

2. Seminář

Cvičení na tvorbu

HODNOTOVÉ NABÍDKY a SEGMENTU ZÁKAZNÍKŮ



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.
Business modely

Plátno business modelu

Vytvořeno pro:

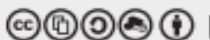
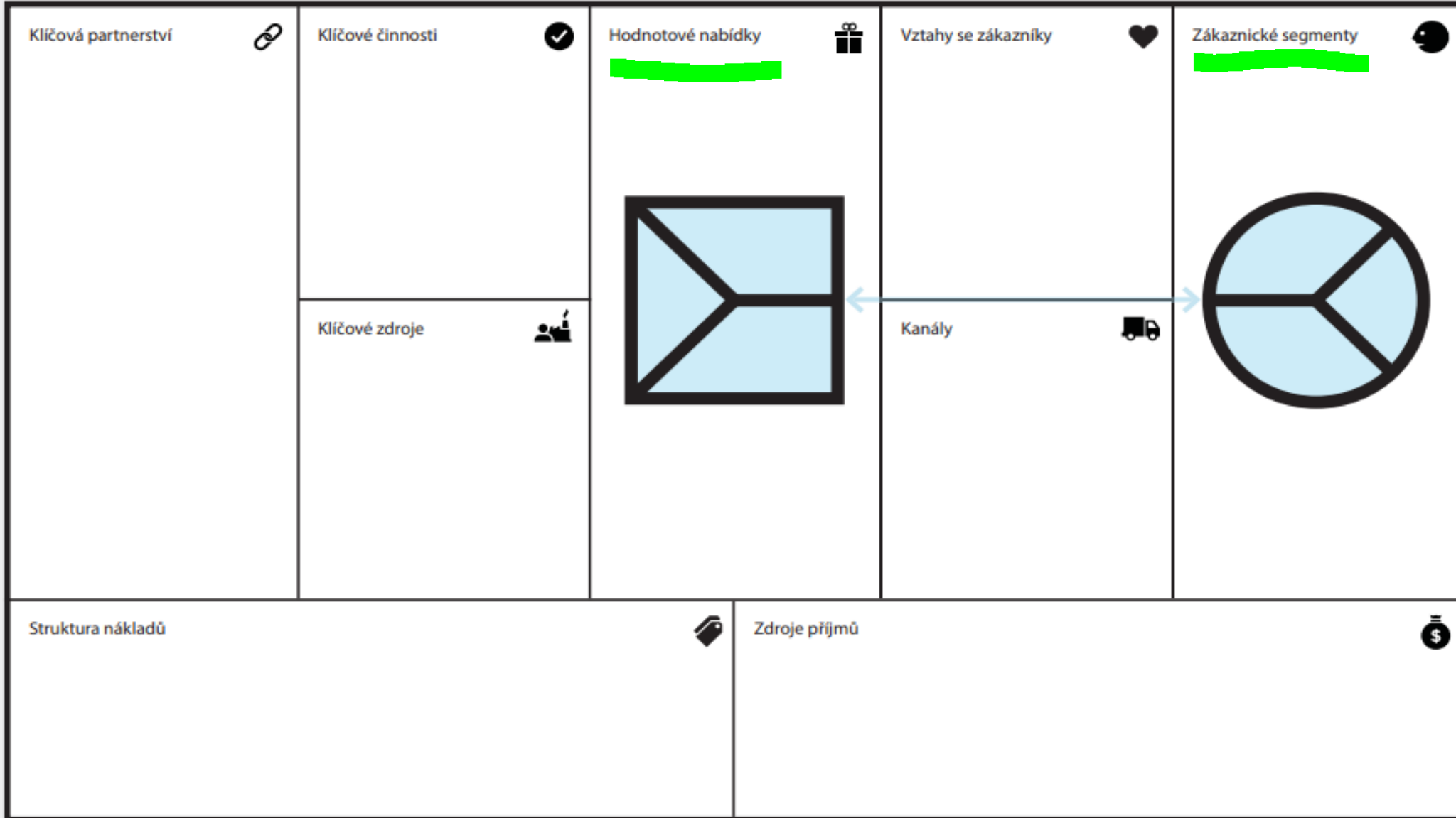
Vytvořil:

Datum:

Verze:



