

Klíčové zdroje Klíčové činnosti Klíčoví partneri Struktura nákladů

Kdo generuje nabízenou hodnotu?

Jaké činnosti k tomu potřebujeme?

Co nás to stojí?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

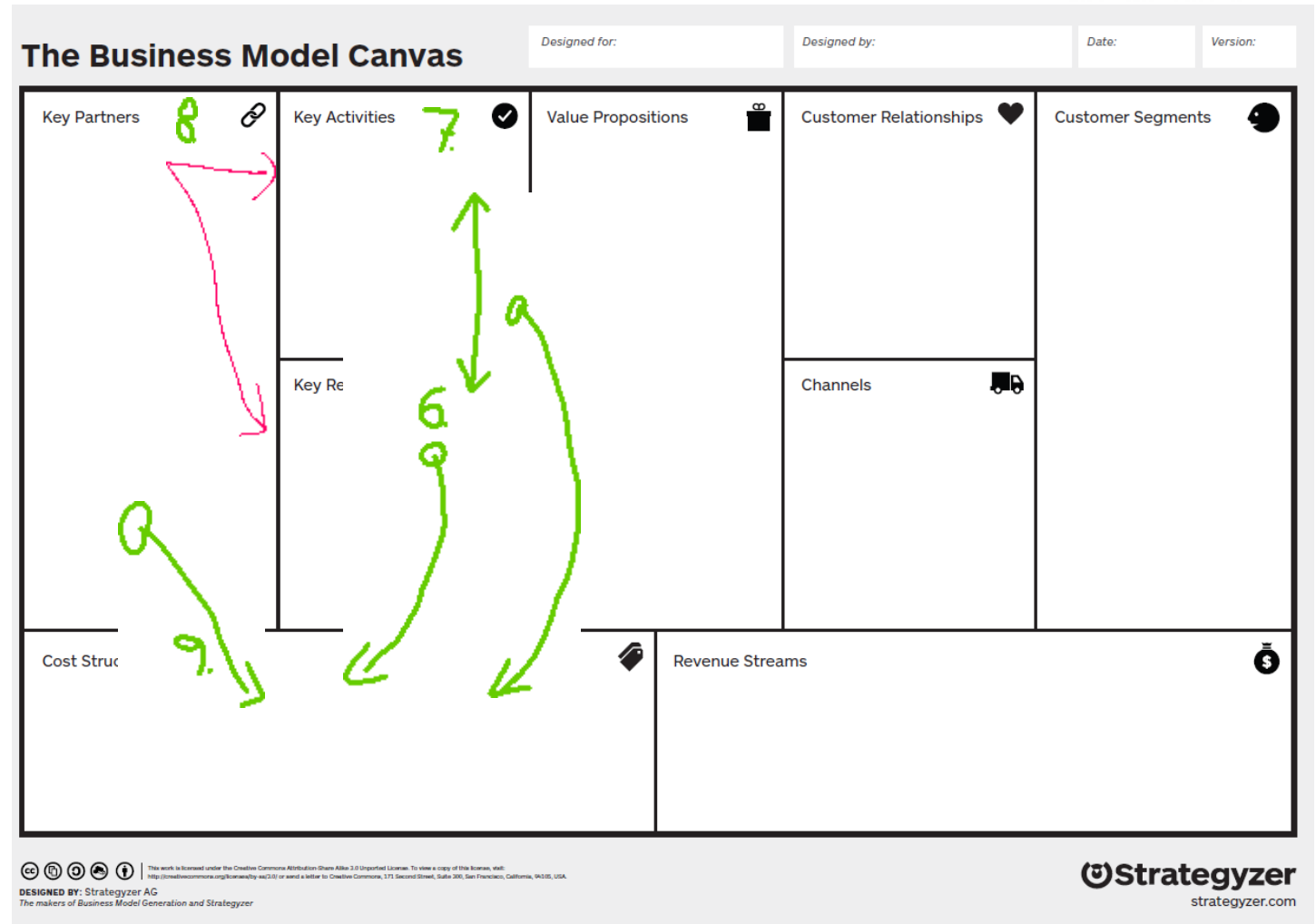
Ing. Pavel Adámek, Ph.D.

