

# SCALING UP

## أدوات النمو<sup>٤</sup>

أدوات ذات صفحة واحدة للتوسُّع والنموِّ في الأعمال

الأفراد: الخُطة الشخصية ذات الصفحة الواحدة  
الأفراد: مخطَّط مساءلة المراكز الوظيفية  
الأفراد: مخطَّط مساءلة الإجراءات

الاستراتيجية: ورقة عمل نقاط القوَّة ونقاط الضعف  
والاتِّجاهات  
الاستراتيجية: الطبقات السبع  
الاستراتيجية: الخُطة الاستراتيجية ذات الصفحة  
الواحدة  
الاستراتيجية: ملخَّص الرؤية

التنفيذ: مَنْ. ماذا. متى (م. م. م)  
التنفيذ: قائمة تحقُّق عادات روكفيلر

السيولة: استراتيجيات تسريع السيولة  
السيولة: قوَّة الواحد

السيولة

التنفيذ

الاستراتيجية

الأفراد



# النموذج رباعيُّ الأبعاد للتوسُّع والنموُّ الوصول نحو النتائج

طريقةٌ مُثبتةٌ لتطوُّر الأعمال ومُؤمِّها استخدمتها آلاف الشركات المتنامية لإحراز النتائج.

## ١. المحرِّك (مع المسارعات)

إرشاد- الناصحون، المستشارون، المدربون  
تعلُّم- التعليم المستمرُّ في الأعمال  
تكنولوجيا- نظام المساءلة الإداريَّة

## ٢. المتطلِّبات (التوازن)

الناس (السمعة)- الموظَّفون، العملاء، أصحاب العلاقة  
الإجراءات (الإنتاجيَّة)- صنع/شراء، بيع، حفظ السجَّلات

## ٣. الضوابط (النظام)

الأولويَّات- الأمر الأساسي  
المعلومات- الكميَّة/النوعيَّة  
تكرار الاجتماعات- يوميَّة، أسبوعيَّة، شهريَّة، ربع سنويَّة، سنويَّة

## ٤. القرارات (الأسئلة الصحيحة)

الأفراد- السعادة/المساءلة  
الاستراتيجيَّة- الدخل/النموُّ  
التنفيذ- الربح/الوقت  
السيولة- الأكسجين/الخيارات

## النتائج

السيولة  $\times 2$  - الربحيَّة  $\times 3$  - القيمة السوقيَّة  $\times 10$  - وقت أكثر!

الاسم: \_\_\_\_\_

التاريخ: \_\_\_\_\_

الثروة	الطقوس	الإنجازات	العلاقات		
				سنة -25-10 (طموحات)	الإيمان
				سنة واحدة (نشاطات)	العائلة
ابدأ	ابدأ	ابدأ	ابدأ		الأصدقاء
				90 يوماً (خطوات عمليّة)	اللياقة
توقف	توقف	توقف	توقف		الأموال الماليّة

- ١ سَمِّ الشخص المسؤول عن كلِّ مركز وظيفي.
- ٢ اطرح الأسئلة الأربعة في أسفل الصفحة في ما يتعلَّق بالأسماء التي دوَّنتها لكلِّ مركز وظيفي
- ٣ دوِّن المؤشَّرات الأساسيَّة للأداء لكلِّ مركز وظيفي
- ٤ خذ بيان الأرباح والخسائر والموازنة العامَّة (قائمة المركز الماليّ) وقائمة التدفُّقات النقديَّة، وعيِّن شخصًا يتولَّى كلَّ بند، ثمَّ استخرج النتائج والمخرجات المناسبة لكلِّ مركز وظيفي

٤ النتائج/المخرجات (بيان الأرباح والخسائر والموازنة العامَّة)	٣ مؤشَّرات الأداء الرئيسيَّة	١ الشخص المسؤول	المراكز الوظيفية
			المدير العام
			التسويق
			البحث والتطوير والابتكار
			المبيعات
			العمليات
			الخزينة
			المراقب المالي
			تكنولوجيا المعلومات
			الموارد البشرية
			التعلُّم وتطوير المواهب
			خدمة العملاء
			رؤساء الأقسام
			•
			•
			•
			•

١. أكثر من شخص واحد للمكان الواحد ٢. شخص واحد في أكثر من مكان ٣. أماكن خالية. ٤. إعادة توظيف واستخدام بحماسة؟

٢



## الاتجاهات

ما التغيرات المهمة في التكنولوجيا والتوزيع وابتكار المنتج والأسواق والمستهلك والاتجاهات الاجتماعية حول العالم والتي قد تؤثر في صناعتك ومنشأتك؟

