

2012

# Стратегия развития бухгалтерской компании



Питер-Консалт

Питер-Консалт

26.12.2012

## Оглавление

|  |          |
|--|----------|
| 1. Стратегические цели.....                                      | 3        |
| 2. Анализ текущего состояния компании.....                       | 3        |
| 3. Анализ рынка .....  | 4        |
| 4. Общая стратегия .....   | 4        |
| 5. Маркетинговая стратегия .....                                 | 4        |
| 5.1. Маркетинговые цели .....                                    | 4        |
| 5.2. Определение продукта предприятия и целевых клиентских групп | 4        |
| 5.3. Стратегические инициативы в области маркетинга.....         | 5        |
| 5.4. Маркетинговая тактика.....                                  | 5        |
| 5.4.1. Клиентские предпочтения .....                             | 5        |
| 5.4.2. Продуктовая политика .....                                | 5        |
| 5.4.3. Контрактно-ценовая политика.....                          | 5        |
| 5.4.4. Политика продвижения .....                                | 5        |
| 5.4.5. Сбытовая политика .....                                   | 5        |
| 6. Производственная стратегия .....                              | 6        |
| 6.1. Цели производственной стратегии.....                        | 6        |
| 6.2. Стратегические инициативы в области производства .....      | 6        |
| 7. Реализация стратегии .....                                    | 7        |
| 7.1. Сводный план мероприятий.....                               | 7        |
| 7.2. Система показателей .....                                   | 8        |
| 7.3. Бизнес-процессы план-фактного контроля .....                | 8        |
| <b>Приложение 1. БП контроля системы показателей.....</b>        | <b>8</b> |

На нашем сайте размещены несколько **примеров разработанных нами стратегий**. **Как заказать построение стратегии**, можно узнать по ссылке. Хотите узнать о возможностях **оптимизации расходов** на эту услугу? Читайте в разделе **"Стоимость разработки стратегии развития предприятия"**.

 Если вы **заполните эту форму**, мы подготовим **коммерческое предложение**, учитывающее возможности такой оптимизации.

## 1. Стратегические цели

Наиболее важная стратегическая цель бухгалтерской компании на \*\*\*\* г. лежит в области бизнес-процессов и заключается в описании и внедрении производственных бизнес-процессов компании. Измерителем достижения этой цели является количество документов, обработанных тем же персоналом без увеличения числа ошибок.

Целью деятельности бухгалтерской компании в области финансов на первую половину \*\*\*\* г. является сохранение прибыльности, позволяющей провести задуманные организационные преобразования без привлечения других источников финансирования, кроме прибыли. Эта цель будет достигнута за счёт:

- .....

Цель бухгалтерской компании в области персонала на \*\*\*\*-\*\*\*\* годы – снижение текучести кадров, обучение персонала работе по новым бизнес-процессам и в информационной системе, разработка и внедрение системы материального стимулирования и нематериальной мотивации.

На вторую половину \*\*\*\* г. и \*\*\*\* г. основные цели:

- .....

Плановые значения стратегических показателей:

|                               |       |       |       |
|-------------------------------|-------|-------|-------|
| Показатель                    | ****  | ****  | ****  |
| Количество клиентов           | **    | **    | **    |
| Реализация, тыс. руб. в месяц | ****  | ****  | ****  |
| Прибыль, тыс. руб. в месяц    | ***,* | ***,* | ***,* |
| Текучесть кадров              | ***%  | **%   | **%   |

## 2. Анализ текущего состояния бухгалтерской компании

Задачей анализа являлось выявление резервов развития и внутренних факторов, препятствующих этому развитию. По этой причине сильным сторонам бухгалтерской компании уделяется меньшее значение. Но это не значит, что их нет. Именно сильные стороны компании, а именно

- .....

обеспечивают возможность проведения необходимых преобразований.

На основе интервью с Генеральным директором были выявлены следующие слабые стороны бухгалтерской компании, нуждающиеся в коррекции:

Таблица \*.\*

| Слабая сторона   | Решение |
|--|---------|
| <b>В области маркетинга</b>  |         |
| Отсутствие системы активных продаж                                     | .....   |
| Нет чёткого ценообразования  | .....   |
| <b>В области производства</b>  |         |
| Отсутствие планирования финансовых и операционных показателей          | .....   |
| Нет программы снижения себестоимости                                   | .....   |
| Отсутствие управленческого учёта финансовых и операционных показателей | .....   |
| Отсутствие организационной отчётности                                  | .....   |
| Загруженность ГД работой по подготовке отчётности клиентов             | .....   |

|  |       |
|--|-------|
| Отсутствие системы прогнозирования кассовых разрывов             | ..... |
| Опасения по работе в *С*   | ..... |
| Сильная зависимость от дисциплины клиентов                       | ..... |
| <b>В области управления персоналом</b>                           |       |
| Сотрудники материально не стимулированы на улучшение результатов | ..... |
| Формирование нематериальной мотивации не организовано            | ..... |
| Нет чётких критериев начисления субъективной составляющей премии | ..... |
| Высокая текучесть персонала                                      | ..... |

### 3. Анализ рынка

По мнению Генерального директора ситуация на рынке характеризуется следующим образом:

- .....