Business modely

Struktura přednášky



- Aktivita
- Zdroje
- Partnerství
- Náklady



Cílem přednášky je...



Získat kompetence a znalosti:

- k vymezení hlavních klíčových **ZDROJŮ**, které jsou potřeba pro tvorbu nabízené hodnoty (daného produktu/služby),
- k identifikaci klíčových **AKTIVIT**, které jsou zásadní pro tvorbu nabízené hodnoty,
- k porozumění tvorbě partnerské sítě (klíčových **PARTNERŮ**) bez kterých nemůžete vyrábět, poskytovat, doručovat nabízenou hodnotu zákazníkům,
- k pochopení co vše Vás to bude stát (základní **NÁKLADOVÁ** struktura).

...jak tedy vyrobit, jaké činnosti jsou potřeba pro tvorbu nabízené hodnoty a kolik vás to bude stát...

Klíčové zdroje

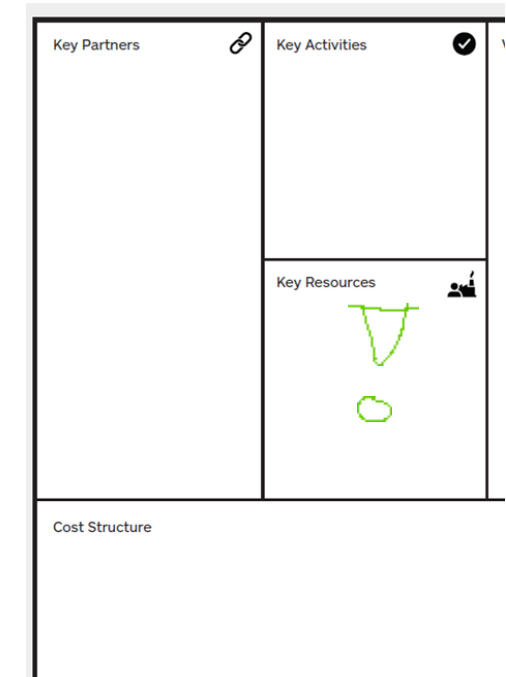
- Klíčové zdroje mohou mít fyzickou, finanční, duševní či lidskou podobu.
- Firma je může vlastnit či si je pronajímat, popřípadě koupit od klíčových partnerů.

Klíčové zdroje lze rozdělit do několika částí:

- Fyzické zdroje
- Duševní zdroje (patenty, značky, autorská práva, databáze zákazníků, partnerství)
- Lidské zdroje
- Finanční zdroje

Oповědět na otázky:

- *Jaké klíčové zdroje vyžadují naše hodnotové nabídky?*
- *A co naše distribuční kanály? Vztahy se zákazníky?...*



Klíčové zdroje



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Uved'te, jaké budou klíčové zdroje pro tvorbu produktů...

- Jaké druhy zdrojů je potřeba pro výrobu?



Klíčové činnosti



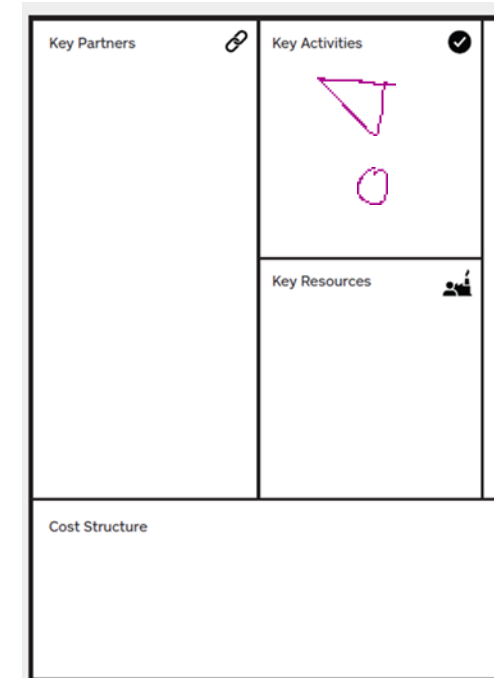
- Jedná se o nejdůležitější činnosti nutné k tomu, aby firma mohla úspěšně fungovat.

