

Bộ Công Cụ Lập Chiến Lược và Kế Hoạch Kinh Doanh 2017

PHÁT TRIỂN KINH DOANH CỦA BẠN CÓ MỤC ĐÍCH

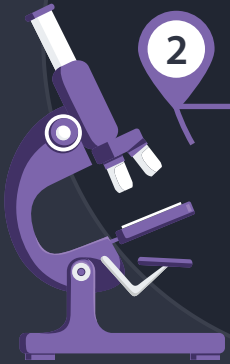
XÁC ĐỊNH MỤC ĐÍCH



1



PHÂN TÍCH KẾT QUẢ



KẾ HOẠCH CHIẾN LƯỢC

NHỊP ĐIỆU CUỘC HỢP



ĐỘNG LỰC NHÂN VIÊN

5



LỘ TRÌNH LÊN
KẾ HOẠCH



Mục Lục

Giới thiệu	01
Bước 1: Xác định mục đích kinh doanh của bạn	06
Bước 2: Phân tích kết quả cho những cải tiến liên tiếp	09
Bước 3: Hiểu cách thức chiến lược định hình việc lên kế hoạch	13
Bước 4: Thiết lập tần suất các cuộc họp thành công	18
Bước 5: Kết nối và khuyến khích nhân viên của bạn	21
Lộ trình lên kế hoạch chiến lược	25
Kết luận	26
Bài tập cho việc Lên kế hoạch chiến lược	27



Phần lớn các chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ lập ra kế hoạch kinh doanh như một phần trong việc thành lập kinh doanh của họ.

Nhưng những hoạt động kinh doanh hàng ngày, trong một năm hoặc thậm chí nhiều năm có thể trôi qua trước khi bạn tham khảo lại kế hoạch đó - nếu như bạn có ý định tham khảo.

Vâng, rất nhiều điều có thể xảy ra trong kinh doanh suốt những năm tháng đó: ưu tiên có thể đã thay đổi, bạn có thể có thêm các sản phẩm mới, nhân lực chủ chốt có thể được tuyển thêm vào hoặc đã chuyển đi.

Đột nhiên, bạn nhận ra rằng với tư cách là một tổ chức, hướng đi của bạn đã thay đổi, nhưng kế hoạch dài hạn của bạn lại chưa được cập nhật để phản ánh hướng đi mới đó.

Chiến lược kinh doanh có nghĩa là có một kế hoạch dài hạn và những cột mốc quan trọng đảm bảo bạn sẽ đến được đích. Và nó là điều bạn nên làm mỗi năm.



Cách tốt nhất để đảm bảo bạn đạt được mục tiêu của mình là đi qua quá trình lập kế hoạch hàng năm quan trọng này. Nó sẽ giúp bạn xác định được bạn có đang đi đúng hướng không, hoặc thậm chí nếu hoàn cảnh thay đổi, như công nghệ mới, những thay đổi của thị trường, doanh thu, sản phẩm mới, và nhiều hơn nữa, có nghĩa là bạn cần phải đánh giá lại kế hoạch dài hạn của bạn. Mỗi năm, bạn dành thời gian để đo lường sự tiến bộ, và đánh giá các bước cụ thể mà bạn sẽ làm trong năm tới để đảm bảo rằng bạn luôn theo dõi các mục tiêu dài hạn của mình.

Tại [Infusionsoft](#), chúng tôi tin vào sức mạnh của sự hợp tác. Chúng tôi mời toàn bộ công ty của mình tham gia vào kế hoạch hàng năm của chúng tôi, bởi vì một số trong những ý tưởng tốt nhất đến từ những người tiếp xúc gần nhất với công việc.

Cũng giống như nhiều chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ mới, bạn có thể mơ ước độc lập tài chính, tự do sử dụng thời gian của mình như bạn muốn, là ông chủ của chính bạn, hoặc cảm thấy hài lòng thông qua việc lấp vào một khoảng trống trên thị trường.



Một báo cáo gần đây của Infusionsoft và Emergent khẳng định rằng tăng trưởng kinh doanh là một phần quan trọng trong định nghĩa về thành công của hầu hết các chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ. Nhưng không phải tăng trưởng chỉ vì để tăng trưởng. Hầu hết các chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ không có cảm hứng, cũng không có động lực, để xây dựng nên đế chế lớn. Xem qua báo cáo của chúng tôi, [Xác định và thành công đạt được cho doanh nghiệp vừa và nhỏ](#), để xem cách các doanh nghiệp đó định nghĩa thành công là gì, những thách thức nào họ phải đối mặt trong việc đạt được thành công, và làm thế nào để vượt qua những trở ngại đó.

Thật không may, nhiều người kinh doanh sắc sảo không biết trong cửa hàng có gì khi họ mạo hiểm thực hiện ý tưởng tuyệt vời của họ; họ chỉ biết họ muốn bước vào kinh doanh. Tuy nhiên, đôi khi thực tế của việc sở hữu một doanh nghiệp là khó khăn hơn bạn tưởng tượng. May mắn thay, bằng cách tập trung vào việc chủ động lập kế hoạch và chiến lược, bạn có thể kiểm soát các doanh nghiệp vừa và nhỏ của bạn và bắt đầu phát triển thành công ước mơ của mình thành hiện thực.

