

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Jak stworzyć dobrą strategię firmy?

Prowadzący: Letycja Sołoducho-Pelc

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Data: 04.11.2024



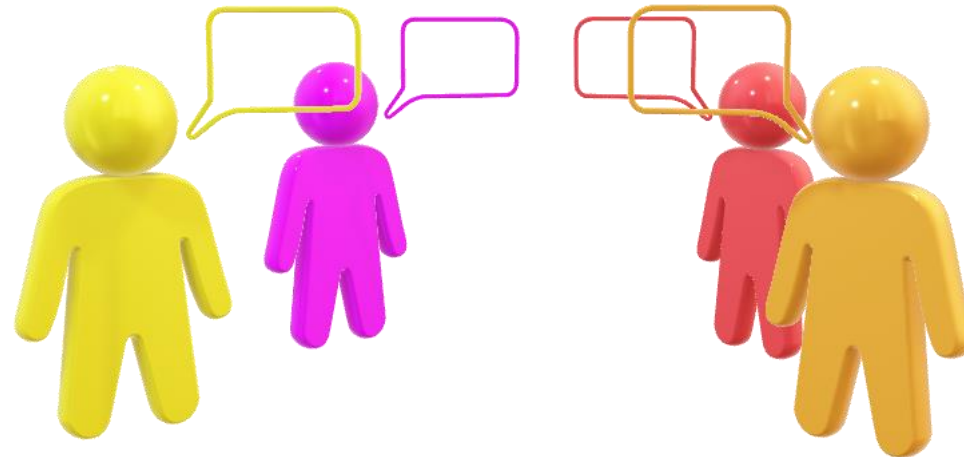
UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
we Wrocławiu

CZ. I Wykład

Wprowadzenie



Kto z Was wie, co to jest firma?



Wprowadzenie



Firma to miejsce, które tworzy
coś (produkt lub usługę)
i sprzedaje ludziom,
którzy tego potrzebują lub chcą mieć.



Wprowadzenie



Wyobraźcie sobie, że prowadzicie sklep z lodami. Macie różne smaki lodów, klient może kupić takie lody, jakie mu smakują.

Wasz sklep z lodami to właśnie mała firma.



Przykład firmy



Znana dzieciom i dorosłym firma ... Lego!

Przykład firmy



Krótką historia



LEGO zaczęła działalność na początku XX wieku od produkcji drewnianych zabawek.

Nazwa LEGO to skrót utworzony od duńskiego zwrotu „leg godt” - baw się dobrze.

Przykład firmy



Dziś LEGO sprzedaje różne zestawy, z których można budować konstrukcje.

Każdy zestaw klocków to „jakby” inny produkt.



Przykład firmy



Kto kupuje produkty LEGO?

Głównie dzieci.

Ale ... dorośli, też lubią budować.



Przykład firmy



Jak firma Lego dociera do klientów?

LEGO sprzedaje produkty w Internecie, w sklepach stacjonarnych na całym świecie, organizuje wydarzenia.

Zasady działania firmy



Krok 1: Pomysł na produkt

Zaczynamy od pomysłu: Co firma może stworzyć,
żeby spodobało się ludziom?

Aby klienci chcieli ten produkt lub usługę kupować?

Zasady działania firmy



Krok 1: Pomysł na produkt



np. pizza o smaku gumi-jagód czy nowe skiny w grze.

Jakie produkty lub usługi chcielibyście sami stworzyć?

Zasady działania firmy



Krok 2: Produkcja



Kiedy mamy pomysł, trzeba znaleźć sposób, żeby stworzyć produkt. Firma musi wymyślić, jak zrobić produkt, który będzie bezpieczny i atrakcyjny.

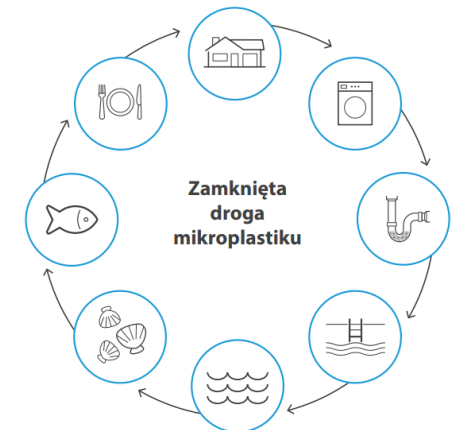
Zasady działania firmy

Krok 2: Produkcja



Produkcja wymaga materiałów, takich jak: składniki do lodów, plastik na klocki,

plastik?



Zasady działania firmy



Krok 3: Marketing

Trzeba pokazać produkt światu – to nazywamy „marketingiem”.

Marketing to robienie reklam, plakatów, tworzenie stron internetowych, a także mówienie o produkcie, żeby klienci dowiedzieli się, że istnieje.

Zasady działania firmy



Krok 3: Marketing

Czy widzieliście kiedyś reklamę zabawki, słodyczy, gry, która od razu sprawiła, że chcieliście ją mieć?



