

Стратегия

Управление

Найм

ОТЧЕТ О РЕЗУЛЬТАТАХ СКОРИНГА

I Этап — Глубокая диагностика управленческой системы и целей компании.
Аудит «Точки А» (где мысейчас): План проекта _____ от 31.10.25

Scoring в рамках методологии YES EQUITY

Уровень анализа: Scoring (Pre-Scoring; Scoring; Due Diligence)

mobile

performance



МЕТОДОЛОГИЯ СКОРИНГА YES•EQUITY и логика работы с капитализацией бизнеса

Scoring – это навигационная карта роста капитализации бизнеса. Мы анализируем бизнес по 10 ключевым уровням зрелости, каждый из которых напрямую влияет на мультипликатор и инвестиционную привлекательность

[Методология YES•EQUITY](#)



10 уровней зрелости влияющих на мультипликатор (mlt):

**Мультипликатор - Это отражение управляемости, устойчивости и воспроизводимости*

Управляемость и прозрачность бизнеса	Клиентская база и долгосрочность договоров
Структура и зависимость от фаундера	Бренд, позиционирование, репутация и юр. чистота
Финансовая устойчивость	Интеллектуальная собственность, процессы
Бизнес модель, модель монетизации и юнит экономика	Продукт, технология, УТП
Масштаб, темпы роста и доля рынка	Активы и долговая нагрузка

Фокус текущего скоринга и логика этапов работы:

В рамках текущего скоринга мы фокусируемся на базовых управленческих и структурных ограничениях, поскольку именно они:

- Ограничивают рост мультипликатора
- Делают разговор об инвестициях и экзита преждевременными
- Увеличивают риск потери контроля для собственника

Приоритет этапа:

- Выстраивание управленческой команды
- Снижение операционной зависимости от фаундеров
- Повышение прозрачности управленческих решений
- Нормализация процессов принятия решений
- Подготовка базы для роста капитализации и инвестиционных сценариев

- Рост стоимости бизнеса невозможен без управляемости, прозрачности и снижения операционной зависимости от собственников. Финансовая оптимизация имеют смысл только после устранения этих ограничений.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАРТИНА БИЗНЕСА

Динамика выручки	USD/ mln	0,85		EBITDA	80,46		
		EUR/ mln	RUB/ mln		USD/ mln	EUR/ mln	RUB/ mln
2023							
2024							
2025~							

Год	Прирост YoY	Себ-ть и валовая прибыль	Рент-сть	ОРЕХ к выручке	Развитие к выручке	ФОТ к выручке	Бонусы к выручке
2023							
2024							
2025~							

Год	Налоговая нагрузка / EBITDA	Активная клиентская база	LTV
2023			
2024			
2025~			

Выводы:

- Рост выручки в 2024 году носил концентрированный характер и был обеспечен якорным клиентом. Текущая динамика отражает базовую экономику бизнеса без эффекта концентрации.
- Текущая финансовая картина отображает базовую экономику к структуре клиентского портфеля.
- Снижение EBITDA в 2025 году связано не с ростом издержек, а с инерционностью ОРЕХ при снижении выручки.
- Потенциал восстановления маржи лежит в оптимизации структуры затрат и диверсификации выручке.

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ОЦЕНКА ОПЕРАЦИОННОЙ ЗРЕЛОСТИ

Оценка по функциям показывает общее состояние каждого отдельного направления бизнеса по скоринговой системе с 10-балльной шкалой

№	Функция	Балл
1	Стратегия и цели	8,0
2	Финансы и бухгалтерия	4,0
3	Продукт / Услуга	4,0
4	Маркетинг	3,0
5	Продажи	3,0
6	Команда и HR	3,0
7	Регулярный менеджмент	3,0
8	IT и цифровая инфраструктура	3,0
9	Юридические аспекты и риски	3,0
10	Личная эффективность собственника	3,0
11	Внешние коммуникации и партнёрства	3,0
	Средний балл:	3,0



Детализация оценки [по ссылке](#)



1. СТРАТЕГИЯ И ЦЕЛИ – 2,9

В компании есть хороший потенциал поставить стратегическое управление и целеполагание на системный уровень. Возможная сложность — сопротивление от сотрудников, которые привыкли работать иначе

