



Program
celoživotního
učení



European Entrepreneurs Campus - Přenos, konfigurace a rozvoj multidisciplinárního modelu pro podporu podnikání v oblasti odborného vzdělávání a vysokoškolského vzdělávání

Spotřebitel

Start

Trh

Spotřebitel

Nápad

Koncept

Hodnocení

Kdo jsou cíloví spotřebitelé konceptu?

Specifikujte např. 3 - 5 různých skupin spotřebitelů pro Váš koncept a rozpracujte popis typického zástupce v každé skupině. Příklad níže.

Spotřebitelský profil byste měli vytvořit pomocí živého obrazu konkrétního spotřebitele, takže budete přesně vědět, co přesně potřebuje.

Kolik profilů budete potřebovat, bude záležet jen a jen na Vašem konceptu a Vašich cílových skupinách.



Program
celoživotního
učení

Projekt je financován Evropskou komisí programem LLP - Leonardo da Vinci. Tento projekt (n° 2012-1-CS1-LEO05-02794) byl realizován za finanční podpory Evropské komise. Tato publikace vyjadřuje pouze názor autora a Komise nemůže být zodpovědná za jakékoli užití, které mohou být vyrobeny z informací v něm obsažených.



European Entrepreneurs Campus - Přenos, konfigurace a rozvoj multidisciplinárního modelu pro podporu podnikání v oblasti odborného vzdělávání a vysokoškolského vzdělávání

Základní nápad

Start

Trh

Spotřebitel

Nápad

Koncept

Hodnocení

Na jakém nápadu, jakých principech a hodnotách je váš koncept založen?

Dobrý základní nápad je jasný, vytvářející **příležitosti** a **významný** pro cílovou skupinu.

Měl by být rychle a **jednoduše srozumitelný** pro všechny zapojené osoby ve vývoji, v produkci a v komunikaci konceptu.

Je rovněž důležité, aby daná myšlenka vytvářela **příležitosti**. Měla by stimulovat kreativní myšlení, namísto toho, aby byla jasně vymezená a přesná.

Chceme dát.....

komu.....

prostřednictvím....

Funkce

Start

Trh

Spotřebitel

Nápad

Koncept

Hodnocení

Které funkce a aplikace daný koncept nabízí?

V hlavních rysech funkcí daného konceptu můžete rozlišovat mezi:

Základními funkcemi – nezbytné funkce, které musí být vyvinuty proto, aby prodávaly koncept a naplnily základní myšlenku. Např. stříhání v kadeřnictví.

Dalšími funkcemi – funkce a aplikace, které poskytují přidanou hodnotu spotřebiteli. Např. umytí vlasů a rady, jak se starat o vlasy v kadeřnictví.

Okrajovými funkcemi – funkce a aplikace, které mohou být považovány spíše za „hezké je mít“ než „potřeba je mít“. Dávají spotřebiteli něco extra a vytváří loajalitu, ale nejsou nezbytně nutné. Např. chutná káva, moderní časopisy a exkluzivní interiér kadeřnictví.



Program
celoživotního
učení



European Entrepreneurs Campus - Přenos, konfigurace a rozvoj multidisciplinárního modelu pro podporu podnikání v oblasti odborného vzdělávání a vysokoškolského vzdělávání

Proces

Start

Trh

Spotřebitel

Nápad

Koncept

Hodnocení

Jaké procesy a aktivity koncept obsahuje?

Popište všechny **zákaznický orientované** a **interní** procesy a aktivity v konceptu. Nejenom produkt či služba.

Způsoby, jak popsat procesy a aktivity:

Storyboardy Ilustrují procesy a aktivity krok za krokem pomocí skic nebo obrázků.

Diagramy Ilustrují toky a potřebné zdroje pomocí diagramů.

Mřížka příležitostí Používá schéma z metody modrých karet (Mulighedsgitteret) pro zaznamenání postupů a aktivit v různých fázích.



Program
celoživotního
učení

Projekt je financován Evropskou komisí programem LLP - Leonardo da Vinci. Tento projekt (n° 2012-1-CS1-LEO05-02794) byl realizován za finanční podpory Evropské komise. Tato publikace vyjadřuje pouze názor autora a Komise nemůže být zodpovědná za jakékoli užití, které mohou být vyrobeny z informací v něm obsažených.



Informace

Start

Trh

Spotřebitel

Nápad

Koncept

Hodnocení

Jakou identitu a informace koncept obsahuje?

Vytvořte identitu a emoce

Ve chvíli, kdy se střetne spotřebitel s produktem či službou, vizuální komunikace by měla odpovídat spotřebiteli, kterého chcete zasáhnout. Jaké emoce chcete vyvolat?

Pracujte systematicky na detailech, založených na spotřebitelských zkušenostech.

Navrhněte každou jednotlivou aktivitu

Rozdělte spotřebitelský scénář na několik hlavních aktivit. Typicky hlavní aktivita a aktivity, které jí předchází a které po ní následují.

Ve chvíli, kdy jsou identifikovány hlavní situace, měli byste vysvětlit:

Kdo bude zapojen v různých situacích?

Co je cílem pro každou z těchto zkušeností/situací?

Jaká jsou očekávání, motivace a příspěvky od lidí zapojených do zkušenosti?

Jaké jsou způsoby, které použijete k vytvoření zkušeností zainteresovaných spotřebitelů, tak abyste dosáhly cílů.

European Entrepreneurs Campus - Přenos, konfigurace a rozvoj multidisciplinárního modelu pro podporu podnikání v oblasti odborného vzdělávání a vysokoškolského vzdělávání

Business Model

Start

Trh

Spotřebitel

Nápad

Koncept

Hodnocení

Jak vytvořit příjmy?

