


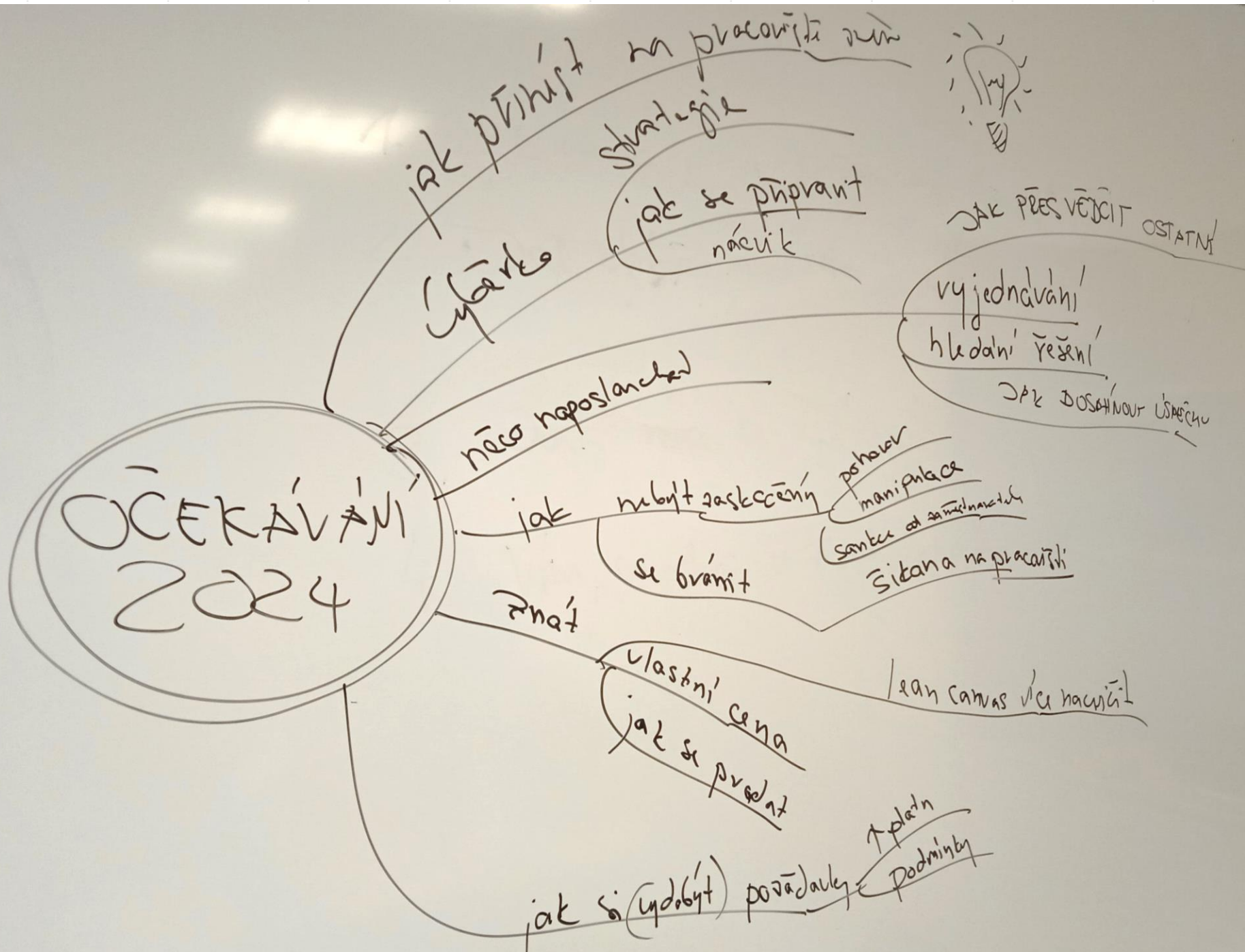
Přijímací pohovor a jak se orientovat na trhu práce

Ing. Marek Bumbálek

8. 3. 2023 – Blok č. 2

The image features a dark grey puzzle piece centered on a bright yellow background. The puzzle piece is slightly offset, casting a soft shadow. To the right, a white grid pattern is visible, partially obscured by a curved yellow border. The text is centered over the puzzle piece.

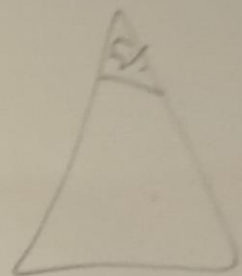
Co jsme
řešili
minule?