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
1.1.	Видение развития	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Функция “стратегического управления” ни за кем не закреплена. ▪ Описанного видения нет, есть общее представление собственников, которое нуждается в синхронизации и фиксации.
1.2.	Наличие сформулированной стратегии	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Нет стратегии достижения видения
1.3.	Цели на 12 месяцев	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Следствием отсутствия видения и стратегии стало то, что каждый отдел компании работает без целей и не понимает куда они идут, какой вклад делают в общий результат и не видят траекторию развития своей функции. Действуют интуитивно и краткосрочно. ▪ На 2025 год есть описанные цели, но команда их не знает/не помнит и не использует. Плана для достижения целей нет.
1.4.	Оцифровка показателей	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ В компании ставят примерные цели по каждому функционалу (без системной привязки к показателям), эти цели создаются на основе прошлых результатов или ставятся “большие цели” без привязки к реальности. Если цели появляются – они краткосрочны и частично связаны с реальной ежедневной работой сотрудников. Даже если создать видение, стратегию и написать цели в команде будет большое сопротивление и высок риск, что цели останутся “на бумаге”. У многих сотрудников отсутствует навык и практика ставить цели, декомпозировать их и совершать планомерные действия к их достижению. ▪ Четкие отслеживаемые показатели есть в департаменте продукта и департаменте сопровождения клиентов сроком на 1 месяц.
1.5.	Коммуникация целей внутри команды	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Команда “слышала” о целях, но не может их воспроизвести и не привязывают свою операционную деятельность к ним.
1.6.	Участие команды в формировании целей	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Сотрудники (ТОПы) частично участвуют в целеполагании, среднее управленческое звено и линейные сотрудники не принимают участие в формировании целей.
1.7.	Связь между стратегией и операционкой	1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ В команде чувствуется расфокус: нет целей, нет плана по достижению, соответственно “все делают то, что делается”.
1.8.	Связь личных целей собственника с целями компании	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Собственники отлично связывают личные финансовые цели с видением развития компании. Толчком к росту и сохранению мотивации для собственников станет создание личного видения, стратегии, постановка целей и их системная увязка со стратегией развития компании.

2. ФИНАНСЫ И БУХГАЛТЕРИЯ – 4,1

В компании есть хороший потенциал поставить финансы и сместить фокус с подсчета денег на управление ими.

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
2.1.	Наличие и качество бухгалтерского учета	7	<ul style="list-style-type: none"> Учёт настроен.
2.2.	Наличие и качество финансового учета	6	<ul style="list-style-type: none"> Компании не хватает финансового управления: уровней принятия финансовых решений, синхронизации между отделами и связи со стратегией развития компании. Запасов и подушки безопасности нет. Финансовый директор отвечает скорее за подсчет цифр, а не за управление ими.
2.3.	Наличие и качество управленческого учета	1	<ul style="list-style-type: none"> Есть непонимание что такое управленческий учет или чем отличается от финансового учета.
2.4.	Финансовое планирование и бюджетирование	1	<ul style="list-style-type: none"> Бюджетирование отсутствует. Слабая синергия между финансами и другими департаментами компании.
2.5.	Регулярность и точность отчетности	5	<ul style="list-style-type: none"> Ежемесячная отчетность.
2.6.	Оценка рентабельности и маржинальности	6	<ul style="list-style-type: none"> Маржа и рентабельность анализируется регулярно с детализацией по клиентам.
2.7.	Использование финансовых данных в стратегическом управлении	2	<ul style="list-style-type: none"> Нет регулярного стратегического управления (в том числе принятие стратегических решений на основе цифр). Много дорогих кадровых решений было принято неудачно, этим процессом никто не управляет. Нет устойчивости, сильная зависимость от клиентов (если клиент неожиданно "отвалился", вынуждены задерживать оплату платформам, что, в свою очередь влияет на кредитный лимит).
2.8.	Наличие кредиторской задолженности	5	<ul style="list-style-type: none"> Есть долги/обязательства с периодической просрочкой.
2.9.	Наличие дебиторской задолженности	4	<ul style="list-style-type: none"> Есть учёт и разовая работа с просрочкой/задержкой со стороны клиентов.