Klíčové činnosti lze rozdělit do několika částí:

- Výroba
- Řešení problémů
- Platforma/síť

Otázky:

- *Jaké klíčové činnosti vyžadují naše hodnotové nabídky?*
- *A co naše distribuční kanály? Vztahy se zákazníky?*



Klíčové činnosti



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Uved'te, jaké budou klíčové činnosti pro tvorbu produktů...

- Jaké činnosti (aktivity) jsou nutné pro výrobu a doručení produktu zákazníkovi?



Klíčová partnerství



U tvorby partnerství může být užitečné rozlišovat mezi **třemi typy motivace**:

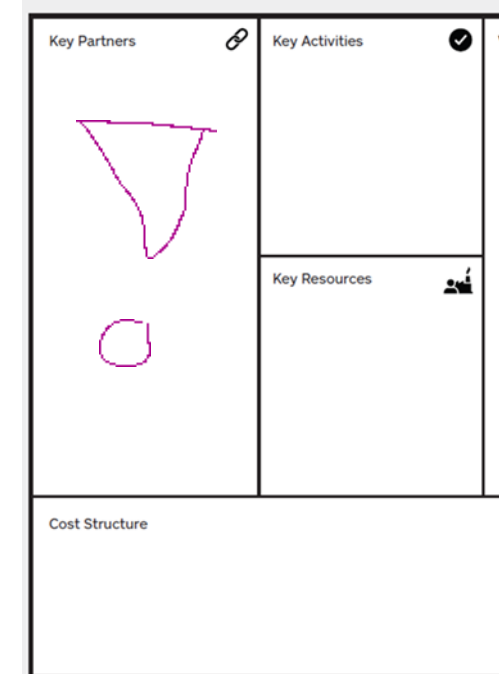
- Optimalizace a úspory z rozsahu (outsourcing, sdílení infrastruktury apod.)
- Snížení rizika a nejistoty
- Získání určitých zdrojů a činností

Otázky:

- *Kdo jsou naši klíčoví partneři? Kdo jsou naši klíčoví dodavatelé? Které klíčové zdroje získáváme od partnerů? Které klíčové činnosti partneři vykonávají?*

Odlišujeme **4 odlišné typy partnerství**:

- Strategická **spojenectví** mezi subjekty, které si nekonkurují,
- **Spolupráce** (strategická partnerství mezi konkurenčními subjekty),
- **Společné podniky** s cílem vytvářet nové podnikatelské projekty,
- **Vztahy mezi kupujícím a dodavatelem** s cílem zajistit si spolehlivé dodávky.



Klíčová partnerství

Uved'te, kdo může být klíčový partner v podnikání?



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Struktura nákladů



Odlišujeme mezi 2 pojetými strukturami nákladů:

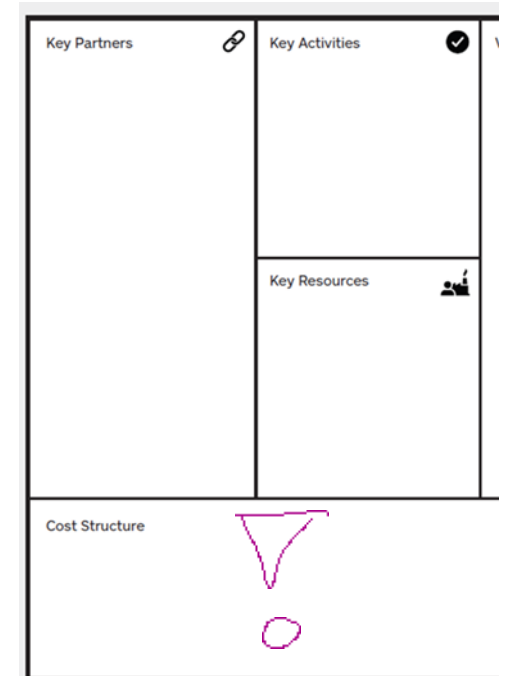
- Model motivovaný náklady.
- Model motivovaný hodnotou.

