

3. Tutoriál

Podnikatelská příležitost a zákaznická perspektiva

Příklady úspěšný podnikatelů a startupů



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.

adamek@opf.slu.cz

Katedra podnikové ekonomiky a managementu



- **Hledáme nápady na podnikání**
 - **Kreativita ve vymýšlení nápadů (techniky)**
 - **Podnikatelský nápad versus podnikatelská příležitost**
 - **Ověřujeme zájem zákazníků**
 - **Ocenění a žebříčky TOP podnikatelů: Forbes, EY podnikatel roku, czechtop100.cz, Czech Stability Award, Equa bank Rodinná firma roku 2017.**
 - **Příklady úspěšných startupů a podnikatelů.**
-

Cílem tutoriálu je...



- **Získat znalosti z oblasti dostupných technik a postupů při tvorbě a realizaci podnikatelské příležitosti.**
 - **Pochopit význam a důležitost zákazníka (zákaznických segmentů) a formou vhodných nástrojů vymezit úlohu a roli zákazníka pro tvorbu udržitelné hodnoty, potažmo udržitelného podnikání.**
 - **Představení vybraných nástrojů a získání znalostí pro aplikaci vhodných technik např. (Brainstorming, 6_8_5 (6 až 8 nápadů v 5 minutách), myšlenkové mapy, Painstorming, Design Thinking, Lean Startup, Hodnotový canvas (Value Added Canvas), mapa empatie zákazníka.**
 - **...poskytnout inspirující příběhy podnikatelů a jejich touhy po dosažení míry „úspěchu“ a trvalé udržitelnosti podnikatelských aktivit.**
 - **Vybrané zajímavé nápady mohou být inspirací, jak Vaše podnikatelské myšlenky posunout dál...**
-

Hledáme nápady na podnikání...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Co Vás může inspirovat k hledání vhodného nápadu?**
 - **Možností, jak realizovat zajímavý a podnětný nápad je velmi mnoho – často pomůže náhodný element a proaktivita v uspokojování určité potřeby.**
 - **Potencionálními zdroji k tvorbě nápadů jsou:**
 - **Vaše koníčky a zájmy (aktivity, které Vás baví a mohou se transformovat do podoby startupu).**
 - **Touha být finančně nezávislý. Převzít odpovědnost a jednání na osobu podnikatele.**
 - **Předchozí zaměstnání - osamostatnění a založení živnosti (OSVČ) z dosavadního pracovně právního vztahu.**
 - **Jedinečné vlohy či nadání na realizaci aktivit, které lze realizovat podnikáním.**
 - **Unikátní odbornost (vzdělání), zkušenost např. ve specializovaném oboru, znalost know-how, apod.**
 - **Inspirace v zahraničí.**
 - **Sociální a demografické změny.**
 - **Nové technologie.**
 - **Legislativní změny.**
-

Hledáme nápady na podnikání...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Jak najít nejlepší nápad na podnikání? Na tuto otázku není univerzální odpověď.**

Kreativita ve vymýšlení nápadů a podnikatelských příležitostí (techniky):

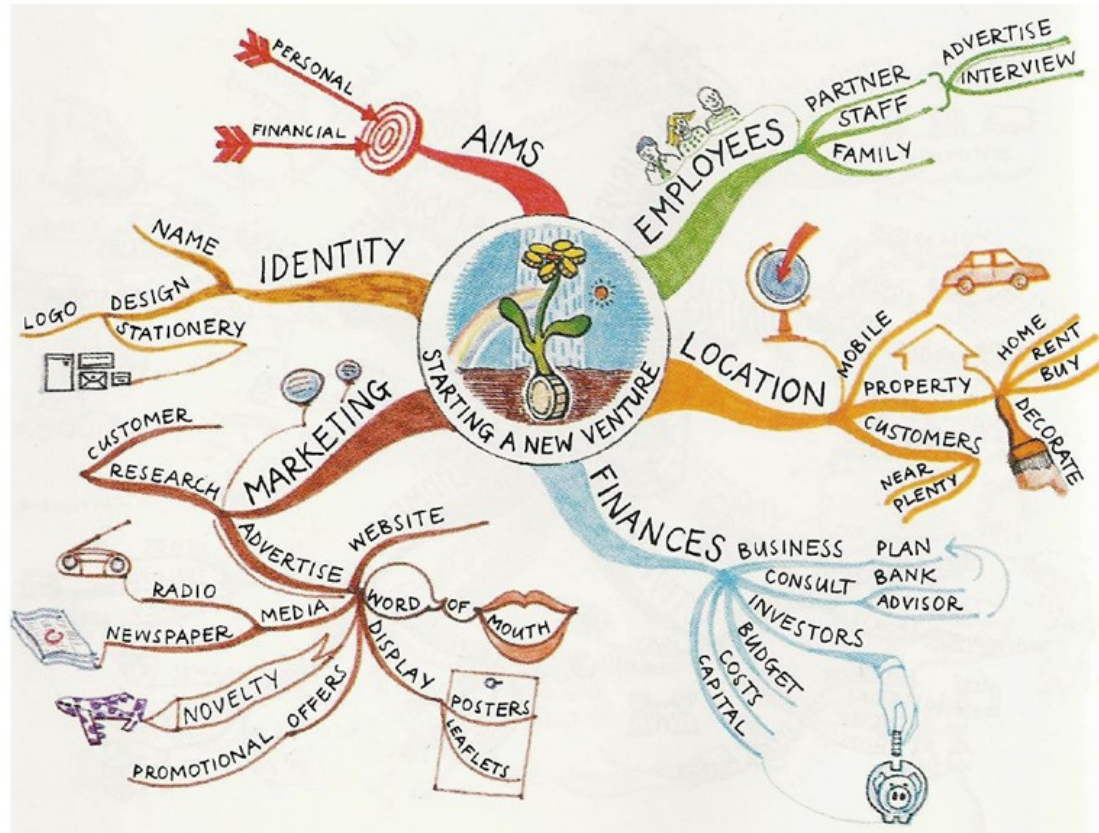
- **Brainstorming**
 - **6_8_5 (6 až 8 nápadů v 5 minutách)**
 - **Myšlenkové mapy**
 - **Painstorming**
-

Hledáme nápady na podnikání...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

Myšlenkové mapy



Hledáme nápady na podnikání...