3. ПРОДУКТ – 4,9

В компании хороший и качественный продукт, внимание требует выстраивание систем вокруг клиентов (система сервиса, система обратной связи и пр.). Точкой роста может стать ответ на вопрос — как повысить LTV

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
3.1.	Линейка продуктов	4	<ul style="list-style-type: none"> Продукт соответствует ЦА, но нет стратегии по развитию и улучшению самого продукта.
3.2.	Качество продукта/услуги, LTV	5	<ul style="list-style-type: none"> Данных об LTV нет, при этом агентство попадает в рейтинги и имеет хорошую репутацию Стандарты контроля качества отсутствуют. Случается негативная обратная связь от клиента.
3.3.	Уникальное торговое предложение (УТП) - наличие и сила конкурентных преимуществ	6	<ul style="list-style-type: none"> УТП в маркетинговых материалах хорошо отражено, но никто из топов не смог его сформулировать (в том числе Sales Team Lead)
3.4.	Портрет ЦА	6	<ul style="list-style-type: none"> В настоящее время сегментируется на аудиторию, которая готова тратить от \$100k ежемесячно. Проводят анализ рынка и создают скоринговую систему оценки.
3.5.	Себестоимость и юнит-экономика	7	<ul style="list-style-type: none"> Ценообразование нелинейное, что нормально для ниши.
3.6.	Система обратной связи от клиентов	3	<ul style="list-style-type: none"> Нет системы сбора и обработки обратной связи, собирается устно на звонках с клиентами. На операционную обратную связь в конкретный проектах реагируют быстро, но не всегда её учитывают. Внутри компании есть устойчивое мнение, что участие в рейтингах и операционная обратная связь является достаточным.
3.7.	Качество постпродажного сопровождения	6	<ul style="list-style-type: none"> Функцию сервиса выполняет отдельный департамент "Клиентский сервис", а также департамент "Продаж" (разделение ситуативное). Ведется системная работа по сопровождению каждого клиента с индивидуальным подходом. От качества сопровождение клиента напрямую зависит прибыль компании и пролонгирование сотрудничества на следующий месяц.
3.8.	Путь пользователя	2	<ul style="list-style-type: none"> Путь пользователя не описан, есть общее понимание.

4. МАРКЕТИНГ – 3

Ключевая сложность – отсутствие стратегии продвижения и системной увязки между маркетингом и продажами

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
4.1.	Анализ конкурентов	4	<ul style="list-style-type: none"> Периодический сбор данных по ценам/ассортименту без анализа.
4.2.	Чёткая стратегия продвижения	3	<ul style="list-style-type: none"> Есть общее видение, но без конкретики и сроков. В компании за привлечение лидов отвечает не маркетинг, а продажи (маркетинг имеет функцию PR). На маркетинг/PR в 2025 году было потрачено 15 млн. (почти треть операционной прибыли компании), при этом никто не знает точных цифр (эффекта для продаж) и нет рефлексии.
4.3.	Генерация и обработка лидов	4	<ul style="list-style-type: none"> Лиды генерируются вручную из нескольких источников.
4.4.	Аналитика в маркетинге	2	<ul style="list-style-type: none"> Считаются только базовые показатели (подписчики, лайки) без связи с продажами.
4.5.	CAC (стоимость привлечения клиента)	1	<ul style="list-style-type: none"> CAC не считается.
4.6.	Маркетинговый бюджет (как формируется, структура, эффективность)	1	<ul style="list-style-type: none"> Бюджета нет.
4.7.	Бренд и позиционирование на рынке	6	<ul style="list-style-type: none"> Позиционирование отражает ценность, бренд узнаваем в нашей нише. В настоящий момент хотят менять позиционирование с агентства на продукт, соответственно оценка условная. PR-стратегии нет, а PR директор есть;

5. ПРОДАЖИ – 2

Ключевые точки для роста числа первичных контрактов в компании - создание плана продаж, внедрение и настройка качественной CRM, выделение отдельной должности – Директора по продажам

