

# SCALING UP GROWTHTOOLS™

STRUMENTI PER FAR CRESCERE L'AZIENDA, IN UNA PAGINA!

- **PERSONE:** Piano personale di una pagina
  - PERSONE:** Tabella delle responsabilità di funzione (FACe)
  - PERSONE:** Tabella delle responsabilità di processo (PACe)
- **STRATEGIA:** Punti di forza, Debolezze, Tendenze (SWT)
  - STRATEGIA:** 7 Strati
  - STRATEGIA:** Piano strategico di una pagina
  - STRATEGIA:** Sintesi della visione
- **ESECUZIONE:** Chi, Cosa, Quando (WWW)
  - ESECUZIONE:** Rockefeller Habits Checklist™
- **LIQUIDITÀ:** Strategie di accelerazione della liquidità (CASH)
  - LIQUIDITÀ:** Il potere del Numero 1

PERSONE

STRATEGIA

ESECUZIONE

LIQUIDITÀ

# Struttura 4D di Scaling Up Ottenere risultati

Un metodo comprovato per far crescere l'impresa, utilizzato da migliaia di aziende in crescita per ottenere ***RISULTATI***.

## 1 Fattori di accelerazione

Coaching – consiglieri, consulenti, coach  
 Apprendimento – educazione continua in ambito commerciale (EBC)  
 Tecnologia – Sistema delle responsabilità di gestione

## 2 Richieste (equilibrio)

Persone (reputazione) – dipendenti, clienti, azionisti  
 Processo (produttività) – fare/acquistare, vendere, Conservare la documentazione

## 3 Discipline (routine)

Priorità – la cosa più importante  
 Dati/parametri – qualitativi/quantitativi  
 Cadenza delle riunioni – giornaliera, settimanale, mensile, trimestrale, annuale

## 4 Decisioni (domande giuste)

Persone – felicità/responsabilità  
 Strategia – ricavi/crescita  
 Esecuzione – utile/tempo  
 Liquidità – ossigeno/opzioni

## ! Risultati

**2x flusso di cassa • 3x redditività • 10x valutazione • più tempo!**

Nome: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

		Relazioni	Risultati ottenuti	Rituali	Ricchezza (\$)
Fede	10-25 anni (aspirazioni)				
Famiglia	1 anno (attività)				
Amici		Iniziare	Iniziare	Iniziare	Iniziare
Fitness	90 giorni (azioni)				
		Smettere	Smettere	Smettere	Smettere
Finanze					

- 1 Nomina la persona responsabile di ogni funzione
- 2 Poni le quattro domande a fondo pagina in riferimento a: quale/i nome/i hai elencato per ogni funzione.
- 3 Elenca gli Indicatori chiave di performance (KPI) per ogni funzione
- 4 Prendi il conto economico (CE), lo stato patrimoniale (SP) e il rendiconto finanziario e assegna una persona a ogni voce, poi ricava risultati/esiti appropriati per ogni funzione.

Funzioni	1 Persona Responsabile	3 Indicatori principali (Indicatori chiave di performance)	4 Risultati/esiti (per voci CE o SP)
Capo azienda			
Marketing			
R&S/innovazione			
Vendite			
Gestione operativa			
Tesoreria			
Controller			
Information technology			
Risorse umane			
Sviluppo talenti/formazione			
Tutela del cliente			
Responsabili delle business unit			
• _____			
• _____			
• _____			
• _____			

2 Individua: 1. più di 1 persona in una posizione; 2. persona in più di 1 posizione; 3. posizioni vuote; 4. Li assumeresti di nuovo con entusiasmo?



## Tendenze

Quali sono i cambiamenti significativi nelle tendenze sociali, tecnologiche, di distribuzione, innovazione del prodotto, mercati, consumatori a livello mondiale che possono influenzare la tua azienda e la tua organizzazione?

## Punti di forza/ Competenze distintive

Quali sono le forze intrinseche dell'azienda all'origine del tuo successo?

