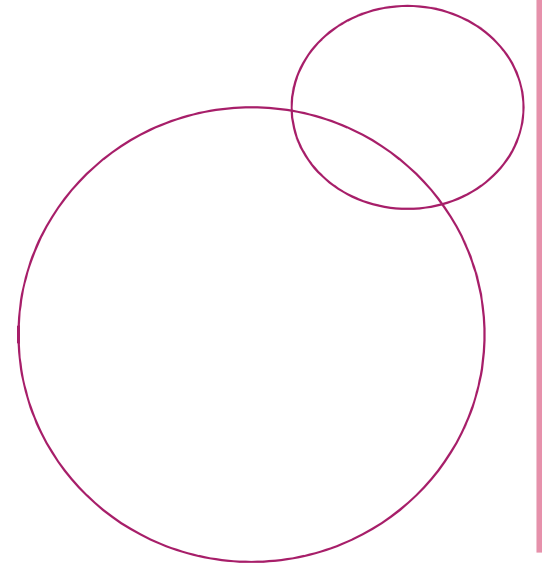




استراتژی اثربخش

محمد رضا صدقیانی فر

www.sadaghianifar.com





جلسه سوم

شناسایی و تحلیل فرصتها (فرصت یابی)



ارزش یک فرصت = استراتژی به دو عامل بستگی دارد

۱- چه اندازه برای ما مزیت رقابتی ایجاد می کند

۲- چه اندازه پرکردن این فاصله برای رقیب ما هزینه دربردارد.

کارکرد فرصت یابی در این است که سازمان را متوجه سازد

۱- آیا مزیت یا فاصله در ذات و ماهیت فرصت وجود دارد؟

۲- آیا باید این مزیت و فاصله را ایجاد کنیم؟

اولین لازمه فرصت یابی، حساسیت ذهنی است



دربستر قواعد موجود در محیط زائیده میشوند

پدیده ها



بر قواعد مسلط محیطی استوار هستند

فرصت ها

گاهی در پدیده ها پیامهایی از تغییر مفاهیم مسلط محیطی وجود دارد که میتواند مبنایی برای استراتژی های آینده ساز باشد.

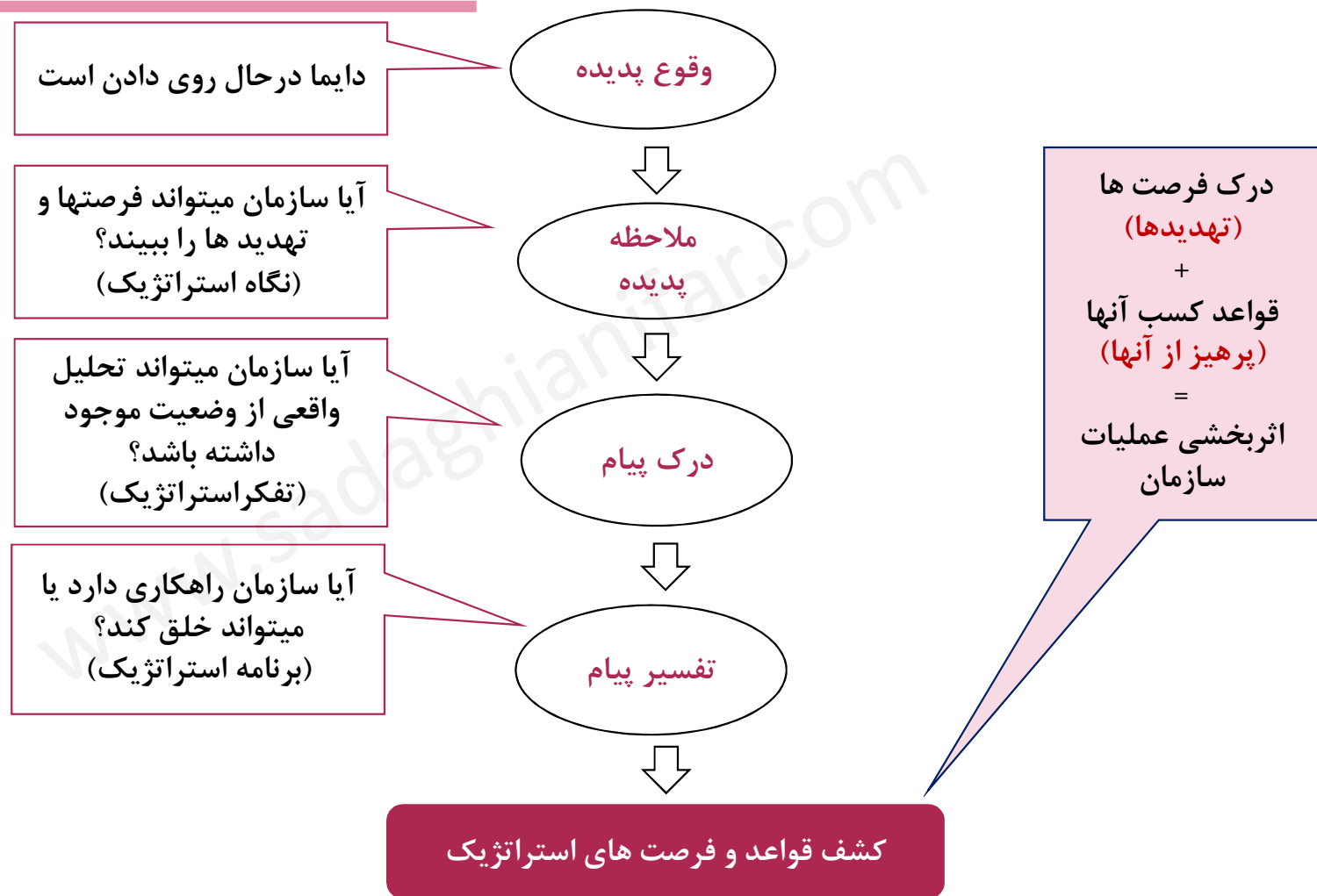
ذهن عبارتست از :
میزان توجه و حساسیت
سازمان به پدیده های
محیطی داخلی و خارجی و
تحلیل آنها براساس
اطلاعات