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
5.1.	Воронка продаж и её этапы	3	<ul style="list-style-type: none"> Этапы зафиксированы, но не используются, конверсия не считается. В компании 2 типа продаж: первые продажи (доведение до контракта) и регулярные продажи (пролонгация текущих клиентов на новый месяц).
5.2.	Цикл сделки	1	<ul style="list-style-type: none"> Цикл сделки не отслеживается.
5.3.	Планирование и прогнозирование продаж	4	<ul style="list-style-type: none"> В компании чувствуется яркая потребность в верификации лидов (вероятно это связано с целями по увеличению среднего чека), ведутся работы по созданию скоринга. Плана продаж нет и сотрудники не видят в нем необходимость. Плановые суммы по отработке контрактов прогнозируются на месяц вперед на основе прошлых продаж.
5.4.	Скрипты и стандарты продаж	1	<ul style="list-style-type: none"> Скриптов и стандартов продаж нет. В компании бытует мнение что скрипты и стандарты продаж "ограничивают творчество сотрудников".
5.5.	Средний чек	1	<ul style="list-style-type: none"> Средний чек не измеряется.
5.6.	CRM и автоматизация продаж	3	<ul style="list-style-type: none"> CRM фиксирует сделки, но автоматизация процессов отсутствует, внедряют новую CRM.
5.7.	Навыки и эффективность команды продаж	1	<ul style="list-style-type: none"> Навыки не оцениваются, обучения нет, результативность неизвестна.

6. КОМАНДА И HR – 2,9

Сотрудники компании лояльны и мотивированы расти, при этом у большей части управленческого звена отсутствует управленческий опыт, что сильно замедляет рост.

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
6.1.	Организационная структура	3	<ul style="list-style-type: none"> Есть схема (неактуальная), но без описаний зон ответственности (часть функций дублируется). Не закрыты функции: стратегическое управление, операционное управление, HR. Собственники вынуждены управлять несколькими функциями и логичным следствием становится неуправляемость и медленный рост Нет уровней принятия решений. Собственники не разделяют роли (руководитель функции и основатель). Дублируется функция sales team и account team в части сопровождения клиентов. В продукте выделили отдельное HR-направление.
6.2.	Подбор персонала	4	<ul style="list-style-type: none"> Есть базовый процесс найма, но нет системы оценки компетенций потенциальных кандидатов, не известна стоимость найма, нет воронки и пр.
6.3.	Адаптация сотрудников	2	<ul style="list-style-type: none"> Даже несмотря на текучку в команде продукта - адаптации нет, но есть ТГ-бот для новых сотрудников (не вся информация актуальна). Скорее всего ячейка масштабирования компании это связка тим лид баеров+5 баеров (но в компании не выстроен процесс найма, адаптации, обучения и удержания); рост компании без первоклассного HR будет ограничен плюс минус текущим уровнем (пока хватает операционных сил переваривать операционные процессы).
6.4.	Обучение и развитие	2	<ul style="list-style-type: none"> Разовые и точечные обучающие мероприятия без связи с оценкой персонала. Критическая точка – отсутствие управленческих компетенций у управленческого звена.
6.5.	Мотивация и удержание	3	<ul style="list-style-type: none"> Используется только финансовая мотивация в некоторых функциях, нематериальной мотивации нет и довольно ощутимая текучка персонала в некоторых функциях. Не ведется работа над вовлеченностью и удержанием сотрудников.
6.6.	Оценка персонала и его эффективность	1	<ul style="list-style-type: none"> Оценка не проводится.
6.7.	Корпоративная культура и ценности	2	<ul style="list-style-type: none"> Ценности описаны, в реальной работе не применяются. В ценностях компании указаны противоречащие друг другу ценности "партнёрство" и "конкуренция". Среди общих моментов, которые ценят сотрудники выявлена - независимость, свобода и финансовый рост.
6.8.	Командная коммуникация	6	<ul style="list-style-type: none"> Есть единый информационный центр slack, который используется от случая к случаю; команда часто общается в Телеграм. Есть периодичность встреч общих и по функциям.

7. РЕГУЛЯРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ – 2,8

Регулярный менеджмент в компании присутствует частично, рекомендуется его отладка и спуск “сверху вниз” начиная с собственников

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
7.1.	Постановка и контроль выполнения задач	1	<ul style="list-style-type: none"> Задачи фиксируются частично, контроль эпизодический.
7.2.	Планирование деятельности	4	<ul style="list-style-type: none"> Планирование на месяц (не у всех функций) и без декомпозиции. Среди команды встречается фундаментальное заблуждение: сложности с планированием объясняют невозможностью прогнозировать результат.
7.3.	Уровень делегирования	4	<ul style="list-style-type: none"> Делегирование с частичным контролем, управленческие компетенции у топ-менеджмента слабые.
7.4.	Система KPI и показателей бизнеса	1	<ul style="list-style-type: none"> KPI нет.
7.5.	Система обратной связи	4	<ul style="list-style-type: none"> Ежемесячный опрос в ТГ-боте (неизвестно что происходит с данными и анализируются ли они).

8. IT ЦИФРОВАЯ ИНФРАСТРУКТУРА – 3,3

Уровень цифровой инфраструктуры на базовом уровне, но может быть поставлен за несколько недель

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
8.1.	Систематизация и хранение управленческих документов	3	▪ Есть частичное хранилище (Google Drive, Яндекс диск и пр.), но без регламентов и структуры.
8.2.	Автоматизация процессов	3	▪ Используются отдельные автоматизированные программы или сервисы, но они живут каждый сам по себе, без обмена данными.
8.3.	Информационная и операционная безопасность	4	▪ Доступы к системам настроены, но контроль частичный.

9. ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И РИСКИ – 5

Функция на хорошем уровне, точкой внимания может быть работа с рисками и их нивелирование

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
9.1.	Соблюдение законодательства и прозрачность деятельности	6	▪ Работа полностью "в белую", но контроль и аудит не проводятся.
9.2.	Юридическая структура и документооборот	6	▪ Документы актуальны, обновляются по необходимости.
9.3.	Управление юридическими и операционными рисками	3	▪ Реагирование только на возникшие проблемы (был случай, когда работали без договора и ушли в минус 6 млн, при этом договор так и не был заключен).

10. ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОБСТВЕННИКОВ – 3,7

Личная эффективность собственников может быть достигнута за счет оптимизации оргструктуры компании и матрицы ответственностей

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
10.1.	Управление временем и приоритетами	4	<ul style="list-style-type: none">План есть, но часто нарушается.Собственники перегружены.
10.2.	Делегирование и разгрузка себя от операционки	4	<ul style="list-style-type: none">Делегированы основные процессы (но не всегда эффективным людям), и нет системы контроля и отчетности.
10.3.	Личное развитие и устойчивость к стрессу	3	<ul style="list-style-type: none">Собственники перегружены, каждый справляется по своему.

11. ВНЕШНИЕ КОММУНИКАЦИИ – 9

Инвесторов нет, работа с партнерами выстроена, новые подрядчики появляются крайне редко

№	Параметр	Оценка	Комментарий к оценке
11.1.	Взаимодействие с подрядчиками	10	<ul style="list-style-type: none">Пул проверенных подрядчиков, полностью интегрирован в бизнес-процессы, качество стабильно на высоком уровне.
11.2.	Работа с инвесторами / партнёрами	10	<ul style="list-style-type: none">Инвесторов нет
11.3.	Публичная активность и репутация	7	<ul style="list-style-type: none">Регулярная работа над публичным имиджем, участие в мероприятиях.



Должность: Финансовый директор

Стаж в компании: 3 года



Хороший исполнитель.
Потенциал руководителя не замечен

ПАРАМЕТРЫ

Ответственность

Выполняет свои обязанности, лишнего на себя не возьмет.

Дисциплина

Старается выполнять свои обязанности в срок, управленческую роль не признает.
На синхронизацию с другими отделами «нет времени».

Инициативность

Выбирает работать как есть, не стремится налаживать коммуникацию или внедрять инициативы по улучшению.

Самоорганизация

Планирует на короткий горизонт, не видит как можно планировать долгосрочно.