### نقاط الضعف

ما نقاط الضعف الطبيعية للمنشأة والتي لن تتغير على الأرجح؟

### نقاط القوة/ المهارات الجوهرية

ما نقاط القوة الطبيعية للمنشأة والتي كانت مصدر نجاحك؟

كلمات تمتلكها (أفكار للمشاركة):

بيئة اختبار المنتج أو الخدمة وعود العلامة التجارية:

من/أين (العملاء الأساسيون)	ماذا (العملاء المنتجات والخدمات)	وعود العلامة التجارية	مؤشرات الأداء الرئيسية

ضمان وعد العلامة التجارية (الآلية المحفزة):

الاستراتيجية من عبارة واحدة (المفتاح الرئيسي لجني المال):

الأنشطة المُميّزة (3-5 طرق [كيف]):

عامل التمييز والأفضلية (السمة الأساسية للتوسع من 10-100):

الأهداف عالية الجسارة (أهداف من 10-25 سنة)

الريح من كل عنصر (المحرك الاقتصادي)

\*مصطلح الأهداف عالية الجسارة (BHAG) ماركة مسجلة لصالح جيم كولينز وجيري پوراس

# الاستراتيجية: الخطة الاستراتيجية من صفحة واحدة

اسم المنشأة:

الأفراد: (محركات الصيت)

المساهمون	العملاء	الموظفون
..... ١	..... ١	..... ١
..... ٢	..... ٢	..... ٢
..... ٣	..... ٣	..... ٣

الأهداف (سنة واحدة) (ماذا)	الأهداف (٣-٥ سنوات) (أين)	الغرض أو القصد (لماذا)	القيم الجوهرية/المعتقدات (ما ينبغي/ما لا ينبغي)															
<table border="1"> <tr><td>السنة المنتهية</td></tr> <tr><td>الإيرادات</td></tr> <tr><td>الربح</td></tr> <tr><td>الرسملة السوقية</td></tr> <tr><td>الهامش الإجمالي</td></tr> <tr><td>السيولة</td></tr> <tr><td>أيام حسابات مدينة</td></tr> <tr><td>الأيام في المخزون</td></tr> <tr><td>الإيرادات لكل موظف</td></tr> </table>	السنة المنتهية	الإيرادات	الربح	الرسملة السوقية	الهامش الإجمالي	السيولة	أيام حسابات مدينة	الأيام في المخزون	الإيرادات لكل موظف	<table border="1"> <tr><td>التاريخ المستقبلي</td></tr> <tr><td>الإيرادات</td></tr> <tr><td>الربح</td></tr> <tr><td>الرسملة السوقية/السيولة</td></tr> </table> <p>بيئة الاختبار</p>	التاريخ المستقبلي	الإيرادات	الربح	الرسملة السوقية/السيولة				
السنة المنتهية																		
الإيرادات																		
الربح																		
الرسملة السوقية																		
الهامش الإجمالي																		
السيولة																		
أيام حسابات مدينة																		
الأيام في المخزون																		
الإيرادات لكل موظف																		
التاريخ المستقبلي																		
الإيرادات																		
الربح																		
الرسملة السوقية/السيولة																		
<p><b>مبادرات رئيسية</b> أهداف على مدى سنة واحدة</p> <table border="1"> <tr><td>1</td></tr> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>5</td></tr> </table>	1	2	3	4	5	<p><b>الدافعات الأساسية/المقدرات</b> أولويات على مدى ٣-٥ سنوات</p> <table border="1"> <tr><td>1</td></tr> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>5</td></tr> </table>	1	2	3	4	5	<p><b>أفعال</b> تجسيد القيم، المقاصد، الأهداف عالية الجسارة</p> <table border="1"> <tr><td>1</td></tr> <tr><td>2</td></tr> <tr><td>3</td></tr> <tr><td>4</td></tr> <tr><td>5</td></tr> </table>	1	2	3	4	5	
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
<p>الرقم الأساسي: الأفراد</p> <p>■ ■ ■ ما بين الأخضر والأحمر ■</p>	<p>مؤشرات الأداء الرئيسية لوعده العلامة التجارية</p>	<p>الربح لكل محرك اقتصادي</p>																
<p>الرقم الأساسي: العمليات</p> <p>■ ■ ■ ما بين الأخضر والأحمر ■</p>	<p>وعود العلامة التجارية</p>	<p>الأهداف عالية الجسارة</p>																

نقاط الضعف

- ..... ١  
..... ٢  
..... ٣

نقاط القوة/ الكفاءات الجوهرية

- ..... ١  
..... ٢  
..... ٣

BHAG is a Registered Trademark of Jim Collins and Jerry Porras.

