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

Направления:

- **Выгоды для клиента**
- **Потребности и боли**
- **Ситуации покупки**
- Целевая аудитория продукта
- **УТП (уникальное торговое предложение)**
- Характеристики продукта
- Жизненный цикл продукта
- **Ценообразование**
- Каналы сбыта
- Каналы привлечения
- **Маржинальность**
- Юнит-экономика
- Конкурентное окружение
- Преимущества перед конкурентами
- Среда применения
- Риски и ограничения
- Воронка продаж

Блок 1. Продукты

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

	список	приоритеты (легкость покупки)	значимость (для нас продуктолог)	сделки в мес	средние чеки	маржиналь ность	выгоды	потребности	боли	сроки окупаемости для клиента
1	Внедрение управленческого учета	3	1	3	60-200тр/мес	60%				
2	Ежемесячное сопровождение финансовой командой	3	1	1-2	60-200тр/мес	60%				
3	Построение финансовой модели	2	1	1-2	от 60тр	60%				
4	Внедрение системы бюджетирования и планирования	3	1	1	80-100тр	60%				
5	Внедрение платежного календаря	3	3	крайне редко отдельно продаем текущим клиентам	20 000	60%				
6	Сопровождение платежного календаря	3	3	отдельно не продаем ,только в рамках сопровождения	20 000	60%				
7	Консультация финансового директора	2	2	1-2	5-20 тр	50%				
8	Аудит системы управленческого учета и планирования	2	3	2	30-70тр	50%				
9	Аудит + фин.анализ текущих цифр	2	3	1	30-70тр	50%				
10	Диагностика текущей системы УУ с предоставлением дорожной карты по внедрению/улучшению	1	3	15	бесплатно	0				
11	Вебинар онлайн	1	3	2-3	бесплатно	0				
12	Офлайн выступление	1	3	1	бесплатно	0				
13	Гайд/чек лист на разные темы по финансам бизнеса	1	3	10-20	бесплатно	0				
14	Ежемесячный сбор отчетности по ТЗ	3	3	0,3	20-70тр	60%				
15	Ежемесячные встречи с финдиром (без сбора и проверки отчетности)	3	2	0,3	20-70тр	60%				
16	Продажа сервисов учета	3	2	1	3-20тр	90%				
17	Продажа услуг моих партнеров	3	3	1-2	3-10тр	90%				
18	Разработка системы мотивации для сотрудников	3	3	крайне редко	20-40тр	60%				

Блок 2. Клиенты

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

Направления:

- **Типы (B2B, B2C, B2G)**
- Виды (производство, услуги, торговля)
- **География**
- **Отраслевая принадлежность**
- **Выручка по клиенту**
- **Маржинальность продаж**
- **Частота заказов** (раз в мес, квартал, год)
- Сезонность закупок
- Стабильность оплат
- Потенциал роста
- Стратегическая ценность
- Ассортимент закупок
- Стоимость обслуживания клиента
- Уровень требовательности
- Позиция клиента в рынке (лидер)
- Финансовая надежность
- Доля закупок у вас
- Рекомендательный эффект (партнер)

Блок 2. Клиенты

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
	список (рынки)	список (отрасли)	приоритеты (легкость покупки)	значимость (для нас продуктолог)	сделки в мес (количество успешных)	средние чеки	маржиналь ность	потребности	боли	ситуации возникновения потребности
1	Нефтегаз	транспортировка газа	2	2	3	р.200 000	10%			
	Нефтегаз	добыча газа	3	1	1	р.300 000	20%			
	Нефтегаз	хранение газа	3	1	1	р.400 000	20%			
	Нефтегаз	переработка газа	3	1	1	р.300 000	20%			
	Нефтегаз	транспортировка неф	2	2	1	р.100 000	10%			
	Нефтегаз	добыча нефти	3	1	3	р.300 000	20%			
	Нефтегаз	хранение нефти	3	1	3	р.300 000	20%			
	Нефтегаз	переработка нефти	3	1	1	р.200 000	20%			
	Нефтегаз	нефтесервис	1	3	2	р.100 000	40%			
	Нефтегаз	инжиниринг	1	3	2	р.260 000	40%			
	Нефтегаз	производство оборуд	3	1	6	р.700 000	30%			
2	Энергетика		3	1	6	р.600 000	30%			
3	Транспорт		1	3	0	р.0	20%			
4	Металлургия		3	1	1	р.300 000	35%			
5	Строительство		3	3	5	р.1 500 000	20%			
6	Химия		3	3	2	р.300 000	30%			
7	Нефтехимия		2	2	2	р.500 000	15%			
8	Машиностроение		2	3	2	р.2 000 000	30%			
9	Сельхоз		2	3	3	р.500 000	20%			
10	Телеком		1	3	10	р.2 000 000	30%			

Блок 3. Каналы привлечения клиентов

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

Направления:

- **Ивенты / офлайн-активности** (конференции, выставки, встречи, ярмарки)
- **Соцсети** (Inst..m, TikTok, VK, Telegram, YouTube, Tenchat, VC, Дзен и др)
- **Реклама** (таргетированная + контекстная)
- **Рекомендации / сарафанное радио**
- **Маркетплейсы / встроенные механики продвижения**
- **Email / мессенджер-маркетинг** (подписчики, рассылки, чаты)
- **PR и СМИ** (статьи, интервью, блоги)
- и др.