Стрессоустойчивость

Сохраняет хладнокровие даже в сложных ситуациях.

Гибкость

Принимает изменения, если они хорошо объяснены. Адаптируется со временем.

Обучаемость

Готов учиться, если потребуется, сам инициативу не проявит.

Производительность

Не готов как руководитель влиять на другие функции, чтобы выполнять план.
Занимает скорее пассивную позицию back office.

Коммуникабельность

Общается спокойно и корректно, иногда теряет нить разговора и прыгает с темы на тему.

Лояльность к компании

В целом позитивно относится к компании. Ценит независимость, стремится иметь мотивацию от первых лиц.



Должность: Sales Team Lead

Стаж в компании: 4 года



Хороший исполнитель.
Потенциал руководителя не замечен

ПАРАМЕТРЫ

Ответственность

Ответственный сотрудник, который старается делать свою работу хорошо.

Дисциплина

Сама себе ставит задачи и выполняет их в срок. Пожаров не возникает, но отмечает что границы рабочего дня размыты.

Инициативность

К инициативам других относится спокойно, примеряет на себя, и готова пробовать. Сама инициативу проявлять не станет.

Самоорганизация

Считает что планирование – это бюрократия. Не хочет и не видит смысла планировать.

Стрессоустойчивость

Способна сохранять спокойствие в кризисных ситуациях.

Гибкость

Гибка к новым вводным, адаптивность высокая.

Обучаемость

Считает что в своей сфере она всё знает и учиться уже нечему, что сильно ограничивает ее мировоззрение как руководителя.

Производительность

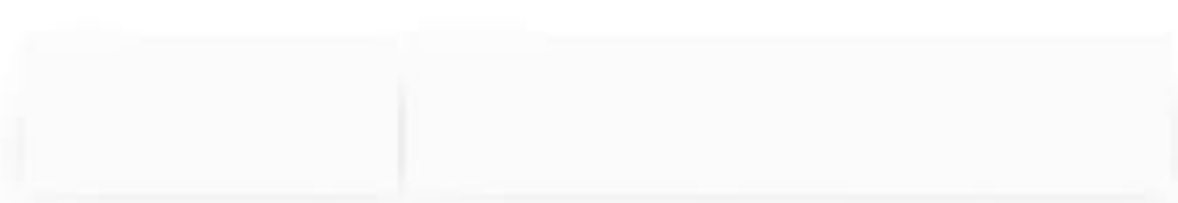
Производительность на стабильном уровне, бывают скачки и спады. Сверхусилий не прилагает.

Коммуникабельность

Тяжело идет на контакт, много слов паразитов, тяжело выстраивает диалог (возможно это издержки формата брифа).

Лояльность к компании

Лояльна к компании, ей удобно на своем месте.



Должность: AccountDirector

Стаж в компании: 3 года



Пока маленький управленческий опыт.
Первым делом подтянуть регулярный менеджмент.
Есть потенциал стать HR. Интервьюер увидел, что возможно _____ относится к типу «правильно говорю» и на практике в действиях человек не показывает поведение о котором говорит. Рекомендуется наблюдение в работе

ПАРАМЕТРЫ

Ответственность

Не требует контроля, способна сама ставить и сама закрывать задачи.

Дисциплина

Прокомментируем цитатой «умру, но сделаю».

Инициативность

Способна предлагать изменения и лидировать их внедрение (мягкий стиль реализации).

Самоорганизация

Системно планирует свою работу и следует плану.

Стрессоустойчивость

Быстро восстанавливается после кризиса, способна сглаживать углы и способствует выработке решений.

Гибкость

Способна быстро адаптироваться к любым изменениям, воспринимает нововведения как возможность.

Обучаемость

Самостоятельно ищет возможности для развития и применяет новое на практике.
Получает удовольствие от обучения.

Производительность

Достигает результата в срок и с хорошим качеством, ищет способы делать быстрее и проще.

Коммуникабельность

Чётко и спокойно доносит свои мысли, умеет слушать и понимать собеседника. Высокая эмпатичность.

Лояльность к компании

Высоко лояльный сотрудник.