Jak vybrat ten nejlepší nápad?

- **Po sestavení dostatku nápadů – nutné jejich vyhodnocení.**
 - **Přizvěte i další osoby mimo zakladatelský tým.**
 - **Nutno vidět potenciál nezávisle (tunelové vidění a slepá důvěra k jedné myšlence).**
 - **Konzultujte, diskutujte, sbírejte nové poznatky a informace, které Vám mohou pomoci k ujasnění si business modelu, monetizace, organizace, financování, tvorby týmu a formy podnikání apod.**
 - **Při výběru můžete využít formu hlasování (se zakladateli, členy týmů apod.) nebo investorský pohled (zhodnocení, potenciál růstu, návratnost investice apod.).**
-

Hledáme nápady na podnikání...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Nejlepší nápad versus podnikatelská příležitost

- **Nápad může být zajímavý a zlepšovat náš život, ale abychom mohli hovořit o podnikatelské příležitosti, musíme být schopni na základě nápadu vybudovat firmu, která si na sebe vydělá a nejen to, která má reciproční potenciál obnovy a především rozšiřování (penetraci) aktivit do budoucna (inovativní potenciál).**
 - **Nápad musí být možno transformovat do monetizačního business modelu.**
-

Hledáme nápady na podnikání...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Podnikatelská příležitost – základní typy:

- **Neuspokojená nebo nedostatečně uspokojená potřeba**
 - Existuje nedostatek nebo je prostor dělat něco jinak a lépe z pohledu zákazníka (častý jev – transfer poznatků ze zahraničí na tuzemský trh, lokální neuspokojené potřeby)
 - **Nevyužité nebo špatně využitě zdroje**
 - Schopnost využít dostupné zdroje k tvorbě hodnoty (festival Colours of Ostrava v prostorech opuštěného areálu Vítkovic). Podstatou je tvorba něčeho nového pro zákazníky s pomocí dostupných (nebo nových) zdrojů.
 - **Kombinace neuspokojené potřeby a špatně využitých zdrojů**
 - Příležitost pro všímavé podnikatele – jsou schopni zkombinovat neuspokojenou potřebu a nedostatečně využitě zdroje (např. oblast technologií/digitalizace – nabízené služby Airbnb).
-

Hledáme nápady na podnikání...



Co není podnikatelská příležitost

- **Nápad máme příliš pozdě** – trh je nasycený. Např. založení nového slevového portálu podobného jako slevomat.cz, když u nás existuje cca 50 podobných portálů a jejich počet trvale klesá.
- **Nápad máme příliš brzy** – zákazníci nejsou na službu/produkt připraveni, např. neexistuje technologie (sociální sítě – internet).
- **Hobby projekt** – neexistuje dostatečně velký trh pro vybudování udržitelného podnikání.

Zhodnocení podnikatelské příležitosti

	Silnější příležitost	Slabší příležitost
Potřeba	Identifikovaná	Neidentifikovaná
Zákazníci	Dosažitelní, vnímaví	Těžko dosažitelní, loajální k jiným
Kdy se zákazníkovi vrátí investice	Dříve než za rok	Za tři roky a více
Přidaná hodnota služby/produktu	Vysoká	Nízká
Život produktu	Dlouhý	Krátký
Struktura odvětví	Nedokonalá konkurence, nový obor	Obor s agresivní konkurencí, klesající nebo nenasycený

Zdroj: SVOBODOVÁ, I., ANDERA, M. 2017. *Od nápadu k plánu*, Grada, s. 36

Hledáme nápady na podnikání...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Při hodnocení nápadu – ptát se zda jsme ti praví pro jeho realizaci

- *Mám dostatečné znalosti a zkušenosti nutné pro úspěch v oboru?*
- *Ohled na prostředí – zajímat se o trendy na trhu.*
- *Jak se vyvíjí ekonomika, potencionální zákaznický segment?*
- *Jaká platí legislativa, které podléhá náš nápad a nechystají se nějaké změny?*

Individuální faktory - podnikatel:

- **Zkušenosti**
- **Znalosti**
- **Schopnosti a dovednosti**
- **kontakty**

Prostředí:

- **Tržní situace**
 - **Legislativa**
 - **Infrastruktura**
 - **Regulace**
 - **Zdroje**
-

Hledáme nápady na podnikání...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Podnikatelský proces - shrnutí

- 1. Identifikace příležitosti**
 - 2. Rozvoj konceptu (vývoj a tvorba business modelu)**
 - 3. Analýza zdrojů potřebných k realizaci**
 - 4. Získání zdrojů**
 - 5. Založení firmy a její rozvoj**
 - 6. Podnikatelské výsledky – prodej firmy, předání firmy rodinně, pouze investor, vstup na burzu, akvizice firmy, ukončení, krach...**
-

Ověřujeme zájem zákazníků



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Rozhodnutí zákazníků koupit si náš výrobek/službu je jedním ze základů vybudování firmy.

Zákazník (odběratel) platí za produkt/službu – prostřednictvím marží – získáváme hodnotu zpět – část této hodnoty na úhradu nákladů spojených s podnikáním a další část na reinvestice pro udržitelnost podnikání.

