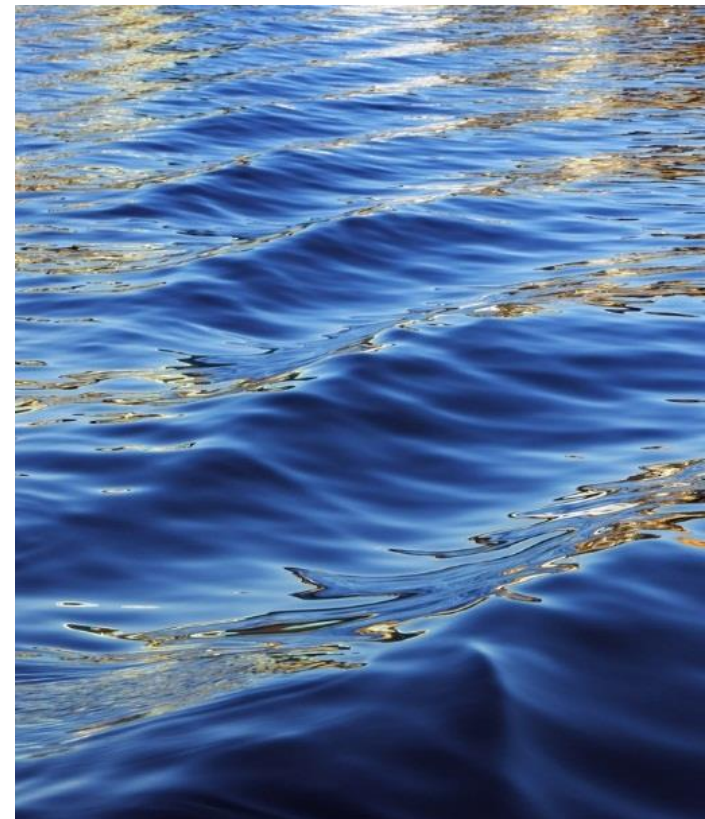


Podnikové inovace

Jitka Sládková

Skype: studenikova.jitka  
E-mail: [sladkova.jit@gmail.com](mailto:sladkova.jit@gmail.com)





# CANVAS

zákazník, problém, unikátní hodnota



# globalizace

- ✈ Ostrost konkurence roste
- ✈ Tvrďší boj o kapitálové zdroje – extrémně rychlá reakce trhů
- ✈ Soupeření o vysoce kvalifikované lidi
- ✈ Zkracování životního cyklu výrobků
- ✈ Využívání přírodních zdrojů je nákladovější
- ✈ Globalizace konkurence vyžaduje jak standardizaci (vysokou úroveň automatizace výroby) tak individualizaci
- ✈ Rychlý vznik a vývoj nových trhů

# globalizace

- 🚲 Změna společenských hodnot, velká rozdílnost
- 🚲 Hedonismus
- 🚲 Důraz na individualitu – atomizace poptávky
- 🚲 Rostoucí potřeby v oblasti: kvality, ekologie a servis
- 🚲 „nová skromnost“ – kritika konzumní společnosti



# Business model

# Co je to Business Plán?

Simply a description or an account or a conceptual plan...

... of how a business will make a profit



# Proč vytvářet Business Plán?

“You've just come up with an idea. What to do next? **There is no exact order of what you should be doing.** But we like to suggest two broad areas for inventors to embark on.

First, **learn all you can about running a business**, even if you hope to license your idea.

Second, **write a business plan**. Even if you hope to license your idea, (and that's actually a rarity among the successful inventors we've met) you'll still need to have a plan.”

*- Mark Ellwood, Past UIA Board of Directors*

## Proč vytvářet Business Plán?

“All the work you do in thinking up your idea, testing it, studying it, and producing it, has been for nothing **if you can't sell it.**

Whether you start your own business to produce and sell your invention, subcontract out the manufacturing part, or sell your rights in return for a percentage of the proceeds, **you need a business plan.**”

- *Pamela Riddle Bird, PhD, Inventing For Dummies*

*CEO, Innovative Product Technologies, Inc.*



# Proč vytvářet Business Plán?

“A **business plan** is vital for enterprises needing investment, grant funding or significant borrowing;