Из угроз рынка были отмечены:

- .....

### 4. Общая стратегия

Учитывая специфику клиентского рынка, компания выбрала для себя в отношении конкурентов стратегию .....

- .

План работы в этих направлениях представлен в п. \*.

После отладки управления себестоимостью компания планирует перейти к более активной маркетинговой стратегии – см. п.\*.

## 5. Маркетинговая стратегия

### 5.1. Маркетинговые цели

На первую половину \*\*\*\* года:

- .....

На вторую половину \*\*\*\* года и \*\*\*\* год:

- .....

### 5.2. Определение продукта предприятия и целевых клиентских групп

На \*\*\*\* год продукты предприятия:

- .....

В \*\*\*\* году планируется добавить:

- .....

Целевые клиенты \*\*\*\* г. – ИП и ООО на УСН (доходы-расходы) и ОСН, начиная с регистрации бизнеса до масштабов, при которых требуется штатный бухгалтер.

В \*\*\*\* году добавятся:

- .....

### **5.3. Стратегические инициативы в области маркетинга**

На первую половину \*\*\*\* года:

- .....

На вторую половину \*\*\*\* года и \*\*\*\* год:

- .....

### **5.4. Маркетинговая тактика**

#### **5.4.1. Клиентские предпочтения**

Для клиентов бухчёта важно:

#### **5.4.2. Продуктовая политика**

Планируется следующее развитие услуг:

- В области бухчёта - структуризация состава услуг:
  - .....
- Создание образовательных услуг:
  - .....
- Создание франшизы:
  - .....

#### **5.4.3. Контрактно-ценовая политика**

Планируется в \*\*\*\* году:

- организовать ежеквартальный мониторинг цен и других условий конкурентов на услуги учёта,
- .....

#### **5.4.4. Политика продвижения**

В первой половине \*\*\*\* года компания не планирует активно продвигать свои услуги на рынок. Однако, планирует отслеживать ситуации, угрожающие потерей клиента и, в случае неизбежности потери предпринимать действия по поиску замены, а именно:

- .....

Во второй половине \*\*\*\* года компания планирует активно продвигать бухгалтерские, а в \*\*\*\* году ещё и образовательные услуги и франшизу следующими мероприятиями массового воздействия:

- \* .....

#### **5.4.5. Сбытовая политика**

В \*\*\*\*\* году планируется создать систему активных продаж услуг компании.  
С этой целью:

\* .....

Эти действия по реализации услуг должны быть поддержаны мероприятиями по продвижению – см. п. \*.\*.\*.

## **6.Производственная стратегия**

### **6.1.Цели производственной стратегии**

Цель производственной стратегии компании на \*\*\*\*\* г. заключается в разработке, автоматизации и внедрении производственных бизнес-процессов компании. Измерителем достижения этой цели является количество **документов**, обрабатываемых тем же персоналом без увеличения числа ошибок.

### **6.2.Стратегические инициативы в области производства**

С этой целью необходимо:

•.....



## **7.2. Система показателей**

Для реализации стратегии планируется внедрить на предприятии методику управления на основе Системы Сбалансированных Показателей (ССП), включая следующие этапы:

1. Разработка дерева целей на основе целей, определённых в Стратегии.
2. Разработка системы показателей с алгоритмами и исходными данными.
3. Распределение ответственности за показатели.
4. Разработка системы стимулирования по показателям.
5. Разработка планов по показателям. На первом этапе – наблюдение, сбор статистики.
6. Разработка планов мероприятий по достижению плановых значений показателей.
7. Разработка бизнес-процессов планирования и контроля показателей, регламентов, форматов данных.
8. Разработка ТЗ на доработки ИС, приёмка доработок.

## **7.3. Бизнес-процессы план-фактного контроля**

Бизнес-процессы план-фактного контроля показателей и плана мероприятий приведены в Приложении \* и \* соответственно.

### **Приложение \*. БП контроля системы показателей**

.....

### **Приложение \*. БП контроля плана мероприятий**

.....