Блок 3. Каналы привлечения клиентов

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

	список (каналы)	список (источники)	приоритеты (легкость получения заявок)	значимость (для нас продвижение)	заявки в мес (количество)	средние чеки	маржинальность
1	Ивенты / офлайн-активности (конференции, выставки, встречи, ярмарки)		2	2	3	р.200 000	30%
2	Соцсети (Inst..m, TikTok, VK, Telegram, YouTube, Tenchat, VC, Дзен и др)		3	1	1	р.300 000	30%
3	Реклама (таргетированная + контекстная)		3	1	1	р.400 000	20%
4	Рекомендации / сарафанное радио		3	1	1	р.300 000	20%
5	Маркетплейсы / встроенные механики продвижения		2	2	1	р.100 000	30%
6	Email / мессенджер-маркетинг (подписчики, рассылки, чаты)		3	1	3	р.300 000	25%
7	PR и СМИ (статьи, интервью, блоги)		3	1	3	р.300 000	30%

Блок 4. Каналы сбыта

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

Направления:

- **Партнерские сети** (другие бизнесы, которые продают ваш товар/услугу)
- **Гос. закупки и тендеры**
- **Онлайн-магазин** (собственный сайт, Inst...m/Telegram-витрина и др.)
- **Маркетплейсы** (Ozon, Wildberries, ЯндексМаркет, Авито, Amazon и др.)
- **Розничные точки** (собственные магазины, островки, офлайн-торговля и др.)
- **Дилеры и оптовики**
- и др.

Блок 4. Каналы сбыта

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

	список (каналы)	приоритеты (легкость получения заявок)	значимость (для нас продажник)	заявки в мес (количество)	средние чеки	маржинальность
1	Партнерские сети (другие бизнесы, которые продают ваш товар/услугу)	2	2	3	р.200 000	30%
2	Гос. закупки и тендеры	3	1	1	р.300 000	30%
3	Онлайн-магазин (собственный сайт, Inst...m/Telegram-витрина и др.)	3	1	1	р.400 000	30%
4	Маркетплейсы (Ozon, Wildberries, ЯндексМаркет, Авито, Amazon и др.)	3	1	1	р.300 000	20%
5	Розничные точки (собственные магазины, островки, офлайн-торговля и др.)	2	2	1	р.100 000	30%
6	Дилеры и оптовики	3	1	3	р.300 000	30%

Блок 5. Команда

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

Направления:

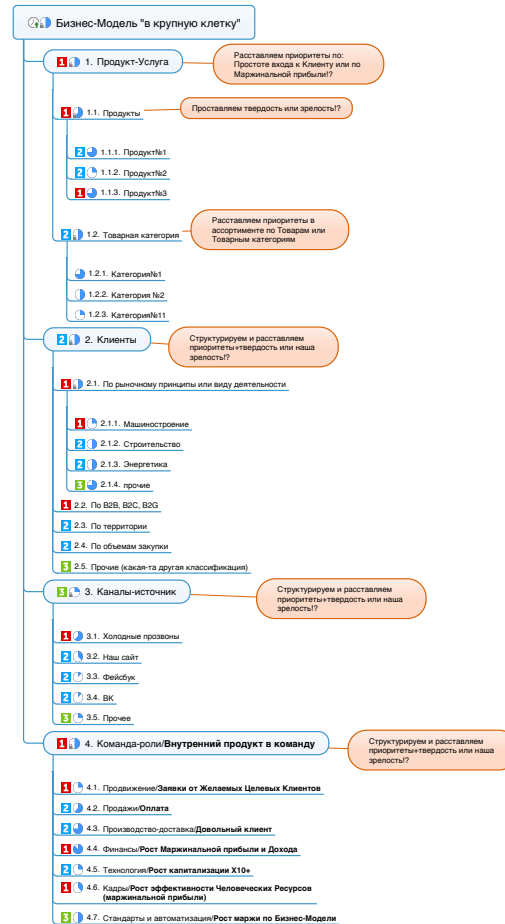
- **Роли**
- **Вознаграждение**
- Карьера и ТЗ на карьеру
- Регламент взаимодействия
- Принципы и правила

Роли:

- Основатель / Руководитель проекта
- Продажи / Клиент-менеджер
- Маркетолог / Digital-специалист
- Финансист / Экономист (или хотя бы «человек с калькулятором»)
- Операционный менеджер
- Продуктолог / Разработчик продукта
- Закупки и логистика
- Юрист
- HR / Кадровик
- Инвестор / Финансовый партнер

Блоки 1-5. Бизнес-модель

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту



прислать схему бизнес-модели



в Max



под постом VK

Блок 6. Технологии

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

Направления:

- **Что мы создаем?** (продуктовая компания, сервисная компания, платформа / экосистема и др.)
- **Как мы зарабатываем?** (разовые сделки, подписка и регулярные платежи, комиссии как маркетплейс или посредничество, лицензии и франшиза и др.)
- **Какую ценность мы даем миру?** (экономим ресурсы / деньги, делаем жизнь удобнее, создаем новое качество, строим сообщество / культуру и др.)
- **На какой технологии/базе мы стоим?** (производство, Digital-платформа, инфраструктура, контент и др.)
- **Как мы растем?** (один рынок/страна, несколько стран, международная сеть и др.)
- **Что будет нашим конкурентным барьером?** (бренд, уникальная технология, сообщество, доступ к эксклюзивным ресурсам и др.)
- **Какая конечная форма бизнеса?** (экосистема, корпорация, нишевая компания и др.)