Lze využít např. dva přístupy, které jsou populární a využitelné pro identifikaci či práci s potencionálními zákazníky:

- **Design Thinking** – zaměřená na inovace a řešení problémů, lze jej efektivně použít při rozjezdu podnikání. K jeho základním východiskům tak patří porozumění zákazníkovi a jeho prožitku, empatie, generování řešení a opětovné uplatňování vytvořených prototypů a neustálé získávání zpětné vazby následované úpravami. Postupné fáze metody:
 - pochopení (emphatize),
 - definování (define),
 - ideace (ideate),
 - prototypování (prototype),
 - testování (test)
 - **Lean Startup** – inovativní metoda pro začínající firmy. Nejefektivnější inovace je podle LS taková, po které je poptávka uživatelů. Podle LS je největším plýtváním tvorba výrobku nebo služby, kterou nikdo nepotřebuje. LS aplikuje postupy, které vedou k minimalizaci rizika neúspěchu.
-

Ověřujeme zájem zákazníků



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Principy moderních metod rozvoje nápadu

- Moderní přístupy **rozvoje podnikatelských nápadů kladou důraz na soulad** mezi potřebami zákazníků a nabízenými produkty nebo službami.
 - **Testování a prototypy** – co nejdříve se snažíme vytvořit něco, co ukážeme zákazníkům (např. náčrt na papíře, 3d prototyp, apod.)
 - **Zákazníci versus uživatelé** – rozdílné motivace obou skupin. Zákazník kupuje, uživatel využívá produkt k uspokojení potřeby. Hraje roli v pochopení a nastavení Vašeho business modelu a jeho zdrojů příjmů.
 - **Empatie** – schopnost vcítit se pomáhá porozumět potřebám budoucích zákazníků. Zde nastupuje proces segmentace (Segmentation-Targeting-Positioning), který je dále využit i např. v business model Canvas.
 - **Kdo si to koupí? Jak zjistit, kdo je náš zákazník?** První kroky vedou k internetu..., ale jsou i další možnosti, např. tržní výzkumy, analýzy, dostupné studie, analýza demografických faktorů – cíleno vše na naše potencionální segmenty – ti, kteří si nejspíš v budoucnu koupí náš produkt/službu.
 - **Persony** – pomáhají pochopit zákaznické nebo uživatelské segmenty. Vytvořte si fiktivní osobu, která je typickým reprezentantem daného segmentu – stimulují emotivní centra našeho mozku, jsou živější a lépe porozumíte zákazníkům a jejich potřebám. (specifickým typem jsou tzv. extrémní uživatelé – užívá službu či produkt častěji než ostatní – jsou zajímavým potencionálním segmentem).
-