Hướng dẫn này được thiết kế để giúp bạn bắt đầu lên kế hoạch chiến lược hàng năm của bạn. Bạn sẽ nhận được:

- Một hướng dẫn chi tiết từng khía cạnh của quá trình lập kế hoạch
- Một lộ trình cho quá trình thực hiện
- Một bảng tính chi tiết nhắc bạn thiết lập lịch trình cuộc họp, giải quyết vấn đề, và đặt các cột mốc cho sự thành công

Một chủ doanh nghiệp cần đội 3 chiếc mũ

Trong [The E-Myth Revisited](#), Michael Gerber mô tả ba chiếc mũ được đội bởi các chủ doanh nghiệp mới. Bạn có thể cảm thấy thoải mái với hai trong số đó, chiếc mũ “kỹ thuật viên” và “doanh nhân”, nhưng bạn cũng có được một chiếc mũ “quản lý” trong quá trình đó, chiếc mũ có vẻ ít phù hợp hơn. Chiếc mũ quản lý đòi hỏi phải lập kế hoạch và có sự thực dụng, thực tế. Nếu bạn giống như hầu hết các doanh nhân mà tôi từng gặp, bạn thà lên những ý tưởng hơn là lên kế hoạch, tổ chức và quản lý tài chính. Tuy nhiên, Gerber khẳng định rằng tất cả chiếc mũ phải được đội để thành công.

Hướng dẫn cho Chiến lược thành công

- Suy nghĩ thực tế về nơi doanh nghiệp của bạn hướng tới
- Linh hoạt trong kỳ vọng của bạn
- Thiết lập các đo lường hiệu suất công việc cụ thể
- Lên một kế hoạch để đạt được những chỉ tiêu về hiệu suất công việc

Sự quan trọng của lên kế hoạch chiến lược

Biến tầm nhìn của bạn thành hiện thực đòi hỏi một cách tiếp cận thực tế, lành mạnh và một con đường hướng tới thành công được thiết kế tốt. Bạn cần phải suy nghĩ thực tế về nơi kinh doanh của bạn đang nhắm tới và linh hoạt trong mong đợi của bạn. Thiết lập các mục tiêu về kết quả cụ thể là một ý tưởng tuyệt vời, nhưng bạn cần phải hỗ trợ với một kế hoạch thực tế để đạt được chúng.



Lên kế hoạch chiến lược như thế này là rất quan trọng cho thành công, nhưng bạn phải làm điều đó đúng. Và cần có kỷ luật để làm nó một cách nhất quán. Thật không may, điều này là khó khăn đối với hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Trong Bộ công cụ lên kế hoạch và chiến lược này, chúng ta sẽ cùng xem quá trình hoạch định chiến lược mà chúng tôi sử dụng tại Infusionsoft để phát triển công ty của chúng tôi hơn 10 năm thành một doanh nghiệp \$100 triệu đô. Bằng cách làm theo những hướng dẫn này, doanh nghiệp của bạn có thể làm nhiều hơn là chỉ tồn tại. Bạn có thể phát triển mạnh.

Cùng bắt đầu nào.



Bước 1: Xác định mục đích kinh doanh của bạn

Bạn đã bao giờ tự hỏi, một cách đơn giản và trung thực, “Mục đích kinh doanh của tôi là gì?”

Mỗi doanh nghiệp cần một tầm nhìn để định hướng và tác động tới các chiến lược và quyết định. Sau tất cả, nếu bạn không biết nơi bạn đang đi, bạn sẽ không bao giờ đạt được điều đó.

Cuối cùng thì, để xây dựng sự gắn kết và nuôi dưỡng sự phát triển, tất cả mọi người trong công ty của bạn cần cùng nhau chia sẻ một tầm nhìn. Đó là lý do tại sao làm rõ tầm nhìn là rất quan trọng - hiểu rõ lý do “tại sao” trong kinh doanh của bạn - trước khi xây dựng một chiến lược.

Trong cuốn sách của mình, [Beyond Entrepreneurship](#), Jim Collins mô tả tầm nhìn kinh doanh được tạo thành từ ba yếu tố riêng biệt: Mục đích, Giá trị, và Sứ mệnh.

“... Nếu bạn không biết nơi bạn đang đi, bạn sẽ không bao giờ đến được đó.”



Mục đích và Sứ mệnh hiện tại của Infusionsoft là:

Mục đích: Để giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ thành công.

Sứ mệnh hiện tại: Để tạo ra và chiếm lĩnh thị trường phần mềm tất cả-trong-một cho quy trình bán hàng và tiếp thị cho doanh nghiệp vừa nhỏ, với 100,000 khách hàng trên toàn thế giới.

Mỗi nhân viên tại Infusionsoft đều nắm rõ tầm nhìn của công ty chúng tôi ngay từ đầu. Chúng tôi cũng tham khảo mục đích của mình thông qua các cuộc đối thoại, các cuộc họp, trao đổi qua email, và nhiều hơn nữa; nó hình thành công việc của chúng tôi mỗi ngày. Một tầm nhìn được cùng chia sẻ bởi tất cả các nhân viên, cho dù đó chỉ là bạn hay 12 người khác, là rất quan trọng để đạt được mục tiêu kinh doanh của bạn. Một tầm nhìn chung rất giá trị vì sẽ giúp tạo ra ý thức cộng đồng, làm cho toàn bộ cuộc hành trình được thỏa mãn hơn.

Một tầm nhìn chung rất giá trị vì sẽ giúp tạo ra ý thức cộng đồng, làm cho toàn bộ cuộc hành trình được thỏa mãn hơn.

Trong [Bài tập](#) ở phần cuối của bộ công cụ này, chúng tôi sẽ cung cấp cho bạn cơ hội xác nhận lại mục đích kinh doanh của mình, điều sẽ đưa bạn qua phần lên kế hoạch hàng năm của bạn.



