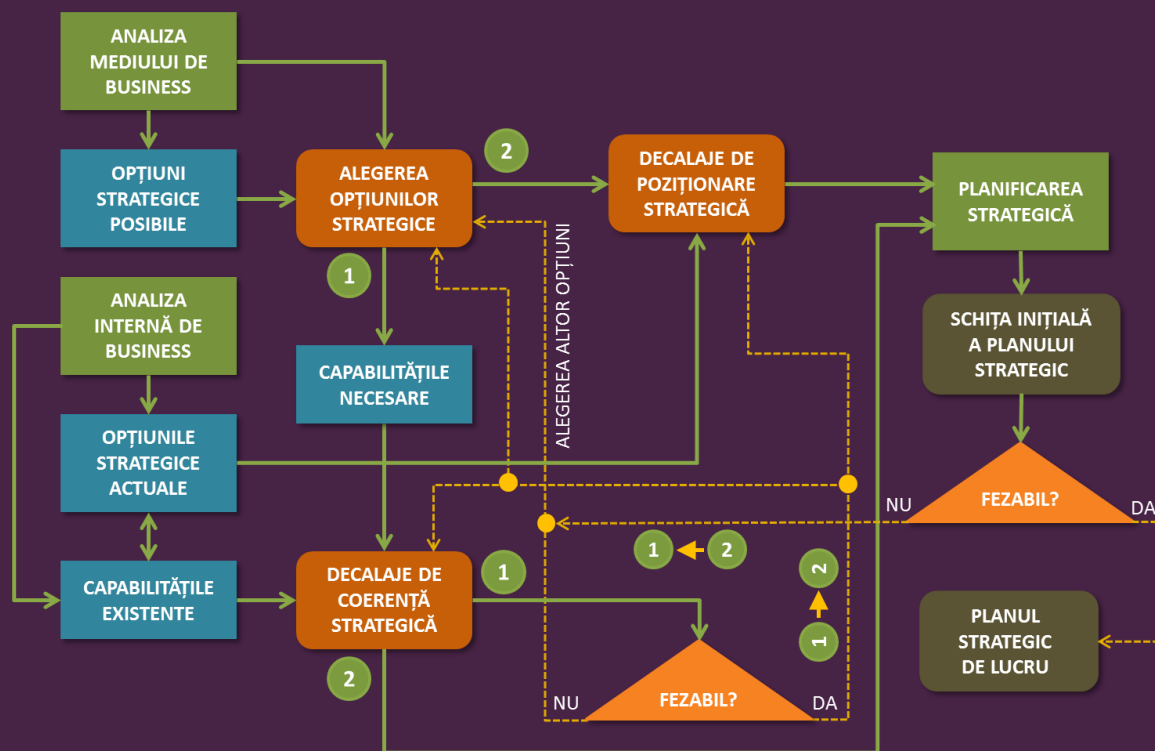


# Alătură-te Elitei Profesioniștilor!

## Cursul de Management Strategic și Certificare în BSC

### Obiectul Cursului

## Rolul Strategiei



## Convergența Strategică

“ Scopul oricărei afaceri este de a crea și de a păstra un client. — [Peter Drucker](#) ”

Crearea și păstrarea clienților reprezintă practic singura modalitate prin care o companie poate produce valoare și realiza profit. Pentru acest motiv, creșterea afacerii, a profitabilității sau a stabilității dezvoltării sale, sunt provocările fundamentale ale Strategiei de Business, precedate de cele care privesc satisfacerea competitivă a nevoilor clienților.

Dorim să creștem performanța Vânzărilor, a Lanțului Logistic sau al Cercetării și Dezvoltării? Fără îndoială, schimbările pe care dorim să le realizăm în astfel de funcții ale organizației și în sistemele lor de management pot fi necesare, dacă decalajele capacităților respective îngreunează sau împiedică materializarea deplină a Opțiunilor noastre Strategice.

“ Strategia este un set coerent de politici și acțiuni proiectate pentru a depăși cele mai importante provocări cu care se confruntă organizația. - [Richard Rumelt](#) — [Good Strategy / Bad Strategy](#) ”

Fără schimbarea prealabilă a Sistemului de Management al Strategiei (sau introducerea sa, dacă n-a existat până acum), sistem care să ne arate, în mod precis și detaliat, ce anume avem de îmbunătățit, dezvoltat sau transformat, cât de mult și în ce ordine, monitorizând efectele așteptate și luând acțiunile corective necesare, atunci când se impun, Strategia noastră are slabe șanse de succes.

## Sistemul de Management

“80% dintre cei care au răspuns survey-ului nostru spun că execuția cu succes a inițiativelor strategice vor fi ”esențiale” sau ”foarte importante” pentru competitivitatea organizației lor, pe parcursul următorilor trei ani. Cu toate acestea, 61% dintre respondenți confirmă că firmele lor se chinuie deseori să închidă decalajul dintre formularea Strategiei și implementarea ei în activitatea de zi cu zi. — *The Economist Intelligence Unit (2013)* — [Why Good Strategies Fail: Lessons for the C-Suite](#)

Orice organizație, simplă sau complexă, are nevoie de un Sistem de Management al activității sale, un sistem care permite atât gestionarea activității de zi cu zi, cât și realizarea schimbărilor care să-i asigure evoluția și depășirea principalelor provocări cu care se confruntă.

De fapt, este vorba de un ansamblu de sub-sisteme, cu funcții complementare: Managementul resurselor (financiare, umane, IT), al proceselor operaționale, al inovării și dezvoltării de noi produse și servicii, al relației cu clienții, etc. Această diversitate funcțională a Sistemului de Management al organizației noastre reprezintă însă și una dintre principalele noastre surse de probleme.

Pentru a putea acționa sistematic, coordonat, precis și adaptiv, toate schimbările, îmbunătățirile sau transformările afacerii trebuie să fie orchestrate de un singur sub-sistem de management integrator al întregii organizații: *Managementul Strategiei*.

Fără acesta, nu putem ști dacă schimbările pe care dorim să le realizăm în companie vor duce la îndeplinirea obiectivelor noastre majore, nu vom putea urmări sistematic și corect rezultatul acestor schimbări și nu vom putea mobiliza în aceasta acțiune, în mod sincronizat, eforturile convergente ale tuturor departamentelor și angajaților.

<http://balanced-scorecard.ro/index.php#section11>