Struktura nákladů může mít následující vlastnosti:

- Fixní náklady, variabilní náklady, úspory z rozsahu, úspory ze sortimentu.

Otázky:

- *Jaké náklady související s naším business modelem jsou nejdůležitější?*
- *Které klíčové zdroje jsou nejnákladnější?*
- *Které klíčové činnosti jsou nejnákladnější?*



NETFLIX

<p>Klíčoví partneři</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vlastníci obsahu - Poskytovatelé internetových služeb - Amazon webové služby - Filmová sdružení i jednotlivci - Kina, divadla - Ceny a filmové festivaly - Influenceri - Držitelé IP - Regulátoři - Investoři 	<p>Klíčové aktivity</p> <ul style="list-style-type: none"> - Technologie a vývoj - Licencování a akvizice obsahu 	<p>Nabízená hodnota</p> <ul style="list-style-type: none"> - Knihovna nabízeného obsahu (filmy, seriály, show, dokumenty atd.) - Žádné reklamy - Obsah na vyžádání - Nabízené binge-watching - Vysokorychlostní připojení - Freemium (obsah zdarma) - Personalizace obsahu, platformy - Lokalizace 	<p>Vztahy se zákazníkem</p> <ul style="list-style-type: none"> - Samoobsluha (aplikace) - Uživatelská podpora - Sociální média - Důvěra - Systém doporučení (možnost se zapojit) <p>Marketingové kanály</p> <ul style="list-style-type: none"> - PC, laptopy, tablety, obchody s mobilními aplikacemi - Podpůrné kanály - Sociální média - Mediální výstupy - Filmové festivaly 	<p>Zákaznické segmenty</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mikrosegmentace: 2000 shluků - Segmentace uživatelů (parametry použití): technologie, sledování chování zákazníka, chování při procházení obsahu - Makro segmenty, cílení reklamy (neuživatelé) - Geodemografická kritéria zákazníků
<p>Náklady</p> <ul style="list-style-type: none"> Marketing Technologie Fixní náklady na správu a administrativu Amortizace obsahu, poplatky za zpracování plateb, zákaznický servis Náklady na dodání streamingu Provozní náklady 		<p>Zdroje příjmů</p> <ul style="list-style-type: none"> Poplatky za předplatné (více variant), např. mezinárodní streamování, streamování v USA, americké DVD Příjmy za upgrade na prémiový tarif Příjmy z vlastního filmového studia Ostatní, drobné příjmy Potenciální budoucí tok příjmů: licence obsahu vlastněného Netflixem 		

Hlavní
struktura



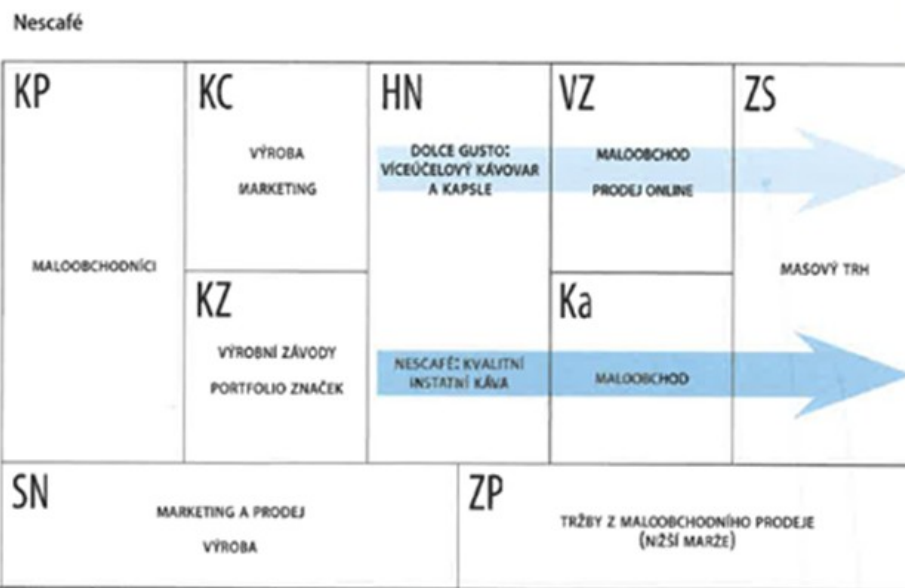
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Zdroj: Vlastní zpracování s využitím <https://businessmodelanalyst.com>; <https://bstrategyhub.com>; <https://innovationtactics.com/wp-content/uploads/2019/06/Netflix-business-model-canvas-v1.png>; <https://profitablebusinessmodels.com/>