Должность: PR Director

Стаж в компании: 1,5 года



Не рекомендуем оставлять на позиции руководителя направления. Если [имя] остается в позиции руководителя – критично важно освоить базовые навыки управления

ПАРАМЕТРЫ

Ответственность

Берёт задачи и старается доводить до конца, сама отслеживает результат.

Дисциплина

Бывает неаккуратна к срокам, но старается исправиться.

Инициативность

Мыслит ограничениями, а не возможностями. Крайне редко проявляет инициативу.

Самоорганизация

Планирует свою работу, использует инструменты для планирования. Самостоятельно контролирует прогресс. Планирует ситуативно и краткосрочно.

Стрессоустойчивость

Чувствительная к стрессовым ситуациям. Справляется, но эмоционально выматывается.

Гибкость

Может выполнять новое, если получает поддержку и внимание от собственников.

Обучаемость

Готова учиться, если нужно для конкретной задачи.

Производительность

Выполняет задачи стабильно. Делает много задач, но получает мало результатов.

Коммуникабельность

Умеет слушать и понимать собеседника. Спокойно и чётко доносит свои мысли. Не всегда понимает как перенести мысли в текст.

Лояльность к компании

Гордится компанией и командой.



Должность: Team leadbuying

Стаж в компании: 2 года



Привык быть «звездой» – это отличное качества для сотрудника который приносит результаты, но главная задача руководителя «растить новых звезд».

ПАРАМЕТРЫ

Ответственность

Берёт и делает.

Дисциплина

Стремится во что бы то ни стало реализовать договоренности. В крайнем случае, если сам не может, находит способы как это сделать иначе.

Инициативность

Способен инициировать изменения. В последнее время сконцентрировался на своей команде.

Самоорганизация

Оценка за самоорганизацию здесь указана на вырост. Потенциал в этом направлении есть, но из-за отсутствия управленческого опыта не реализуется.

Стрессоустойчивость

В кризисных ситуациях может действовать необдуманно, но при этом быстро. Не составляет труда менять одно на другое. Может быстро входить в конфликт, но также быстро и конструктивно из него выходить.

Гибкость

Быстро адаптируется под изменения и любит их.

Обучаемость

Готов учиться когда хватает времени. Привычки обучаться нет. Предпочитается обучаться через практику.

Производительность

Здроаво оценивает свою эффективность, объективно смотрит на ситуацию. Стремится показать результат.

Коммуникабельность

Умеет объяснить сложные вещи простым языком. Умеет слушать и слышать. Умеет подбирать слова под нужную целевую аудиторию.

Лояльность к компании

Высокая лояльность скорее к людям, чем в компании.



Должность: Recruiter

Стаж в компании: 1,5 месяца



была на позициях HRG и HR VP и осознанно пошла на понижение. Имеет четкую карьерную траекторию. В данный момент считает, что её компетенций не хватит управлять HR всей компанией

ПАРАМЕТРЫ

Ответственность

Доводит задачи до результата, сама себя контролирует. Способна признавать ошибки.

Дисциплина

Стремится всегда выполнять договорённости и держать качество. Заранее оценивает риски.

Инициативность

Замечает, что можно улучшить и реализует это. Способна лидировать инициативы и подключать к ним других людей.

Самоорганизация

Сама ставит планы и контролирует прогресс. При необходимости корректирует приоритеты.

Стрессоустойчивость

Рассудительна, способна выдерживать стрессовые ситуации и быстро возвращаться в норму.

Гибкость

Способна работать и приносить результат в быстроменяющихся условиях. Ищет решения, а не виноватых.

Обучаемость

Регулярно учится и осваивает новое. Применяет новые знания на практике.

