



КОРПОРАТИВНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

## **Фасилитация стратегической сессии: используй силу команды**

**Методические указания к бизнес-кейсу**

**Идентификационный номер 0014-22-8**

В данном бизнес-кейсе рассматривается процесс подготовки и реализация стратегической сессии компании Raspberries. Raspberries – это стартап двух уральских предпринимателей, основанный в 2020 году и функционирующий на рынке маркетплейсов с широким ассортиментом потребительских товаров. В бизнес-кейсе затрагиваются вопросы того, что именно делает стратегическую сессию эффективной, а также почему одни команды приходят к решениям проблем по результатам встречи, а другие топчутся на месте или «паркуют» задачи на неопределенный срок. Ситуация Raspberries иллюстрирует маркерные моменты, которыми характеризуются стратегические сессии, реализуемые без обращения к фасилитации и ее инструментам. Таким образом, рассматривается вопрос того, какими методами лидеру стратегической сессии удастся привести участников к результату или, наоборот, увести от цели встречи.

© 2022, Андрей Вялькин, Анна Ломакина.

Никакая часть настоящей публикации не может быть воспроизведена или передана в какой-либо форме или какими-либо электронными или механическими средствами без письменного согласия владельца авторского права.

# **Методические указания к бизнес-кейсу: «Фасилитация стратегической сессии: используй силу команды»**

---

## **1. Краткое изложение кейса**

В данном бизнес-кейсе рассматривается процесс подготовки и реализация стратегической сессии компании Raspberries. Raspberries – это стартап двух уральских предпринимателей, основанный в 2020 году и функционирующий на рынке маркетплейсов с широким ассортиментом потребительских товаров. В бизнес-кейсе затрагиваются вопросы того, что именно делает стратегическую сессию эффективной, а также почему одни команды приходят к решениям проблем по результатам встречи, а другие топчутся на месте или «паркуют» задачи на неопределенный срок. Ситуация Raspberries иллюстрирует маркерные моменты, которыми характеризуются стратегические сессии, реализуемые без обращения к фасилитации и ее инструментам. Таким образом, рассматривается вопрос того, какими методами лидеру стратегической сессии удастся привести участников к результату или, наоборот, увести от цели встречи.

## **2. Целевая аудитория и место кейса в образовательных программах**

Данный кейс рекомендуется для обсуждения на образовательных программах бакалавриата, магистратуры, MBA и корпоративного обучения в рамках таких курсов, как «Управление дискуссией», «Эффективная коммуникация» или «Основы