Блок 7. Стандарты и автоматизация

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

Направления:

- Принципы работы (ценности в действии)
- Правила команды и взаимодействия
- Стандарты продукта / сервиса
- Стандарты процессов
- Автоматизация целей и задач
- Система контроля и прозрачности
- Этика и правила поведения
- Безопасность и риски

Блок 8. Финансовая модель

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

Направления:

- **Доходы**
- **Себестоимость**
- Операционные расходы
- **Маржинальность**
- Юнит-экономика (CAC, LTV, точка безубыточности)
- Денежный поток
- Финансовые сценарии (прогнозы)
- Источники финансирования
- Финансовые стандарты и контроль (ежемесячные отчеты P&L, ДДС, баланс, KPI по марже, выручке, CAC, LTV).
- Долгосрочная стратегия (10+ лет)

Блок 9. Инвесторы

Что это для меня (5 и более вариантов); приоритеты 1-3; насколько это сейчас проявлено 1-10; гипотезы по росту

Направления:

- **Зачем нужны инвесторы** (ускорение роста, доступ к рынкам, экспертиза и др.)
- **Этап привлечения** (на запуск, тест гипотез, на рост, масштабирование, на экспансию, IPO и др.)
- **Типы инвесторов** (близкие, друзья, ангел-инвесторы, венчурные фонды, семейные офисы, стратегические партнеры и корпорации, государство и фонды поддержки и др.)
- **Что инвесторы смотрят в первую очередь** (команда, рынок, продукт, финансовая модель и др.)
- **Формат вложений** (доля в компании, займ или конвертируемый займ, грант и др.)
- **Условия инвесторов** (срок окупаемости, ожидаемая доходность, контроль управления и др.)
- **Стратегия выхода** (выход на биржу, продажа стратегу, обратный выкуп доли и др.)
- **Риски работы с инвестором** (потеря контроля, давление по срокам и результатам, конфликты в стратегии и др.)

С чего начать, чтобы пойти в рост?

С командой коллективом за 4-8 недель:

- Экспресс диагностика понимания текущей **бизнес-модели**
- Страт сессия по **бизнес-модели** (где сила и ядро, кто может, хочет и готов)
- **Финансовая модель-пирог** с гипотезами роста и в спринт
- **Спринт с ядром на 4-6 недель** по росту в выбранных показателях и гипотезах (**аттестация** понимания **бизнес-модели**, своих **ролей** и **взаимодействия** между собой)

**Что полезного?
Кто у нас лидер по объему
полученной полезности?**

Завораживающее видение

Чтобы жизнь была наполнена:

- смыслами
- удовольствием
- достойной командой и окружением

Завораживающее видение

Как создать амбициозное видение проекта и привлечь желанных инвесторов, клиентов, партнеров и сотрудников

Как привычная бизнес-модель может стать фундаментом амбициозного будущего

**Что полезного?
Кто у нас лидер по объему
полученной полезности?**

Мои ощущения себя и желаемые роли

- Кем я себя ощущаю
- В какой я роли(-ях) и какие желаемые

Как я себя чувствую

Кем я себя ощущаю на своем пути?

- идущим,
- ползущим,
- ходящим по кругу, задом или приставными шагами,
- лежащим
- стоящим
- задумавшимся
- или ... ?

Роли в футбольной команде

Игроки на поле (основная часть)

нападающие, полузащитники, защитники, вратарь ...

Тренерский штаб (вспомогательная часть)

главный тренер, помощники тренера, спортивные тренеры, врачи, массажисты, менеджеры по оборудованию, диетологи ...

Роли в команде

Игроки на поле (основной бизнес-процесс)

получение, обработка и выполнение заказов:

- продвижение
- продажи
- продукт/производство товаров и услуг

Тренерский штаб (вспомогательные бизнес-процессы)

работа над улучшениями:

- финансы
- персонал
- стандартизация и автоматизация
- технология

Как оцениваем вклад каждого

№	Бизнес-процесс	Результат
1	Продвижение	Заявки
2	Продажи	Успешные сделки (полученные оплаты)
3	Продукт/ Производство	Удовлетворенный клиент
4	Персонал	Динамика по Центрам ответственности (персоналу)
5	Финансы	Прибыль / свободный денежный поток
6	Стандарты и автоматизация	Автоматизированы бизнес-процессы
7	Технология	Возврат на вложенный рубль (сумма, скорость)

Моя роль

Кем я был(-а) последний месяц .. в каких ролях?

Как оцениваем вклад каждого

№	Бизнес-процесс	Результат
1	Продвижение	Заявки
2	Продажи	Успешные сделки (полученные оплаты)
3	Продукт/ Производство	Удовлетворенный клиент
4	Персонал	Динамика по Центрам ответственности (персоналу)
5	Финансы	Прибыль / свободный денежный поток
6	Стандарты и автоматизация	Автоматизированы бизнес-процессы
7	Технология	Возврат на вложенный рубль (сумма, скорость)

Моя роль

Мои 5+ достижений за прошедший месяц

Моя роль

Проставляю, в какой роли было каждое достижение

Как оцениваем вклад каждого

№	Бизнес-процесс	Результат
1	Продвижение	Заявки
2	Продажи	Успешные сделки (полученные оплаты)
3	Продукт/ Производство	Удовлетворенный клиент
4	Персонал	Динамика по Центрам ответственности (персоналу)
5	Финансы	Прибыль / свободный денежный поток
6	Стандарты и автоматизация	Автоматизированы бизнес-процессы
7	Технология	Возврат на вложенный рубль (сумма, скорость)

Моя роль

Кто у нас в чем лидер?

Моя роль

**5 гипотез, в которых я хотел(-а) бы
проявиться на следующей неделе ... чтобы
осознать, какие роли мне симпатичны и я
готов(-а) в них быть сутками**

Моя роль

Проставляю, в какой роли каждая гипотеза

Как оцениваем вклад каждого

№	Бизнес-процесс	Результат
1	Продвижение	Заявки
2	Продажи	Успешные сделки (полученные оплаты)
3	Продукт/ Производство	Удовлетворенный клиент
4	Персонал	Динамика по Центрам ответственности (персоналу)
5	Финансы	Прибыль / свободный денежный поток
6	Стандарты и автоматизация	Автоматизированы бизнес-процессы
7	Технология	Возврат на вложенный рубль (сумма, скорость)

Моя роль

Кто у нас в чем лидер?

