**Budowanie strategii firmy to obowiązek, nie fanaberia. Sprawdź dlaczego.**

**W biznesie nasz „apetyt” na prostotę nie powinien przeważać nad potrzebą dokładności. Zwłaszcza gdy w grę wchodzi przyszłość firmy. W świecie, w którym dyrektorzy generalni są przepełnieni kofeiną, zestresowani i w tzw. niedoczasie, wielu uległo pokusie sięgnięcia po szablonowe działania. Działania, które sprawiają, że budowanie strategii firmy staje się zlepkiem różnorodnych pomysłów. Pomysłów opartych na krótkowzroczności. Choć czasem nawet i takich brakuje. Dziś porozmawiajmy o strategii firmy. Twojej firmy.**

**Budowanie strategii firmy – liczby, które nie kłamią**

Według danych CEIDG każdego dnia w naszym kraju powstaje około 1000 firm. Długotrwałe zwlekanie ze wdrożeniem strategii marketingowej jest ryzykowną grą. Grą, w której możesz przegrać w walce o uwagę klienta, a tym samym stracić zysk. Jednocześnie „Ogólnopolskie badanie strategii marketingowej w firmach” wskazało, że 54% badanych firm posiada strategię marketingową, a do jej braku przyznaje się natomiast 43%. I choć wynik 54% brzmi optymistycznie, to w praktyce prawie połowa polskich przedsiębiorstw nie przeprowadziła analizy rynku, ani nie posiada celów, do których dąży. Do tego warto dodać, że wśród respondentów, którzy nie posiadają strategii marketingowej, aż 77% uważa, że jej wdrożenie miałoby pozytywny wpływ na biznes. A 50% Aż z nich wskazuje brak odpowiednich zasobów i kompetencji, które pozwalają na samodzielnie opracowanie strategii marketingowej.

- Skutecznej strategii nie da się wymyślić od niechcenia w ciągu kilku godzin – tłumaczy Sebastian Kopiej z Commplace. - Budowanie strategii firmy wiąże się z wykonaniem szeregu analiz, chociażby analizy SWOT. Bywa, że całodniowe spotkanie osób decyzyjnych kończy się z listą możliwości, w tym nieprecyzyjnymi strategiami, takimi jak „rozwijamy biznes na arenie międzynarodowej”. Spis jest pozbawiony jednak jakichkolwiek pogłębionych audytów, badań i wywiadu biznesowego. A momencie, w którym ich nieprzemyślane „plany działania” zawodzą, obwiniają strategię – bagatelizując jej rolę. W takiej sytuacji warto rozważyć wsparcie ekspertów, którzy posiadają odpowiednie zasoby – wiedzę, narzędzia, doświadczenie. Specjaliści wskażą, w jakim kierunku należy podążać, aby osiągnąć wzrost istotnych z punktu widzenia naszego biznesu wskaźników – dodaje ekspert z Commplace.

**Na początku był chaos…**

A potem pojawiła się strategia. Budowanie strategii firmy pozwoli wyznaczać jasną ścieżkę i kierunek działań. Żadna firma nie może liczyć na sukces, jeśli nie ma planu. Plan strategiczny działa jak mapa drogowa, jasno określając najlepszą trasę dla Twojej organizacji w nadchodzących latach. Niezależnie od tego, czy obejmuje rok, trzy czy pięć lat w przyszłość, może pomóc Twojej organizacji w sprostaniu czekającym wyzwaniom. Wyobraź sobie prostą sytuację – na rynku pojawia się 5 nowoczesnych narzędzi marketingowych. Do tego osoba, która zajmowała się strategią firmy, musi wziąć kilkumiesięczny urlop. Efekt? Pozostali pracownicy, bez wiedzy w danym obszarze zaczynają działać ad hoc, czasem realizując działania zaprzeczające wartościom i celom firmy. W rezultacie w najlepszym przypadku pojawia się chwilowy kryzys, w najgorszym – słupki sprzedażowe lecą w dół. Posiadanie dokumentu, jakim jest strategia firmy, pozwoliłoby uniknąć pułapek, które czekają na współczesnych managerów. W momencie, w którym istnieje niepewność dotycząca dalszych działań, wystarczy sięgnąć po dokument i skonfrontować rzeczywistość z ustalonymi celami, analizami rynku. To znacznie ułatwia realizację planu. Planu skierowanego na sukces. A jak pokazują wyniki „Ogólnopolskiego badania strategii marketingowej w firmach” o strategii marketingowej wiedzą głównie przedstawiciele zarządu, marketingu i sprzedaż. Co ciekawe - 7% respondentów wyznało, że strategia najczęściej znajduje się jedynie w „głowie prezesa”. Pozostałe działy często nie mają wglądu do tego dokumentu lub nie wiedzą o jej istnieniu.

**Potwierdzenie w historii**

Ucz się od najlepszych. Jeśli chcesz osiągnąć sukces, przyjrzyj się działaniom wielkich strategów. Ciekawym przykładem jest cesarz francuski – Napoleon. Dzięki temu, że posiadał przemyślaną strategię, jego sukcesy militarne na polach bitwy pozwoliły Francji zyskać niesamowitą renomę na całym świecie. Cesarz miał świadomość, że za sukcesem wygrane bitwy stoi sukces żołnierzy – ich motywacji, możliwości, mocnych stron. Dodatkowo wizerunku swojej „marki osobistej” nie opierał na potrzebie chwili. Konsekwentnie budował go, wzmacniając co jakiś czas konkretnymi działaniami. Był w nich spójny. A spójność przekuwał w wiarygodność. Ta z kolei pozwala zwiększyć zaufanie i lojalność. Czyż nie brzmi to jak przepis na sukces marki?

Budowanie strategii firmy wymaga dyscypliny. Ta jednak jest fundamentem sukcesu. Zakładając, że dążysz do rozwoju swojego biznesu, nie pozwól, aby konkurencja wyprzedziła cię w walce o pozycje lidera. Stwórz strategię. Wyeliminuj przypadkowość.