**Семь правил роста для малых предприятий**

Стивен С. Литтл

Много лет я пытался найти ответ на один вопрос: в чем разница в стратегиях тех малых предприятий, что достигают значительного и постоянного роста, и тех, которым не удается развиться?

Благодаря своей должности главного консультанта в журнале Inc. magazine у меня есть уникальная возможность ежегодно опрашивать тысячи владельцев бизнеса. Мне удалось выяснить, что свода золотых правил из дюжины пунктов, гарантирующих рост компании, не существует. Однако есть семь определенных сфер, в которых компании, нацеленные на рост, концентрируют свои ресурсы.

1. Сильное чувство цели

Большинство лидеров компаний, которые достигли высоких показателей роста, обнаруживают, что для подкрепления их рвения и амбиций им требуется гораздо больше, чем просто перспективы высоких финансовых вознаграждений. Они ставят себе несравнимо более значимую цель, чем простая гонка за «длинным долларом».

2. Невероятно хорошее знание рынка

Способность организации сначала определять изменения, а потом адаптироваться к фундаментальным изменениям на рынке. Во многих случаях владельцы малых предприятий становятся недальновидными, когда они концентрируются исключительно на узком восприятии той части рынка, в которой работают. Лидеры развивающихся компаний всегда имеют перед собой общую картину.

3. Эффективное планирование роста

Это лучший показатель того, ждет ли в будущем компанию значительный рост или нет. Чтобы быть эффективным, план роста вовсе не должен быть чересчур формальным или сложным. Однако он должен быть выполнен в письменной форме, а его данные должны регулярно обновляться.

4. Клиентоориентированные бизнес-процессы

В наши дни каждая компания, с которой я общаюсь, считает, что ее бизнес-процессы ориентированы на потребителей. Однако на самом деле лишь в нескольких компаниях дела обстоят именно так. Взгляните на все бизнес-процессы в своей компании с точки зрения потребителей. Существуют ли эти процессы для того, чтобы облегчить жизнь компании, или же они помогают компании выполнять обещания, данные потребителям, и делать это быстрее, дешевле и эффективнее?

5. Сила технологий.

Успешные лидеры не позволяют технологическим бумам стать оправданием для игнорирования ими того факта, что мы живем в информационном веке. Если компания по-настоящему ведет бизнес, то это обязательно технологичный бизнес.

6. Выбор лучших и самых талантливых людей

Лидеры развивающихся компаний понимают, что они хороши лишь настолько, насколько хороши люди, с которыми они работают. Способность нанять, обучить и удержать лучших и самых талантливых людей зачастую создает грань между успехом и провалом.

7. Видение будущего

Лишь небольшая толика организаций занимается регулярным обсуждением своих будущих перспектив. Лидеры развивающихся компаний знают, что нужно неустанно заниматься мониторингом и интерпретацией макроизменений, оказывающих влияние на мир, в котором мы живем.

Перевод: Дмитрий Бабушкин