

Zarządzanie wzrostem firmy.

Autor: [Angie Mohr](#)

Spójrz, jak żyją mali przedsiębiorcy. Nie mają chwili spokoju. Bieżące sprawy firmy spędzają im sen z powiek. Ciągłe są zabiegani i gubią się w natłoku spraw. A wyniki działalności nie dają im satysfakcji. Jeżeli tak postępujesz, to nie prowadzisz firmy w żadnym kierunku, lecz dryfujesz wraz z nią.

Kto powiedział, że biznes musi tak wyglądać? Twoja firma może funkcjonować bez zacięć nawet, gdy jesteś nieobecny. Pomyśl, ile swobody i czasu możesz przez to zyskać. Będziesz mógł poświęcić czas na to, co lubisz, a także na sprawy, które tradycyjnie odkładałeś na później: analizę finansów firmy, poszukiwanie atrakcyjnych możliwości w otoczeniu czy zdobywanie informacji o rynku. Przestań niewolniczo pracować i łątać dziury, a zajmij się tym, co jest rolą przedsiębiorcy: zarządzaniem i planowaniem działań firmy.

96% małych firm upada w ciągu pierwszych 10 lat działalności. Przeróżające, ale bardzo prawdziwe. Możesz poprawić tę statystykę. Jak? Przez lepsze zarządzanie finansami. To nie konkurencja ani siła wyższa decyduje o tym, że firma upada. Problemem jest to, że przedsiębiorcy często błędnie pojmują swoją rolę w firmie. Fryzjerowi wydaje się, że skoro potrafi ścinać włosy, to bez problemu poradzi sobie z prowadzeniem salonu fryzjerskiego. A ktoś, kto parzy dobrą kawę, chce założyć kawiarnię. Takie myślenie jest złudne. Jako przedsiębiorca potrzebujesz wiedzy o tym, jak kierować całą firmą, a nie o tym, jak wykonywać w niej poszczególne zadania.

Autorka, Angie Mohr -- doświadczony ekspert od zarządzania finansami i rozwojem przedsiębiorstwa -- podpowie Ci, jak:

- zarządzać finansami (podstawy księgowości i planowania finansowego);
- kierować wzrostem firmy (poszerzanie rynku zbytu, planowanie działań w długim okresie);
- organizować czas pracy i przeznaczać go na działania strategiczne;
- stworzyć system firmy: zamienić przedsiębiorstwo w sprawną maszynę;
- analizować otoczenie (klienci, konkurenci i dostawcy);
- skutecznie inwestować w marketing i reklamę;
- prowadzić politykę kadrową (prawo pracy, zasady wynagradzania);
- określać wartość firmy.

Spis treści:

Wstęp (11)

1. Człowiek sukcesu (15)

- Dlaczego małe firmy upadają (15)
- Zarządzanie firmą zamiast wykonywania jej zadań (16)
- Cztery podstawowe fundamenty (17)
 - Studium przypadku (18)
 - Nastawienie na sukces i wizja (18)
 - Prowadzenie księgowości (18)

- Zarządzanie finansami (20)
- Planowanie i działania strategiczne (20)

2. Cykl życia firmy (23)

- Trzy fazy życia firmy (23)
- Wzrost (24)
- Dojrzałość (25)
- Spadek (26)
- W jakiej fazie cyklu życia znajduje się Twoja firma? (27)
- Jak Twoja firma może wykorzystać te informacje? (28)

3. Podejście systemowe (31)

- Anatomia franczyzy (32)
- Korzyści wynikające z podejścia systemowego (32)
- Firma jako maszyna (33)
- Stań się głównym mechanikiem (34)

4. Analiza status quo (37)

- Nastawienie na sukces i wizja (37)
- Prowadzenie księgowości (38)
- Zarządzanie finansami (38)
- Planowanie i działania strategiczne (39)
- Zapracowany przedsiębiorca (39)
- Definiowanie procesu i procedur (41)

5. Rozwój firmy (45)

- Cele Twojej firmy (45)
 - Zysk (47)
 - Niezależność (47)
 - Rozpoznanie (48)
 - Spokój umysłu (48)
- Plan rozwoju (48)
- Rozwój korzystny a niekorzystny (49)
- Trzy strategie rozwoju firmy (50)
 - Zdobywanie nowych klientów (51)
 - Poszerzanie oferty (52)
 - Zwiększanie częstotliwości zakupu (52)
- Koncept dźwigni (53)

6. Analiza przychodów (57)

- Ilu masz klientów? (58)
- Jak często klienci przychodzą do Ciebie? (60)
- Ile pieniędzy średnio wydają Twoi klienci? (61)
- Jacy są Twoi klienci? (63)
- Zrezygnuj z nich! (64)

- Następny krok (64)

7. Twoja strategia (67)

- Określenie wizji firmy (67)
- Misja firmy (69)
- Twój plan operacyjny (71)
 - Wizja firmy "Centrum Usług Hydraulicznych" (71)

8. Testowanie zmian (75)

- Reklama (76)
- Ceny (78)
- Otoczenie (80)

9. Twój produkt lub usługa (85)

- Dlaczego konsumenci mieliby skorzystać z Twojej oferty? (85)
 - Konkurencja cenowa (86)
 - Konkurencja w oparciu o wartość (87)
- Co wyróżnia Twoją firmę? (88)
- Sprzedaż produktu (89)
- Licytowanie (89)
- Sprzedaż usług (90)
- Szkolenie klientów (93)

10. Kontakty z klientami (95)

- Kontakt telefoniczny (95)
- Sztuka finalizowania transakcji (97)
 - Zwiększanie liczby osób dzwoniących (97)
 - Zwiększanie wartości wskaźnika konwersji (99)
- Stosowanie skryptów (102)
- Identyfikowanie osoby dzwoniącej (103)
- Śledzenie zmian wartości wskaźnika konwersji (104)

11. Twój marketing i reklama (107)

- Długofalowa wartość klienta (107)
- Pokrycie kosztów "dziur" (110)
- Klienci przyciągają klientów (111)

12. Twój ludzie (113)

- Jak się dowiedzieć, czy nadszedł czas na zatrudnienie kogoś? (113)
- Co będzie robić nowy pracownik? (115)
- Przepisy prawa pracy (117)
- Przyciąganie wykwalifikowanych pracowników (117)
- Rozmowa kwalifikacyjna (119)
- Zatrudnianie przez agencję pracy (120)

- Wynagrodzenie pracownika (121)
- Do widzenia, do zobaczenia, na razie, cześć (122)

13. Twoje systemy (125)

- Cel systematyzacji (126)
- Zasady pracy (127)
- Wprowadzanie ulepszeń (129)

14. Zakup innej firmy (133)

- Inny sposób na rozwój (133)
- Co kupujesz? (134)
 - Zakup aktywów (135)
 - Zakup udziałów (135)
 - Wartość firmy (136)
 - Baza klientów (136)
- Wycena przejmowanej firmy (137)
 - Cena minimalna (138)
 - Cena maksymalna (138)
- Porównywanie korzyści z różnych opcji inwestycyjnych (139)

15. Strategie wyjścia (141)

- Twoje osobiste cele (141)
- Przygotowania do sprzedaży (142)
 - Przekazanie firmy dzieciom (142)
 - Sprzedaż firmy osobom trzecim (142)
 - Likwidacja firmy (143)
- Jaka jest wartość mojej firmy? (144)
- Przygotowanie do sprzedaży (144)
- Mechanizm sprzedaży (145)

16. Co dalej? (149)

- Kilka słów na koniec (150)

A Źródła (151)

B Słowniczek (153)