**more so for innovation ventures**, as the greater number of ‘unknowns’ makes it even harder to attract backing.

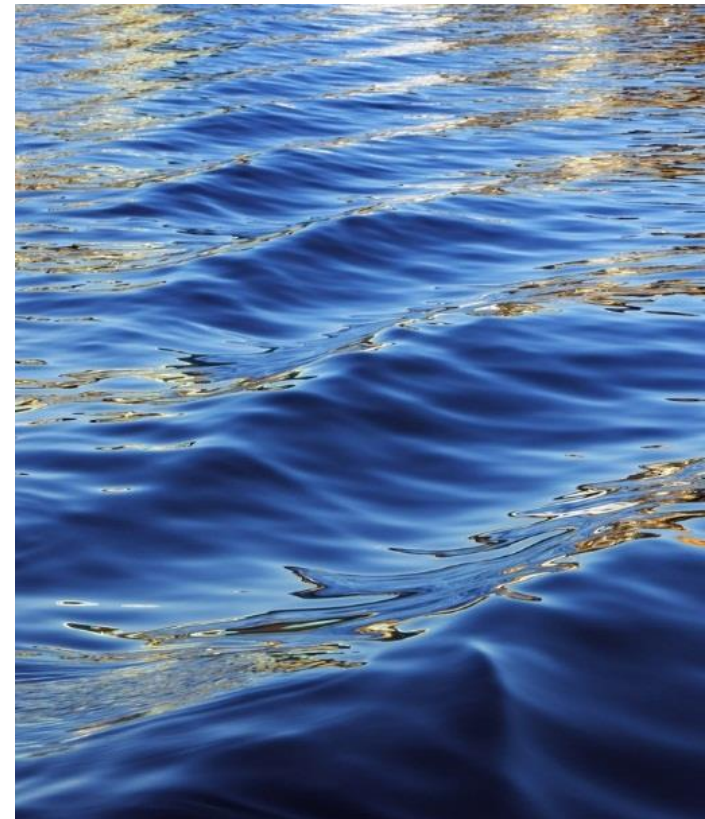
But don’t make the mistake of thinking that only other people need **your business plan**. It’s primarily a **tool to reveal possibly awkward truths about your business to you.**”

*- a Creative Investor*

# Klíčové oblasti Business plánu

- 💰 What's the product or service?
- 💰 Who will pay for it, why, and how much?
- 💰 How much it costs to make or deliver
  - 💰 How much is left (profit)
- 💰 Who are partners, suppliers, competitors
- 💰 Structure and processes
  - 💰 Marketing
  - 💰 Distribution
  - 💰 Operating / manufacturing
  - 💰 Supply chain
- 💰 Finance (sources of funds, returns to investors)
- 💰 Other Stakeholders

# Business Plan I.



## Business Plán - struktura

1. Executive Summary
2. Problem
3. Solution
4. Business Model
5. Secrets
6. Marketing and Sales
7. Competition
8. Management Team
9. Financials
10. Current Status

# Summary

🧠 Executive Summary

🧠 Elevators Pitch

🧠 Investors Pitch

# Executive Summary

- 📖 Definujte problém, řešení, obchodní model, a **proč** vaše řešení je lepší
- 📖 Napište to poslední
- 📖 Zaujměte čtenářovu pozornost
- 📖 Ne více než 2 stránky !
- 📖 To nejdůležitější součástí vašeho plánu a obvykle napsáno jako poslední...



# Problem

- ✦ **What** problem are you solving?
- ✦ Describe how the “**state of the art**” is **insufficient**
- ✦ **Get your reader to agree** that the current situation isn't optimal
- ✦ If there isn't a problem, take your idea back to the drawing board



# Solution

- ✓ **How** do we solve the “Problem”?
  - ✓ Explain **what** you sell
  - ✓ State your value proposition

# Business Model – Revenue model

💰 Explain **how you make money**

💰 Who pays you?

💰 What are your channels of distribution?

💰 How do you integrate suppliers?

