

Экспресс-диагностика компании				
Дата		Балл		
Компания		0 – отсутствует или неверно 1 – есть не критичные замечания 2 – все отлично		
		0	1	2
Суть бизнеса	<b>Суть бизнеса</b> <i>Понятно ли команда описывает суть своего предложения на рынке</i>			
	<b>Ценность продуктов</b> <i>Ценность продукта в формате «проблема-выгода-решение»</i>			
	<b>Конкурентные преимущества</b> <i>Наличие у продукта характеристик, выгодно отличающих от конкурентов</i>			
	<b>Как развивается продукт</b> <i>Наличие представления о жизненном цикле продукта и компании</i>			
	<b>Клиентские профили</b> <i>Описание профилей клиентов и кейсов использования продуктов</i>			
	<b>Модели получения дохода</b> <i>Каким образом происходит монетизация, количество вариантов монетизации</i>			
	<b>Оценка и доля рынка</b> <i>Оценивают ли объемы рынка в формате TAM, SAM, SOM</i>			
	<b>Конкурентный анализ</b> <i>Наличие анализа конкурентов по целевым критериям: размер конкурента, офферы, каналы дистрибуции, прайс и т.д.</i>			
Итоговый балл за блок				
Цели и стратегия	<b>Планы-факты</b> <i>В чем измеряется эффективность, какие ставятся KPI, достигаются ли?</i>			
	<b>Планы команды</b> <i>Ставятся ли командные планы, достигаются ли</i>			
	<b>Декомпозиция</b> <i>Раскладывают ли годовую цель на составляющие в разрезе времени</i>			
	<b>План действий</b> <i>Создают ли план действий по каждой декомпозированной цели</i>			
	<b>Стратегия</b> <i>Есть ли понимание «куда идем», где и как хотим стать лидерами</i>			
	<b>Бэклог</b> <i>Наличие банка гипотез для проверки на рынке</i>			
	<b>Ключевые ограничения</b> <i>Как описывают свои ограничения, осознают ли их, работают ли с ними</i>			
	<b>Финансы</b> <i>Оценка финансового состояния в динамике (скорость генерации дохода, инвестиции, опексы)</i>			
Итоговый балл за блок				

Данные и аналитика	<b>Метрики продаж и маркетинга</b> <i>Оценка корректности сбора и использования в работе метрик продукта: MAU, ARPU, LTV и др.</i>			
	<b>Метрики в каналах</b> <i>Оценка корректности сбора и использования в работе метрик в каналах</i>			
	<b>Приоритизация</b> <i>Как оцениваются гипотезы и оценивается эффект от их реализации</i>			
Итоговый балл за блок				
Процессы маркетинга и продаж	<b>Воронка продаж и пайплайн</b> <i>Наличие оцифрованной воронки продаж, отслеживают ли этапы движения клиентов</i>			
	<b>Менеджмент</b> <i>Управление процессом в еженедельном/ежемесячном формате «план-факт»</i>			
	<b>Артефакты</b> <i>Сформирован ли и используется в работе набор артефактов: маркетинг кит, КП и др.</i>			
Итоговый балл за блок				
Команда	<b>Компетенции</b> <i>Бэкграунд команды, наличие релевантного опыта в работе с маркетингом и продажами</i>			
	<b>Мотивация и ресурсы</b> <i>Мотивация на KPI и ресурс времени, выделяемый на не рутину, в том числе на возможную нашу работу</i>			
	<b>Амбиции</b> <i>Есть ли у команды амбиции реализовать что-то, их размер</i>			
Итоговый балл за блок				

Резюме диагностической встречи:

- Что делают
- Команда
- Кто ЛПР
- Какая цель у команды
- Текущее состояние
- Текущие ограничения у команды
- Как звучит запрос, от кого
- На какие деньги развиваются (прибыль, кредит, инвестиции)
- Комментарии консультанта
- Рекомендации консультанта