

Harvardzka koncepcja The Balanced ScoreCard - warsztaty.

Opis

Metoda BSC służy do planowania, wprowadzania i oceny zarządzania. Umożliwia formułowanie i osiąganie najistotniejszych celów firmy przy zapewnieniu ich spójności ze wszystkimi działami zakładu. Stworzona w 1992 roku przez Roberta S. Kaplana i Davida P. BSC opiera się na skutecznym wykorzystaniu cyklu PDCA, w którym wszyscy pracownicy firmy wykazują pełne zaangażowanie. Zastosowanie tej metody umożliwia tworzenie realistycznych planów. Ogólna polityka firmy, tworzona przez najwyższe kierownictwo, zostaje przełożona na zbiór spójnych, osiągalnych, zrozumiałych polityk oraz działań, które mogą zostać zastosowane na wszystkich poziomach firmy.

Zastosowanie:

1. Służy angażowaniu pracowników do włączania się w proces zmian.
2. Do planowania i weryfikowania osiągnięć.
3. Służy rozwijaniu biznesu poprzez doskonalenie zarządzania.
4. Ułatwia zrozumienie celów strategicznych przez wszystkich pracowników i wytworzenie się w firmie wspólnej wizji przyszłości.
5. Wspiera tworzenie krótko- i długofalowych planów.

Cele szkolenia

- dokładne wykazanie w jaki sposób BSC wpływa na zarządzanie biznesem,
- praktyczne przedstawienie, jak identyfikować wartości kluczowe dla firmy,

Korzyści dla uczestników

1. Poznaj co to jest BSC i dlaczego warto je wdrażać w Twojej firmie,
2. Dowiedz się w jak dobierać grupy i organizować sesje BSC,
3. Poznaj kierunek wdrożeń celów biznesowych zgodny z BSC.

Metody szkolenia

- przedstawienie złożonych tematów krok po kroku dostosowując tempo zajęć do możliwości uczestników,
- w ponad 90% przypadków stosowanie "nieksiążkowych", przykładów opartych o doświadczenia autora zebrane na terenie Polski,
- oparcie szkolenia o naprzemiennie wprowadzającą dyskusję, ćwiczenia i warsztaty.

Profil uczestnika

- kierownictwo przedsiębiorstw (zarząd, dyrekcja, właściciele firm),
- pracownicy średniego i wyższego szczebla,
- pozostałe osoby zarządzające biznesem.

Czas trwania

16 godzin dydaktycznych - 2 dni

Program szkolenia

1. Prezentacja uczestnikom celów warsztatu.

2. Odpowiedzi na podstawowe pytania biznesu:

- Kim jest nasza konkurencja, klienci wewnętrzni i zewnętrzni ?

- W jakiej branży jesteśmy ?

- Co nas wyróżnia ?

3. Opracowanie bieżącej misji/polityki firmy na podstawie klientów zewnętrznych i wewnętrznych.

4. Zaplanowanie terminowe wizji, czyli gdzie firma chce być i czym się zajmować w przyszłości, według wymienionych kroków:

- Ustanowienie ogólnej wizji i polityki całej firmy oraz roczne plany.
- Opracowana polityka zostaje przekazana na niższe szczeble zarządzania w celu zapoznania się i wypracowania własnej opinii.
- Poszczególne działy wraz z pracownikami ustalają cele i zadania do zrealizowania. Opracowane zostają także poszczególne działania i metody (mierniki) oceny realizacji tych działań.
- Polityka przedsiębiorstwa przekazywana jest na coraz niższe szczeble zarządzania i poddawana dyskusji w celu opracowywania coraz bardziej szczegółowych zadań.
- Wszelkie ustalenia, zmiany i sugestie odnośnie do polityki opracowane na niższych szczeblach przekazane zostają najwyższemu kierownictwu. Na ich podstawie opracowywana jest ostateczna wersja polityki firmy.

5. Ustalenie i wybranie szczegółowej strategii oraz taktyk działania, aby dojść do wizji – łącznie z terminami i liderami działań.

6. Zazębienie się procesów przepływu informacji, materiałów i pieniędzy pomiędzy współpracującymi ze sobą podmiotami/działami:

- „spojrzenie globalne” i zrozumienie na przykładach przyczyn powstawania wewnętrznych celów - warunki i przeszkody ustalania spójnych wewnętrznie działań firmy. sprzecznych

7. Wnioski i przypisanie terminów oraz ról w zadaniach. Ustalenie priorytetów.

Wypracowana mapa, razem z decyzjami w programie multimedialnym Xmind, wysłana do uczestników szkolenia – na tyle gotowa, na ile uda się uczestnikom wypracować przez 2 dni. Reszta do dokończenia samodzielnie w firmie przy możliwej konsultacji telefonicznej, mailowej z trenerem.