💰 Use examples if necessary

💰 Be complete







# Secrets

- ☒ Describe your technology, process improvement, etc.
- ☒ Use charts, diagrams, schematics, as much as possible
- ☒ Understand your **Intellectual Property**

# Marketing and Sales

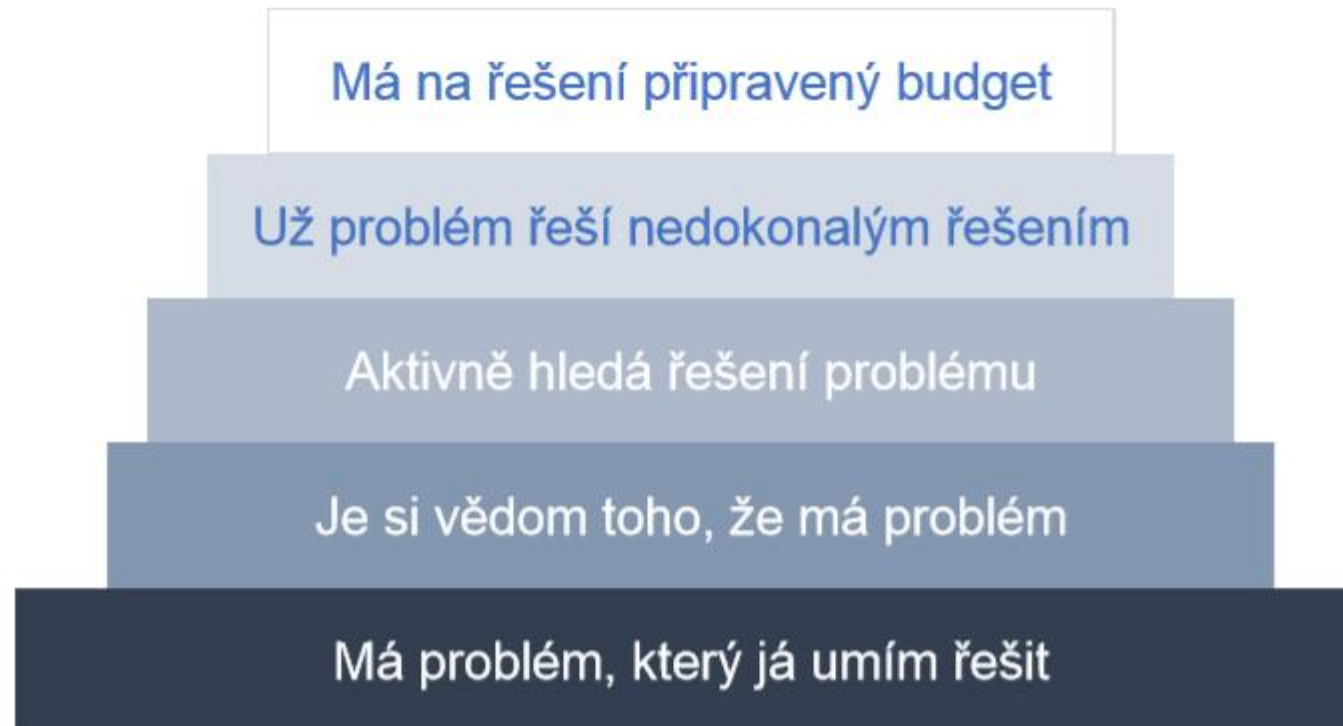
- 💰 Define your primary, secondary, and other audiences
- 💰 Show some numbers
- 💰 How will you find, sell, and retain customers?
- 💰 **Advertising and promotion budget**
- 💰 Identify your BEP

# Competition

-  Everyone **has** competitors!
-  Provide a **complete view** of the competitive landscape
-  **Direct** and **indirect competitors**
-  Current and **anticipated competitors**
-  Competitor **strengths** and **weaknesses**
-  Your **competitive advantages**

