

7. Seminář

Cvičení na tvorbu

OSOBNÍHO BUSINESS MODELU



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.
Business modely

Cílem semináře je sestavit Váš osobní business model

Začneme uvědoměním si KDO JSTE?

*Práci snů si častěji vytvoříme než najdeme, takže ji obvykle nezískáme běžným hledáním.
Vytvořit si takové místo vyžaduje, abychom sami sebe dobře znali.*

Úkol: Jaký je Váš dream job? Napište...



Cílem semináře je sestavit Váš osobní business model

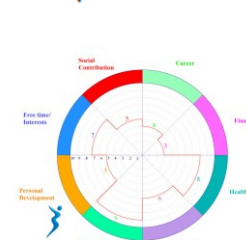
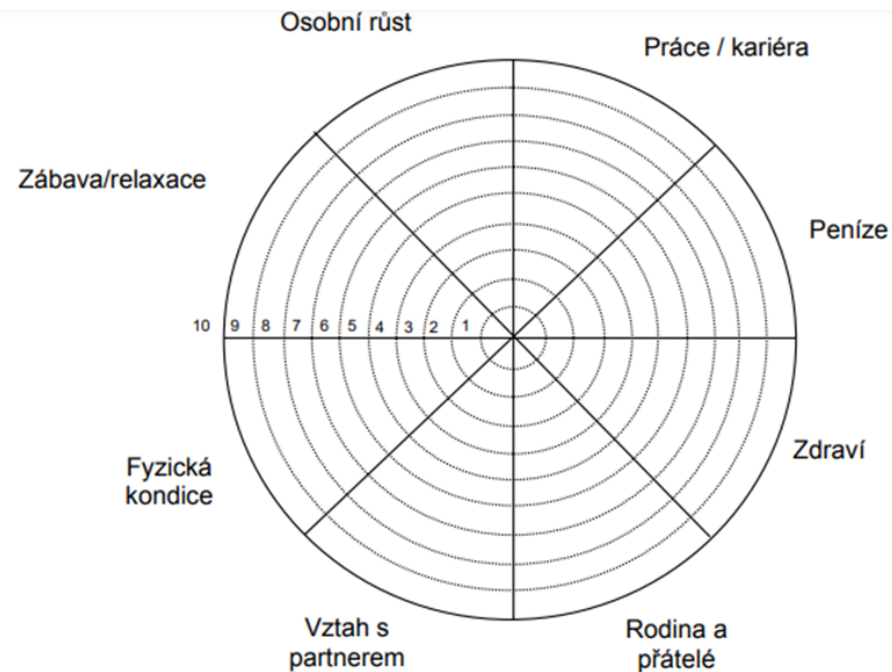


SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Svět je více než práce...

KOLO ŽIVOTA

- Těchto 8 částí kola života představuje rovnováhu.
- Toto cvičení pomůže vyjasnit priority při stanovování cílů, a tím vám umožní naplánovat život tak, aby byl blíže jeho definici rovnováhy.
- Prosím, změňte, rozdělte nebo přejmenujte kteroukoli kategorii tak, aby pro vás měla význam a představovala vyvážený život.
- Pak si představte, střed kola je 0 a vnější okraj je 10 a vyznačte svou úroveň spokojenosti že v každé oblasti tak, že nakreslíte rovnou nebo zaoblenou čáru jako nový okraj (viz příklad)
- Nový obvod kruhu představuje vaše „Kolo života“.



Úkol: Sestavte si své kolo života!



Úkol:

Sestavte Váš osobní business model!

