

5. Seminář

Cvičení na tvorbu

Unbudlingu ve společnosti

Charakteristika vybraného business modelu



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ**

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.
Business modely

Vztahy se zákazníky

Klíčovní partneři	Klíčové aktivity	Nabízená hodnota	Vztahy se zákazníkem	Zákaznické segmenty
Inovace produktů + služeb	Zákaznické akvizice a retence	Služby orientované na zákazníka	Silné vztahy se zákazníky, akvizice nových, znovu získávání zákazníků (retence)	Silná orientace na zákazníky
Řízení infrastruktury	Klíčové zdroje Vytvořit velkou zákaznickou základnu (CRM)		Marketingové kanály Silné kanály	
Náklady Vysoké náklady na akvizice a retence zákazníků		Zdroje příjmů Vysoké podíly příjmů		

Produktové inovace

Klíčovní partneři	Klíčové aktivity	Nabízená hodnota	Vztahy se zákazníkem	Zákaznické segmenty
Inovace produktů + služeb	Řízení RD	Produktové inovace + inovace služeb		B2B B2C
Řízení infrastruktury	Atraktivita pro talenty a nadané pracovníky			
			Marketingové kanály	
Náklady Vysoké náklady na zaměstnance		Zdroje příjmů Prémiové ceny		

Klíčovní partneři	Klíčové aktivity	Nabízená hodnota	Vztahy se zákazníkem	Zákaznické segmenty
	Rozvoj infrastruktury a údržby	Služby infrastruktury		B2B B2C
	Klíčové zdroje Vysoké objemy (rozsah např. výroby)			
Náklady Vysoké fixní náklady		Zdroje příjmů Cenové strategie výrobků (služeb)		

Zaměření na infrastrukturu

- 1. Zaměření na vztahy se zákazníky** – identifikuje, získává a buduje vztahy se zákazníky;
- 2. Zaměření na inovaci produktů** – vznikají nové produkty a služby, které přinášejí peněžní prostředky, jejichž účelem je zisk;
- 3. Zaměření na infrastrukturu** – jako budování správy zařízení pro velkoobjemové a opakující se provozní úkoly.

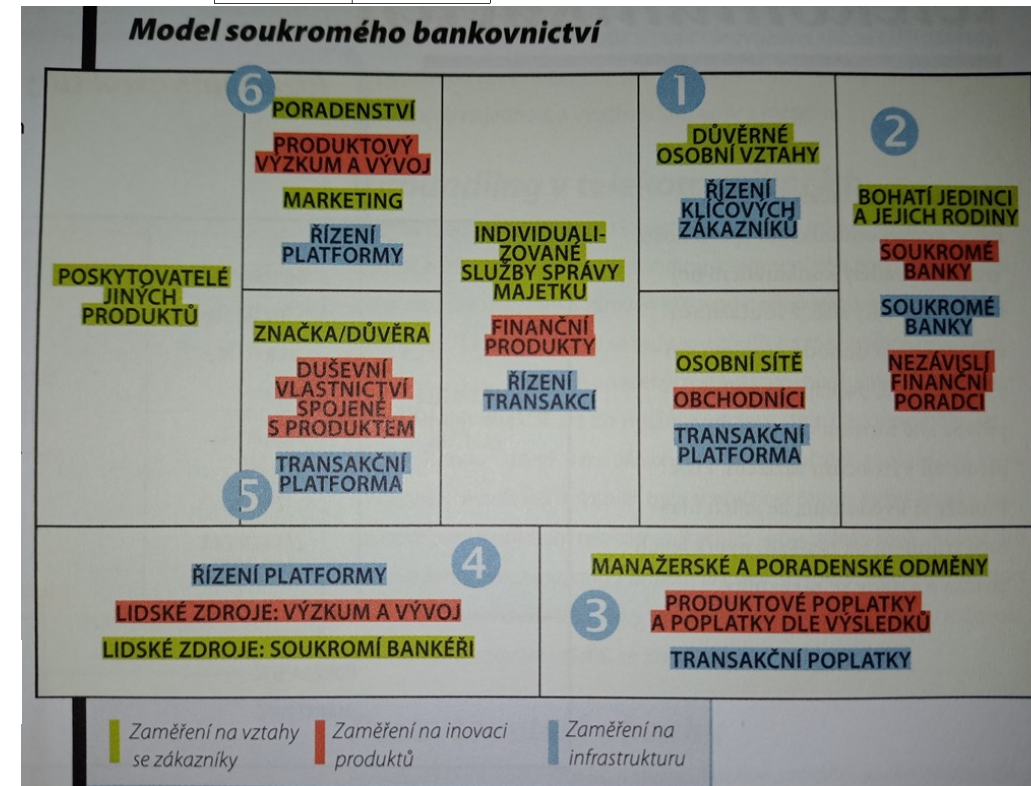
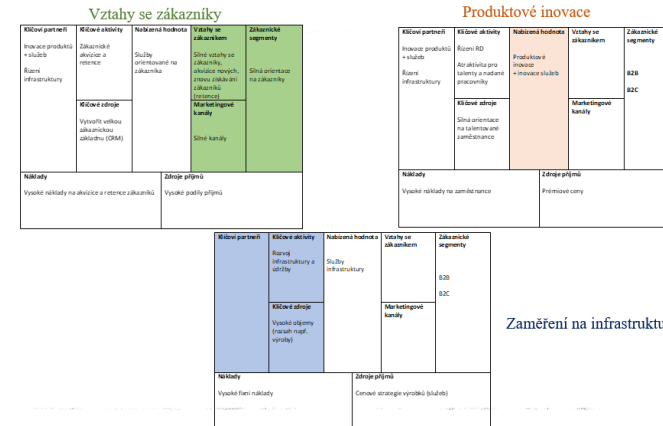
Klíčové důvody:

- Pro zlepšení svých operací se společnost může „oddělit“ prodejem aktiv, produktových řad, dceřiných společností nebo divizí.
 - Unbundling může také odkazovat na nabízení produktů nebo služeb samostatně, které byly dříve jako celek.
 - Pokud si cena akcií společnosti vede špatně, představenstvo může požadovat unbundling za účelem získání kapitálu nebo distribuce hotovosti svým akcionářům, pokud věří, že tento proces pomůže zlepšit její výkonnost.
-

Prvním úkolem je:



- Vytvořte 3-5 členné týmy, zvolte si zástupce (2-3 min.)
- Vyberte si existující společnost nebo si vyberte vlastní (2 min.)
- Popište jak je možno rozdělit (unbundlovat) danou firmu ve 3 oblastech (30 min.):
 - Vztahy se zákazníky
 - Produktové inovace
 - Zaměření na infrastrukturu
 - Využijte Canvas – můžete 1 canvas a barevně oddělte každou unbundlovanou část.
- PREZENTACE a diskuse unbundlovaného modelu (5 min.)



Druhým úkolem je:

1. Vytvořte 3-5 členné týmy, zvolte si zástupce (2-3 min.)
 2. Vyberte si existující společnost nebo si vyberte vlastní (2 min.)
 3. Vyberte si volitelně business model (např. dlouhého chvostu, vícestranná platforma, business model ZDARMA, otevřený business model (30 min.):
 - Využijte Canvas a uveďte jednotlivé oblasti BM.
 4. PREZENTACE a diskuse modelu (5 min.).
-

- Klíčové je pochopení jak firmy generují příjmy – kdo jsou platící zákazníci a jak je segmentuje (rozdíl mezi mass market a niche market, konektivita na segmenty-hodnot-příjem).
 - Různé typologie business modelů přináší nové pohledy na to, jak firma nabízí a generuje hodnotu.
 - Nemusíme vždy vše ve firmě realizovat sami, můžeme outsourcovat, můžeme spolupracovat, můžeme jít cestou talentovaných zaměstnanců, můžeme hledat inovace – externě nebo vznikající uvnitř ve firmě.
 - Efektivita procesů a jednotlivých činností odráží bližší zaměření na to, co je klíčové a přináší to firmě vyšší hodnotu (efektivitu, snížení nákladů, získání odbornosti, know-how, využívání licencí apod.)
 - Je žádoucí vždy hledat možnosti jak modifikovat či využívat již stávající modely pro konkrétní řešení na trhu (zákaznického problému).
-