Bước 2: Phân tích kết quả cho những cải tiến liên tiếp

Chúng tôi muốn để nhân viên của Infusionsoft từ mỗi bộ phận cùng tham gia vào quá trình lập kế hoạch hàng quý của chúng tôi. Họ cung cấp thông tin đầu vào thông qua một loạt các bài tập chúng tôi gọi là SWOT+.

Tại sao chúng tôi gọi nó là SWOT+?

SWOT là viết tắt của Điểm mạnh (Strengths), Điểm yếu (Weaknesses), Cơ hội (Opportunities), Sự đe dọa/ Thách thức (Threats). Kiểu tự đánh giá này không phải là mới. Phần “+” đó là sự khác biệt. Chúng tôi sử dụng các khái niệm “cộng thêm” để nói đến các cách tiếp cận hợp tác, toàn diện. Bài tập này của chúng tôi không chỉ dành cho giám đốc điều hành: chúng tôi mời toàn thể cộng đồng của mình tham gia, và các hiệu ứng tạo ra cho Infusionsoft là rất mạnh mẽ.

Nhiều năm trước đây, chúng tôi đã học được cách đưa một nhóm cùng đi qua một quá trình, để mang lại những vấn đề chiến lược mà chúng tôi cần hướng tới trong việc thiết lập ưu tiên của mình. Qua nhiều năm, chúng tôi đã thử một vài thuật ngữ dùng để mô tả quá trình của chúng tôi, và SWOT+ là thuật ngữ phù hợp nhất.

"SWOT+ là một bài tập tập trung và liên kết, một cây cầu giữa sứ mệnh và các mục tiêu và ưu tiên bạn sẽ xác định trong bước tiếp theo."



Hành động: Để toàn bộ nhóm của bạn tham gia vào bài tập SWOT+

Trong một buổi họp phân tích SWOT+, tiếng nói của tất cả mọi người đều sẽ được lắng nghe. Đó là cách tuyệt vời để ăn mừng thành công, học hỏi từ những sai lầm, và tiến về phía trước như một đội, nhưng điều quan trọng là người điều khiển một buổi họp SWOT+ tạo ra được môi trường hoàn toàn an toàn, nơi ý kiến trung thực có thể được đưa ra và đón nhận.

Quan điểm là một yếu tố cần thiết cho một buổi họp SWOT+ thành công. Trong khi một nhóm sẽ trả lời một cách tự nhiên các câu hỏi từ nhóm riêng hoặc tham khảo góc nhìn từ những bộ phận khác, người điều khiển nên giúp duy trì quan điểm của công ty. Mọi người đang hướng tới các giải pháp cùng được chia sẻ và hỗ trợ sứ mệnh.

Khuyến khích tất cả mọi người lên tiếng và tham gia. Viết xuống tất cả các ý tưởng, tốt hơn trên bảng áp phích, các ghi chú dán trên tường. Khi bạn tiến bộ thông qua các bài tập SWOT+, bạn có thể tham khảo các công việc bạn đã làm trước đó trong cuộc họp.

Quá trình hoàn thiện của một SWOT+:

1. Thành tựu đạt được (ít nhất là 30 phút): nói chuyện về tất cả những điều tốt và tạo ra sự rung cảm tích cực, phản ánh về những công việc tuyệt vời và kết quả của năm trước.
2. Bài học kinh nghiệm (30 phút): Bao gồm những những khoảnh khắc tốt, xấu, và "ah-ha" của năm, và duy trì việc học tập mang tính xây dựng hơn là cho phép nó để biến thành một buổi phàn nàn.
3. Phân tích SWOT (1 giờ): S & W (điểm mạnh và điểm yếu) là nội bộ cho doanh nghiệp; O & T (Cơ hội và Sự đe dọa) là cho thị trường bên ngoài. Dành khoảng 15 phút cho mỗi mục. Di chuyển qua các mục theo thứ tự, nhưng cho phép một số bổ sung cho chủ đề trước khi lấy thêm nhiều ý tưởng hơn.
4. Các vấn đề chiến lược (30-60 phút): Đây là bước tích lũy để xác định 3-5 vấn đề hàng đầu bạn sẽ phải giải quyết trong năm nay hoặc quý này. Dựa trên ba bước trước đó, sử dụng bước này để nắm bắt các vấn đề chiến lược theo định dạng này: "Làm thế nào để chúng ta đạt được kết quả X, khi được cho Y hoặc trở ngại?" Chú ý: Trọng tâm ở đây là để nói lên những vấn đề cốt lõi; đừng cố gắng giải quyết vấn đề sâu hơn vào thời điểm này.

Với các vấn đề chiến lược trong tay, nhóm bây giờ có thể xác định 3-5 ưu tiên hàng đầu cho năm tới. Hãy nhớ rằng, SWOT+ là một bài tập cho sự tập trung và liên kết, một cây cầu giữa nhiệm vụ và các mục tiêu và ưu tiên của bạn sẽ xác định trong bước tiếp theo.



Lưu ý: Phần **Bài tập ở phần cuối của bộ công cụ này** bao gồm Bảng mẫu cho các buổi họp SWOT+, với lời khuyên về việc làm thế nào để thu hoạch nhiều nhất từ từng cuộc họp.

Nơi hiệu suất được đo lường, hiệu suất sẽ được cải thiện. Nơi hiệu suất được báo cáo, hiệu suất sẽ cải thiện đáng kể. Nơi hiệu suất được báo cáo công khai, hiệu suất được cải thiện theo cấp số nhân.