## Debolezze

Quali sono le debolezze intrinseche dell'azienda che è improbabile che cambino?

**Parole che possiedi (Mindshare):****Sandbox e promesse del marchio:**

Chi/Dove (clienti principali)	Cosa (prodotti e servizi)	PROMESSE DEL MARCHIO	KPI

**Garanzia della promessa del marchio (meccanismo catalitico)****Strategia in una FRASE (strumento chiave per fare soldi)****Differenziare le attività (3-5 Come)****X Factor (10x-100 x vantaggio sottostante)****Utile/X (motore economico)****BHAG® (obiettivo a 10-25 anni)**

--	--

*\*BHAG è un marchio registrato di Jim Collins e Jerry Porras*

## Persone (che influenzano la reputazione)

*Dipendenti*

*Clients*

*Shareholders Azioni*

- |          |          |          |
|----------|----------|----------|
| 1. _____ | 1. _____ | 1. _____ |
| 2. _____ | 2. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 3. _____ | 3. _____ |

VALORI/CONVINZIONI DISTINTIVE (devo/non devo)	SCOPO (perché)	TARGET (3-5 anni) (dove)	OBIETTIVI (1 anno) (cosa)																														
		<table border="1"> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table> <p style="text-align: center;"><b>Sandbox</b></p>									<table border="1"> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>																						
	<p style="text-align: center;"><b>Azioni</b> <i>Vivere i valori, scopi, BHAG®</i></p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td> </td></tr> <tr><td>2</td><td> </td></tr> <tr><td>3</td><td> </td></tr> <tr><td>4</td><td> </td></tr> <tr><td>5</td><td> </td></tr> </table>	1		2		3		4		5		<p style="text-align: center;"><b>Input/Capacità chiave</b> <i>Priorità a 3/5 anni</i></p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td> </td></tr> <tr><td>2</td><td> </td></tr> <tr><td>3</td><td> </td></tr> <tr><td>4</td><td> </td></tr> <tr><td>5</td><td> </td></tr> </table>	1		2		3		4		5		<p style="text-align: center;"><b>Iniziative chiave</b> <i>Priorità a 1 anno</i></p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td> </td></tr> <tr><td>2</td><td> </td></tr> <tr><td>3</td><td> </td></tr> <tr><td>4</td><td> </td></tr> <tr><td>5</td><td> </td></tr> </table>	1		2		3		4		5	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	
	<p><b>Utile per X</b></p>	<p><b>KPI delle promesse del marchio</b></p>	<p><b>N. critico: persone o SP</b></p> <p> <input type="checkbox"/> <span style="color: green;">■</span>  <input type="checkbox"/> <span style="color: yellow;">■</span>  <input type="checkbox"/> <i>tra il verde e il rosso</i>  <input type="checkbox"/> <span style="color: red;">■</span> </p>																														
	<p><b>BHAG®</b></p>	<p><b>Promesse del marchio</b></p>	<p><b>N. critico: processo o CE</b></p> <p> <input type="checkbox"/> <span style="color: green;">■</span>  <input type="checkbox"/> <span style="color: yellow;">■</span>  <input type="checkbox"/> <i>tra il verde e il rosso</i>  <input type="checkbox"/> <span style="color: red;">■</span> </p>																														

Punti di forza/Competenze distintive:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Debolezze:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

BHAG è un marchio registrato di Jim Collins e Jerry Porras

Nome: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

**Processo** (fattori di produttività)

*Fare/acquistare*
*Vendere*
*Registrare*

- |          |          |          |
|----------|----------|----------|
| 1. _____ | 1. _____ | 1. _____ |
| 2. _____ | 2. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 3. _____ | 3. _____ |

