



۹۰ درصد شرکت‌ها در اجرای استراتژی‌های خود موفق نمی‌شوند. یکی از عوامل موفقیت ده درصد باقی‌مانده برای مدیریت اجرای استراتژی‌ها مفهومی تحت عنوان «هرم استراتژی» است که در ادامه معرفی می‌شود:

مفهوم هرم استراتژی که توسط «وندی مک‌گینس» مطرح شده و شامل معرفی ۹ ستون اصلی در تبیین و اجرای استراتژی است که در سه گروه کلی «هدف»، «استراتژی» و «اجرا» دسته‌بندی شده‌اند.

☒ دسته اول - هدف

(۱) ماموریت
دلیل و هدف اصلی و پایه‌ای وجود سازمان محسوب می‌شود و در پاسخ به پرسش‌هایی مانند «چرا وجود داریم؟» و «دلیل اصلی ما برای حضور در کسب و کار چیست؟» شناسایی می‌شود.

(۲) ارزش‌ها
شامل مجموعه‌ای از اصول و باورهای راهنماست که فرهنگ سازمانی و فرآیندهای تصمیم‌گیری را شکل می‌دهد و استانداردهای اخلاقی و رفتارهای مطلوب را منعکس می‌کنند.

(۳) چشم‌انداز
تصویر واضحی از وضعیت مطلوب آتی شرکت ترسیم می‌کند و در پاسخ به پرسشی مانند «می‌خواهیم در آینده کجا باشیم؟» شناسایی می‌شود.

☒ دسته دوم - استراتژی

(۴) هدف (قصد) استراتژیک
اهداف و مقاصد کلی سازمان را بیان و نتایج موردنظر و مسیر دستیابی به آنها را تعریف می‌کند.

(۵) محرك‌ها
عوامل کلیدی یا اولویت‌های راهبردی همانند گسترش بازار، نوآوری در محصول، رهبری هزینه یا تجربه مشتری هستند که پیشران حرکت سازمان در مسیر موفقیت محسوب می‌شوند.

(۶) توانمندسازها
مبین منابع، شایستگی‌ها و زیرساخت‌هایی است که برای اجرای موفق استراتژی ضروری هستند (از جمله فناوری، منابع انسانی، منابع مالی و مانند آنها).

☒ دسته سوم - اجرا

(۷) اهداف و ابتکارها
مجموعه‌ای از اهداف و ابتکارهای مشخص و قابل سنجش در راستای اهداف استراتژیک است که گام‌های عملیاتی برای پیشبرد سازمان را در بر می‌گیرد.

(۸) شاخص‌های عملکردی
مجموعه‌ای از معیارها و شاخص‌های کلیدی عملکرد را در بر می‌گیرد که برای ردیابی پیشرفت به سمت اهداف و ارزیابی اثربخشی ابتکارهای راهبردی به کار می‌روند.

(۹) نقشه استراتژی
استراتژی سازمان را به شیوه‌ای شفاف و واضح و با هدف تضمین همسویی در سرتاسر سازمان، به اشتراک می‌گذارد.



ساختار دسته‌بندی «هرم استراتژی» چارچوبی را برای رهبران شرکت‌ها فراهم می‌کند تا:

- ۱) اهداف سازمان را تبیین کنند،
- ۲) برای دستیابی به اهداف خود، مجموعه‌ای از مولفه‌های شفاف و روشن را ایجاد کنند،
- ۳) موثر عمل کنند.