**Что полезного?
Кто у нас лидер по объему
полученной полезности?**

Водительские права на управление бизнесом

Треугольник, который помогает строить:

- бизнес-модель
- завораживающее видение
- ощущение себя и желаемая роль(-и)

**Что полезного я могу взять для
своего бизнеса?**

**Кто у нас лидер по объему
полученной полезности?**

Бизнес-модель + видение + роли

Зачем:

- **Растет доля целевых действий.** Ты меньше метишь «куда попало» и больше строишь то, что реально приближает к цели.
- **Команда становится продуктивнее.** Каждый понимает свою зону влияния и ценность для общего результата.
- **Снижается стресс от хаоса.** Уходит ощущение «а что дальше?», появляется ясный вектор и спокойствие в действиях.
- **Видишь разрыв между «где ты есть» и «где хочешь быть».** А значит, можешь сократить его быстрее.
- **Управляешь бизнесом как механизмом.** Больше никаких догадок в стиле «черного ящика» — только проверяемые параметры.
- **Творческий фокус смещается на рост.** Ты создаешь конкретные гипотезы в ячейках бизнес-модели, а не «в целом по бизнесу».
- **Оцениваешь сотрудников предметно.** Не «вообще молодец/не молодец», а через развитие мастерства в их ролях.
- **Находишь точки силы через тесты.** И воздействуешь именно на то, что ускоряет рост компании.
- **Формируешь общее видение и транслируешь его.** Это притягивает правильных людей: клиентов, партнеров, инвесторов, таланты.
- **Растешь быстрее обычного.** Не на 10–20 % в год, а на десятки процентов в месяц — иногда даже в неделю.
- **Продвижение.** Бизнес-модель показывает, **какие каналы реально приводят клиентов** и что дает лучший возврат инвестиций.
- **Продажи.** Видишь, **как устроен путь клиента** и где именно теряются деньги — можно лечить воронку точно.
- **Продукт.** Становится ясно, **какие продукты «тянут» бизнес**, а какие — отнимают ресурсы без отдачи.
- **Персонал.** Понимаешь, **кого нужно нанимать, а кого развивать** — исходя из приоритетов роста, а не интуиции.
- **Финансы.** Начинаешь **мыслить** не оборотом, а **маржинальной прибылью и скоростью оборачиваемости денег**.
- **Стандарты и автоматизация.** Закладываешь **основу для масштабирования**: процессы перестают «держаться на людях» и становятся системой.
- **Технология.** Видишь, **какие решения реально дают ускорение**, а какие просто «игрушки».

**Каждая компания должна обладать
таким видением, чтобы иметь
очередь из инвесторов, клиентов,
сотрудников и партнеров**

Водительские права на управление бизнесом

Выживать или жить:

- 20% вкладываем **в будущее**, 80% операционка – идет к выживанию хоть как-то
- За 4-6 недель (или дольше) иметь **видение, двигаться через него и сверяться**
- Операционка не будет местом боли, а **станет средой для теста и развития видения**

Если хотим подняться на следующий уровень

Какие варианты:

- Пробуем **сами** (не спеша иду и пробую, выявляю, что получается)
- Проходим **отбор** и после **Кубка** развиваемся в **группах** (ускоряюсь, каждую неделю вместе растем)
- Привлекаем **специалистов** (включаю форсаж, получаю за 2 недели)

Итоги

Увидели:

- Глубокий разбор бизнес-модели по ключевым аспектам — точность «как у нейрохирурга»
- Зеркало для лидера: где вы сильны, что усилить, нужен ли проводник к желаемому видению
- Перевод эмоций в цифры: перестаем «чувствовать», начинаем измерять и управлять
- Как привычная модель становится основой амбициозного будущего — на понятных примерах
- Что даже простой продукт можно упаковать в «запоминающееся» видение
- Определение текущих ролей и желаемых + первые целевые шаги к переходу
- Готовый шаблон для применения к вашему проекту
- Ваш «ПЦР-тест допуска»: управлять не на эмоциях и советах, а через видение, смыслы, систему, структуру и постоянные тесты гипотез

В ходе мастер-класса:

- Обсудили, почему критично глубоко понимать свою бизнес-модель и расти, сверяясь с ней каждую неделю
- Разобрали 9 базовых блоков бизнес-модели и их связь с ростом: ассортимент (продуктовая матрица), клиенты (сегменты/работы клиентов), каналы сбыта, каналы привлечения, команда, технология, стандарты и автоматизация, финансовая модель, инвесторы
- Для каждого блока зафиксировали минимум знаний/практик/тестов, чтобы быть «допущенным к вождению бизнесом»
- Детализировали критерии допуска — что считается «нормой» и что делать, если ниже минимума
- Расставили приоритеты и твердости, определили, где уже есть лидеры внутри системы
- Накидали гипотезы усиления и ожидаемое влияние на продукт/продажи/маржу/оборот
- Определили текущую роль и желаемую, маршрут перехода и «минималки» по ролям
- Сформировали план тестов на рынок и договорились о еженедельной группе рефлексии: кто, где и за счет чего растет

Попробуем у себя?
Или докажем, что так НЕ работает?

