



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Матрица диагностики проблем равномерного роста

Визуальный фреймворк для выявления истинных причин замедления роста, выходящих за рамки конверсии.

Введение: Почему равномерный рост может быть проблемой?

Многие компании сталкиваются с ситуацией, когда рост выручки и клиентской базы замедляется или останавливается, несмотря на стабильные показатели конверсии. Это явление, которое мы называем 'плато равномерного роста', часто маскирует более глубокие проблемы, не связанные напрямую с маркетингом или продажами. Данная матрица поможет вам систематизировать анализ и выявить корневые причины, чтобы перейти от симптомов к эффективным решениям.

Цель: Определить 'узкие места' и приоритетные области для инвестиций и изменений, которые позволят возобновить устойчивый и управляемый рост.

1. Внешние факторы рынка

Контрольный вопрос	Да/Нет	Комментарии/Примеры
Появились ли новые конкуренты с инновационными продуктами или более агрессивной ценовой политикой?		Пример: Вход на рынок федерального игрока, предлагающего аналогичные услуги по демпинговым ценам.
Изменились ли макроэкономические условия (инфляция, курс валют, покупательская способность)?		Пример: Снижение реальных доходов населения, что приводит к сокращению среднего чека или отложенному спросу.
Произошли ли изменения в законодательстве или регулировании отрасли, влияющие на ваш бизнес?		Пример: Новые требования к лицензированию, ужесточение правил рекламы, изменения в налоговом кодексе.
Появились ли новые технологии или тренды, которые могут сделать ваш продукт/услугу устаревшим или менее привлекательным?		Пример: Развитие ИИ, новые материалы, изменение потребительских привычек (например, переход на онлайн-сервисы).
Изменились ли потребительские предпочтения или ожидания в вашей нише?		Пример: Рост спроса на экологичные продукты, персонализированные услуги, быструю доставку или круглосуточную поддержку.
Возникли ли проблемы с доступностью или стоимостью ключевых ресурсов/сырья на рынке?		Пример: Дефицит чипов, рост цен на логистику, уход поставщиков с рынка.

2. Внутренние ресурсы и возможности

Контрольный вопрос	Да/Нет	Комментарии/Примеры
Способно ли ваше производство/сервис обработать X% больше заказов (например, +20-30%) без потери качества?		Пример: Ограниченная мощность оборудования, нехватка производственных площадей, устаревшие технологии.
Достаточно ли квалифицированных специалистов в команде для масштабирования текущих операций или запуска новых направлений?		Пример: Отсутствие ключевых компетенций (например, в digital-маркетинге, аналитике), высокая текучесть кадров.
Имеются ли финансовые ограничения (нехватка оборотного капитала, сложности с привлечением инвестиций) для активного роста?		Пример: Высокая долговая нагрузка, отсутствие кредитных линий, неэффективное управление денежными потоками.
Ограничена ли доступность материалов, сырья или комплектующих, необходимых для увеличения объемов?		Пример: Зависимость от единственного поставщика, длительные сроки поставки, нестабильное качество.
Используются ли существующие активы (оборудование, ПО, недвижимость) на полную мощность или есть резервы?		Пример: Простаивающее оборудование, неиспользуемые лицензии ПО, пустые офисные площади.

3. Бизнес-процессы и операции

Контрольный вопрос	Да/Нет	Комментарии/Примеры
Сколько времени занимает обработка заказа/заявки от первого контакта до выполнения (от А до Я)?		Пример: Длительное согласование, многоступенчатая проверка, ручной перенос данных между системами.
Какие этапы ключевых процессов (продажи, маркетинг, доставка, обслуживание клиентов, бухгалтерия) являются ручными и требуют много времени?		Пример: Ручное формирование отчетов, переписка по email вместо CRM, отсутствие интеграции между отделами.
Есть ли 'узкие места' в операционных процессах, которые замедляют выполнение заказов или оказание услуг?		Пример: Очереди на производстве, задержки в логистике, медленная служба поддержки.
Насколько эффективно и быстро принимаются ключевые решения в компании?		Пример: Бюрократия, многоуровневое согласование, отсутствие четких полномочий.
Используются ли современные инструменты автоматизации (CRM, ERP, системы управления проектами) на полную мощность?		Пример: CRM используется только как база контактов, а не для автоматизации воронки продаж и аналитики.
Какова производительность на сотрудника в ключевых отделах? Растет ли она с ростом компании?		Пример: Выручка растет, но и штат раздувается пропорционально, без роста эффективности (HBR).

4. Продукты/Услуги и Ценностное предложение

Контрольный вопрос	Да/Нет	Комментарии/Примеры
Насколько наше предложение отличается от конкурентов? Есть ли у нас уникальное ценностное предложение?		Пример: Продукт стал 'товаром', потерял уникальность, легко заменяем аналогами.
Соответствует ли наша цена ценности, которую мы предлагаем, и рыночной ситуации?		Пример: Цена слишком высока для текущего рынка, или слишком низка, что снижает воспринимаемую ценность.
Актуален ли наш продукт/услуга для целевой аудитории? Удовлетворяет ли он их меняющиеся потребности?		Пример: Продукт не обновлялся долгое время, не учитывает новые тренды или запросы клиентов.
Как часто мы собираем обратную связь от клиентов и используем ее для улучшения продукта/услуги?		Пример: Отсутствие систематического сбора NPS, анализа отзывов, тестирования новых функций.
Есть ли потенциал для диверсификации продуктовой линейки или выхода на новые сегменты с существующими продуктами?		Пример: Можно ли предложить дополнительные услуги (апселл/кросс-селл) или адаптировать продукт для новой аудитории (B2B -> B2C).

Ключевые выводы и приоритеты

На основе ответов на вопросы выше, выделите 3-5 наиболее критичных проблем, которые, по вашему мнению, являются основными 'узкими местами' для роста. Отметьте, в каком квадранте они находятся.

Приоритетные проблемы для решения:

☐ Проблема 1:

Квадрант:

☐ Проблема 2:

Квадрант:

☐ Проблема 3:

Квадрант:

☐ Проблема 4 (опционально):

Квадрант:

☐ Проблема 5 (опционально):

Квадрант:

Следующие шаги:

1. Детализация: Для каждой из выявленных проблем проведите более глубокий анализ, чтобы понять ее масштаб и влияние.
2. Планирование: Разработайте конкретные действия и инициативы для устранения каждой проблемы, назначьте ответственных и установите сроки.
3. Мониторинг: Регулярно отслеживайте прогресс и корректируйте планы по мере необходимости. Помните, что поиск и тестирование гипотез должен стать непрерывным процессом (RocketLab).

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу



 rocketlab.bz

 [@rocketlab](https://t.me/rocketlab)