Bước 3: Hiểu cách thức chiến lược định hình việc lên kế hoạch

Bất kể ở tổ chức có kích thước nào thì chiến lược thường bị hiểu sai và hiếm khi được thực hiện tốt.

Khi bạn dành thời gian để xác định nơi bạn muốn tới, bạn có thể phát triển một kế hoạch, tiếp tục cuộc hành trình, thực hiện những điều chỉnh khi cần thiết, và đạt được mục tiêu của bạn.

Nền tảng của một chiến lược tuyệt vời là đòn bẩy: Sử dụng sức mạnh từ tổ chức của bạn để thu lại được kết quả tuyệt vời. Với điều này trong tâm trí, những nguồn lực và khả năng nào bạn có thể tận dụng để đạt được hiệu quả tối đa?

Thực hiện kiểm kê tài sản là một nơi tốt để bắt đầu. Để phát triển một lợi thế cạnh tranh bền vững, chúng tôi khuyên bạn nên tập trung vào 3-5 điểm mạnh cốt lõi của công ty bạn.

Bây giờ, bạn có thể đã nghe chiến lược được mô tả như một bài tập trong việc nói "không". Trong khi đúng là các nguồn lực đều khan hiếm đối với nhiều doanh nghiệp nhỏ, kế hoạch hàng năm thực sự tập trung vào việc sử dụng tốt nhất của tất cả các nguồn lực bạn có để không có gì bị lãng quên hay bỏ qua. Chiến lược này sẽ giúp đưa bạn đi trước các đối thủ cạnh tranh của bạn.



Phương pháp lên Kế hoạch chiến lược

Bạn cần phải kết nối tầm nhìn tổng thể của bạn với hoạt động hàng ngày. Ý tưởng là chia nhỏ nhiệm vụ hiện tại của bạn thành các ưu tiên hàng năm và hàng quý. Các công việc trong những ưu tiên hàng quý sau đó sẽ được chia nhỏ thành các mục tiêu SMART với người phụ trách và chuyển giao cụ thể.

Dưới đây là quá trình chi tiết hơn:

Nhiệm vụ/ Sứ mệnh:

Nhiệm vụ hiện nay thường có thể đạt được trong 3-5 năm sắp tới. Chúng ta thường sử dụng thuật ngữ BHAG (phát âm BEE- hag) hoặc Big Hairy Audacious Goal - Mục tiêu táo bạo (từ cuốn sách [Xây dựng để trường tồn](#) bởi Jim Collins).

Điểm mạnh dùng làm đòn bẩy:

Ba đến năm điểm mạnh bạn cần phải tận dụng để đạt được BHAG của bạn.

Điểm mạnh để phát triển:

Ba đến năm điểm mạnh chính của bạn sẽ cần phải phát triển để đạt được BHAG của bạn.

Những ưu tiên hàng năm:

Ba đến năm ưu tiên bạn sẽ tập trung vào năm nay để tận dụng thế mạnh hiện tại hoặc phát triển những thế mạnh mới sẽ đưa bạn đến gần hơn về phía BHAG của bạn.

Ưu tiên hàng năm phải làm:

Hỗ trợ các nhiệm vụ hiện tại (thông qua những điểm mạnh để tận dụng và phát triển)

Được thiết lập hàng năm bởi các nhà lãnh đạo

Không bị cá nhân hóa bởi từng bộ phận.



Ưu tiên hàng quý hoặc Các Ưu tiên vận hành chiến lược (TOPS - Tactical Operational Priorities):

Ba đến năm ưu tiên hỗ trợ các ưu tiên hàng năm. Được giải trình rõ ràng cho tất cả bốn quý trong năm tới, đem lại cho bạn những cột mốc đo lường được cho suốt cả năm.

Mục tiêu SMART:

Các dự án và/ hoặc các công việc lớn cần thiết để đạt được các ưu tiên hàng quý.

SMART có nghĩa là:

- **Cụ thể (Specific):** Đủ cụ thể để hiểu một cách toàn diện
- **Đo lường được (Measurable):** Có thể nói nó hoàn thành khi nào
- **Có thể đạt được (Achievable):** Có thể hoàn thành được
- **Liên quan, Phù hợp (Relevant):** Với kế hoạch tổng thể
- **Thời gian-ràng buộc (Time-bound):** Có một thời hạn (một ngày cụ thể)

Như bạn có thể thấy, Phương pháp lên Kế hoạch và Chiến lược khiến nó thực sự khả thi để làm cầu nối trực tiếp từ nhiệm vụ tổng thể của công ty của bạn đến tận các mục tiêu SMART cho mỗi thành viên trong đội ngũ nhân viên của bạn. Những mục tiêu này hình thành cơ sở của các quyết định và hành động mà nhân viên của bạn cần phải thực hiện trong quý này để tiến triển hướng về nhiệm vụ cuối cùng.

Bài tập ở phần cuối của bộ công cụ này sẽ đưa bạn từng bước qua các khái niệm chiến lược: BHAG, TOPS, và SMART. Khi bạn trả lời mỗi câu hỏi, bạn sẽ thấy chúng gắn kết với nhau và kết nối toàn bộ doanh nghiệp của bạn đi theo một hướng.

Có lẽ ảnh hưởng mạnh mẽ nhất của phương pháp này là nhân viên của bạn cùng nhau tạo ra tầm nhìn của họ, và sau đó có một bản đồ rõ rệt cho thấy cách làm việc của họ đóng góp trực tiếp vào tầm nhìn công ty như thế nào.



Bước 4: Thiết lập Tần suất các cuộc họp thành công

Lập kế hoạch chiến lược không chỉ là việc làm một lần. Một khi bạn đã xác định được chiến lược, nó rất quan trọng để giữ sự tập trung.