Ověřujeme zájem zákazníků

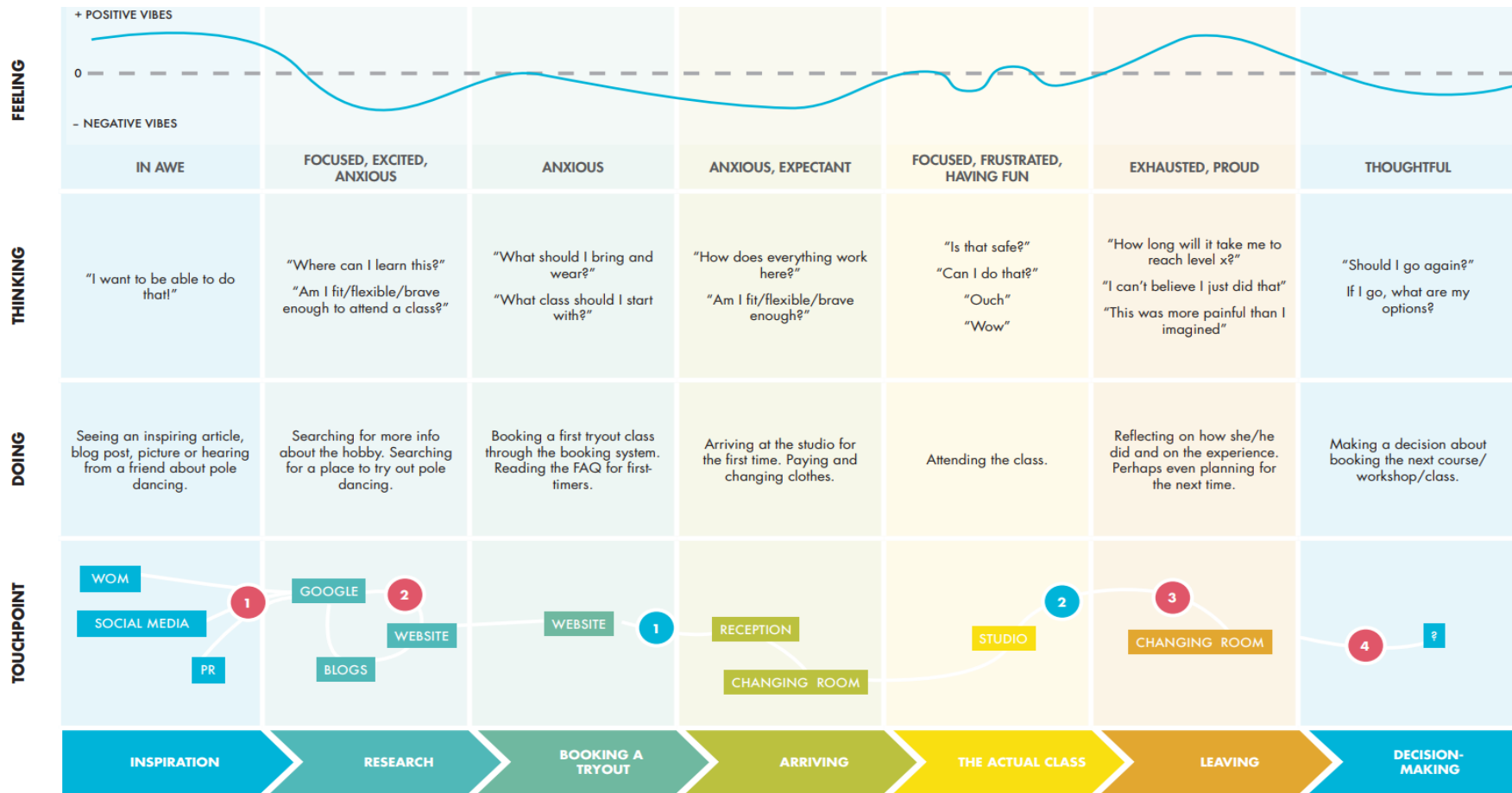


**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Výzkum potřeb zákazníků

- Mapa empatie
 - Value Added Canvas
 - Pozorování
 - Rozhovory
 - Testování
-

Customer journey



GREAT EXPERIENCE
POINT-OF-IMPROVEMENT

Ověřujeme zájem zákazníků



Výzkum potřeb zákazníků

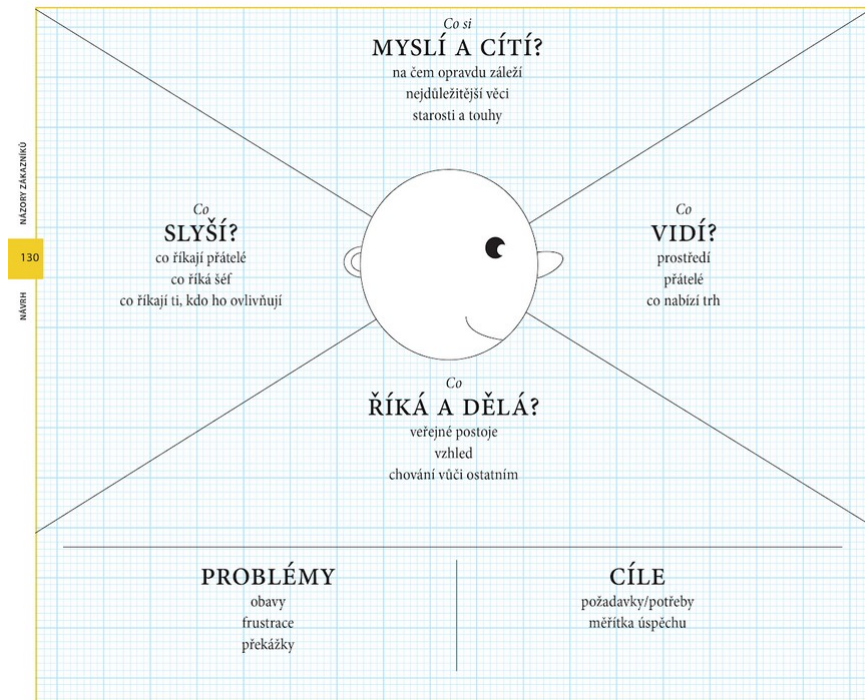
Co vidí? Popište co zákazník vidí kolem sebe:

- Kdo jej obklopuje?
- Jaké má přátele?
- Jakým typům nabídek je každodenně vystaven (ve srovnání se všemi nabídkami trhu)?
- S jakými problémy se setkává?

Co slyší? Popište, jak zákazníka ovlivňuje prostředí:

- Co říkají jeho přátelé? A co manžel/ka?
- Kdo jej opravdu ovlivňuje a jak?
- Jaké mediální kanály na něj mají vliv?

Mapa empatie zákazníka



Zdroj: Tvorba business modelů (Osterwalder, Pigneur, 2010, s. 130)

Ověřujeme zájem zákazníků



Výzkum potřeb zákazníků

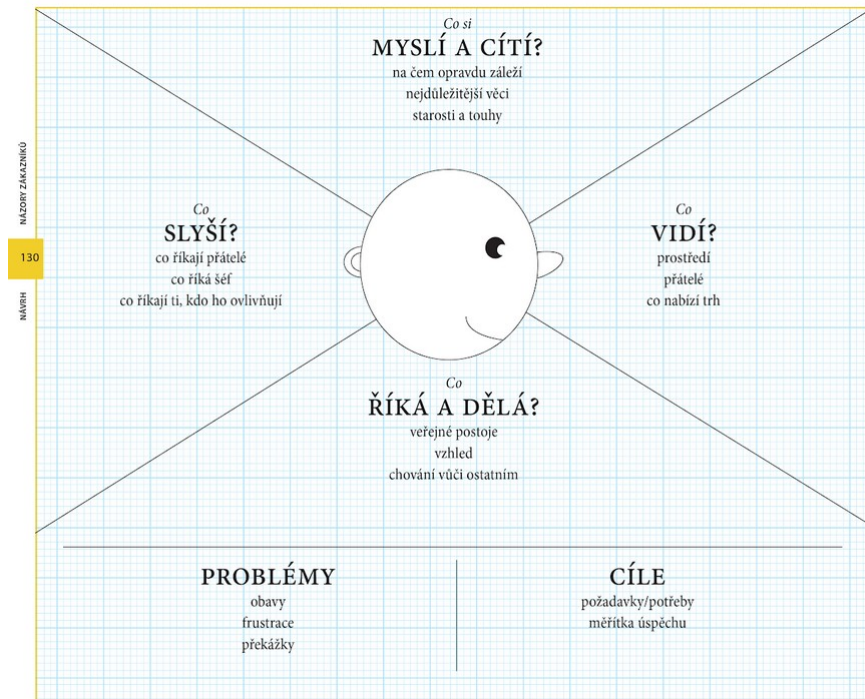
Co si opravdu myslí a co cítí? Pokuste se načrtnout, co běží zákazníkovi hlavou:

- Co je pro něj opravdu důležité (což ovšem nemusí sdělovat veřejně)?
- Představte si jeho pocity.
- Co mu v noci nedává spát?
- Pokuste se popsat jeho sny a touhy.