Když je business model hotový, měli byste zvažovat:

Cenu a platební model

Volba partnerů – viz následující sekce.

Cena a platba

Výnosy mohou být generovány různými cestami:

Kup a zaplat'

Zákazníci zaplatí přímo za produkt či službu – cena odráží hodnotu pro zákazníka nebo náklady pro producenta.

Plat'te za použití nebo spotřebu

Dostanete něco levněji nebo zadarmo a platíte za použití. Např. tiskárny jsou prodávány tímto způsobem. Peníze se vydělávají na prodeji náplní tonerů.

Platí jiní

Zdarma pro spotřebitele, protože platí někdo jiný. Např. zdarma noviny nebo webové služby placené inzerty.

Houpačky a kolotoče (dánské pojetí)

Přilákáte zákazníky skvělou nabídkou s nízkým ziskem pro Vás, ale pokud jednou zákazníka zaujmete, nabídnete jim ke koupi další věci s vyšším ziskem. Např. prodávání pizzy za 40 Kč s očekáváním, že utržíte více za pití.

První dávka je zdarma

Bezplatné zkušební období. Platba následuje až, když chcete pokračovat. Skvělý způsob v případech, kdy použití produktu či služby je návykové po vyzkoušení. Velmi obvyklá prodejní technika pro software.



Program
celoživotního
učení



European Entrepreneurs Campus - Přenos, konfigurace a rozvoj multidisciplinárního modelu pro podporu podnikání v oblasti odborného vzdělávání a vysokoškolského vzdělávání

Partneři

Start

Trh

Spotřebitel

Nápad

Koncept

Hodnocení

Kdo co dělá?

Koncept jako celek nemusí být nezbytně nutně proveden jednou firmou. Bude možná lepší najít partnery pro ty části, které nepatří mezi naše nejsilnější stránky.

Které úkoly a funkce by měly být provedeny vaší společností?

Co jsou vaše základní dovednosti? Které úkoly můžete provést interně?

Které úkoly a funkce by měly být provedeny vašimi partnery?

Jaké jsou vaše slabé stránky? Co může být provedeno externími dodavateli a partnery tak, aby to pro vás neznamenalo zvýšení fixních nákladů.

Podívejte se na vaši práci po procesech a zvažte, které procesy by mohly být provedeny externě a kým.



Program
celoživotního
učení

Projekt je financován Evropskou komisí programem LLP - Leonardo da Vinci. Tento projekt (n° 2012-1-CS1-LEO05-02794) byl realizován za finanční podpory Evropské komise. Tato publikace vyjadřuje pouze názor autora a Komise nemůže být zodpovědná za jakékoli užití, které mohou být vyrobeny z informací v něm obsažených.





Program
celoživotního
učení



European Entrepreneurs Campus - Přenos, konfigurace a rozvoj multidisciplinárního modelu pro podporu podnikání v oblasti odborného vzdělávání a vysokoškolského vzdělávání

Technologie a IPR

Start

Trh

Spotřebitel

Nápad

Koncept

Hodnocení

Jaké jsou Vaše zvláštní znalosti nebo práva k duševnímu vlastnictví (IPR, Intellectual Property Rights)?

Je nápad a koncept nějakým způsobem chráněn před konkurencí? Zde jsou příklady, jaká je možná ochrana:

Patent

Ostatní IPR

Design

Autorizace

Ochranná známka

Unikátní znalosti

Autorská práva



Program
celoživotního
učení

Projekt je financován Evropskou komisí programem LLP - Leonardo da Vinci. Tento projekt (n° 2012-1-CS1-LEO05-02794) byl realizován za finanční podpory Evropské komise. Tato publikace vyjadřuje pouze názor autora a Komise nemůže být zodpovědná za jakékoli užití, které mohou být vyrobeny z informací v něm obsažených.





Program
celoživotního
učení



European Entrepreneurs Campus - Přenos, konfigurace a rozvoj multidisciplinárního modelu pro podporu podnikání v oblasti odborného vzdělávání a vysokoškolského vzdělávání

Konkurence

Start

Trh

Spotřebitel

Nápad

Koncept

Hodnocení

Přímá konkurence

Alternativní nabídky, které jsou srovnatelné z vašimi nabídkami.

Substituty

Alternativní nabídky, které mohou uspokojit stejné potřeby, ale jiným způsobem.

Nepřímá konkurence

Ostatní externí faktory, které mohou snížit zájem o váš produkt či službu a mohou omezit prodeje.



Program
celoživotního
učení

Projekt je financován Evropskou komisí programem LLP - Leonardo da Vinci. Tento projekt (n° 2012-1-CS1-LEO05-02794) byl realizován za finanční podpory Evropské komise. Tato publikace vyjadřuje pouze názor autora a Komise nemůže být zodpovědná za jakékoli užití, které mohou být vyrobeny z informací v něm obsažených.



European Entrepreneurs Campus - Přenos, konfigurace a rozvoj multidisciplinárního modelu pro podporu podnikání v oblasti odborného vzdělávání a vysokoškolského vzdělávání

Prototyp a vizualizace

Start

Trh

Spotřebitel

Nápad

Koncept

Hodnocení

Fyzická

Fyzické prototypy, blízké vlastnímu produktu, jsou často nejlepší formou komunikace. Ale rovněž modely nebo ostatní vizuální prezentace.

Analytická

Matematický model, 3D CAD, tabulkový procesor.

Zaměřující

Znázornění specifických prvků produktu.

“ Pokud řeknete, my nemáme žádnou konkurenci. Já Vám nevěřím. Co je nejlepší alternativní varianta pro zákazníky?