Một trong những cách tốt nhất để làm điều đó là với một tần suất đều đặn các cuộc họp hiệu quả. Sử dụng chúng để đánh giá và học hỏi từ những thành công hay thất bại của chiến lược hiện hành, điều chỉnh hướng đi, và xác định các ưu tiên cho các quý tới hoặc năm tới.

Bạn có thể tự hỏi bao lâu thì cần xem xét lại kế hoạch chiến lược của mình. Tần suất các cuộc họp tốt nhất là được cụ thể hóa đối với doanh nghiệp của bạn. Bạn sẽ cần phải xác định sự pha trộn phù hợp của các cuộc họp hàng ngày, hàng tuần, hàng tháng, hàng quý, hàng năm cho doanh nghiệp của bạn, và làm cho chúng xảy ra một cách nhất quán. Nếu bạn có nhân viên, khoanh vùng nhận thức của họ về thời điểm và những cột mốc chuyển giao quan trọng để giúp tìm ra lịch cho các cuộc họp phù hợp nhất.



Hành động: Làm việc với nhóm của bạn để xác định tần suất của các cuộc họp liên tục sẽ hỗ trợ cho mục đích và mục tiêu bạn đã xác định.

Verne Harnish chia sẻ một tần suất tốt trong cuốn sách của mình, [Làm chủ Các thói quen Rockefeller \("Mastering the Rockefeller"\)](#):

Tần suất các Cuộc họp

- Hai ngày cho việc lập kế hoạch hàng năm (Chuyển giao = ưu tiên năm và quý đầu tiên)
- Một ngày cho kế hoạch hàng quý (Chuyển giao = ưu tiên cho các quý sắp tới)
- Nửa ngày họp hàng tháng để thảo luận tiến bộ trong các ưu tiên hàng quý và các vấn đề kinh doanh quan trọng
- Cuộc họp hàng tuần để xem xét các chỉ số hoạt động quan trọng cho doanh nghiệp
- Tùy chọn: từng cuộc trò chuyện nhanh chóng báo cáo kết quả được/ mất hàng ngày

Hoạch định chiến lược đòi hỏi sự chu đáo và thời gian. Vì vậy, chúng tôi khuyên bạn nên dành hai ngày đầy đủ mỗi năm để tạo ra Ưu tiên hàng năm, và một ngày đầy đủ mỗi quý cho TOPS - Các Ưu tiên vận hành chiến lược (Tactical Operational Priorities). Ngoài ra, lên kế hoạch dành ra nửa ngày mỗi tháng để đánh giá sự tiến bộ về mục tiêu SMART và thảo luận về các sự kiện đột xuất hoặc kết quả nổi lên trong quá trình hoạt động kinh doanh của bạn.

Giao tiếp với nhân viên của bạn là rất quan trọng để giữ cho các doanh nghiệp theo đúng lộ trình. Đôi khi, điều này có thể có nghĩa là trò chuyện riêng 15 phút hàng ngày, để xem xét số liệu quan trọng hoặc các chỉ số hoạt động khác. Bạn đưa doanh nghiệp của bạn vào một nhịp điệu kế hoạch và vận hành đồng nhất càng sớm, bạn sẽ có thể ủy thác trách nhiệm với nhóm của bạn sớm hơn.

Để giúp bạn suy nghĩ lịch trình họp của mình, chúng tôi đã bao gồm trong [Bài tập](#) ở phần cuối của bộ công cụ này một biểu đồ sẽ giúp bạn hình dung ra các chi tiết.





Bước 5: Kết nối và khuyến khích nhân viên của bạn

Cho nhóm của bạn tham gia vào quá trình hoạch định chiến lược sẽ tăng việc đầu tư của cá nhân họ. Điều này rất hiệu quả vì nó sẽ thúc đẩy sự liên kết tổ chức và xác suất thành công cao hơn.

Liên quan đến nhóm của bạn trong quá trình hoạch định chiến lược tăng đầu tư cá nhân của họ. Điều này thật sự mạnh mẽ bởi vì nó sẽ đẩy sự liên kết tổ chức và một xác suất thành công cao hơn.

Nhóm của bạn có thể cung cấp cho bạn một loạt các quan điểm để giúp hình thành một chiến lược chiến thắng.

Chiến lược của bạn phải được đưa vào các hoạt động hàng ngày. Nếu không, làm thế nào sẽ các trưởng nhóm biết phải làm gì để đạt được mục tiêu của công ty? Sự thích hợp trong công việc hàng ngày cũng là một chìa khóa cho các nhân viên không nắm vai trò lãnh đạo. Họ cần phải nhận thức được công việc của họ ảnh hưởng đến nhiệm vụ của doanh nghiệp của bạn như thế nào. Mọi người đều quan trọng. Mọi người cần biết lý do tại sao và làm thế nào các hoạt động hàng ngày của họ hỗ trợ cho mục tiêu cuối cùng.

Tăng sự rõ ràng minh bạch và sự tự tin cho nhân viên

Tại Infusionsoft, chúng tôi đã tìm thấy một cách tuyệt vời để cung cấp sự rõ ràng và tự tin cho nhân viên. Chúng tôi gọi nó là "Big 3" - (3 nhiệm vụ chính). Đây là ba nhiệm vụ chính cho mỗi vai trò. "Big 3" này làm nhiều hơn là giúp nhân viên biết họ đang làm gì trong vai trò của họ, họ cũng giúp kết nối các dấu chấm giữa những gì nhân viên làm mỗi ngày và sứ mệnh của công ty.