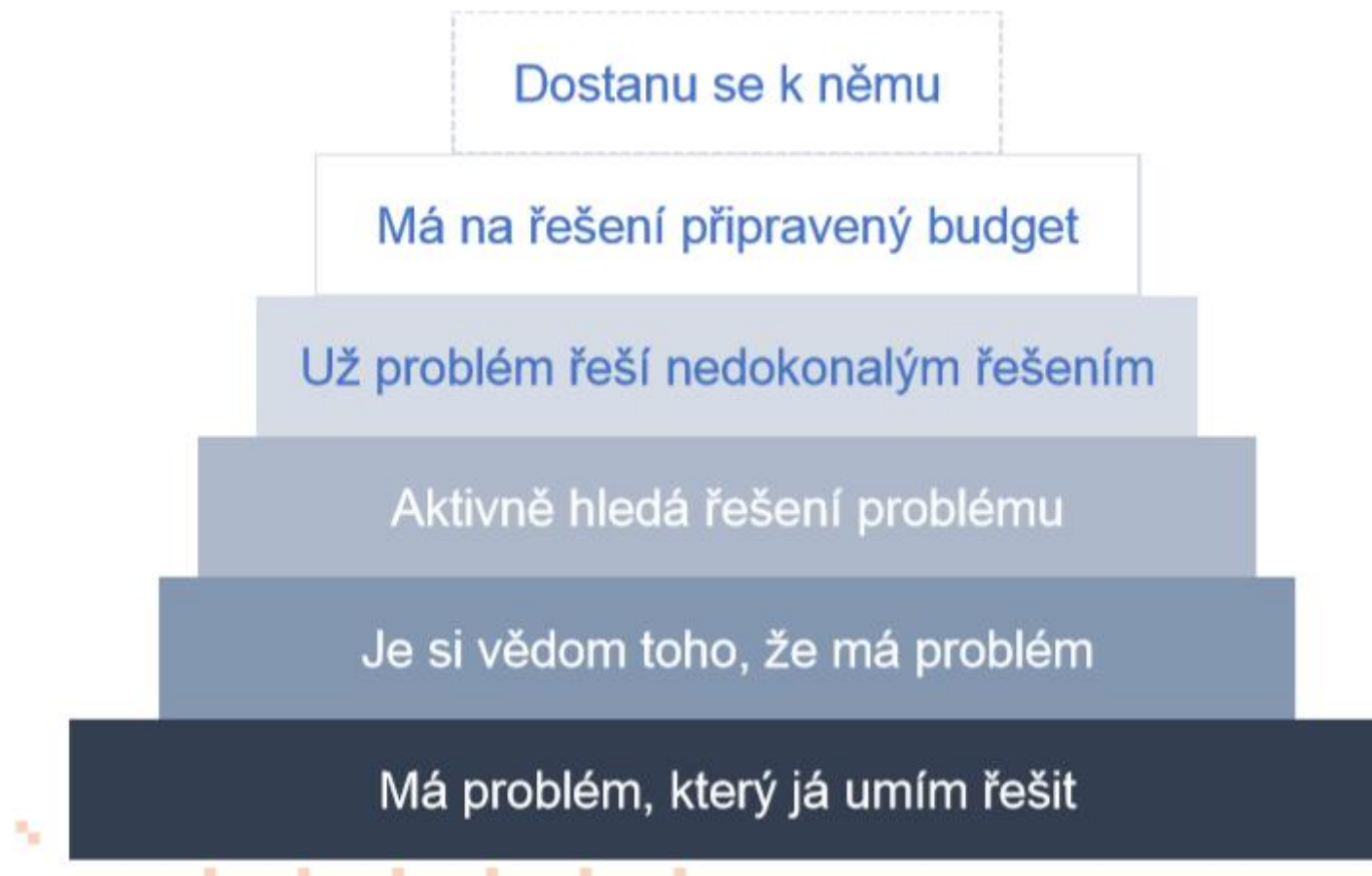
zákazník

# IDEÁLNÍ zákazník





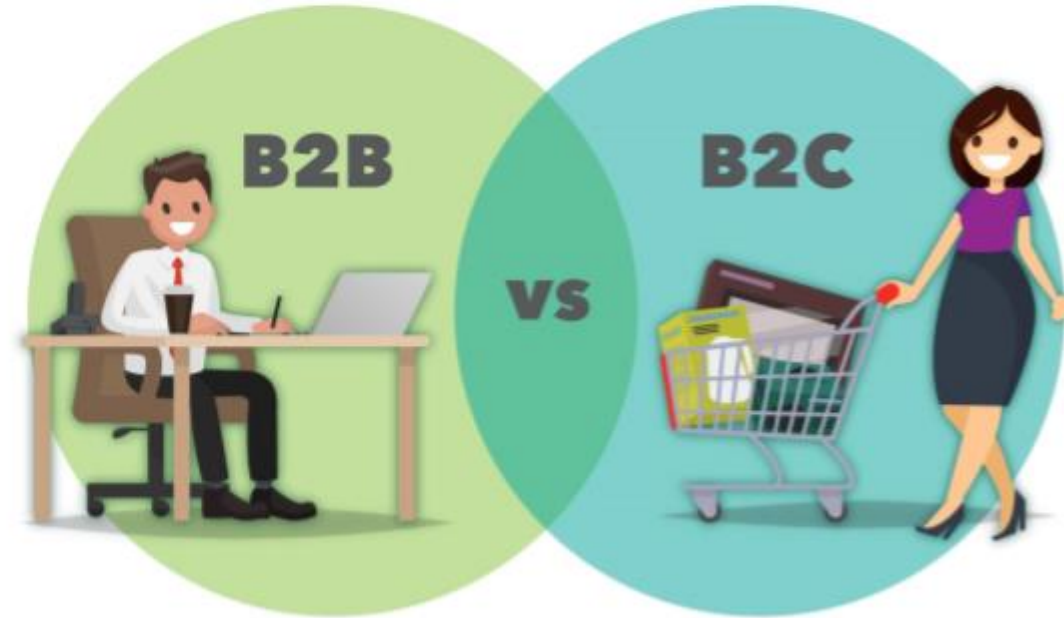
# zákazník



# Zákazník - segmentace

Geografie Klasifikace na základě geografické lokace	Demografie Klasifikace na základě demografie. Různé parametry pro B2B a B2C		Psychografie Klasifikace na základě zákaznické osoby a sociálního statutu	Behaviorální Klasifikace na základě dosavadního zákaznického chování	Ostatní	Velikost trhu
	B2C	B2B				
kontinent	věk	obor	sociální třída	zájmy	narozeniny	Málo
region	pohlaví	počet zaměstnanců	životní styl	nákupní chování	zvláštní potřeby	Hodně
země	příjem	vývojové stádium firmy	hodnoty	preferovaná platební metoda		Masový trh
kraj	povolání	obrat/zisk	osobnost	znalosti		
město	stav	majitelé	sledovaná média	dovednosti		
	vzdělání	hodnota		potřeby		
	jazyk	business model				
	náboženství	zákazníci				
	etnicita	používané technologie				
	rasa	typ produktu				

# B2B vs. B2C



# Pohádka o tom, jak si

Ferruccio Lamborghini si koupil Ferrari.