## الإجراء: (محرّكات الإنتاجية)

اصنع/اشتر

بع

حفظ السجلات

..... ١	..... ١	..... ١
..... ٢	..... ٢	..... ٢
..... ٣	..... ٣	..... ٣

مُساءلتك (من/متى)	الموضوع (أو المحور) (ربعي/سنوي)	الأفعال (ربعية) (كيف)																										
<p>المؤشرات الأساسية لأدائك</p> <table border="1"> <tr> <td>الهدف</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3</td> </tr> </table> <p>أولوياتك الربعية</p> <table border="1"> <tr> <td>الاستحقاق</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4</td> </tr> <tr> <td></td> <td>5</td> </tr> </table>	الهدف	1		2		3	الاستحقاق	1		2		3		4		5	<p>الموعد النهائي</p> <p>هدف قابل للقياس/رقم أساسي</p> <p>اسم الموضوع</p> <p>تصميم لوحة النتائج</p> <p>صف وأو ارسم تصميمك في هذه المساحة</p>	<p>ربع السنة</p> <p>الإيرادات</p> <p>الربح</p> <p>الرسملة السوقية</p> <p>الهامش الإجمالي</p> <p>السيولة</p> <p>أيام حسابات مدينة</p> <p>الأيام في المخزون</p> <p>الإيرادات لكل موظف</p> <p>صخور</p> <p>أولويات ربعية</p> <table border="1"> <tr> <td>مَن</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4</td> </tr> <tr> <td></td> <td>5</td> </tr> </table>	مَن	1		2		3		4		5
الهدف	1																											
	2																											
	3																											
الاستحقاق	1																											
	2																											
	3																											
	4																											
	5																											
مَن	1																											
	2																											
	3																											
	4																											
	5																											

<p>الرقم الأساسي: الأفراد</p> <p>■</p> <p>■</p> <p>■ ما بين الأخضر والأحمر</p> <p>■</p>	<p>الاحتفال</p>	<p>الرقم الأساسي: الأفراد</p> <p>■</p> <p>■</p> <p>■ ما بين الأخضر والأحمر</p> <p>■</p>
<p>الرقم الأساسي: العمليات</p> <p>■</p> <p>■</p> <p>■ ما بين الأخضر والأحمر</p> <p>■</p>	<p>المكافأة</p>	<p>الرقم الأساسي: العمليات</p> <p>■</p> <p>■</p> <p>■ ما بين الأخضر والأحمر</p> <p>■</p>

## الاتجاهات

..... ٤	..... ١
..... ٥	..... ٢
..... ٦	..... ٣

وعود العلامة التجارية	الغرض (القصـد)	القيم الجوهرية
<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; display: inline-block;"> <p><b>الأهداف عالية الجسارة</b></p> </div>		
استراتيجية		أولويات
ربع سنة	سنة	3-5 سنوات

اسمك \_\_\_\_\_

الاستحقاق	أولوياتك الربعية	الرقم الأساسي: الأفراد	الهدف	المؤشرات الأساسية لأدائك
	1			1
	2			2
	3			
	4			3
	5			

