



עסק
הליבה

עסקים
משלימים

לא
עסקים



מעגלים אסטרטגיים

המעגל המרכזי: עסקי הליכה

במוקד הפעילות מצויים אך ורק מוצרים או שירותים בעלי זיקה חד- ערכית לייעוד החברה. שאלות המיון:

- האם המוצר (או השירות) מהווה כשלעצמו מקור לבידול דרמטי ממוצרי המתחרים?
- האם התועלת שהמוצר מספק ללקוח זהה להגדרת התועלת הכתובה במשפט הייעוד של החברה?
- מה יקרה אם נפסיק לייצר/לייבא/לספק את המוצר או השירות? האם המשמעות תהיה ירידה במחזורי המכירות (השפעה טקטית) או פגיעה במיצוב החברה (השפעה אסטרטגית)?

המעגל האמצעי: עסקים משלימים

כאן צריך להיזהר. מדד הכניסה למעגל השני של המוצרים הנו תרומה ישירה לבידול ולמימוש הייעוד. כאן אנחנו לא מדברים על זיקה ישירה אך עדיין על זיקה תורמת. לכן שאלות המיון המגדירות השתייכות למעגל המוצרים המשלימים הן:

- האם המוצר (או השירות) תורם תרומה ישירה לבידול דרמטי ממוצרי המתחרים?
- האם התועלת שהמוצר מספק ללקוח תורמת באופן ישיר ליכולת של החברה לקיים את ההבטחה הכתובה במשפט הייעוד שלה.

המעגל החיצוני: הרשימה השחורה

כל מה שלא נכלל בשתי הקבוצות הפנימיות - שייך לקבוצה השלישית המגדירה עבורנו מה אנחנו לא עושים. זו אולי הקבוצה החשובה ביותר ברשימת הגורמים המאיימים על המיקוד האסטרטגי שלנו. לכן יש לכלול בה את אותם מוצרים העלולים להיחשב בטעות כמוצרים לגיטימיים לחברה.