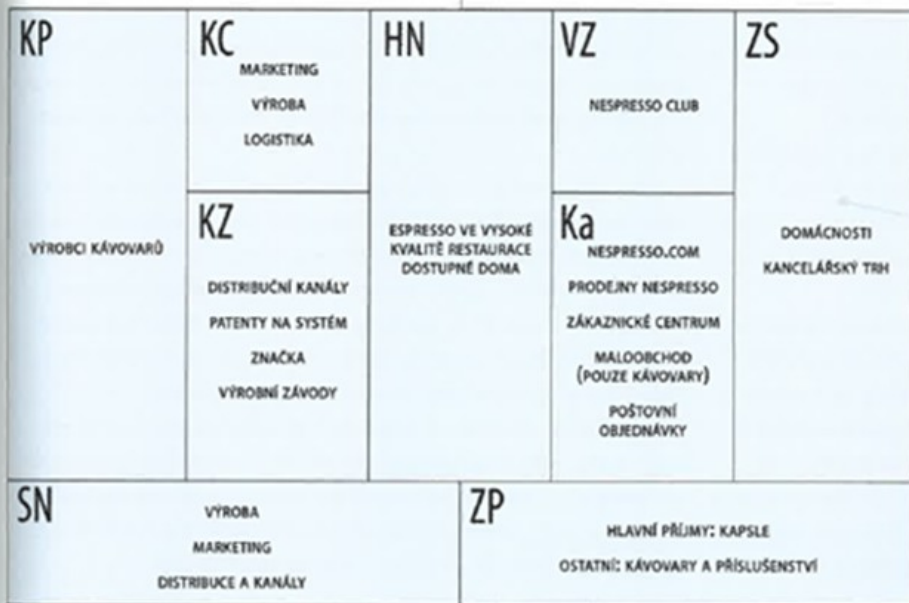
Zdroje, aktivity, partneři, náklady BM



PORTFOLIO BUSINESS MODELŮ SPOLEČNOSTI NESTLÉ PRO KÁVU



Nespresso





Shrnutí – logika BM – levá strana generuje zdroje+náklady

S jakými partnery musím (mohu) spolupracovat, abych byl efektivnější, ziskovější, financovatelný apod.?

Jaké hlavní položky nákladů jsou nejdůležitější? Zde se uvedou ty nejvýznamnější.



Jaké aktivity jsou klíčové pro tvorbu nabízené hodnoty a učení k zákazníkovi?

Jaké zdroje potřebuji k výrobě (poskytování služeb)?

Minimalizace / selektivita

Shrnutí



- Pro tvorbu nabízené hodnoty potřebujete zdroje (zaměstnance, peníze, know-how, vybavení, technologii, stroje...), které také něco stojí – náklady.
 - Abyste dostali nabízenou hodnotu k zákazníkovi – potřebujete realizovat klíčové činnosti (výroba, marketing, komunikace, obsluha...). Tyto činnosti také něco stojí - náklady.
 - V podnikání můžete využít určitého „leverage“ efektu, úspor z rozsahu apod., které vám mohou konkrétní partnerství pomoci vyřešit (optimalizovat, snížit náklady, vstoupit na nové trhy apod.).
 - Znalost struktury hlavních nákladových položek Vám umožňuje se koncentrovat na podstatné náklady, které stojí za tvorbou hodnoty.
-



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Děkuji za pozornost

Pavel Adámek