Měl ale připomínky. Nebyly brány vážně od výrobce traktorů. A tak Ferruccio vyrobil vlastní traktor co jezdí 320 km/h.

Ponaučení: když se nebudete učit od svých zákazníků, můžete ztratit je i svůj business...

# Úkol ???

## **Průzkum trhu**

Na **jaký trh** se zaměřujete (lokální/CZ/Evropa/svět):

**Velikost trhu** (kolik je na tomto trhu potenciálních zákazníků):

## **Rozhovory se zákazníky**

Kolik jste jich stihli zrealizovat?

Hlavní zjištění/výstupy:

# Management Team

 Describe your **key players**

 Management Team

 Board of Directors

 Board of Advisors

 Major Investors

 Who are you *missing*?

# Financial Projections

\$ Cash Flow Projections

\$ Income Projections

\$ Balance Sheets

\$ Assumptions



# Current Status

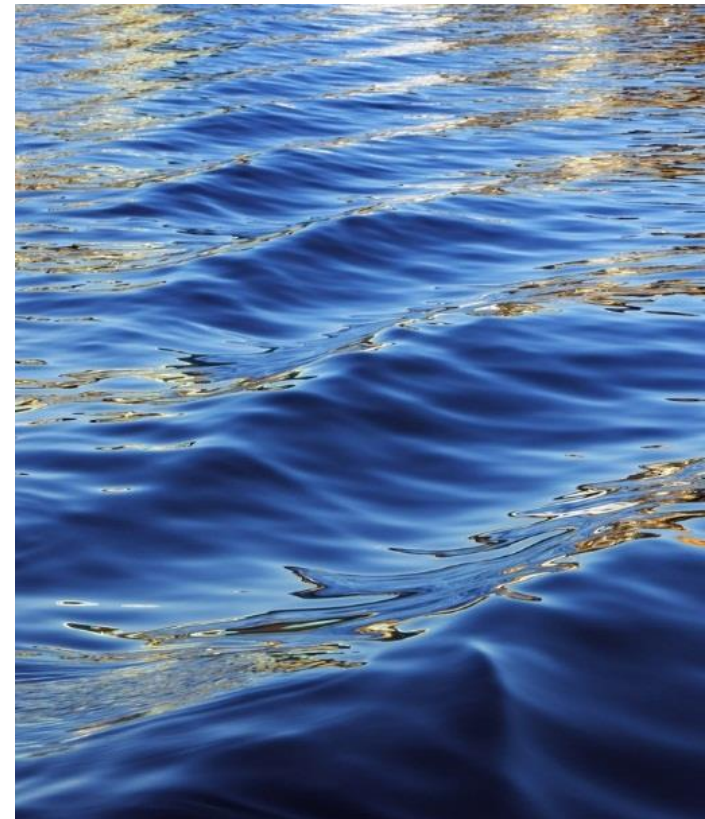
- 📖 Describe your **major milestones** and tasks
  - 📖 Technology
  - 📖 Fundraising
  - 📖 Customer Development, etc.
- 📖 Where are you now?
- 📖 Brag about your accomplishments
- 📖 Talk about the **next steps – fulfill with schedule**