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

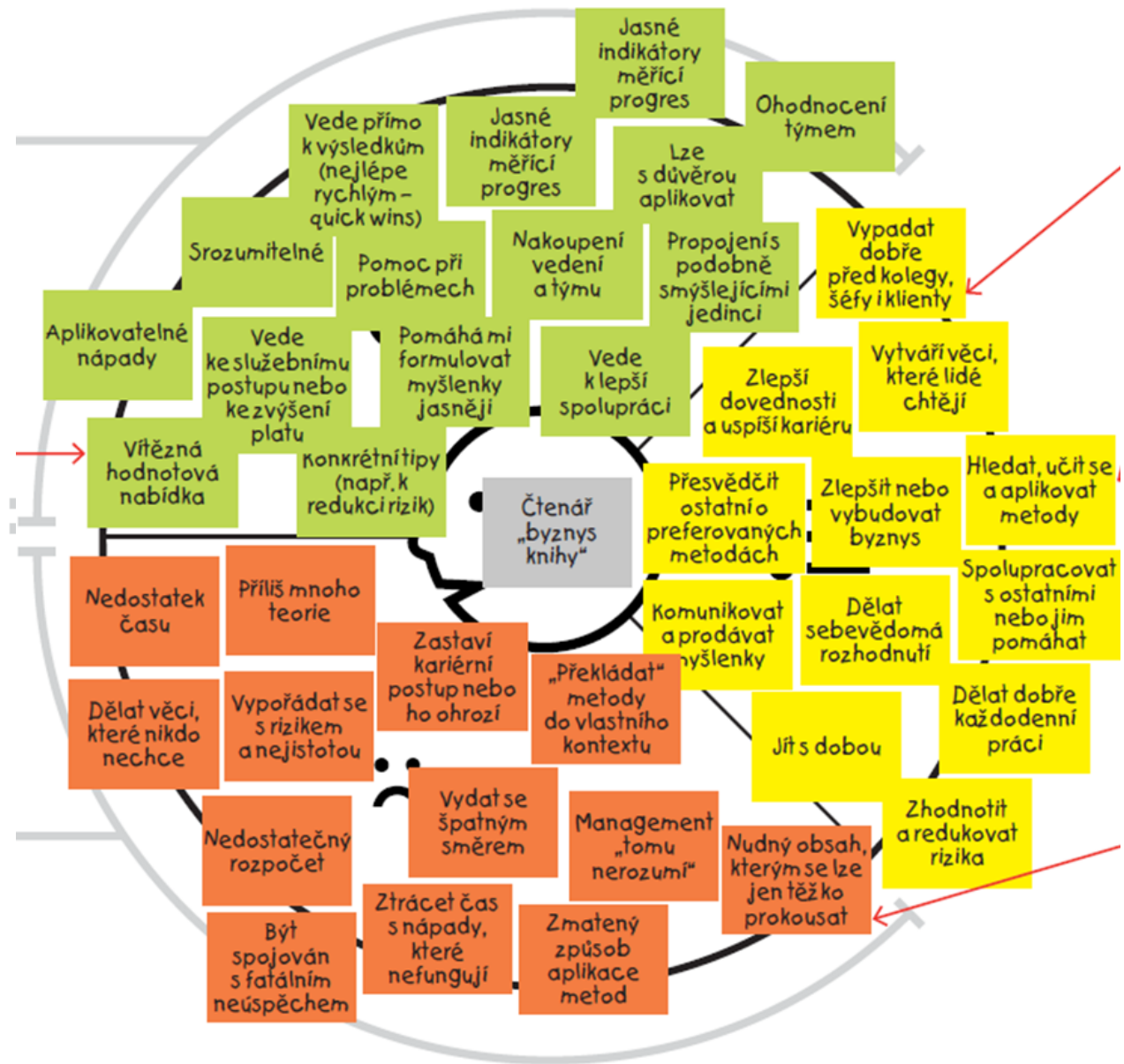
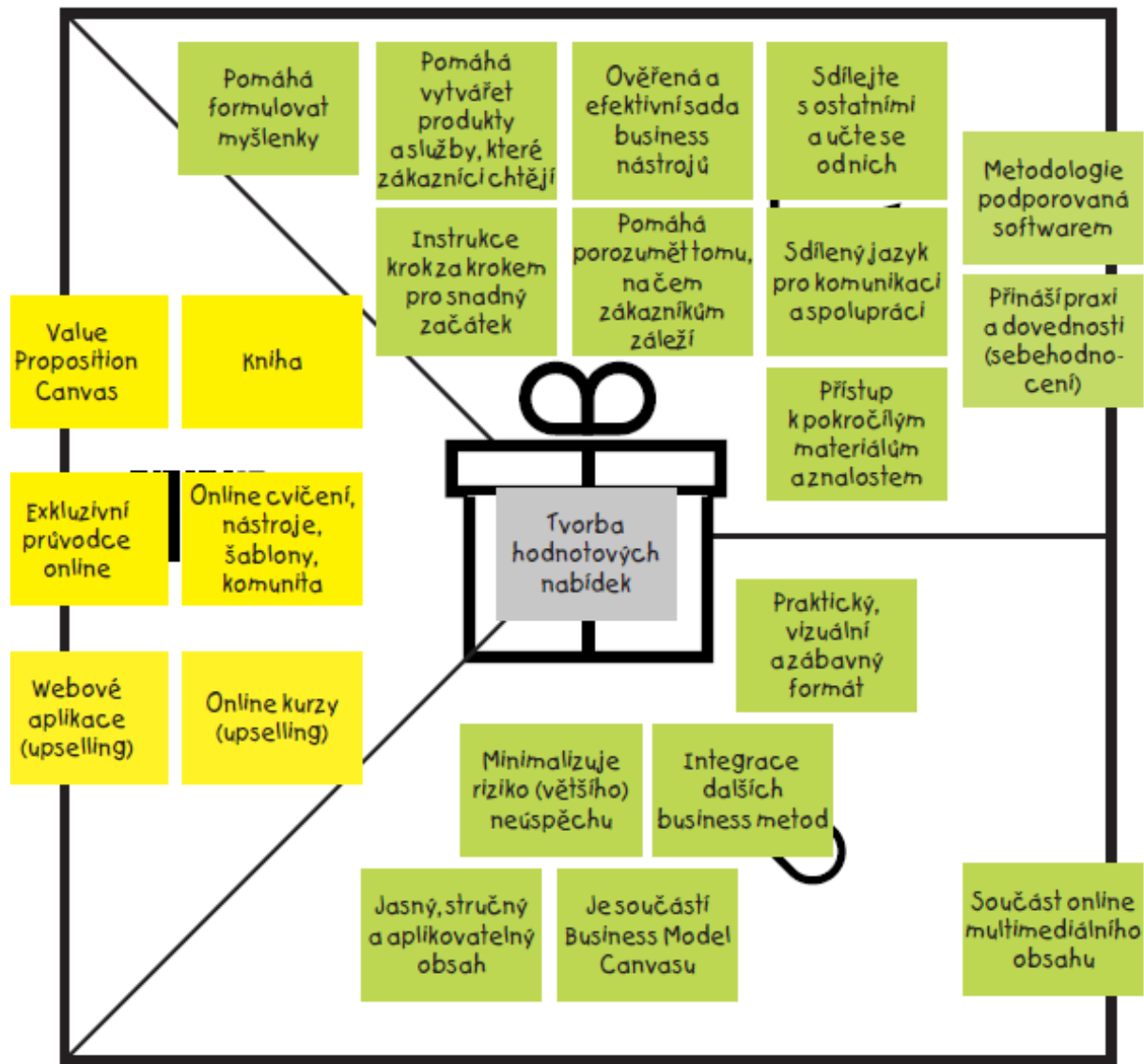