Развитие талантов в команде

Как мы по шагам развиваем таланты в команде:

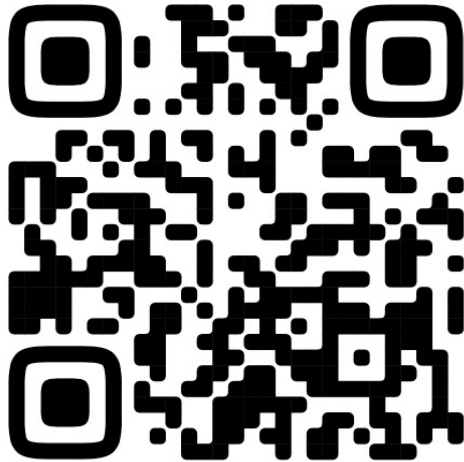
- **Информирование** о возможностях
- **Активация** - пошел проявляться и показывать продуктивность
- **Удержание** - сохраняет динамику
- **Подтягивает окружение** - клиентов или человеческие ресурсы
- **Монетизируется в команде** - по начислению или выплатам
- **Масштабирование** монетизации

Ставим «+», кому понравилось

Поднимаем осознанность и удовольствие



в Max



под постом VK

**Записываю по горячим следам и
выкладываю отзыв (или видео)
в личку или под постом про Кубок:**

- что сегодня сделали,
- что полезного получили и
- как можно это применить

Мастер-классы для роста лидеров и команд

Обновляемся каждую неделю, месяц, квартал

Инструменты роста лидеров, талантов, команд и компаний:

- Понимание и приоритезация целевых клиентов
- Построение продуктового паровоза
- Налаживание взаимодействия «фермеров» и «охотников» в работе с клиентами
- Проблемы, тренды и решения по командам
- Как получить «водительские права» на управление бизнесом. Перестать выживать и бороться с трудностями. Начать жить и строить
- Как создать амбициозное видение проекта и привлечь желанных инвесторов, клиентов и сотрудников
- Как превратить «корпоративную банду» в сильную команду
- Как мотивировать сотрудников на творчество и инициативы, сделать их источником роста
- Как построить систему управления на базе бизнес-модели
- Как управлять клиентами и продуктом для устойчивого роста
- Как сформировать устойчивую бизнес-модель для системного роста
- Как составить привлекательную для команды финансовую модель
- Аватар и Роль: сильные стороны и гипотезы роста
- Точка А – точка Б
- Преображение
- Как получать удовольствие от каждого шага
- Карты детализации целей
- Управление канбаном гипотез
- Анкеты достижений и дашборды к ним
- Еженедельки и ежедневки
- Прокачай свою команду с наставником
- Как из выставки сделать инвестиционный проект
- Технология роста, Фабрика Талантов и др.



Ссылки на
выступления

До встречи!



Игорь Гурков. Технология Роста. Фабрика Талантов.
Менеджер по росту доходности и достижению целей талантов, лидеров, их команд и компаний

- Phone/whatsapp +7906-055-2143
- Telegram @IgorGur
- **Telegram канал <https://t.me/GurkovGrowTech>**
- Сайт <https://tr888.ru>
- Fb <https://www.facebook.com/i5063810>
- Insta https://www.instagram.com/igor_gurkov/
- Vk <http://vkontakte.ru/i5063810>
- Vk группа «Технология Роста» <https://vk.com/club216145544>
- LinkedIn <https://linkedin.com/in/igor-gurkov-4a60a05>
- Тенчат <https://tenchat.ru/GurkovGrowTech>
- YouTube (канал «Технология Роста») <https://www.youtube.com/@TechnologiyaRosta>
- Видео-интервью https://youtu.be/-hhbE6_qb4U
- VC <https://vc.ru/u/1244101-igor-gurkov>
- Дзен <https://dzen.ru/gurkov>
- Threats https://www.threads.net/@igor_gurkov



в Max

Детальная (техническая) презентация <https://clck.ru/3TCvEW>

Пример мастер-класса, 2-4 часа

Проблемы, тренды и решения по командам:

Для кого:

- Руководители предприятий, управляющие подразделениями, руководители HR и обучения

Участники увидят:

- Где в организации продаж могут быть скрытые **точки просадки** и возможен рост
- Как запускать развитие команды через **управляемые спринты** и **развивающую среду**
- Как перейти от «продавцов-пропихивателей» к команде, которая реально **помогает клиенту зарабатывать** — и делает это **с интересом** и **системно**

Для этого:

- Задумаются над своими **рыночными статусами** и насколько **они желаемы**
- Узнают, какое отношение **футбольные команды** имеют **к бизнесу** и как это использовать
- Увидят, **почему** команды часто **не растут**, даже когда кажется, что «все есть»
- Разберутся в **трендах роста** команд:
 - **Бизнес-модель** и **драйверы** роста
 - **Продуктовый** паровоз и **приоритезация** клиентов
 - **УТП**, выстроенные через **смыслы** и оценка удовлетворенности клиентов как **канал** для **повторных продаж**
 - CRM как система **навигации по достижениям** и анкеты **личной продуктивности**
 - **Спринты** по 4–6 недель и «конкурсы красоты» для **выявления лидеров**
 - **Ролевое распределение** как в футболе, **ТЗ** с сотрудниками **на их рост** и тд
- Увидят, **с чего начать**, чтобы пойти в рост

Пример мастер-класса, 2-4 часа

Как превратить «корпоративную банду» в сильную команду:

Участники разберутся:

- В чем разница между бандой и командой и что на это влияет
- Пройдут шаги по переводу банды в команду
- Как это бывает на практике и что дает

А еще узнают, оценят и возьмут в реализацию:

- кто такой менеджер и почему он не командующий, какие рыночные статусы бывают и к чему это
- почему так важны для сотрудников смыслы, как сделать из работы хобби, а компанию - методом на пути своем и персонала
- какие выгоды от продуктов и услуг сохраняются на долго, а какие исчезают в считанные часы
- как сформировать и управлять желаемым окружением и что бывает, если работают с не желаемыми клиентами
- как развивать бизнес за счет рекомендаций, кто такие партнеры и как их сделать источником роста
- как эффективнее распределить роли в команде, что лучше: растить рабов из сотрудников или создавать среду для их роста
- 6 этапов активации талантов-сотрудников, удержание и развития, как иметь мотивирующее вознаграждение
- что такое спринт и как его применить для роста бизнеса, как измерять продуктивность сотрудников и не плодить бюрократию
- как из скучных совещаний сделать конкурсы красоты, а из отчетности сделать приборную доску, а не библиотеку
- как перестать имитировать бурную деятельность и двигаться к желаемым целям