Đối với một số nhân viên, Big 3 có thể thay đổi theo quý. Đối với những người khác, có thể nó hợp lý hơn khi giữ nguyên Big 3 của họ trong cả một năm. Nhưng đối với tất cả mọi người, điều quan trọng là xem xét Big 3 định kỳ để đảm bảo sự rõ ràng và liên kết với sứ mệnh của bạn và các mục tiêu SMART.

Bằng cách tập trung vào ba chỉ số chính này, nhân viên sẽ thấy hiệu suất của họ ảnh hưởng đến toàn hoạt động của công ty như thế nào. Nó có thể là quá dễ dàng cho người ngồi tại bàn làm việc, tự hỏi về những tác động của họ đối với các nhiệm vụ, không chắc chắn về sự khác biệt thực sự họ đang tạo ra. Bất kể gì bạn gọi nó là gì, bạn và nhân viên của bạn sẽ cảm thấy tự tin hơn nếu bạn tạo ra cơ chế để đánh giá hiệu suất.

Tại Infusionsoft chúng tôi xem xét các Big 3 trên cơ sở hàng quý. Chúng tôi cũng yêu cầu nhân viên của chúng tôi báo cáo tiến độ và kết quả Big 3 của họ vào mỗi thứ sáu. Bằng cách đó, mọi người đều biết họ đã đóng góp cho sự thành công của chúng tôi như thế nào trước khi về nhà vào cuối tuần.



Hành động: Xác định ba nhiệm vụ chính quan trọng để kết nối với nhiệm vụ tổng thể của bạn. Làm việc với nhóm của bạn để tạo ra "Big 3" cho mỗi nhân viên của bạn.

Văn hóa của công ty và năng suất của nhân viên

Con người là cốt lõi tại Infusionsoft. Một phần chiến lược của chúng tôi là giúp nhân viên làm việc của họ tốt nhất có thể, và chúng tôi làm điều này bằng cách tạo ra một môi trường mà mọi người cảm thấy thoải mái. Chúng tôi muốn họ cảm thấy an toàn và có giá trị bởi đồng nghiệp của họ, từ đó họ mới có thể bày tỏ ý kiến của mình và làm theo niềm đam mê của họ.

Mỗi cá nhân đều có một bộ kỹ năng độc đáo và đặc biệt chúng ta gọi là "tài năng thiên bẩm." Để đạt được mục tiêu của công ty chúng tôi, chúng tôi nuôi dưỡng một môi trường nơi mà mỗi nhân viên được trao quyền để phát triển mạnh và thông thạo khả năng đặc biệt của riêng mình. Nó thật sự có hiệu quả. Những người cảm thấy thăng hoa trong môi trường làm việc của họ cảm thấy có giá trị đối với công ty và đầu tư về mặt tình cảm nhiều hơn. Đổi lại, điều này thúc đẩy họ để tạo ra những kết quả tuyệt vời. Chúng tôi ghi nhận một phần lớn trong thành công của chúng tôi tại Infusionsoft được tạo bởi văn hóa của chúng tôi.



Hành động: Xác định tài năng thiên bẩm của bạn và làm việc với nhóm của bạn để xác định các tài năng thiên bẩm của từng nhân viên.



Lưu ý: Sử dụng [Bài tập](#) ở phần cuối của bộ công cụ này để nghĩ về cách thức các khái niệm Big 3 mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp của bạn, bao gồm tần suất các cuộc họp, các tiêu chí đánh giá, và làm thế nào để tìm thấy những thông tin này.

Lộ trình lên kế hoạch và chiến lược

Quá trình hoạch định chiến lược hàng năm bao gồm rất nhiều phần có thể thay đổi. Lộ trình này được xem như là một danh sách kiểm tra để cho bạn một cái nhìn toàn cảnh về quá trình này để giúp bạn nghĩ qua các mục tiêu của bạn và những cột mốc trong năm một lần để giữ cho bạn đi đúng hướng. Giữ danh sách này trên tay khi bạn tới phần [Bài tập](#) đính kèm theo dưới đây.

Biểu đồ này giả định chu kỳ tài chính của bạn theo năm dương lịch, nhưng bạn có thể điều chỉnh khi cần thiết.



THÁNG 12

- Lập ra/ Xem xét lại mục tiêu
- Lập ra/ Xem xét lại quá trình hướng tới BHAG
- Đặt các ưu tiên hàng năm cho năm mới
- Đặt các mục tiêu TOPS và SMART cho mỗi quý
- Đặt BIG3 cho quý 1 (Tháng 1 - Tháng 3) cho cá nhân và nhóm
- Lập ra nhịp điệu, tấn suất các cuộc họp để đảm bảo theo sát các ưu tiên và mục tiêu sát sao, chủ động

THÁNG 3

- Xem xét lại quá trình Quý 1 với mục tiêu TOPs và SMART
- Xem xét lại quá trình với BIG3 Quý 1
- Đặt BIG3 cho quý 2 (Tháng 4 - Tháng 6) cho cá nhân và nhóm

THÁNG 6

- Xem xét lại quá trình Quý 2 với mục tiêu TOPs và SMART
- Xem xét lại quá trình với BIG3 Quý 2
- Đặt BIG3 cho quý 3 (Tháng 7 - Tháng 9) cho cá nhân và nhóm

THÁNG 9

- Xem xét lại quá trình Quý 2 với mục tiêu TOPs và SMART
- Xem xét lại quá trình với BIG3 của Quý 2
- Đặt BIG3 cho quý 4 (Tháng 10 - Tháng 12) cho cá nhân và nhóm