مَنْ

ماذا

متى

١. فريق تنفيذي متوائم وصحيح البنية.
  - يفهم أعضاء الفرق المختلفة الاختلافات والأولويات والأساليب ما بينهم
  - كثيرًا ما يجتمع الفريق (الأفضل أسبوعيًا) للتخطيط الاستراتيجي.
  - يُشارك الفريق في التعليم التنفيذي المستمر (الأفضل شهريًا).
  - يستطيع الفريق أن يخرط في مناقشات بناءً، ويشعر كل الأعضاء بالراحة للمشاركة.
٢. الكل متوائم مع أهم شيء يجب إنجازه في رُبع السنة الحالي من أجل تقدّم المنشأة.
  - يُحدّد الرقم الأساسي لتقدّم المنشأة في ربع السنة الحالي.
  - تُحدّد ٣-٥ أولويات (صخور) تدعم الرقم الأساسي في ربع السنة الحالي.
  - يُعلّن الموضوع ربع السنوي مع الاحتفال/المكافأة لجميع الموظفين بغية إحياء الرقم الأساسي.
  - يُنشر الموضوع والرقم الأساسي لربع السنة في كافة أنحاء الشركة، ويعي الموظفون التقدّم أسبوعيًا.
٣. إرساء إيقاع للتواصل بحيث تنتقل المعلومات في المنشأة بدقة وسرعة.
  - يجتمع كل الموظفين يوميًا مدة ١٥ دقيقة على الأكثر.
  - يجتمع كل الفرق أسبوعيًا.
  - يجتمع المديرين التنفيذيين ومديرو الإدارة الوسطى شهريًا في يوم للتعلّم، لحلّ المشكلات الكبرى، وتقلّ التركيبة الأساسية (الخمض النووي).
  - يجتمع الفريقان التنفيذي والأوسط خارج مكان العمل للتباحث في القرارات الأربع، سنويًا وكل ربع سنة.
٤. لكل ناحية في المنشأة شخص مسؤول ومساءل عن ضمان تحقيق الأهداف.
  - يعبأ مخطّطُ مساءلة المراكز الوظيفية (الأفراد المناسبون الذين يعملون الأمور المناسبة على نحو مناسب).
  - تجري مشاركة الأفكار الثاقبة من محادثات الموظفين في الاجتماع التنفيذي الأسبوعي.
  - هناك فردٌ مخصّص للإجراءات الأربعة إلى تسعة في مخطّط مساءلة الإجراءات.
  - هناك خبيرٌ مخصّص للدفاعات/القدرات الرئيسية في المجلس الاستشاري إذا لم توجد الخبرة داخليًا.
٥. التجميع المستمر لمداخلات الموظفين من أجل تحديد الفرص والعوائق.
  - يجب أن يكون للمديرين التنفيذيين (ومديري الإدارة الوسطى) محادثة إبدأ/توقّف/احتفظ مع موظفٍ واحدٍ على الأقل أسبوعيًا.
  - هناك فردٌ مخصّص لكل فقرة من فقرات القوائم المالية.
  - تُجمّع مدخلات الموظفين حول العوائق والفرص أسبوعيًا.
  - هناك فريق من الإدارة الوسطى مسؤول عن جمع التقارير حول كافة العوائق والفرص.
٦. رفع التقارير وإجراء التحليل للتغذية الراجعة من العملاء بالتردّد ودقّة المعلومات المالية ذاتهما.
  - يجب أن يكون لكلّ التنفيذي (ومديري الإدارة الوسطى) المحادثة المكوّنة من أربعة أسئلة مع مستخدم نهائي واحدٍ على الأقل أسبوعيًا.
  - تجري مشاركة الأفكار الثاقبة من محادثات العملاء في الاجتماع التنفيذي الأسبوعي.
  - جميع الموظفين منخرطون في جمّع المعلومات من العملاء.
  - هناك فريق من الإدارة الوسطى مسؤول عن إجراء جمّع التقارير حول التغذية الراجعة من العملاء.
٧. يجب أن يكون الغرض والقيم الجوهرية "حيّة" في المنشأة.
  - تُكتشف القيم الجوهرية، ويوضّح الغرض، ويُعرّف الموظفون بهما.
  - يرجع كلّ التنفيذي ومديري الإدارة الوسطى إلى القيم والغرض لدى تقديم الثناء أو التوبيخ.
  - تتواءم أنظمة الموارد البشرية والأنشطة مع القيم الجوهرية والغرض (التعيين والتوجيه وتقويم الأداء والتقدير... إلخ).
  - يجري تحديد الأفعال وتطبيقها في كل ربع سنة لتعزيز القيم الجوهرية والغرض في المنشأة.
٨. يمكن أن يوضّح موظفوك المكوّنات الرئيسية الآتية لاستراتيجية الشركة.
  - هدف عالي الجسارة- تقدّم مرئي ومرصود.
  - العملاء الجوهريون- تُكتب بُدّة عنهم في نحو ٢٥ كلمة.
  - ٣ وعود للعلامة التجارية- مع مؤشرات أداء رئيسية لتحقيق تلك الوعود، وبتقارير أسبوعية.
  - حديث المصعد- جواب مكثّف وسريع عن السؤال: "ماذا تفعل شركتك؟".
٩. يمكن أن يجيب جميع الموظفين كميًا ما إذا أمضوا يومهم أو أسبوعهم جيّدًا (عمود ٧ من الخطة الاستراتيجية من صفحة واحدة).
  - يجري إعداد تقرير أسبوعي حول مؤشر رئيسي للأداء أو اثنين لكل دور/موظف.
  - لدى كل موظف رقم أساسي يتواءم مع الرقم الأساسي للشركة لربع السنة (خطّ بصري واضح).
  - لدى كل فرد/فريق ما ٣ و ٥ أولويات ربع سنوية/صخور تتواءم مع تلك التي للشركة.
  - لدى كل المديرين التنفيذيين ومديري الإدارة الوسطى مرشد (أو زميل مرشد) للمساءلة حول تغيّرات السلوك.
١. خُطّط الشركة وأداؤها واضحة ومرئية للجميع.
  - إنشاء "غرفة عمليّات" واقعية أو افتراضية، للاجتماعات الأسبوعية.
  - نشر القيم الجوهرية والغرض والأوليات وعرضها في كافة أرجاء الشركة.
  - تعليق لوحات النتائج في كل مكان مبيّنة تقدّم مؤشرات الأداء الرئيسية والأرقام الأساسية.
  - هناك نظام لرصد الأولويات المتعاقبة، ومؤشرات الأداء الرئيسية وإدارتها.