## Investor Pitch Slides

### 10/20/30 Rule

1. Title
  2. Problem
  3. Solution
  4. Business Model
  5. Secrets
  6. Marketing and Sales
    - Competition
    - Management Team
    - Financials
    - Current Status
- 10 slides, 20 minutes, 30 point font  
These are the slides you will need

# Business Plan II.



# Přesvědčivý příběh potřebuje pokrýt klíčové prvky

Market Need

Alternatives

'Go to Market' Strategy

Management Team

Exit Plan

Sustainability

Product / Service Delivery & Execution

Financing & Capital Needs

Plan to Scale & Leverage

Financial Projections

# Key Element: Defining Market Need

*Begin with the **need**  
not the product or service*

# Key Element: Alternatives

How is need being satisfied or addressed today

# Key Element: Meeting Needs

How will your product / service meet identified needs?

Why it is better than alternatives from the customer's perspective?

What will compel them to buy?

# Key Element: Go to Market

**Why is the plan** (the distribution channel, the marketing plan, the sales message, etc.)  
**the best** / most logical?



# Key Element: Identifying Critical Factors

Which **aspects** of the business are **most critical**?

Which aspects need to be done well and which ones exceptionally well?

Which aspects, if done marginally, could sink the business?

# Hodnota – value proposition



# Value Proposition Worksheet

## 💰 First Sentence:

- 💰 For (target customer)
- 💰 What (statement of the need or opportunity),
- 💰 the (product/service name) is a (product/service category)
- 💰 that (statement of benefit).

## 💰 Second Sentence:

- 💰 Unlike (primary competitive alternative),
- 💰 our product (statement of primary differentiation).

# Key Element: Management

What talent / expertise is needed to meet critical needs of business?

How will you attract that **talent**?

Begin with needs and align talent with it

**Don't start with people available**

# Key Element: How will it make \$

## Who pays what and why?

Specific customer groups

Sell price - why reasonable?

Volume

## Cost Structure

Gross Profit (\$ & %)

Distribution Costs

Marketing Costs

Support Costs

Net Potential

# Process: How to Build a Viable Plan

Onion Method

Check & Recheck Connections

Versions:

2 minutes

20 minutes

2 hours

# Srovnejte obchodní model s cíli

💰 Co se snažíte dosáhnout s tímto plánem ?

💰 Vyhrát soutěž ?

💰 Pass a Class?

💰 Start a Business?

💰 Make a living?

💰 Fame & Fortune?

💰 Make a difference?

💰 Learn?