THÁNG 12

- Xem xét lại mục tiêu
- Đặt các ưu tiên hàng năm cho năm mới
- Đặt các mục tiêu TOPS và SMART cho mỗi quý
- Đặt các mục tiêu TOPS và SMART cho mỗi quý
- Đặt BIG3 cho quý 1 (Tháng 1 - Tháng 3) cho cá nhân và nhóm
- Xem xét lại quá trình Quý 2 với mục tiêu TOPs và SMART
- Xem xét lại quá trình với BIG3 Quý 2



Kết luận

Kế hoạch và chiến lược là sự liên kết giữa một ý tưởng tuyệt vời và thành công trong kinh doanh. Căn cứ vào mục đích kinh doanh của bạn, một chiến lược thông minh giúp bạn phát triển một kế hoạch hành động. Để giúp bạn và nhóm của bạn đi đúng hướng, gặp gỡ thường xuyên để đánh giá, và cải tiến chiến lược của bạn. Sự tham gia của nhân viên là một chìa khóa để thúc đẩy, đưa các mục tiêu cá nhân phù hợp với sứ mệnh công ty của bạn. Phân tích công ty, đội ngũ và hiệu suất cá nhân là một cách tuyệt vời để giữ cho tất cả mọi người làm việc cùng nhau.

Trong doanh nghiệp vừa và nhỏ, một kế hoạch chiến lược có thể giúp bạn làm nhiều hơn là chỉ tồn tại. Bạn có thể phát triển mạnh và giành chiến thắng.

Các cuốn sách cần đọc để lên kế hoạch chiến lược thành công:

- [The E-Myth Revisited](#), Michael Gerber
- [Beyond Entrepreneurship \(Vượt trên cả Doanh nhân khởi nghiệp\)](#), Jim Collins
- [Built to Last \(Xây dựng để trường tồn\)](#), Jim Collins
- [Mastering the Rockefeller Habits \(Làm chủ các thói quen Rockefeller\)](#), Verne Harnish

Sẵn sàng lên kế hoạch chiến lược cho kinh doanh của bạn? [Bài tập của chúng tôi](#) sẽ giúp bạn bắt đầu.

Bài tập cho việc Lên kế hoạch chiến lược

Biến tầm nhìn của bạn thành hiện thực đòi hỏi một cách tiếp cận thực tế, lành mạnh và một con đường hướng tới thành công được thiết kế tốt. Bạn cần phải suy nghĩ thực tế về nơi kinh doanh của bạn đang nhắm tới và linh hoạt trong mong đợi của bạn. Thiết lập các mục tiêu về kết quả cụ thể là một ý tưởng tuyệt vời, nhưng bạn cần phải hỗ trợ với một kế hoạch thực tế để đạt được chúng.

Sử dụng Bài tập này để hỗ trợ bạn trong việc tạo ra một quy trình lập kế hoạch chiến lược sẽ giúp doanh nghiệp của bạn tồn tại và phát triển.

Bước 1: Xác định mục đích kinh doanh của bạn.

Mỗi doanh nghiệp cần một tầm nhìn để định hướng và ảnh hưởng đến các chiến lược và quyết định. Cuối cùng thì, nếu bạn không biết nơi bạn đang đi, bạn sẽ không bao giờ tới được.

1. Mục đích của công ty bạn là gì? _____
2. Giá trị công ty của bạn là gì? _____
3. Nhiệm vụ của công ty bạn là gì? _____



Cảm hứng: **Tim hiểu về nền văn hóa của chúng tôi** để tìm hiểu thêm về cách mục đích, giá trị và nhiệm vụ của chúng tôi đã định hình chúng tôi là ai như thế nào.

Bước 2: Phân tích kết quả cho những cải tiến liên tiếp.

Trong một bài phân tích SWOT+, tiếng nói của tất cả mọi người cần được lắng nghe. Đó là một cách tuyệt vời để ăn mừng thành công, học hỏi từ những sai lầm, và tiến về phía trước như một đội. Điều quan trọng là người điều khiển một buổi họp SWOT+ tạo ra được môi trường hoàn toàn an toàn, nơi thông tin đóng góp trung thực có thể được đưa ra và đón nhận.

Cho nhóm của bạn tham gia vào bài tập SWOT+

1. Thành tựu (30 phút): nói chuyện về tất cả những điều tốt đẹp và tạo ra một sự rung cảm tích cực.

Mẹo: Phản hồi về công việc tuyệt vời và kết quả của các quý trước đó. Đây là cơ hội của bạn để vỗ vai chính mình và nhóm của bạn cho công việc đã được hoàn thành xuất sắc.

2. Bài học kinh nghiệm (30 phút): Bao gồm cả những khoảnh khắc "ah-ha", tốt và xấu của năm.
Mẹo: Duy trì việc học tập mang tính xây dựng hơn là cho phép nó để biến thành việc than thở.
3. Phân tích SWOT+ (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats): Điểm mạnh, Điểm yếu, Cơ hội, Đe dọa/ Thách thức (một giờ): Điểm mạnh và điểm yếu là cho nội bộ doanh nghiệp; Cơ hội và Thách thức cho thị trường bên ngoài. Dành 15 phút cho mỗi mục.
Mẹo: Di chuyển qua các mục theo thứ tự, nhưng cho phép một số bổ sung cho chủ đề trước khi mọi người có nhiều ý tưởng hơn.
4. Các vấn đề chiến lược (30-60 phút): Đây là bước tích lũy để xác định 3-5 vấn đề hàng đầu bạn sẽ giải quyết trong năm nay hoặc quý này. Dựa trên ba bước trước, sử dụng bước này để nắm bắt các vấn đề chiến lược theo cách này: "Làm thế nào để chúng ta đạt được kết quả X, khi hoàn cảnh có Y hoặc các trở ngại?"
Mẹo: Trọng tâm ở đây là để nói lên những vấn đề cốt lõi; không cố gắng đi sâu vào giải quyết vấn đề vào thời điểm này.