Посмотрят с другой стороны на свой рыночный статус, текущие и желаемые роли, проверят их на твердость для себя и членов команды, сделают первые шаги по переходу из «банды» в команду

В рамках мероприятия участники получают серию инструментов для формирования команды, возьмут домашнюю работу для тестирования подхода на себе и сотрудниках

Пример мастер-класса, 2-4 часа

Как мотивировать сотрудников на творчество и инициативы, сделать их источником роста

Участники разберутся:

- что мешает создавать **инновационную среду** в компании
- что помогает внедрять **инновации** и какую **роль** играет **команда**
- в чем разница между «**бандой**» и **командой** и что на это влияет
- почему так важно **увлекать** сотрудников, а не только контролировать
- как сделать, чтобы компания стала для людей не просто **местом работы**
- какой подход к **мотивации сотрудников** на творчество и инновации можно применять уже сейчас
- какой **регламент** и **система учета** нужны, чтобы идеи не терялись
- как привить сотрудникам **творчество** и **инициативы**, сделать **источником роста**
- как постоянно получать **новизну** и причем тут **спринты** и др.

Пример мастер-класса, 2 часа

Как построить систему управления на базе бизнес-модели:

Увидим:

- из-за чего не растут проекты и команды, и какие тренды помогают с этим справиться
- при чем здесь бизнес-модель, из чего состоит и как это применимо в управлении
- как запустить все то, во что верим и собрать желаемое окружение внутри и вокруг бизнеса
- предпосылки, как выйти в лидерство - без громких лозунгов, а через структурную работу

Для этого узнаем:

- зачем бизнес-модель нужно наполнять еще и смыслами и как сделать бизнес методом на нашем пути
- почему внимание предпринимателя должно выходить за рамки одного направления
- принцип, по которому можно структурировать цели бизнеса
- как влиять на привлекательность продуктового портфеля, чтобы клиенты говорили “да” быстрее
- как учитывать в потребностях клиентов их жизненные и бизнес-сферы, ситуации возникновения и смыслы
- что каналы сбыта и каналы привлечения - не одно и то же
- как за 6 шагов развивать сотрудников-talентов и что коллектив ≠ команда, а иногда и вовсе — нагрузка
- каким образом распределить роли в бизнесе, как в футболе, чтобы они дополняли друг друга
- что садовник может быть лучшей ролью для лидера, чем командир и контролер
- как распределить доходы внутри команды, чтобы не “заставлять коней пить на водопое”
- почему управление командой — это тоже часть бизнес-модели
- зачем и как следить за воронками клиентов и заказов
- где и как вести учет развития бизнес-модели
- как составить финансовую модель «пирог» — и чем она отличается от классического подхода

Пример мастер-класса, 2 часа

Как получить «водительские права» на управление бизнесом:

Увидим:

- Глубокий разбор бизнес-модели по ключевым аспектам — точность «как у нейрохирурга».
- Зеркало для лидера: где вы сильны, что усилить, нужен ли проводник к желаемому видению.
- Перевод эмоций в цифры: перестаем «чувствовать», начинаем измерять и управлять.
- Как привычная модель становится основой амбициозного будущего — на понятных примерах.
- Что даже простой продукт можно упаковать в «завораживающее» видение.
- Определение текущих ролей и желаемых + первые целевые шаги к переходу.
- Готовый шаблон для применения к вашему проекту.
- Ваш «ПЦР-тест допуска»: управлять не на эмоциях и советах, а через видение, смыслы, систему, структуру и постоянные тесты гипотез.

В ходе мастер-класса:

- Обсудим, почему критично глубоко понимать свою бизнес-модель и расти, сверяясь с ней каждую неделю.
- Разберем 9 базовых блоков бизнес-модели и их связь с ростом: ассортимент (продуктовая матрица), клиенты (сегменты/работы клиентов), каналы сбыта, каналы привлечения, команда, технология, стандарты и автоматизация, финансовая модель, инвесторы
- Для каждого блока зафиксируем минимум знаний/практик/тестов, чтобы быть «допущенным к вождению бизнесом».
- Детализируем критерии допуска — что считается «нормой» и что делать, если ниже минимума.
- Расставим приоритеты и твердости, определим, где уже есть лидеры внутри системы.
- Накидаем гипотезы усиления и ожидаемое влияние на продукт/продажи/маржу/оборот.
- Определим текущую роль и желаемую, маршрут перехода и «минималки» по ролям.
- Сформируем план тестов на рынок и договоримся о еженедельной группе рефлексии: кто, где и за счет чего растет.