Co říká a dělá? Představte si, co může zákazník říkat a jak se může chovat na veřejnosti:

- Jaký má přístup ke světu kolem sebe?
- Co může říkat ostatním?
- Zaměřte se zejména na možné konflikty mezi tím, co zákazník říká, a tím, co si opravdu myslí a co cítí.

Mapa empatie zákazníka



Zdroj: Tvorba business modelů (Osterwalder, Pigneur, 2010, s. 130)

Výzkum potřeb zákazníků

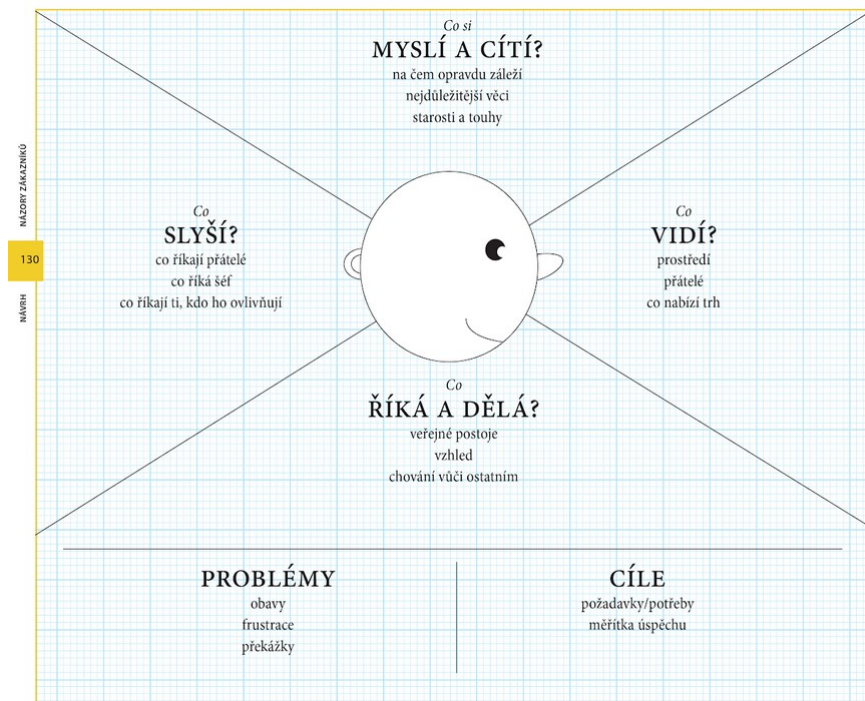
Jaké má problémy?

- Co jej nejvíce frustruje?
- Jaké překážky leží mezi námi a tím, čeho chce či musí dosáhnout?
- Jakých rizik se může obávat?

Jaké má cíle?

- Čeho opravdu chce či musí dosáhnout?
- Jak měří úspěch?
- Pokuste se přijít na několik strategií, které může používat k dosahování cílů.

Mapa empatie zákazníka



Zdroj: Tvorba business modelů (Osterwalder, Pigneur, 2010, s. 130)

Ověřujeme zájem zákazníků



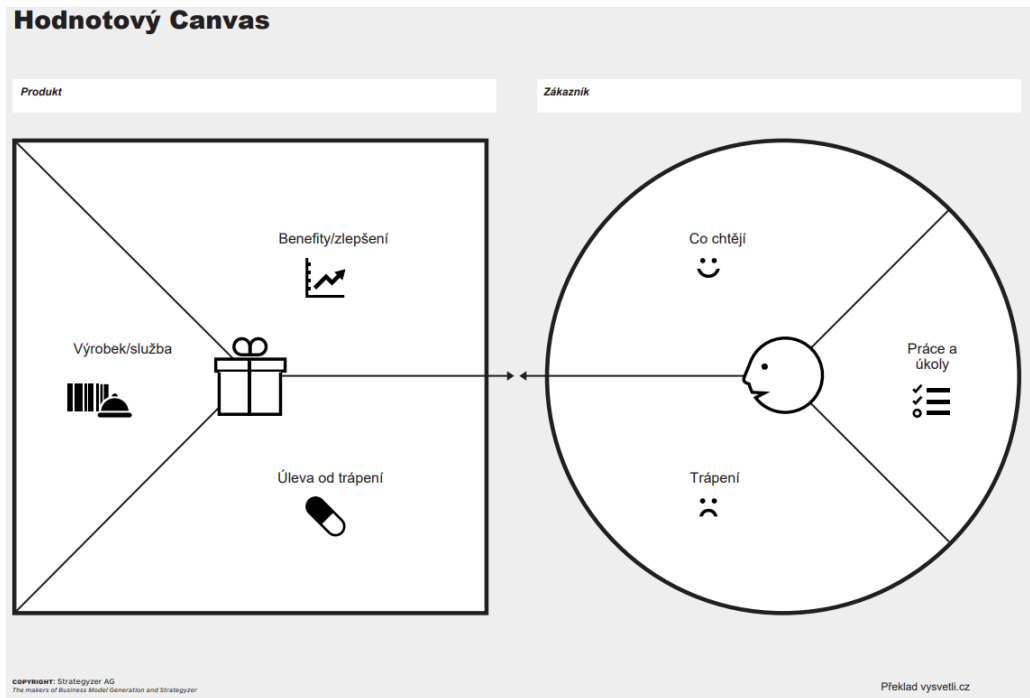
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Hodnotový canvas (Value Added Canvas)

1. Zákazník – popsat každou oblast detailně (viz mapa empatie)

2. Produkt

- Výrobek/služba – podstata našeho řešení, co nabízíme
- Úleva od trápení – jak konkrétně náš výrobek/služba pomůže zákazníkovi před, při a po plnění jejich úkolů (provedení činnosti).
- Benefity/zlepšení – jaké pozitivní dopady na život zákazníků náš výrobek nebo služba má.