# Omyly

Invention ☒ Innovation

Good Plan ☒ Winning Plan ☒ Good Business Model ☒ Successful Business

Good Business Model ☒ Big \$

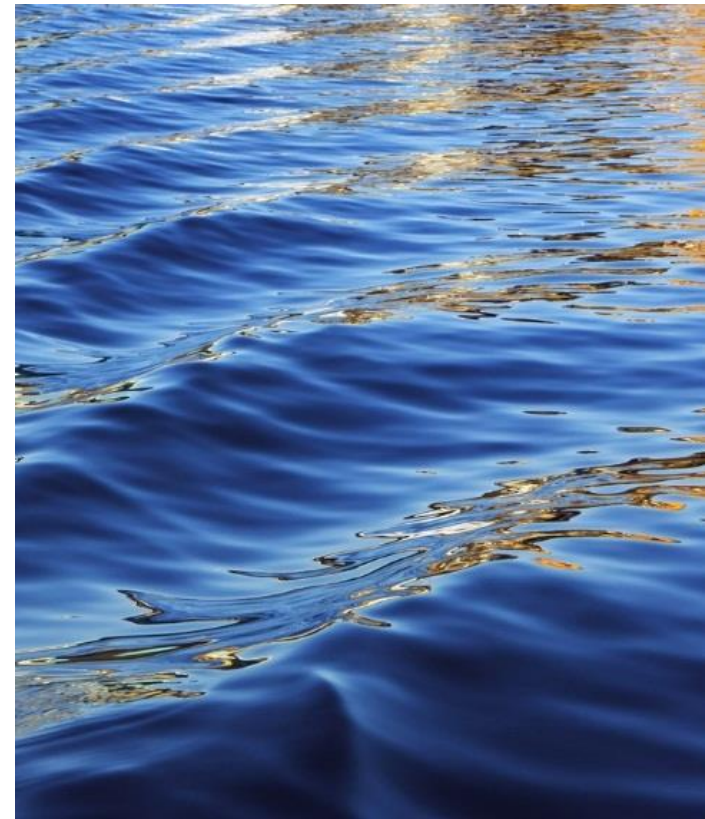
A Plan ☒ The Answer





# CANVAS

2010 Amsterdam



Klíčovní  
partneři



Kdo  
vám  
pomáhá

Klíčové  
činnosti



Co  
děláte

Poskytovaná  
hodnota



Jak  
pomáháte

Vztahy se zákazníky



Jak  
komunikujete

Zákazníci



Komu  
pomáháte

Klíčové  
zdroje



Kdo jste  
a co máte

Kanály



Jak se o vás  
dozvědí a jak  
své služby  
dodáváte

Náklady

Co dáváte



Příjmy

Co  
získáváte



# Lean Canvas

Podnikatelský plán na jedné straně papíru  
Online kurz zdarma na [www.leancanvas.cz](http://www.leancanvas.cz)

Projekt:

Autor:

Datum:

Verze #

<b>Problém</b> Jaké jsou 1-3 nejpalčivější problémy vašich zákazníků?	<b>Řešení</b> Jaké vlastnosti vašeho produktu řeší problémy vašich zákazníků?	<b>Unikátní nabídka hodnoty</b> Čím upoutáte pozornost? V čem jste jiní? Jaká je výsledná hodnota pro zákazníka?	<b>Neférová výhoda</b> Co vám nemůže nikdo snadno zkopírovat nebo si to koupit? Proč byste to měli dělat zrovna vy?	<b>Základní</b> Kdo jsou vaši zákazníci, resp. uživatelé?
<b>Existující alternativy</b> Jak zákazníci řeší své problémy dnes?	<b>Indikátory</b> Co pro vás znamená úspěch a jak jej budete měřit? Jaká další čísla jsou pro vás teď důležitá (akvizice, aktivace, loajalita, tržby, doporučení)?	<b>Srozumitelný opis</b> Jak jednoduše opičete vaše řešení pomocí již existujících?	<b>Cesty k zákazníkům</b> Jak se dostanete ke svým zákazníkům?	<b>První vlaštovky</b> S kým můžete začít nejdříve?
<b>Struktura nákladů</b> Za co budete platit a kolik? Jaké jsou vaše fixní a variabilní náklady?		<b>Cenový model</b> Jak naceníte vaše řešení problému?		

# Business Model Canvas

grafické znázornění modelu - tzv. plátno byznys modelu

hlavní výhody přístupu patří **zdůraznění tvorby hodnoty a provázanost finančních toků na jednotlivé prvky modelu**



# Obchodní modely

## Další business přístupy

Affinity club	MBNA
Bundling	Fast-food value meals, iPod/ iTunes
Crowdsourcing	Wikipedia, You Tube
Freemium	Skype, LinkedIn, Pandora
Leasing	Xerox, Luxury cars, Machinery Link
Low-touch	Southwest, Wal-mart, Xiameter
Negative operating cycle	Amazon
Pay-as-you-go	PG&E, metered ISPs
Razors/ blades	Gillette, personal printers
Reverse razors / blades	iPod/iTunes, Amazon Kindle
Product-to-service	IBM, Hilti, Zipcar

# Tipy

10. Talk to yourself
9. Be an actor
8. Make sure the numbers add
7. Answer the question: “How do I know ...?”
6. Answer the question: “How would I find out?”
5. Get testimonials / references from those in the know
4. Sell one (or more)
3. Realize the product / service is only relevant through the market’s eyes
2. Define the Bet
1. Constantly learn and adjust