AZIONI (TRIMESTRALE) (come)	TEMA (TRIMESTRALE/ANNUALE)	LA TUA RESPONSABILITÀ (chi/quando)																																																																																		
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50px; height: 20px;"></td><td style="width: 50px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 50px; height: 20px;"></td><td style="width: 50px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 50px; height: 20px;"></td><td style="width: 50px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 50px; height: 20px;"></td><td style="width: 50px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 50px; height: 20px;"></td><td style="width: 50px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 50px; height: 20px;"></td><td style="width: 50px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 50px; height: 20px;"></td><td style="width: 50px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 50px; height: 20px;"></td><td style="width: 50px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 50px; height: 20px;"></td><td style="width: 50px; height: 20px;"></td></tr> </table> <p style="text-align: center;"><b>Scogli</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50px;"></th> <th style="width: 50%; text-align: center;">Priorità trimestrali</th> <th style="width: 50px; text-align: center;">Chi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td style="text-align: center;">1</td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3</td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">4</td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">5</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>																				Priorità trimestrali	Chi	1			2			3			4			5			<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Scadenza:</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Target misurabile/N. critico</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="height: 40px;"></td> </tr> </table> <p style="text-align: center;"><b>Nome del tema</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Design del tabellone</b>  <i>Descrivi e/o schematizza il tuo design in questo spazio</i></p>	Scadenza:		Target misurabile/N. critico				<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50px;"></th> <th style="width: 40%; text-align: center;">I tuoi KPI</th> <th style="width: 10%;"></th> <th style="width: 10%; text-align: center;">Obiettivo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td style="text-align: center;">1</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">2</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><i>Le tue priorità trimestrali</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50px;"></th> <th style="width: 70%;"></th> <th style="width: 10%;"></th> <th style="width: 10%; text-align: center;">Debiti</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td style="text-align: center;">1</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">2</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">4</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">5</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>		I tuoi KPI		Obiettivo	1				2				3							Debiti	1				2				3				4				5			
	Priorità trimestrali	Chi																																																																																		
1																																																																																				
2																																																																																				
3																																																																																				
4																																																																																				
5																																																																																				
Scadenza:																																																																																				
Target misurabile/N. critico																																																																																				
	I tuoi KPI		Obiettivo																																																																																	
1																																																																																				
2																																																																																				
3																																																																																				
			Debiti																																																																																	
1																																																																																				
2																																																																																				
3																																																																																				
4																																																																																				
5																																																																																				
<p><b>N. critico: persone o SP</b></p> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #006400; border: 1px solid black;"></span></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #9ACD32; border: 1px solid black;"></span></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #FFD700; border: 1px solid black;"></span> <i>tra il verde e il rosso</i></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #FF0000; border: 1px solid black;"></span></div> </div>	<p style="text-align: center;"><b>Celebrazione</b></p>	<p><b>N. critico: persone o SP</b></p> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #006400; border: 1px solid black;"></span></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #9ACD32; border: 1px solid black;"></span></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #FFD700; border: 1px solid black;"></span> <i>tra il verde e il rosso</i></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #FF0000; border: 1px solid black;"></span></div> </div>																																																																																		
<p><b>N. critico: processo o CE</b></p> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #006400; border: 1px solid black;"></span></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #9ACD32; border: 1px solid black;"></span></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #FFD700; border: 1px solid black;"></span> <i>tra il verde e il rosso</i></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #FF0000; border: 1px solid black;"></span></div> </div>	<p style="text-align: center;"><b>Ricompensa</b></p>	<p><b>N. critico: processo o CE</b></p> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #006400; border: 1px solid black;"></span></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #9ACD32; border: 1px solid black;"></span></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #FFD700; border: 1px solid black;"></span> <i>tra il verde e il rosso</i></div> <div><span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #FF0000; border: 1px solid black;"></span></div> </div>																																																																																		

Tendenze

- |          |          |
|----------|----------|
| 1. _____ | 4. _____ |
| 2. _____ | 5. _____ |
| 3. _____ | 6. _____ |