Zdroj: <http://vysvetli.cz/nastroje> (Strategyzer AG)

Ověřujeme zájem zákazníků



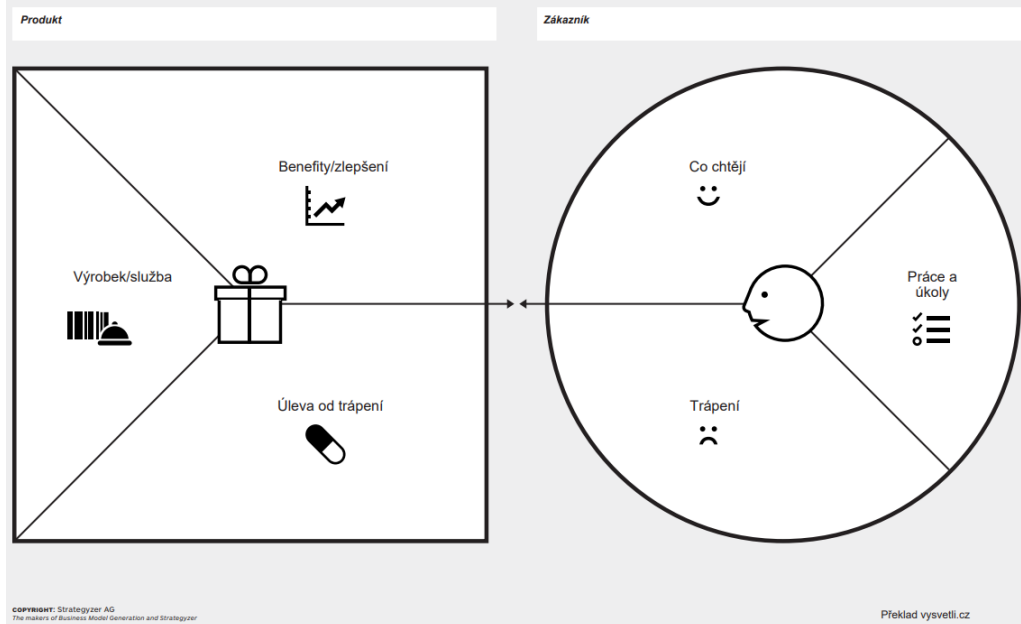
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Výzkum potřeb zákazníků

Hodnotový canvas (Value Added Canvas)

- Dvě části – zákazník a produkt
- Pro každý segment hodnotový Canvas
- Smyslem je vytvořit vzájemné propojení produktu a zákazníka a vytvářet tak trvalou a udržitelnou hodnotu (opakované nákupu)

Hodnotový Canvas



- **Neopomíjet zákaznickou perspektivu.**
 - **Zákazník (odběratel) platí za produkt/službu – prostřednictvím marží – získáváme hodnotu zpět – část této hodnoty na úhradu nákladů spojených s podnikáním a další část na reinvestice pro udržitelnost podnikání.**
 - **Používat vhodné techniky a nástroje pro pochopení zákaznických potřeb a přání – rozlišovat B2C a B2B trhy.**
-

Ocenění, žebříčky a vybrané příběhy podnikatelů

- **EY podnikatel** - roku, kraje, technologický podnikatel, mladý podnikatel, společensky prospěšný podnikatel.
 - Hodnotí se podnikatelský duch, inovace, osobní vliv, čestnost, strategická orientace, finanční výsledky, celostátní/mezinárodní dopad.
 - **Forbes** - žebříček 70 nejbohatších Čechů
 - posuzuje se majetek, up & down, nováčci, nejstarší, nejmladší.
 - **czechtop100.cz** - sestavuje 100 nejvýznamnějších firem ČR, 100 obdivovaných firem ČR, Czech Stability Award.
 - Equa bank **Rodinná firma roku**
 - Organizuje Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
-

Oliver Dlouhý

(Začínající podnikatel roku 2017,
finalista EY podnikatel roku 2017
Jihomoravského kraje)



- Zakladatel a CEO populárního vyhledávače letenek Kiwi.com
- Narozen 1988
- Vzdělání: NEWTON College, Brno
- Je mladší bratr herců Vladimíra Dlouhého a Michala Dlouhého.

- Založil úspěšný vyhledávač letenek (Skypicker, dnes Kiwi.com,), který pracuje na principu algoritmu, jenž vyhledává lety všech dopravců, i těch, kteří mezi sebou jinak nespolupracují.
- Společnost Kiwi.com se umístila na **7. příčce** v žebříčku *2017 Deloitte Technology Fast 500* pro region Evropy, Blízkého východu a Afriky.
- **S růstem tržeb o 7165 procent** mezi roky 2013 a 2016 se tak zároveň stala nejlépe hodnocenou českou společností, která se v žebříčku za celou historii soutěže objevila.
- Tržby společnosti v roce 2016 byly **8,5 mld. Kč**, rok 2017 20 mld. Kč.

Zbyněk Frolík

Forbes 41. místo, 2017



- Zakladatel a dnes spolumajitel (s manželkou vlastní 33 procent) mezinárodní skupiny Linet Group.
- Narozen 1953
- Vystudoval kybernetiku na Českém vysokém učení technickém
- Obor: zdravotnická technika

- Skupina Linet Group, ročně vyrobí a prodá **100 tisíc zdravotnických postelí**.
- Firmu založil v roce 1990, dnes patří mezi **4 největší světové výrobce** (obchoduje ve více než 100 zemích).
- Loňský rok mu ale moc velkou radost neudělal – ve Spojených státech klesly investice do zdravotnictví kvůli negativnímu postoji Donalda Trumpa k Obama Care, ve státech Perského zálivu zase kvůli vyšším výdajům na armádu a bezpečnost.
- Investuje do moderních technologií a internetových projektů prostřednictvím fondů, jako je Credo Ventures či Enern.