Bước 3: Hiểu cách thức chiến lược định hình việc lên kế hoạch

Nền tảng của một chiến lược tuyệt vời là đòn bẩy: sử dụng sức mạnh của tổ chức của bạn để thu lại kết quả tuyệt vời. Với điều này trong tâm trí, những nguồn lực và khả năng nào bạn có thể tận dụng để tối đa hóa hiệu quả?

Cho nhóm của bạn tham gia vào bài tập SWOT+

1. Liệt kê ra 3 đến 5 thế mạnh cốt lõi cho doanh nghiệp của bạn _____

2. BHAG của bạn là gì? BHAG: (phát âm BEE- hag) Big Hairy Audacious Goal - Mục tiêu Táo bạo _____

3. Liệt kê ra 3 đến 5 thế mạnh chính bạn cần phải sử dụng để đạt được BHAG của mình _____

4. Liệt kê ra 3 đến 5 thế mạnh chính bạn cần phát triển để đạt được BHAG của mình _____

5. Liệt kê ra 3 đến 5 ưu tiên bạn sẽ tập trung vào trong năm nay sẽ đưa bạn tới gần BHAG của mình _____

6. Liệt kê ra 3 đến 5 ưu tiên TOPS (Tactical Operating Priorities)/ hàng quý sẽ hỗ trợ các ưu tiên trong năm của bạn _____

7. Đối với mỗi ưu tiên hàng quý, liệt kê 5 đến 10 mục tiêu SMART sẽ giúp bạn đạt được mục tiêu hàng quý của bạn. SMART: Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-Bound _____

Bước 4: Thiết lập một nhịp điệu cuộc họp thành công

Lên kế hoạch chiến lược không phải chỉ làm một lần. Một khi bạn đã xác định được một chiến lược, nó rất quan trọng để giữ sự tập trung. Một trong những cách tốt nhất để làm điều đó là với một tần suất đều đặn các cuộc họp hiệu quả.

Tạo một lịch trình các cuộc họp, đáp ứng các mục tiêu của bạn. Đối với mỗi cuộc họp, xác định thành phần chủ chốt cần phải tham gia, thời gian cần thiết để hoàn thành các mục tiêu của bạn, và các điều thiết yếu khác (chẳng hạn như không gian hội trường).

	THÀNH PHẦN CHỦ CHỐT	THỜI GIAN	KHÔNG GIAN	KHÁC
HÀNG NĂM				
HÀNG QUÝ				
HÀNG THÁNG				
HÀNG TUẦN				
HÀNG NGÀY				

Bước 5: Kết nối và truyền động lực cho nhân viên của bạn

Cho nhóm của bạn tham gia vào quá trình hoạch định chiến lược để tăng đầu tư cá nhân của chính họ. Điều này rất hiệu quả bởi vì nó thúc đẩy sự liên kết tổ chức và xác suất thành công cao hơn.

Cho nhóm của bạn tham gia vào bài tập SWOT+

1. Big 3: Xác định ba nhiệm vụ chính quan trọng để kết nối với nhiệm vụ tổng thể của bạn. Làm việc với nhóm của bạn để tạo ra một Big 3 cho mỗi nhân viên của bạn _____

2. Bạn sẽ xem xét và theo dõi và đo lường Big 3 của bạn thường xuyên như thế nào? _____

3. Xác định tài năng thiên bẩm của bạn. Làm việc với nhóm của bạn để xác định những tài năng thiên bẩm của từng nhân viên. _____

Kế hoạch chiến lược là liên kết giữa một ý tưởng tuyệt vời và thành công trong kinh doanh. Trong kinh doanh vừa và nhỏ, một kế hoạch chiến lược có thể giúp bạn làm nhiều hơn là chỉ tồn tại. Bạn có thể phát triển mạnh và giành chiến thắng.



Ben Snedeker

Ben Snedeker tham gia Infusionsoft vào năm 2015 và làm toàn thời gian trong vai trò mà anh ấy yêu nhất: viết các câu chuyện truyền cảm hứng hành động. Ông có bằng MFA trong Creative Writing tại trường Emerson. Trước đó, ông là một nhà văn tự do làm việc tại MIT với tư cách một nhà quản lý tiền trợ cấp. Sau một thập kỷ làm việc giầy tờ trong giới học thuật, được viết cho một công ty phát triển nhanh như Infusionsoft là giấc mơ trở thành sự thật của anh ấy. Là một người thích tinh chỉnh mọi thứ xung quanh mình, khi anh ấy không ở văn phòng, anh chăm sóc các cây bonsai của mình, chỉnh sửa văn bản của người khác, và giáo dục con mình biết dọn đĩa trước khi rời khỏi bàn.

Bạn có thích e-book này không? Đọc thêm nhé!

Khám phá **Trung tâm Kiến thức** của chúng tôi để biết thêm các bài báo bán hàng và tiếp thị, sách điện tử, hội thảo webinar, và các nguồn lực khác có thể giúp doanh nghiệp nhỏ của bạn phát triển mạnh. Muốn nói chuyện với một nhà tư vấn doanh nghiệp vừa và nhỏ?

Ghé thăm infusionsoft.com.vn hoặc gọi **088 - 825 - 8866**