

Strategia A. Klasyczne strategie konkurencji

W tabeli 1 (10). **odpowiedz** na trzydzieści pytań dotyczących zjawisk charakteryzujących strategię konkurencji twojej firmy. Należy **zakreślić** odpowiednie pole w kolumnie „Odpowiedzi” – są tylko dwie możliwości: zjawisko nie występuje (zaznacz „nie”) lub zjawisko występuje (zaznacz „tak”). Uwaga! Nawet jeśli masz wątpliwości, musisz wybrać jedną z odpowiedzi.

Niektóre pytania wymagają od ciebie **doświadczenia**, a niektóre **dokładnych danych** na temat sektora, w którym działasz. Odpowiedź na **wszystkie** pytania może zająć trochę czasu, ale nie rezygnuj! Nawet odpowiedź udzielona „na wycucie” jest lepsza niż jej brak. Tylko wówczas otrzymasz odpowiedź, jaką strategię konkurencji stosujesz w przeważającej mierze.

Tabela 1 (10). zawiera numery pytań od 1 do 30 (poukładane w trochę nietypowej kolejności), kolumny „suma” i „rodzaj strategii konkurencji”. **Zaznacz kółkiem te numery pytań**, na które w tabeli 1. odpowiedziałeś „tak”.

W tabeli 2 (11). policz **liczbę zaznaczeń** w poszczególnych wierszach, a wyniki wpisz do komórek w kolumnie „suma”. Uwaga! Wynik pokazuje, **ile numerów pytań zaznaczyłeś wcześniej kółkiem**. Wystarczy policzyć, ile razy w poszczególnym wierszu znajduje się zakreślenie (oznaczające odpowiedź „tak” w tabeli 10.). W żadnym wypadku **nie dodawaj** do siebie numerów zaznaczonych pytań, np. 1+3+6... itd. **To błąd**.

W zależności od sytuacji w twoim sektorze w kolumnie „suma” w tabeli 2 (11). **jeden z wierszy** będzie posiadał zdecydowanie **największą liczbę zaznaczeń**. Wiersz o największej liczbie zaznaczeń wskazuje, jaka jest obecnie strategia konkurencji w twojej firmie. Gdy otrzymasz wynik, będziesz wiedział, z jakim natężeniem stosujesz trzy podstawowe strategie konkurencji.

Tabela 1 (10). Charakterystyka stosowanych klasycznych strategii konkurencji

Nr	Zjawisko charakteryzujące stosowaną strategię konkurencji	Odpowiedzi	
1.	Czy w twojej firmie stosuje się dokładną segmentację rynku?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
2.	Czy następuje w twojej firmie ciągły rozwój umiejętności projektowania technologii?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
3.	Czy występuje ścisła kontrola kosztów oraz występowanie częstych sprawozdań kontrolnych w powiązaniu z rozwojem systemu <i>controllingu</i> ?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
4.	Czy firma skupia się na ściśle określonym asortymencie?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
5.	Czy dla pracowników stosowane są zachęty oparte na ścisłym wykonaniu planu pod względem ilościowym?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
6.	Czy występują w systemie ocen pracowniczych i zasadach motywowania raczej subiektywne oceny i zachęty zamiast pomiarów ilościowych?	nie	
		tak	

	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
7.	Czy w firmie stosuje się elementy marketingu zindywidualizowanego?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
8.	Czy występuje bardzo dynamiczny rozwój umiejętności marketingowych?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
9.	Czy widoczna jest w firmie dbałość o wysoką reputację oraz podejmowane są działania z zakresu <i>public relations</i> ?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
10.	Czy firmie zależy na utrzymywaniu wiodącej pozycji firmy w dziedzinie techniki?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
11.	Czy w firmie tworzone są atrakcyjne warunki przyciągające wysoko kwalifikowanych pracowników, naukowców, ludzi twórczych?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
12.	Czy występuje ściśle koordynowanie funkcji badawczo-rozwojowej?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
13.	Czy można zaobserwować nieustanny rozwój koncepcji związanych z bardziej efektywnym wykorzystaniem czasu pracy osób zatrudnionych?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
14.	Czy występuje tendencja do stosowania metod nakierowanych na „odchudzanie” organizacji, w tym <i>lean managementu</i> ?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
15.	Czy firma inwestuje w systemy podnoszące jakość procesu produkcyjnego i świadczonych usług?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Więcej na ten temat znajdziesz w rozdziale 5.3.7. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
16.	Czy podejmowane są liczne działania mające utrzymać silną pozycję marki handlowej firmy?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
17.	Czy w twojej firmie oferta handlowa jest przygotowywana pod potrzeby każdego klienta indywidualnie?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		
18.	Czy zdarzają się sytuacje stosowania metod sprzedaży na pograniczu <i>dumpingu</i> ?	nie	
		tak	
	Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.		

19.	Czy firma próbuje kreować samodzielnie nisze rynkowe?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
20.	Czy firma stosuje nowoczesne metody badań marketingowych w celu dotarcia do odpowiedniej grupy docelowej klientów?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
21.	Czy firma działa na rynku lokalnym i jest jej liderem?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
22.	Czy firma poszukuje bardziej konkurencyjnych kooperantów funkcjonujących dzięki zastosowaniu <i>outsourcingu</i> ?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
23.	Czy sprzedawany przez ciebie produkt jest unikalny dla wąskiej grupy klientów?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
24.	Czy firma analizuje bardzo dokładnie koszyki zakupowe poszczególnych klientów?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
25.	Czy firma stosuje <i>benchmarking</i> nakierowany na szukanie źródeł obniżki kosztów produkcji lub świadczonych usług?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
26.	Czy firma wykorzystuje efekt skali i doświadczenia?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
27.	Czy stosowane są działania marketingowe mające na celu wzrost rozpoznawalności marki?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
28.	Czy oferta kierowana jest do wąskiego segmentu rynku, na którym działa firma?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
29.	Czy w sposób bardzo precyzyjny monitorowany jest proces obsługi klienta w jego poszczególnych fazach?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			
30.	Czy system zarządzania charakteryzuje ustrukturalizowana organizacja i zasady odpowiedzialności?	nie	
		tak	
Wyjaśnienie: Rozdział 6.1. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2 (11). Arkusz odpowiedzi

<p>Zaznacz kółkiem te numery pytań, na które w tabeli 1 (10) odpowiedziałeś „tak”. Policz liczbę zaznaczeń w poszczególnych wierszach, a wyniki wpisz do komórek w kolumnie „suma”.</p> <p>Uwaga! Wynik pokazuje, ile numerów pytań zaznaczyłeś wcześniej kółkiem. Wystarczy policzyć, ile razy w poszczególnym wierszu znajduje się zakreślenie (oznaczające odpowiedź „tak” w tabeli 1 (10)). W żadnym wypadku nie dodawaj do siebie numerów zaznaczonych pytań, np. 1+3+6... itd.</p>											
										suma	stosowana strategia
2	3	5	13	14	18	22	25	26	30		Lider kosztowy
6	8	9	10	11	12	15	16	27	29		Dywersyfikacja
1	4	7	17	19	20	21	23	24	28		Koncentracja na niszys

Źródło: opracowanie własne.