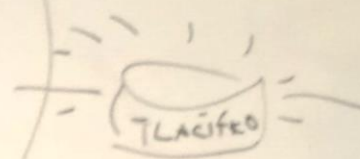
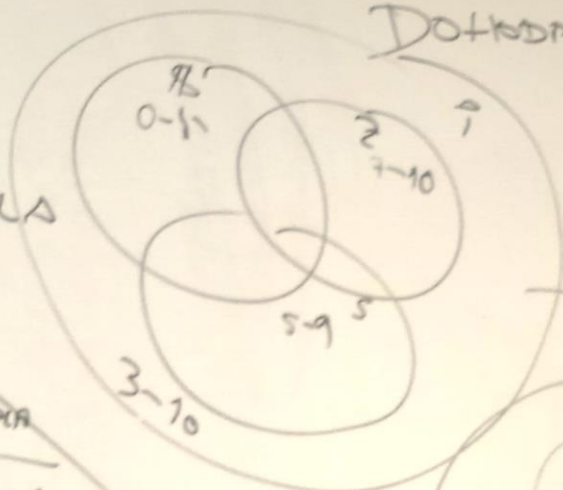
PRAC. SMLOVA - 40 h/42 d

DOTYK O PRAC. EN - 14 dní 20/42 d

DOTYK S PROVED. PRACE - 300 h/rok

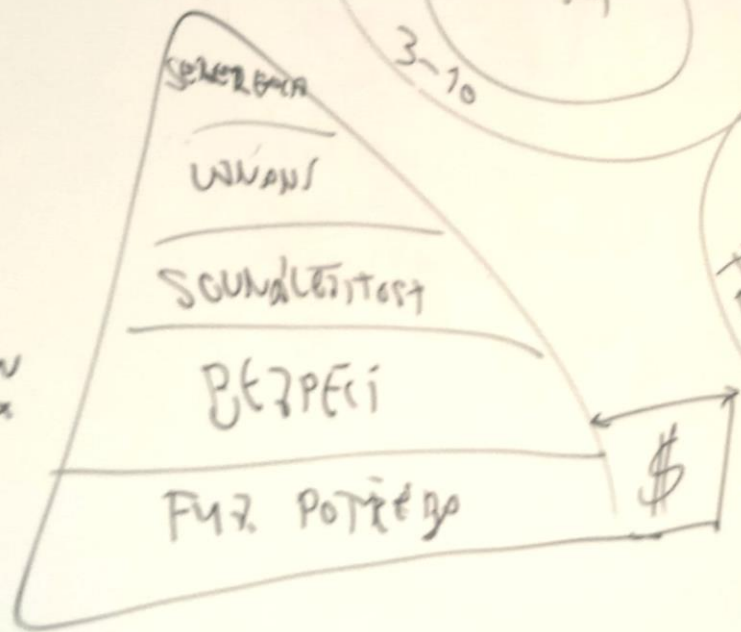


- NESMYSLNÁ PRAVIDLA
- POCHVACA CMBI'



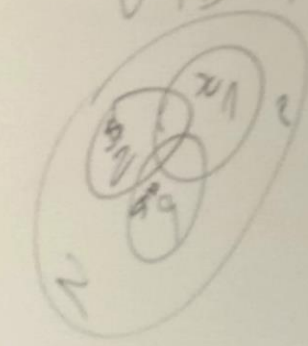
KAMPAŇ O 3 SLOECH

PROSIM
DEKUSI
VYBORNE



- domov
- hmotna
- potreba

- jidlo
- bydlisko
- oblec.



(7)



PRAKTICKÝ NÁCVIK



Kdo jsem?

- Konec prokrastinace – Petr Ludwig
- Osobní SWOT
- Největší úspěchy

OSOBNÍ SVOT

S - SILNÉ STRÁNKY:

W - SLABÉ STRÁNKY:

O - PŘÍLEŽITOSTI:

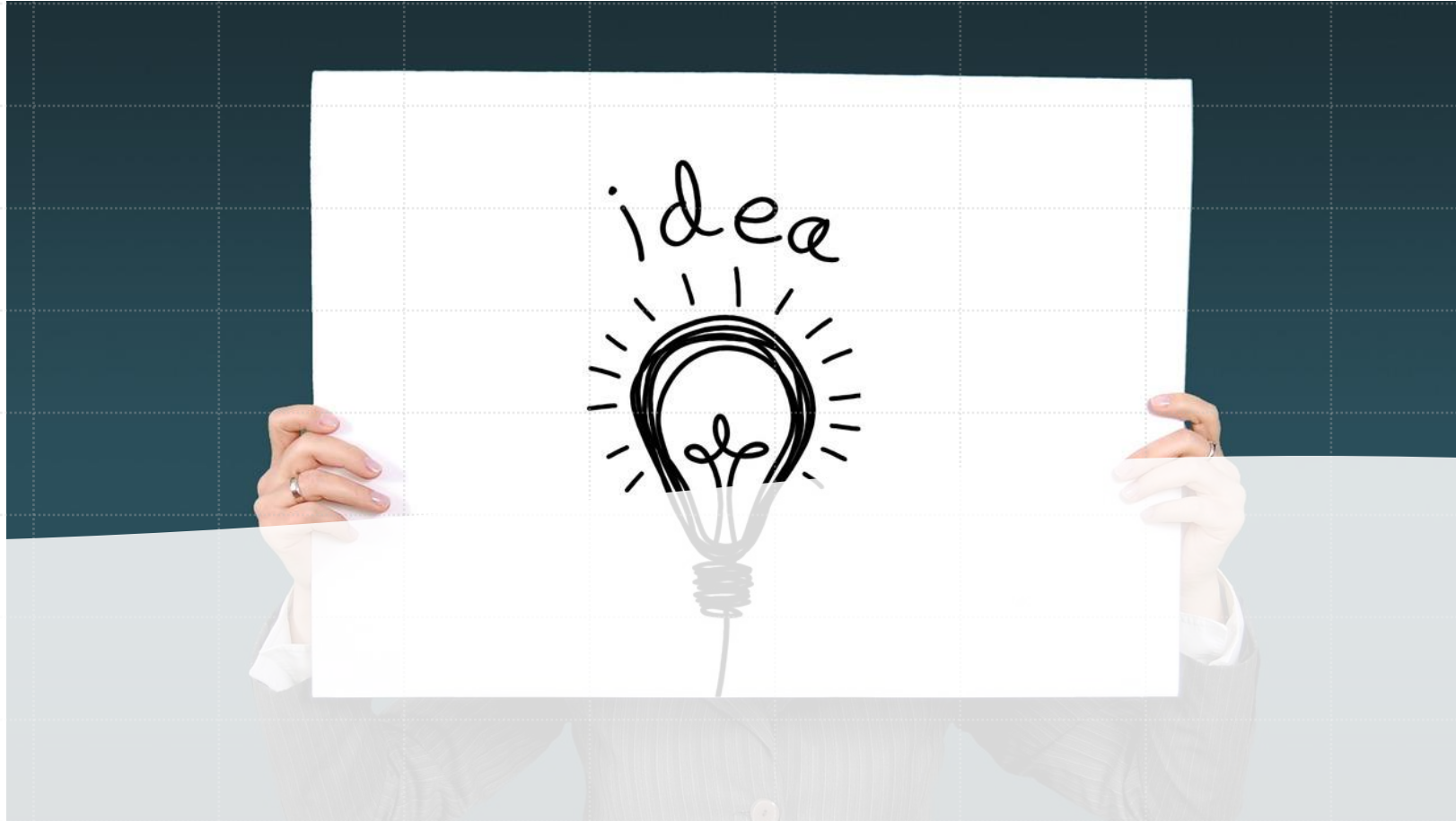
T - HRŮZBY:

SEZNAM OSOBNÍCH ÚSPĚCHŮ

Myšlenkové mapy



Zajímavé video



Mind Mapping My Way to a Life I Love | John Diggs
<https://www.youtube.com/watch?v=Jw3Zklpe1Kk>



Lean Canvas

- Metodika na tvorbu prototypů
- Autor Ash Maurya – Lean podnikání
- Článek s popisem metodiky: [Lean Canvas aneb Jak získat přehled a domluvit se o produktu v rekordně krátkém čase](#)
- Kurz zdarma: <https://www.dobrokurzy.cz/>
- Business plán na 1 stranu A4
- Řízený brainstorming
- „Princip neprůstřelného mnicha“ 😊

Lean Canvas

Podnikatelský plán na jedné straně papíru

Online kurz zdarma na www.leancanvas.cz

Projekt:

Autor:

Datum:

Verze #

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

Lean Canvas plátno

- **1. Zákazníci** – Kdo jsou naši zákazníci, tj. platí za užívání produktu/služby. Kdo jsou uživatelé? Uživatelé službu používají, ale neplatí za ni.
 - **První vlašťovky** – Na kom můžeme začít projekt testovat?
- **2. Problém** – Jaké jsou 1-3 největší problémy zákazníků?
 - **Existující alternativy** – Jak řeší své problémy zákazníci teď?
- **3. Řešení** – Jakými vlastnostmi náš produkt řeší problémy zákazníků?
- **4. Unikátní nabídka hodnoty** – Čím upoutáte pozornost? V čem se odlišujeme? Jaká je výsledná hodnota pro našeho zákazníka?
 - **Srozumitelný opis** – Jak jednoduše popsat naše řešení pomocí již existujících řešení?





Lean Canvas plátno

- **5. Cesty k zákazníkům** – Jakými způsoby se dostaneme ke svým zákazníkům?
- **6. Cenový model** – Jaké budou příjmy? Jaký zvolíme cenový model?
- **7. Struktura nákladů** – Jaké budou variabilní a fixní náklady. Za co budeme platit a kolik?
- **8. Indikátory** – Jak definujeme úspěch a jak ho budete měřit? Jaké další výstupy jsou důležité (pirátské metriky AAARR)?
- **9. Neférová výhoda** – V čem máme výhodu před ostatními? Co nikdo nemůže zkopírovat nebo si koupit? Proč bychom měli dělat právě my?

Lean Canvas

Podnikatelský plán na jedné straně papíru

Online kurz zdarma na www.leancanvas.cz

Projekt:

Autor:

Datum:

Verze #

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

Děkuji za pozornost 😊