VALORI DISTINTIVI	SCOPO	PROMESSE DEL MARCHIO
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; display: inline-block; background-color: white;"> <b>BHAG</b> </div>		
PRIORITÀ	STRATEGICHE	
3-5 anni	1 anno	Trimestre

il tuo nome: \_\_\_\_\_

I tuoi KPI		Obiettivo	Le tue priorità trimestrali		Debiti
1			1		
2			2		
3			3		
			4		
			5		

**N. critico: persone o SP**

*tra il verde e il rosso*

---

**N. critico: processo o CE**

*tra il verde e il rosso*

BHAG è un marchio registrato di Jim Collins e Jerry Porras



## 1. Il team dei dirigenti è solido e allineato.

- I membri del team comprendono le differenze, le priorità e lo stile l'uno dell'altro.
- Il team si incontra frequentemente (meglio se settimanalmente) per riflettere sulla strategia.
- Il team partecipa a corsi di formazione aziendale (consigliati su base mensile).
- Il team è in grado di dar vita a dibattiti costruttivi e tutti i membri partecipano e sono a proprio agio.

## 2. Tutti sono allineati con l'obiettivo n. 1 che deve essere conseguito nel trimestre perché l'azienda possa avanzare.

- Si identifica il numero critico per fare avanzare l'azienda nel trimestre.
- Si identificano e classificano 3-5 priorità (scogli) che supportano il numero critico per il trimestre.
- Si annunciano un tema trimestrale e un'attività celebrativa/ricompensa per tutti i dipendenti che raggiungono il numero critico.
- Il tema trimestrale/il numero critico vengono affissi all'interno dell'azienda e i dipendenti sono informati dei progressi ogni settimana.

## 3. Si stabilisce una cadenza delle comunicazioni e il flusso di informazioni in azienda è preciso e rapido.

- Tutti i dipendenti partecipano ogni giorno a una riunione di massimo 15 minuti.
- Tutti i team hanno una riunione settimanale.
- La dirigenza e i manager intermedi si incontrano ogni mese per un giorno di formazione, risoluzione di problemi importanti e trasferimento del DNA.
- Trimestralmente e annualmente, la dirigenza e i manager intermedi si incontrano fuori sede per lavorare sulle 4 decisioni.

## 4. Ogni aspetto dell'organizzazione ha una persona assegnata, responsabile di assicurarsi che gli obiettivi vengano raggiunti.

- Viene completata la Tabella delle responsabilità di funzione (FACe) (le persone giuste, che fanno la cosa giusta, nel modo giusto).
- Nei bilanci d'esercizio c'è una persona assegnata a ogni voce.
- Ognuno dei 4-9 processi della Tabella delle responsabilità di processo (PACe) ha un suo responsabile.
- Ogni Input/Capacità chiave di 3-5 anni ha un esperto corrispondente nel comitato consultivo, se non esiste un esperto interno.

## 5. Si raccolgono i suggerimenti dei dipendenti per identificare ostacoli e opportunità.

- Tutti i dirigenti (e i manager intermedi) hanno un incontro con almeno un dipendente a settimana che verta sugli argomenti 'iniziare/smettere/continuare'.
- I dati ricavati dagli incontri con i dipendenti sono condivisi durante la riunione settimanale del team dirigenziale.
- Eventuali suggerimenti dei dipendenti in merito a ostacoli e opportunità vengono raccolti settimanalmente.
- Un team di manager intermedi è responsabile della chiusura del cerchio su tutti gli ostacoli e le opportunità.

## 6. I report e l'analisi dei dati sulle opinioni della clientela sono frequenti e accurati come i dati finanziari.

- Tutti i dirigenti (e i manager intermedi) hanno un incontro che verte sulle 4 domande chiave con almeno un cliente alla settimana.
- I dati emersi dagli incontri con il cliente vengono condivisi durante le riunioni settimanali del team dirigenziale.
- Tutti i dipendenti sono coinvolti nella raccolta dei dati del cliente.
- Un team di manager intermedi è responsabile del follow up per tutti i feedback ricevuti dai clienti.