Производительность

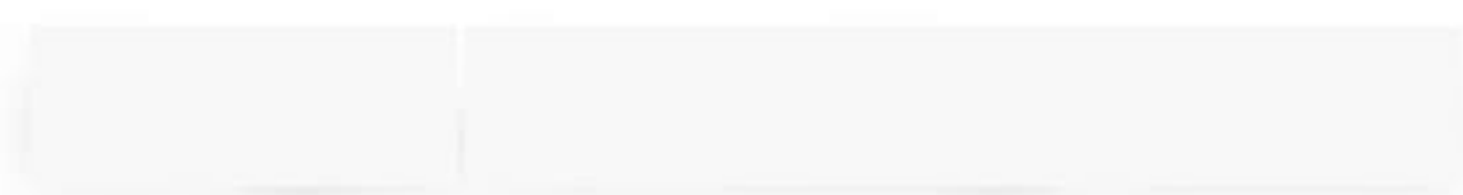
Стабильно выполняет задачи, грамотно планирует свое время.

Коммуникабельность

Способно внимательно слушать, вести диалог. Легко налаживает контакт.

Лояльность к компании

Проявляет лояльность компании, но пока еще не окрепла, так как новый член команды.



Должность: Head of Buying

Стаж в компании: 3 года



Профиль человека не соответствует позиции.
 — ледокол, а не управленец
 и не системщик. Есть предпосылки полагать,
 что . покинет компанию

ПАРАМЕТРЫ

Ответственность

Признает ошибки, не всегда доводит начатое до конца. Берет на себя ответственность.

Дисциплина

Бывает неаккуратен к срокам.

Инициативность

Действует, если видит очевидную пользу для себя.

Самоорганизация

Работает хаотично, без системы.

Стрессоустойчивость

Ищет решения, а не виноватых. Способен сохранять хладнокровие.

Гибкость

Любит меняющиеся условия и они ему необходимы для результативности.

Обучаемость

Если ему очень нужно, то сделает. Предпочитает учиться на практике.

Производительность

Может показывать хорошие результаты при внешнем контроле (но контроль не любит).

Коммуникабельность

Плохо объясняет свои мысли. Не слушает других, часто перебивает.

Лояльность к компании

Лоялен к компании, но не задумываясь уйдет, если будет интересная возможность вне стен компании.

ТЕКУЩАЯ СТОИМОСТЬ КОМПАНИИ по методологии YES•EQUITY

$$V_{total} = Base \times mlt \times d + (A - L)$$

Base – Экономическая база бизнеса

Mlt – отраслевой мультипликатор, скорректированный на зрелость бизнеса

D – коэффициент рыночной достоверности

A – L – корректировка на активы и обязательства (чистый баланс)

Год	BASE (Выручка)	mlt min	mlt max	Scoring	mlt по формуле	D	A	L
2025~	507	15	4	100	240	0,5	500	500
VALUE TOTAL	USD/ mln	EUR/ mln	RUB/ mln					
	507	452	5072					



ФОКУС НА КАПИТАЛИЗАЦИИ

Год	BASE (Выручка)	mlt min	mlt max	Scoring	mlt по формуле	D	A	L
Q1+Q2 2026~	873	15	6	55	279	55	500	500
VALUE TOTAL	USD/ mln	EUR/ mln	RUB/ mln					
Прогноз прироста	873	634	91200					

* Стоимость в рублях указана примерная и будет зависеть от курса валют на дату события

ПРОЕКТ – КЛЮЧЕВЕ ФОКУСЫ НА 3 МЕСЯЦА

Стратегия

- Видение и целевая модель компании «Точка С» на 3-5 лет
- Управленческая Точка В
- Целевая структура управления
- Приоритизированный план изменений (А → В → С)
- Экономическая логика роста
- Мотивационная логика под прибыль
- Правила управления



Стратегическая сессия партнеров – 1 день
(подготовка 10 дней); Январь 2026 года

Команда

- Видение и целевая модель компании «Точка С» на 3-5 лет
- Управленческая Точка В
- Целевая структура управления
- Приоритизированный план изменений (А → В → С)
- Экономическая логика роста
- Мотивационная логика под прибыль
- Правила управления



Запускаем / продолжаем поиск
релевантных кандидатов

Мотивация

- § Начало проектирования мотивации с учетом переходных этапов в процессе развития компании
- § Проводим детальный анализ текущей системы мотивации
- § Моделируем долю бонусов и потенциальные опционы к выручке / марже / EBITDA/ Рентабельность при 3-х сценариях



Финансовое
моделирование