<p>Klíčovní partneři Kdo Vám pomáhá</p> <p>Kdo vám pomáhá poskytovat hodnotu ostatním? Kdo vás podporuje jinak a jak? Dodávají nějakí partneři klíčové zdroje nebo provádějí klíčové aktivity vaším jménem?</p> <p>Klíčovými partnery mohou být:</p> <ul style="list-style-type: none">- Přátelé- Členové rodiny- Nadřízení- Personální oddělení- Spolupracovníci- Dodavatelé- Členové profesního sdružení- Mentoři nebo poradci atd.	<p>Klíčové aktivity Co děláte</p> <p>Uvedte několik důležitých činností, které v práci každý den vykonáváte, které odlišují vaše povolání od ostatních. Kterou z těchto klíčových činností vyžaduje vaše hodnotová nabídka? Jaké činnosti vyžadují vaše kanály a vztahy se zákazníky?</p> <p>Zvažte, jak lze vaše aktivity seskupit do následujících oblastí:</p> <ul style="list-style-type: none">- Aktivity (jejich tvorba, řešení, dodání atd.)- Prodej (informování, přesvědčování atd.)- Podpora (správa, organizování atd.) <p>Klíčové zdroje Kdo jste</p> <p>Co tě v práci nejvíc baví?</p> <p>Seřadte své preference Baví vás jednat:</p> <ol style="list-style-type: none">1) lidé,2) informace/nápady,3) fyzické předměty/práce venku? <p>Popište své schopnosti (věci, které děláte přirozeně bez námahy) a své dovednosti (věci, které jste se naučili dělat).</p> <p>Uvedte některé ze svých dalších zdrojů: osobní síť, pověst, zkušenosti, fyzické schopnosti atd.</p>	<p>Nabízená hodnota Jak pomáháte</p> <p>Jakou hodnotu poskytl jste zákazníkům? Jaký problém řešíte nebo potřebujete uspokojit? Popište konkrétní výhody, které zákazníci využívají jako výsledek vaší práce.</p> <p>Zvažte, zda vaše hodnota poskytuje:</p> <ul style="list-style-type: none">- Snižuje riziko- Snižuje náklady- Zvyšuje pohodlí nebo použitelnost- Zlepšuje výkon- Zvyšuje užitek nebo naplňuje základní potřebu- Naplňuje sociální potřeby (značka, status, schválení atd.)- Uspokojuje emocionální potřeby atd.	<p>Vztahy se zákazníkem Jak komunikujeme</p> <p>Jaké druhy vztahů očekávají vaši zákazníci? Popište typy vztahů, které nyní máte.</p> <p>Např. mohou zahrnovat:</p> <ul style="list-style-type: none">- Osobní asistence- Vzdálená komunikace přes e-mail, Skype atd.- Kolegové nebo uživatelské komunity- Spolupřičinění- Samoobslužné nebo automatizované služby atd. <p>Marketingové kanály Jak se o vás dozvědí a jak své služby dodáváte</p> <p>Prostřednictvím kterých kanálů chtějí být vaši zákazníci osloveni? Jak se k nim nyní dostáváte? Které kanály fungují nejlépe? Fáze kanálu:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Informovanost – jak se o vás potenciální zákazníci dozvědí?2. Hodnocení – jak pomáháte potenciálním zákazníkům ocenit vaši hodnotu? Jak si vás noví zákazníci najímají nebo kupují vaše služby?3. Nákup4. Doručení – jak dodáváte hodnotu zákazníkům?5. Po prodeji – jak nadále podporujete zákazníky a zajišťujete, aby byli spokojeni?	<p>Základní Komu pomáháme</p> <p>Pro koho vytváříte hodnotu? Kdo je váš nejdůležitější zákazník? Kdo závisí na vaší práci, aby mohl vykonávat svou vlastní práci? Kdo jsou zákazníci vašich zákazníků?</p>
<p>Náklady Co dáváte</p> <p>Co dáváte své práci (čas, energii atd.)? Čeho se vzdáváte, abyste mohli pracovat (rodinný nebo osobní čas atd.)? Které klíčové aktivity jsou nejdražší (vyčerpávající, stresující atd.)?</p> <p>Uvedte měkké a tvrdé náklady spojené s vaší prací</p> <p>Měkké náklady:</p> <ul style="list-style-type: none">- Stres, nespokojenost, nedostatek flexibility- Nedostatek příležitosti k osobnímu nebo profesnímu růstu; Nízké uznání, společenský přínos atd. <p>Tvrdé náklady:</p> <ul style="list-style-type: none">- Nadměrné časové nebo cestovní závazky- Neproplacené náklady na dojíždění nebo cestování- Nehrazené náklady na školení, vzdělávání, vybavení, materiály nebo jiné náklady atd.		<p>Zdroje příjmů Co získáváte</p> <p>Za jakou hodnotu jsou vaši zákazníci skutečně ochotni zaplatit? Za co teď platí? Jak teď platí? Jak by mohli raději platit?</p> <p>Popište své příjmy a výhody Tvrdé faktory mohou zahrnovat:</p> <ul style="list-style-type: none">- Plat, Mzdy nebo profesionální poplatky, Naturální platby, Zdravotní a invalidní pojištění, Důchodové dávky, Akciové opce nebo plány na podíl na zisku, Pomoc při výuce atd. <p>Mezi měkké faktory mohou patřit:</p> <ul style="list-style-type: none">- Spokojenost, radost; Profesionální vývoj; Uznání; Sociální příspěvek; Flexibilní pracovní doba nebo podmínky atd.		

Základem je pochopení:

- Vašich zájmů (co vás nadchne).
 - Znalosti vašich dovedností a schopností (získané a přirozené nadání, co zvládnete snadno).
 - Poznání Vaší osobnosti (jakým způsobem rádi pracujete a komunikujete s ostatními).
-
- Vše vyústí v tvorbu osobního business modelu, kdy pochopíte vaše přednosti, vaše schopnosti, vaši osobnost a vhodnost typu osobnosti pro vaši osobní a profesní kariéru.
-
- Sestavený osobní business model je jen začátek pro následnou inovaci, změnu, rozvoj a další posun v životě/v kariéře.
-