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Lubomír Stoklásek

EY Podnikatel roku 2017 – vítěz
Forbes 30. místo (6,4 mld.)



- V roce 1997 vyhrál výběrové řízení na odkup majoritního podílu ve společnosti Agrostroj Pelhřimov.
- Narozen 1950
- Obor: strojírenství
- Rodinná firma

- Agrostroj Pelhřimov je nejvýznamnějším výrobcem zemědělské techniky v ČR a největším univerzálním kooperantem v Evropě.
- Výrobní program tvoří vlastní finální stroje, nástrojářská výroba a z **více než 90 procent dodávky strojů a montážních celků v rámci kooperací** pro významné nadnárodní společnosti, jako jsou Claas, John Deere, Krone, DAF, Scania, Volvo a další.
- V současnosti firma dodává do 36 závodů po celém světě a export činí 98 %. Skupina Agrostroj zaměstnává okolo 2 600 lidí a v roce 2016 měla obrat 4,62 miliard korun.
- Postavil největší krytou výrobní halu po revoluci (6,5 hektaru).

Petr Chmela

(EY Podnikatel roku 2016 - vítěz)



- Spoluzakladatel a spolumajitel společnosti TESCO MA s.r.o
- V roce 2004 tržby společnosti poprvé překročily 1 mld. Kč, současnost přes 2 mld. Kč.
- Obor: kuchyňské potřeby

- Společnost TESCO MA patří mezi světové výrobce **kuchyňských potřeb**. Jsou **jedničkou** na českém a slovenském trhu, ale přední pozici si vybudovali také ve světě.
- Stěžejními zahraničními trhy jsou pro ně **Itálie, Rusko a Slovensko**. V zahraničí mají **tisíce prodejen** ve světových metropolích, expandují ale i do Číny a rozvojových zemí.
- Potřeby do kuchyně nejen prodávají, ale ve vlastním **Design centru** také vyvíjejí a testují. Řada výrobků nese označení světový patent, výrobky TESCO MA dostávají prestižní světová ocenění, např. **Red Dot Design Award, Good Design Award** v americkém Chicagu, **SOLUTIONS!** nebo cenu odborné poroty na největším evropském veletrhu **Ambiente** ve Frankfurtu nad Mohanem.

Zdeněk Jahoda Martin Jahoda

Vítěz v soutěži Equa bank Rodinná firma
roku 2017



- Rodinná firma EMCO, založená v roce 1990.
- Syn vlastní více než 50% firmy, podíly mají i dvě dcery.
- Obor: potravinářský průmysl

- EMCO je **lídrem tuzemského trhu** a vyváží do 40 zemí světa (40% podíl na českém trhu v müsli, v kašicích více než 50 %). Hlavní konkurenti Nestlé, Bonavita, Rupa.
- V současnosti provozuje 4 výrobní závody v Česku, kde zaměstnává přes 200 lidí a jeden v Rusku.
- V roce 2012 poprvé překročila svým prodejem 1 miliardu Kč.

Zdeněk Jahoda Martin Jahoda

Vítěz v soutěži Equa bank Rodinná firma
roku 2017



- Rodinná firma EMCO, založená v roce 1990.
- Syn vlastní více než 50% firmy, podíly mají i dvě dcery.
- Obor: potravinářský průmysl

Zajímavosti

- **Sam Mills** - je obchodní značka produktu firmy Emco na území USA (distribuce ve Wall-Mart). Pouze u tří řetězců, dodává Emco zboží pod svojí značkou.
- Kdo by si chtěl při návštěvě Kalifornie zakoupit nějaké to české müsli, asi by mezi regály dlouho neúspěšně bloudil. Zde se to totiž jmenuje **Granola**, právě pod tímto označení si tyto produkty Američané kupují.
- Dopravovat potraviny přes půl zeměkoule se společnosti vyplatí, ale pozor, pouze **lodní cestou**.
- Jako další z klíčových faktorů úspěchu vidí Jahoda ve výběru **kvalitních zaměstnanců**.
- Zdeněk Jahoda: „*Považuji ho za důležité, i mně rozhodně pomohlo. Už z toho důvodu dnes požadujeme vysokoškolské vzdělání i pro kancelářské pozice. Škola dává rozhled, který později v podnikání i v zaměstnání oceníte.*“

Bohumír Blachut Erich Stavař

EY podnikatel roku 2017
Moravskoslezského kraje roku



- Dlouholeté kamarádi a dnes i švagry Bohumíra Blachuta a Ericha Stavaře lákala technika a obchod už od vysokoškolských studií.
- S nulovým kapitálem, ale zato s chutí něco vytvořit tak v roce 1992 v moravskoslezských Bolaticích vznikla ISOTRA a.s.

- ISOTRA se řadí mezi přední a největší výrobce **stínicí techniky** u nás i ve světě (40 zemí, progresivní trhy Japonsko, Austrálie).
- V **portfoliu** ISOTRY jsou interiérové, exteriérové žaluzie, látkové rolety, solární žaluzie, japonské stěny, sítě proti hmyzu nebo markýzy.
- Celosvětově jako jediní v oboru nabízí **komplexní služby** – umí vyvinout výrobek a komponenty, navrhnout design, zařídit testování, certifikaci a dodat kompletní technologii. Společnost má 16 užitečných vzorů a 6 patentových vynálezů.
- Jsou držiteli několika prestižních **ocenění**, včetně mezinárodně uznávaného hodnocení *Top Rating* za kvalitu a důvěryhodnost nebo třetího místa v ocenění *Českých lídrů Moravskoslezského kraje*.