## 7. I Valori distintivi e lo Scopo sono "vivi" nell'organizzazione.

- Si scoprono i Valori distintivi, si articola lo Scopo, e tutti i dipendenti ne sono a conoscenza.
- Tutti i dirigenti e i manager intermedi fanno riferimento ai Valori distintivi e allo Scopo quando elogiano o rimproverano.
- I processi e le attività di HR si allineano ai Valori distintivi e allo Scopo (assunzione, orientamento, valutazione, riconoscimento, ecc.).
- Ogni trimestre si identificano e implementano le azioni per rinforzare i Valori distintivi e lo Scopo nell'organizzazione.

## 8. I dipendenti possono spiegare accuratamente i seguenti componenti chiave della strategia aziendale.

- Big Hairy Audacious Goal (BHAG®) (grande obiettivo estremamente arduo e temerario) — il progresso è tracciato e visibile.
- Cliente(i) distintivo(i) — il relativo profilo riassunto in max 25 parole.
- 3 promesse del marchio — e i corrispondenti KPI delle promesse del marchio con report settimanale.
- Elevator Pitch — una risposta convincente alla domanda "Che cosa fa la tua azienda?"

## 9. Tutti i dipendenti possono rispondere in chiave quantitativa e dire se hanno avuto una buona giornata o settimana (colonna 7 del Piano strategico di una pagina).

- 1 o 2 Indicatori chiave di performance (KPI) vengono riferiti settimanalmente per ogni ruolo/persona.
- Ogni dipendente ha 1 numero critico che si allinea al numero critico dell'azienda per il trimestre (convergenza di vedute).
- Ogni individuo/team ha 3-5 priorità/scogli trimestrali allineati con quelli dell'azienda.
- Tutti i dirigenti e i manager intermedi hanno un coach (o coach alla pari) che segnala eventuali cambiamenti di comportamento.

## 10. I piani e le prestazioni dell'azienda sono visibili a tutti.

- Viene creata una sala operativa per riunioni settimanali (fisiche o virtuali).
- I Valori distintivi, lo Scopo e le Priorità sono affissi in tutta l'azienda.
- I tabelloni dei risultati che mostrano i progressi attuali nei KPI e nei numeri critici sono presenti in tutta l'azienda.
- C'è un sistema prefissato per tracciare e gestire il flusso di priorità e KPI.



Abbreviare i tempi del ciclo	Eliminare gli errori	Migliorare il modello di business e il CE
------------------------------	----------------------	---

## **A** Modi per migliorare il tuo ciclo di vendite

1			
2			
3			
4			
5			

## **B** Modi per migliorare il tuo ciclo di fabbricazione/produzione e magazzino

1			
2			
3			
4			
5			

## **C** Modi per migliorare il tuo ciclo di consegne

1			
2			
3			
4			
5			

## **D** Modi per migliorare il tuo ciclo di fatturazione e pagamento

1			
2			
3			
4			
5			

<b>Il tuo potere del Numero 1</b>	<b>Flusso di cassa netto \$</b>	<b>EBIT \$</b>
La tua posizione attuale		

<b>Il tuo potere del Numero 1</b>	<b>Cambiamenti che vorresti fare</b>	<b>Impatto annuale sul flusso di cassa</b>	<b>Impatto sull'EBIT \$</b>
Aumento di prezzo %	%		
Aumento di volume %	%		
Riduzione del costo del venduto %	%		
Riduzione spese generali %	%		
Riduzione giorni fatture attive	giorno/i		
Riduzione giorni di magazzino	giorno/i		
Aumento giorni fatture passive	giorno/i		

<b>L'impatto del tuo potere del Numero 1</b>		
--	--	--

<b>Il tuo potere del Numero 1</b>	<b>Flusso di cassa netto \$</b>	<b>EBIT \$</b>
La tua posizione <b>rettificata</b>		

## 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](http://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)



**SCALING UP**  
A GAZELLES COMPANY