ذهن
حساس

سوال (تضادهای نهفته در دانش موجود نسبت به موضوع) ؟

دانش بیشتر ← سوال بیشتر

غنی سازی
ذهن نسبت
به موضوع





* احساس رضایت از وضع موجود

* احساس امنیت

* پایداری سازمانی

مهمترین عوامل بازدارنده سازمان از درک فرصت هاست.



تفکر استراتژیک
گسترش بینش

کسب اطلاعات
سیستم های
اطلاعاتی

جغرافیای کسب
و کار

۱- ذهن را نسبت به موضوع حساس کنید

۲- ذهن را نسبت به موضوع غنی سازید

۳- سازمان را در معرض پدیده ها قرار دهید

جغرافیای کسب و کار نشان می دهد که چگالی پدیده های کسب و کار چگونه توزیع شده است.



تبدیل احساس رضایت از وضع موجود به احساس نیاز به تغییر وضع موجود



در معرض پدیده ها قرار دادن سازمان

درک و دریافت ذهنی

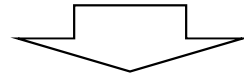


نظریه کارساز :

انتخاب ترکیبی مناسب از محافظة کاران و کارآفرینان تخریب طلب درهیات مدیره



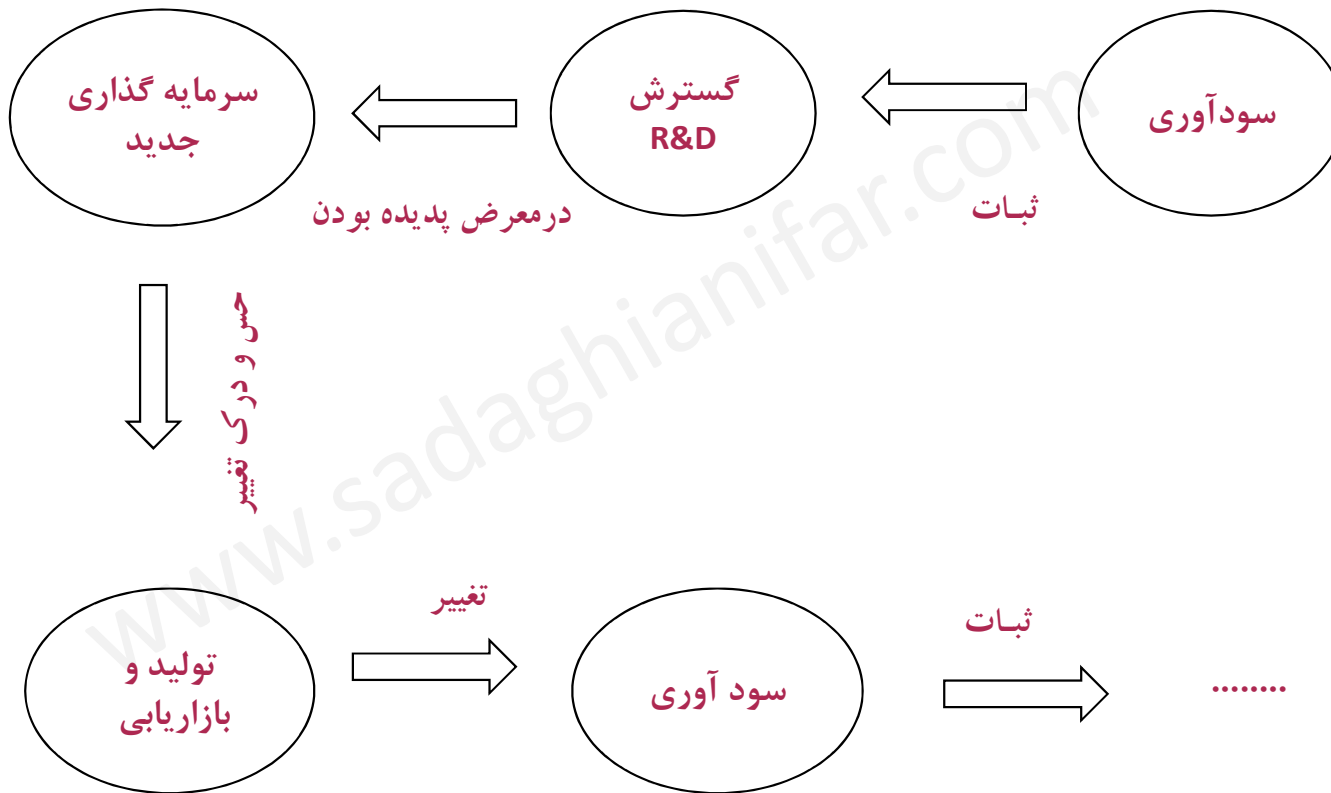
ایجاد شرایط مطلوب برای حساس سازی سازمان

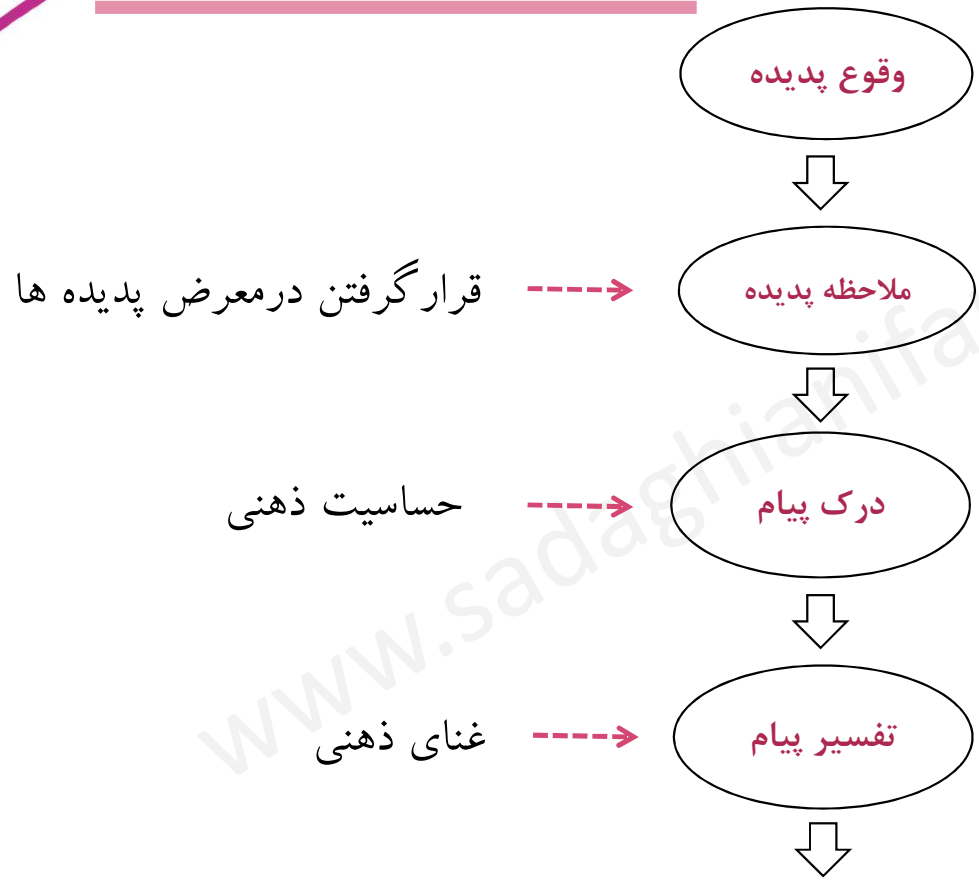


پایداری بحرانی

پایداری بحرانی :

حالتی است که در آن، بدون ازبین رفتن پایداری و ثبات سازمان ، تضاد نهادینه شده درنظام اداره سازمان ، ذهن مدیران را نسبت به فرصت های محیطی حساس می کند.





کشف قواعد و فرصت های استراتژیک



فرصت چیست ؟
فرصت ها کجا هستند؟
فرصت چگونه ادراک میشود؟



www.sadaghianifar.com



sadaghianifar

www.sadaghianifar@hotmail.com

0912-4969-112