Пример мастер-класса, 2 часа

Как управлять клиентами и продуктом для устойчивого роста:

Разберемся, из-за чего не растут проекты и команды, и какие тренды в продуктах и клиентах помогают с этим справиться

Поймем, почему это основа бизнес-модели, тот самый паровоз, который либо пыхтит, либо реально едет

В ходе встречи разберем:

- на каком языке стоит говорить внутри команды и за ее пределами, чтобы постоянно расти
- что помогает клиенту оставаться с нами дольше
- что важно для компаний при выборе продукта, чтобы возник эффект “вау”
- зачем нужна ценовая дискриминация — и как она может усилить продажи и наш доход
- как строить продуктовый паровоз, который двигает вперед, а не тормозит
- видим ли мы точно своих конкурентов или только очевидных
- по полочкам, какие клиенты бывают и чем они живут
- почему и здесь важны смыслы
- что дает понимание ситуаций, в которых оказался клиент
- как идет процесс созревания у клиентов, и как это учитывать
- снова пройдемся по ролям в команде и увидим, как это влияет на развитие продуктов и работу с клиентами
- кто из окружения влияет на решения клиента, и клиенты ≠ потребители
- какие еще критерии важно учесть, чтобы работать с теми, кто нам желанен, а не терпеть всех подряд
- почему стоит сверять наше видение по продуктам и клиентам с цифрами и фактами, чтобы не потеряться в иллюзиях
- какую пользу дает системный сбор оценки удовлетворенности клиентов — и для продуктов, и для продаж
- как знания продуктов и клиентов перевести в финансовую модель “пирог”

Пример мастер-класса, 2-4 часа

Как сформировать устойчивую бизнес-модель для системного роста:

Участники посмотрят сверху на свои бизнесы, проекты, направления и их модели, добавят структуры и систематизации в первых их 4 ключевых из 20 блоков

Для этого:

- Добавят конкретики, целей и смыслов в свою деятельность
- Выделят важное, на чем сфокусироваться и что мешает для движения вперед
- Выделят текущие и желаемые роли, проверят их на твердость для себя и членов команды, спланируют первые шаги по росту продуктивности
- Разберутся в свойствах сегментации клиентов, структурируют по группам и определяют желаемые
- Выявят смыслы и полезности от их товаров и услуг и на чем сфокусироваться
- Оценят текущий ассортимент, его привлекательность и на чем сделать акценты
- Сформируют каналы привлечения, выделят наиболее твердые и точки приложения усилий для роста их бизнесов или направлений
- Создадут уникальные торговые предложения с учетом клиентских сегментов, полезностей их продуктов и услуг и их смыслов

В рамках мероприятия:

- выполнят серию упражнений по анализу, расстановке приоритетов, выявления твердости и усиления своих бизнес-моделей, сбора восхищений и рекомендаций от других участников
- возьмут домашнюю работу для тестирования сформированных гипотез по росту их бизнеса или направлений
- подготовят свои бизнес-проекты или направления для усиления на последующих мастер-классах в других 15 блоках бизнес-модели

Пример мастер-класса, 2-4 часа

Как составить привлекательную для команды финансовую модель:

Участники:

- Сформируют финансовые таблицы с «продуктовым паровозом» по выбранным клиентским сегментам
- Распределят вознаграждение между ключевыми ролями в проекте
- Возьмут домашнее задание, чтобы в течение последующих недель проявиться в гипотезах по росту монетизации проекта

Выйдут с пониманием:

- Стоит ли дальше вкладывать в этот проект свою жизнь
- Есть ли в построенной финансовой модели место для желаемого окружения: команды талантов, партнеров, поставщиков, инвесторов
- Какие карьерные возможности открываются для каждой из ключевых ролей
- За счет чего можно наращивать свое мастерство — и что это даст
- Какие темпы и возможности есть для поэтапного масштабирования проекта

Что сделают на мастер-классе:

- Выберут приоритетные клиентские сегменты для теста монетизации
- Выстроят продуктовый паровоз: от простого продукта для входа — к более маржинальным решениям
- Определят оптимальное ценообразование по каждому продукту
- Построят прогноз продаж и маржинального дохода
- Разработают схему распределения вознаграждения между ролями в проекте
- Сформулируют гипотезы для теста финансовой модели и выберут приоритетные
- Выйдут в спринт по монетизации проекта сроком на 4–6 недель

Пример мастер-класса, 2-4 часа

Точка А – Точка Б:

Участники:

- выполняют серию упражнений на оценку своего пути «точка А - точка Б»
- возьмут (желающие расти) его в домашнюю работу для усиления яркости и привлекательности

Для этого участники (без огласки остальным):

- Сформируют запросы на свой рост, наполнят их смыслами и оценят свою готовность к их реализации
- Дадут оценку прошедшего года, достижений и их значимости, присвоят к ним стоимость, чтобы можно было «купить на рынке»
- Определят, зачем эти достижения были нужны, или на что повлияли
- Обозначат цели на ближайший год, с указанием важности, «зачевок» по ним и цены получения
- Сформулируют, что, кто и как часто от них ожидает
- Запланируют цели и пойдут проявляться в них, чтобы далее подмечать ежедневно и еженедельно, что получается, за счет чего и как можно развиваться в дальнейшем

Участники выйдут с осознанием:

- Восхищение своими достижениями и пройденным годом
- Некоторые цели можно просто купить на рынке
- В каких ролях были наиболее проявлены и продуктивны и для кого
- Путь на ближайший год, с целями, явно выраженными смыслами и огромным желанием к ним бежать

В результате данного мастер-класса получится **ядро**, проявленное и представленное в конкретных ролях

Зачем? Чтобы с этим **ядром** (при желании и готовности) на стратегической сессии **сформировать общее видение по бизнес-модели, ее силе и драйверах роста, спроектировать и запустить в тест первый 4-8 недельный спринт** или серию спринтов по развитию бизнеса

Пример мастер-класса, 4-8 часов

Преображение:

Участники:

- выполняют серию упражнений на оценку своего пути «Преображение»
- возьмут (желающие расти) его в домашнюю работу для усиления яркости и привлекательности

Для этого участники (без огласки остальным):

- глубже разберется в себе, поговорит с собой
- выгрузит из головы по максимуму все мысли на бумагу, поделится полезностями и инсайтами с другими
- сформирует для себя желаемый путь и пойдет реализовываться

Участники выйдут с пониманием:

- где их сила и достижения, страхи и якоря, хотелки, мечты и цели, зачем им все это достигать и как дорого
- навязанные или желаемые, где польза себе, окружению или миру
- их миссия-предназначение и роли, календарный план целей, приоритеты по ним и т.п.