Designed by: Business Model Foundry AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

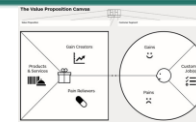
This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



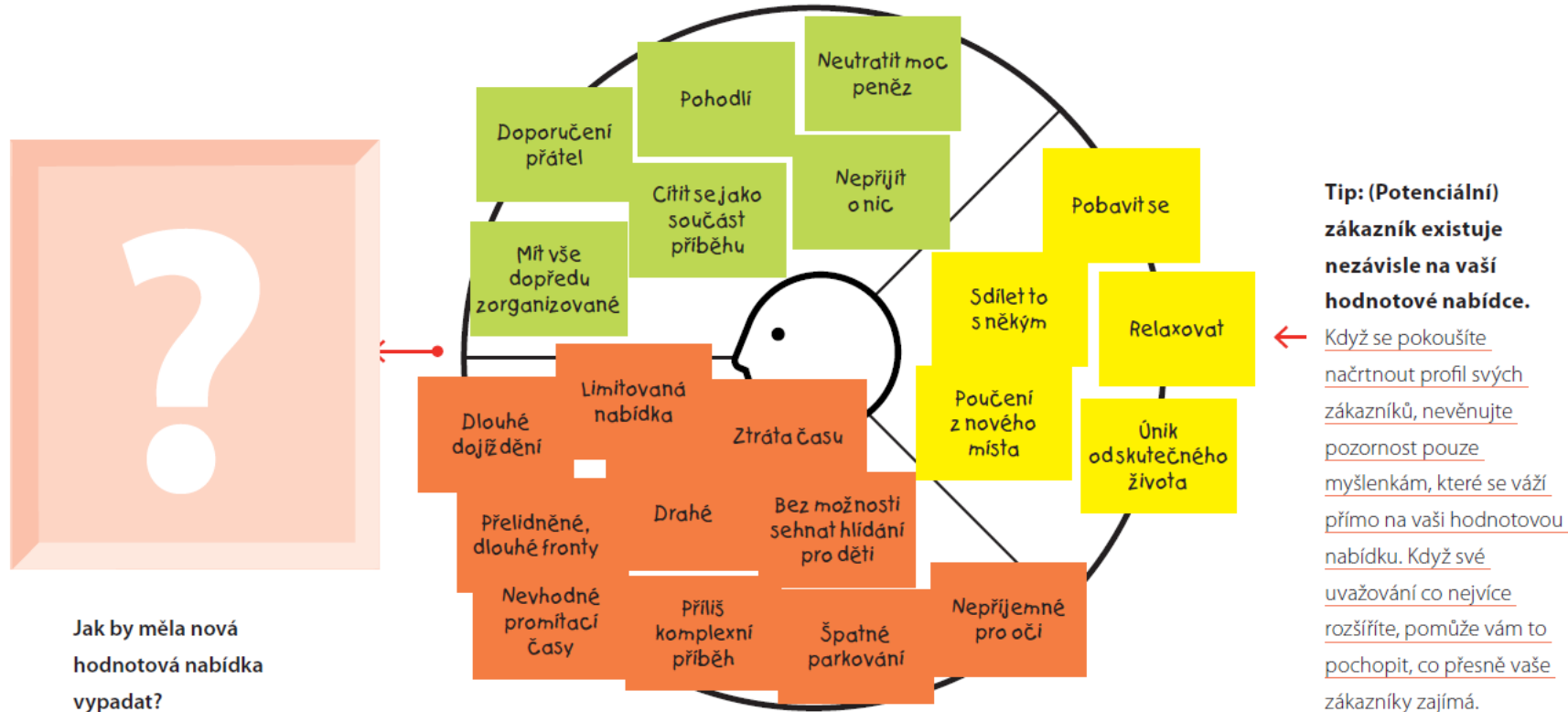
strategyzer.com



Hodnotová nabídka a profil zákazníka knihy „Vydělávejte svými nápady“



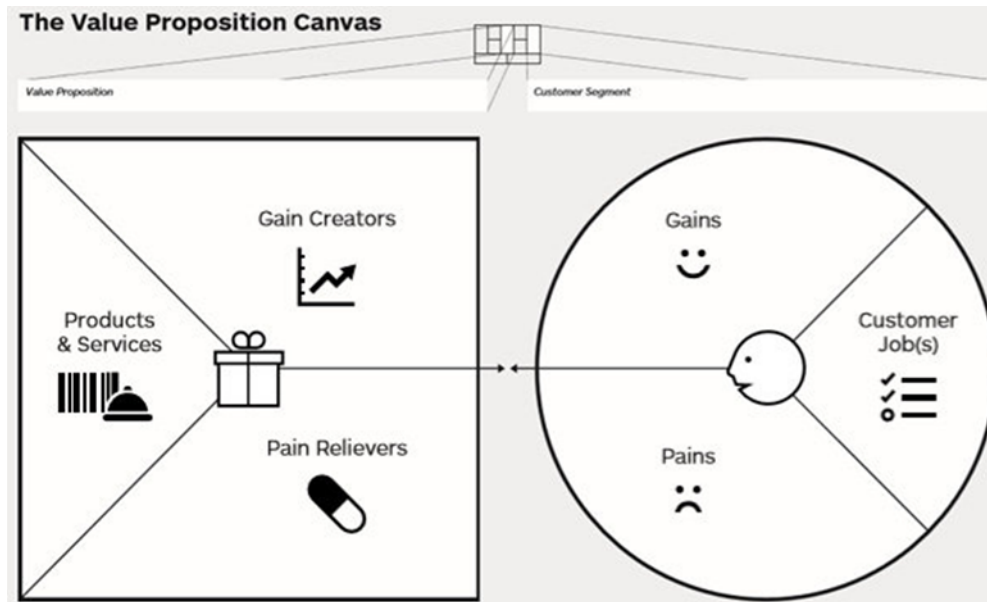
Co návštěvníky kina skutečně motivuje?



Prvním úkolem je:



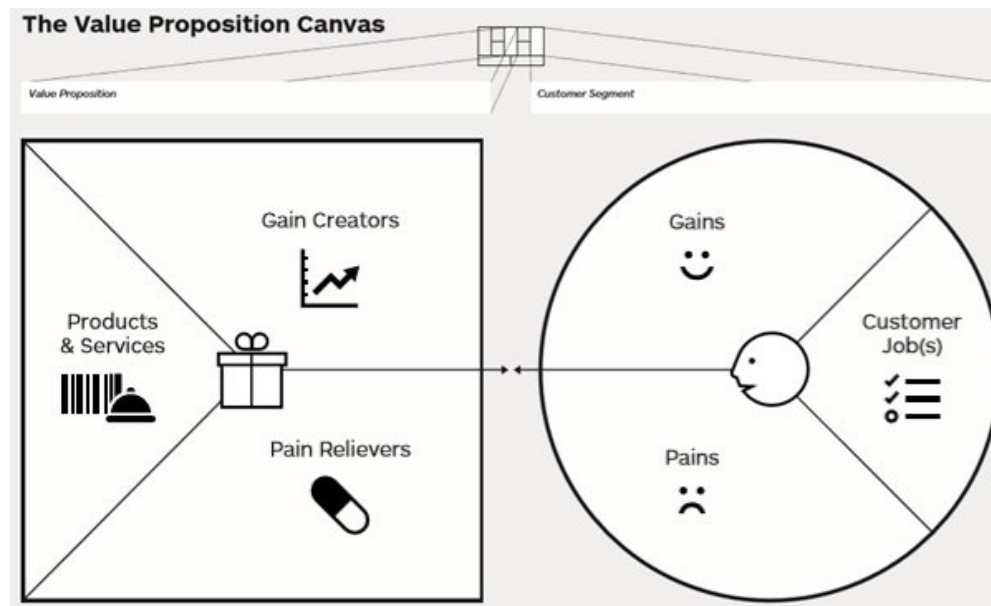
1. Vytvořte 3-5 členné týmy, zvolte si zástupce (2-3 min.)
2. Vyberte si společnost a její PRODUKT (2 min.)
3. Vytvořte její HODNOTOVOU NABÍDKU a PROFIL ZÁKAZNÍKA/segmentu (30 min.)
4. PREZENTACE týmového HODNOTOVÉHO CANVASU (3-5 min.)



Druhým úkolem je:



1. V týmu vytvořte HODNOTOVOU NABÍDKU a PROFIL ZÁKAZNÍKA vašeho produktu/služby (30 min.)
2. PREZENTACE týmového HODNOTOVÉHO CANVASU (3-5 min.)



Časté chyby:



- Vyjmenování všech produktů a služeb, a ne jen těch, které se vztahují ke konkrétnímu zákaznickému segmentu.
 - Vpisování produktů a služeb do polí pro řešení obtíží nebo tvorbu přínosů.
 - Nabídka řešení obtíží nebo tvorby přínosů, která nijak nesouvisí s obtížemi a přínosy v profilu zákazníka.
 - Nerealistická snaha o zahrnutí všech zákaznických obtíží a přínosů.
-