تحسين نموذج العمل وبيان الربح والخسارة	إزالة الأخطاء	تقصير المدّة الزمنيّة للدورة
--	---------------	------------------------------

## طرق لتحسين دورة المبيعات (A)

1	2	3	4	5

## طرق لتحسين دورة صناعة/إنتاج ومخزون (B)

1	2	3	4	5

## طرق لتحسين دورة التسليم (C)

1	2	3	4	5

## طرق لتحسين دورة الفوترة والدفع (D)

1	2	3	4	5

هامش الأرباح قبل  
الفوائد والضرائب

صافي التدفُّق النقديّ

قوّة الواحد خاصّتك

وضعك الحاليّ

الأثر في هامش الأرباح  
قبل الفوائد والضرائب

الأثر السنوي في التدفُّق  
النقديّ

التغيير الذي ترغب في  
إحداثه

قوّة الواحد خاصّتك

الزيادة في السعر

%

الزيادة في الحجم

%

التقليل من تكلفة البضائع المباعة

%

التقليل من النفقات العامّة

%

التقليل من أيّام المدينين

اليوم  
(الأيّام)

التقليل من أيّام المخزون

اليوم  
(الأيّام)

الزيادة في أيّام الدائنين

اليوم  
(الأيّام)

أثر قوّة الواحد خاصّتك

هامش الأرباح قبل  
الفوائد والضرائب

صافي التدفُّق النقديّ

قوّة الواحد خاصّتك

وضعك المُعدّل

## 3 SUGGESTED PRIORITIES FOR SCALING YOUR BUSINESS

1. Sign up for Verne Harnish's "Weekly Insights" to receive the latest in ideas, tools, and techniques for growing your business.
2. Download copies of the **One-Page Strategic Plan** and other One-Page tools.
3. Access, on *scalingup.com*, short "Growth Guy" articles offering practical tips on setting up advisory boards, daily huddles for sales people, and 75 other topics.



Go to **www.ScalingUp.com**



## SCALING UP SCOREBOARD

The Official Software Tool for Implementing Scaling Up.

### Scale 2x faster:

Companies using the software typically see a **2x increase in number of priorities completed** after 12 months.



Run Daily and Weekly Huddles.



Your hub for your One Page Strategic Plan and other growth tools.



Cascade priorities and track KPI progress.



Power of One and Cash Acceleration Strategies.

Request a demo at [scalingup.com/software](http://scalingup.com/software) or call 888.315.4049

## DRIVE CULTURE. DELIVER KNOWLEDGE. REWARD RESULTS.



- Effective and inexpensive training program
- Increase your team's human capital
- Reward your employees for reading relevant books

When individual team members learn and grow, the entire company learns and grows.

For more info visit [betterbookclub.com](http://betterbookclub.com)

## SCALING UP COACHES

Our coaches use the **Scaling Up (Rockefeller Habits 2.0)** tools to help leadership teams align their decisions and actions around **People, Strategy, Execution and Cash**, based on proven best practices.

"Recordsforce has been using Scaling Up for a year and a half and we love it! It has made an amazing difference for me as CEO to have a real methodology for running my business."

— Bill Becker, President

### PEOPLE

Become a magnet for A-players, increase accountability, and boost performance.

### STRATEGY

Align your values, be honest about your SWTs, and develop a 3 to 5 year strategy to catapult growth.

### EXECUTION

Drive flawless execution into your organization and fine-tune processes to run without drama.

### CASH

Streamline cash flow to fuel growth and tighten your sales cycle to keep cash reserves healthy.

LET US CONNECT YOU WITH YOUR SCALING UP CERTIFIED COACH!



To get started, email us at: [coaching@ScalingUp.com](mailto:coaching@ScalingUp.com)

## Transform your organization into a SCALING UP MACHINE!

Be a part of the next online class of **75 selected leaders** who, within 3 months, will remodel their company's operations with the guidance of **Verne Harnish & Scaling Up Coaches**.

Join the next class at [scaleupu.com](http://scaleupu.com)



ملاحظات

ملاحظات

ملاحظات

ملاحظات

**SCALING UP**  
A GAZELLES COMPANY