Участники по итогам мастер-класса:

- Определят, где находятся относительно своих возможностей, увидят свой потенциал и его реализацию
- Поймут, зачем занимаются своей профессией, побегут к своим целям или выберут новый путь
- Осознают, кто вокруг них, и выберут лучших или решат «купить с рынка», станут получать удовольствие от каждого шага и дня
- Начнут еженедельно оценивать, насколько быстро приближаются к желаемым целям, осознают свою силу и предназначение
- Повысят самооценку и уверенность в себе, научатся управлять своим временем и энергией эффективно
- Утвердятся в своем пути и пойдут уверенно и с удовольствием двигаться с желаемой скоростью

В результате данного мастер-класса получится **ядро по тестированию и внедрению изменений** по развитию бизнеса

Пример мастер-класса, 2 часа

Как получать удовольствие от каждого шага:

Участники выявят связь с удовольствием и разберутся:

- со своими рыночными статусами и насколько они желаемы
- какое отношение футбольные команды имеют к бизнесу и как это использовать
- почему лидеры и команды часто не растут, и что делать
- почему так важны смыслы
- как сделать из работы хобби и компанию методом на пути вашем и персонала
- как постоянно наращивать удовольствие и причем тут спринт
- как двигаться по компасу, а не как повезет
- как жить, а не выживать
- и др.

Возьмут домашнюю работу для тестирования полученных инструментов по росту удовольствия своего и команды

Пример мастер-класса, 2-4 часа

Аватар и роль: сильные стороны и гипотезы роста

Участники:

- выполняют серию упражнений на оценку своего статуса и ролей
- возьмут (желающие расти) в домашнюю работу для усиления яркости и привлекательности

Для этого участники разберутся:

- в своем рыночном статусе, текущих и желаемых ролях в компании
- их потребностях и трудностях, кто им нужен
- как могут измерять их успех, как это применить для себя и команды
- как приступить к реализации и получить поддержку в еженедельном тестировании гипотез

Участники получают для себя и команды ясное понимание:

- Как ускорить рост в ближайшие недели, какие метрики использовать для оценки прогресса
- Как справляться с трудностями на пути реализации, как выполнять задания с интересом и радостью
- Какие шаги помогут двигаться быстрее и эффективнее

В результате участники улучшат работу свою и команды, так как это позволит:

- выявить сильные стороны сотрудников, упростить распределение задач, сформировать сбалансированную команду, улучшить коммуникацию
- снизить конфликты, создать индивидуальные программы развития, повысить мотивацию, удовлетворенность и лояльность сотрудников
- поддержать культурные изменения, обеспечить позитивную корпоративную атмосферу.

Примеры мероприятий

Мастер-классы:

23 января. Онлайн. TransRussia, Сообщество профессионалов индустрии доставки и логистики

Как мотивировать сотрудников на творчество и инициативы, сделать их источником роста

<https://app.transrussia-connect.com/public/event/1112/session-details/8611/edce6a84ed2f455aafd7d7fbb0d16c00>

3 октября. Онлайн. RosUpack, Отраслевое бизнес-сообщество профессионалов упаковочной и полиграфической индустрий

Правила перехвата и удержания управления под давлением

<https://app.rosupack-connect.com/public/event/1114/session-details/8181/1dc6f35bc2cd442a8b45c7bff8d527ab>

25 августа. Онлайн. AquaFlame, Сообщество индустрии водоснабжения, вентиляции и бассейнов

Как построить сбыт, который работает: инструменты кратного роста для технологических компаний

<https://app.aquaflame-connect.com/public/event/1072/session-details/7953/3e4024ad82f84b60b14e2ba1ea065361>

15 и 17 июля. Онлайн. Кубок креативных бизнес-проектов

Как построить систему управления на базе бизнес-модели. Что важного в целевой аудитории и продукте для устойчивого роста. <https://art-mosreg.ru>

19 июня. Онлайн. Региональный центр компетенций в сфере производительности труда Санкт-Петербурга

Как обычный коллектив превратить в настоящую команду и выйти в лидерство. <https://rckspb.ru/?popup=events-46>

29 апреля. Оффлайн. Выставка «ЭлектроТранс 2025». ЦВК «Экспоцентр»

Как сформировать устойчивую бизнес-модель для экспоненциального роста. Как обычный коллектив превратить в настоящую команду и выйти в лидерство

<https://electrotrans-expo.ru/voop>

26 февраля - 23 апреля. Оффлайн. ГБУ «Малый бизнес Москвы». Программа наставничества «Прокачай свой бизнес вместе с наставником»

<https://tr888.timepad.ru/event/3243214/>

17 марта. Оффлайн. ГБУ «Малый бизнес Москвы». Бизнес-разборы 2.0. Про Движение себя и бизнеса. Преображение

https://mbm.mos.ru/education/obuchayushchiye-meropriyatiya/biznes-razbory-prodvizhenie-biznesa-i-sebya-2-0_11181620

5 марта. Оффлайн. ГБУ «Малый бизнес Москвы». Бизнес-разборы 1.0. Про Движение себя и бизнеса. Точка А – Точка Б

https://mbm.mos.ru/education/obuchayushchiye-meropriyatiya/biznes-razbory-prodvizhenie-biznesa-i-sebya-1-0_11181616

3 марта. Онлайн. ГБУ «Малый бизнес Москвы». Аватар и роль: сильные стороны и гипотезы роста.

https://mbm.mos.ru/education/obuchayushchiye-meropriyatiya/vebinar-silnye-storony-predprinimatelya-i-gipotezy-rosta_11003797