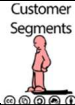



3 najdôležitejšie problémy	3 najdôležitejšie funkčnosti	Návrh jedinečnej hodnoty	Nekopírovateľná výhoda	 Zákaznícke segmenty
<p><b>Mŕtve / neznáme dokumenty, ktoré nevedia reagovať na potreby</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zákazníkov</li> <li>• Záujmy partnerov</li> <li>• Angažovanosť pracovníkov</li> <li>• Tvorbu business plánov a projektov</li> </ul> <p><b>Intuitívne postupy prípravy podnikateľského zámeru</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatok času na témy, ktoré nás budú živiť</li> <li>• Nedostatok špecialistov v segmente SME</li> <li>• Nedôvera majiteľov firiem voči externým poradcom</li> <li>• Tvrdenie na Slovensku to funguje inak</li> <li>• Záujem o okamžité výsledky a bez teórie</li> </ul> <p><b>Ópium marketingu strieľanie na slepo / na všetko</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• slabá alebo žiadna segmentácia trhu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentácia projektov je jednoduchá, zvyčajne končí na A4</li> <li>• Zaškolenie pracovníkov na konkrétnom opakovateľnom príklade z praxe Vašej organizácie</li> <li>• Systémový prístup, formálna logika, ktorá umožňuje komunikovať aj o veciach ktorým vecne nerozumiem</li> </ul> <p><b>Kľúčové metriky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Záujem partnerov, noví partneri, ktorí zlacňujú Vaše vstupy</li> <li>• Záujem zákazníkov Zvýšené tržby</li> <li>• Úspory nákladov na reklamu</li> <li>• Záujem pracovníkov, Zvýšená produktivita práce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analýza obchodných príležitosti (Obchodný controlling)</li> <li>• Odhalenie ochranných stratégií konkurencie</li> <li>• Nájdenie mocenských báz u zákazníkov</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mentorský prístup, silné zdieľanie všetkého toho čo viem</li> <li>• Benchmarking konkurencie</li> <li>• Logické previazanie zámerov na projekty a na zodpovednosti pracovníkov</li> </ul> <p><b>Channels</b></p>  <b>Distribučné kanály</b>	<p>Firmy SME, kde prevládajú intuitívne riadenie, projekty typu chcem, „Hurá optimizmus“ alebo firmy nemajú peniaze na nákup „vrtačky“ t.j. nemôžu zamestnávať vhodný počet špecialistov</p>