Socialbakers a.s. – Jan Řežáb

- V letech 2015 a 2016 jej časopis Forbes zařadil na seznam **30 podnikatelských osobností mladších 30 let** v kategorii marketing.
- Prosadil se v kategorii **marketing a reklama** - pomáhá firmám měřit úspěšnost na komunitních sítích jako je Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Google+.
- Mezi zákazníky společnosti patří třeba firmy Nestlé, Lenovo, Danone, Microsoft, Samsung, Lufthansa, L'Oréal, Disney, KLM, Henkel, NHL nebo Lamborghini.
- Společnost více než 300 zaměstnanců a 11 poboček po celém světě. Od investorů již obdržela přes 34 milionů dolarů (789,4 milionů Kč).

Free Social Media Statistics Share

Our **industry-leading database** monitors **millions of social media profiles daily** - that includes all likes, reactions, shares, comments and Tweets between companies and customers on today's **social media platforms**. You can use our **free statistics** to gain insight into the most popular brands filtered by industry and country or **try Socialbakers Suite** to get the most from our database with **comprehensive analytics**.

Socialbakers Daily Monitors
Profiles monitored
8,201,956
Posts and comments monitored
47,536,051,428

[Try Socialbakers Suite](#)

Free Statistics and Socialbakers Suite - Side by Side Comparison

	Free Statistics	Socialbakers Suite
Updates	Daily	Multiple Times per Day
Platforms Monitored		
Metrics per Platform	Up to 5	50+
Time Zone Support	×	All Time Zones
Reporting	×	Executive & Custom Reports
Exporting Formats	×	PPT, CSV, PDF, PNG
Historical Data	Up to 6 Months	Up to 5 Years

Další příběhy...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Společnost **Carun Pharmacy s.r.o.** (konopné lékárny, konopnyshop.cz), zakladatel **Jiří Stabla**, značka **Carun**, provozuje konopné lékárny – franchisové provozovny, prodává v EU, Florida, Čína.



Krypto startup SIGNALS



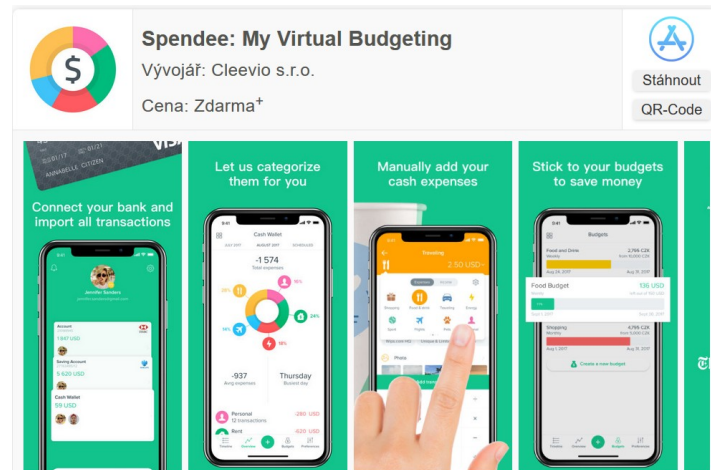
- Český **kryptoměnový** startup.
- Vývojáři Pavel Volek a Pavel Němec.
- V předprodeji vybral ICO již za 1 364 ETH (Ethereum) v hodnotě přes 983 tisíc dolarů.
- Signals vytváří platformu, kde je možné na bázi historických dat a umělé inteligence sledovat indikátory možného vývoje měn a podle nich přizpůsobit své obchodování kryptoměn s cílem maximalizovat profit.

Spendee je Nejlepším Startupem 2017 (společnost založena 14. března 2017)

- **Finanční appka** pro snadný management a přehled financí. Účastník Google Accelerator 2017 (San Francisco) a WeXelerate 2017 (Víděň).
- Top světová aplikace pro monitorování financí – má **2,5 miliónu stažení**, přes **900 tisíc registrovaných uživatelů** z více než 180 zemí světa.

Klíčoví lidé:

- David Nevečeřal (CEO)
- Jakub Sechter
- Josef Martinec



Další příběhy...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

Startup **Infinity innovative, s.r.o.**

(vznikl spojením spolupráce SU OPF a společnosti (investora) Rekochem, s.r.o.)

Produkt – první prototyp



Finální produkt

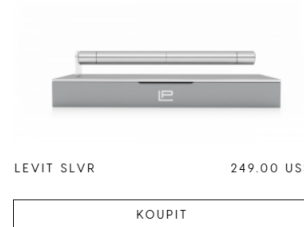
PERA



LEVIT BLCK

249.00 US\$

KOUPIT



LEVIT SLVR

249.00 US\$

KOUPIT

Produktové video - <https://vimeo.com/252739738/0bd792d438>

Další příběhy...



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

<https://www.podnikatel.cz/clanky/pribehy-podnikatelu-v-roce-2022-ukazaly-originalni-napady-a-skvelou-praci-v-paru/>

<https://mladypodnikatel.cz/uspesni-podnikatele>

<https://forbes.cz/mladi-talentovani-a-uspesni-mezi-evropskych-30-pod-30-se-probojovali-tri-cesi/>

<https://forbes.cz/10-nejvetsich-ceskych-rodinnych-firem-zbozi-kolika-z-nich-znate/>

<https://archiv.hn.cz/c1-66231300-uspesni-podnikatele-a-podnikatelky-radi-jak-zacit-s-podnikanim-nemejte-velke-oci-a-vazte-si-kazdeho-klienta-i-dodavatele-kvalita-je-zaklad>

Něco z historie <https://www.podnikatel.cz/clanky/nejvyznamnejsi-cesti-podnikatele-historie/>

Shrnutí



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Hledejte inspiraci pro podnikatelské aktivity.**
 - **Bud'te proaktivní a udělejte si pořádek sami v sobě.**
 - **Pracujte s doporučeními „proč se nebát“ podnikat.**
 - **Vnitřní motivace a pozitivní myšlení je hnací silou úspěšnému podnikání.**
-



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Dotazy a diskuse 😊

.....

.....

.....

Děkuji za pozornost

a přeji Vám úspěšný den 😊



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ**

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.
adamek@opf.slu.cz