Zasady działania firmy



Krok 4: Sprzedaż

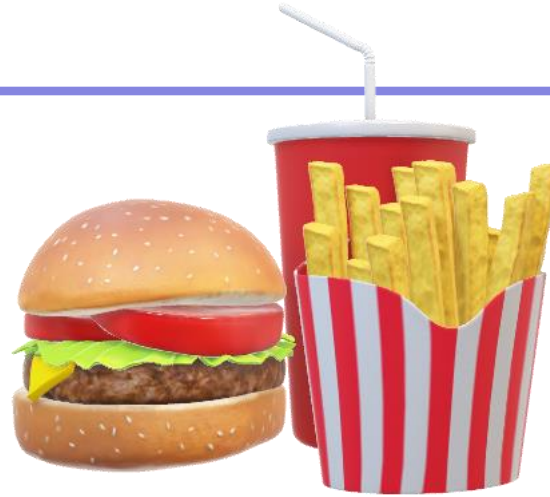
Gdy wszystko jest gotowe, produkt trafia do sprzedaży – np. do sklepów lub na strony internetowe.



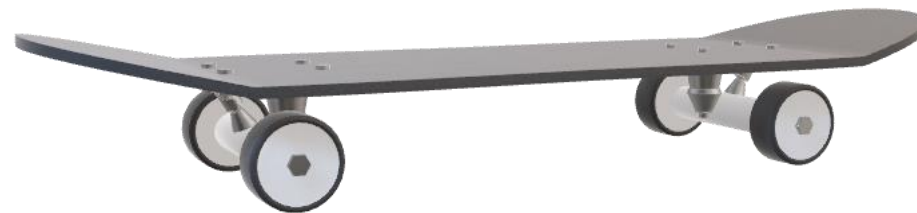
Zasady działania firmy



Krok 4: Sprzedaż



Sprzedaż to moment, kiedy klienci mogą kupić produkt, zabrać go, używać (np. zjeść, złożyć, jeździć na nim, grać).



Podsumowanie

Firma to miejsce, które tworzy produkt lub usługę i sprzedaje to ludziom, dbając o to, by produkt był interesujący i potrzebny.



Podsumowanie



Wszyscy mogą znaleźć rzeczy, które sprawiają im radość lub są im potrzebne, a firma może rozwijać swoją działalność.



Strategia



Jak stworzyć dobrą strategię firmy?



Co to jest strategia?



Strategia to plan, który pomaga firmie osiągnąć jej cele.



To jak mapa, kompas który pokazuje, gdzie chcemy dość i jak to zrobić.

Dlaczego strategia jest ważna?



Dobrze przemyślana strategia pomaga nam dowiedzieć się, gdzie będziemy konkurować i jak chcemy wygrywać.

**Jeśli nie mamy planu, łatwo możemy się zgubić,
a konkurencja nas wyprzedzi!**

Strategia – trochę literatury?



- ❖ Czy nie mógłby pan mnie poinformować, którądy powinnam pójść? – mówiła dalej.
- ❖ **To zależy w dużej mierze od tego, dokąd pragnęłabyś zajść – odparł Kot-Dziwak.**
- ❖ Właściwie wszystko mi jedno.
- ❖ **W takim razie również wszystko jedno, którądy pójdziesz.**

Lewis Carroll, Alicja w Krainie Czarów, : rozdział VI, s. 37; [https://pl.wikiquote.org/wiki/Alicja_w_Krainie_Czar%C3%B3w_\(powie%C5%9B%C4%87\)](https://pl.wikiquote.org/wiki/Alicja_w_Krainie_Czar%C3%B3w_(powie%C5%9B%C4%87))

Cele strategiczne



Cele strategiczne to ważne zadania do wykonania, które pomagają nam zrealizować nasze marzenia.

Cele strategiczne muszą być jakie?



Cele strategiczne



Precyzyjne: Muszą być jasno sformułowane, np. Chcemy zwiększyć sprzedaż naszych lodów o 20% w ciągu roku.

Mierzalne: Musimy mieć sposób, aby sprawdzić, czy osiągamy nasze cele, np. Możemy liczyć, ile sztuk lodów sprzedajemy co miesiąc.

Dwa kluczowe pytania w strategii



1. Gdzie chcemy działać i kogo chcemy mieć jako klientów.



np. Czy sprzedajemy lody dzieciom, dorosłym, czy wszystkim? W naszym mieście czy na całym świecie?

Dwa kluczowe pytania w strategii



2. Jak chcemy wygrywać?

Jak sprawimy, że klienci wybiorą nas?



Może chcemy oferować wyjątkowy rodzaj produktów lub usług, najlepszą obsługę?

Właściwe wybory i spójność



Ważne, aby nasze decyzje dotyczące strategii rozwoju firmy były ze sobą spójne. Na przykład:

Nie ma sensu sprzedawać drogich lodów, jeśli klienci nie mają pieniędzy.

Nie warto oferować najlepszej obsługi, gdy klienci wolą szybko kupić.

Dostrzeżenie szans



Umiejętność dostrzegania szans to ważna cecha. Czasami szansa jest tam, gdzie inni jej nie widzą.

Przykład: Jeśli zauważysz, że w okolicy brakuje baru z domowymi obiadami - możesz otworzyć własny!



Wykorzystanie szansy



Gdy szansa się pojawi, wykorzystaj ją!

Nie czekaj, aż inni to zrobią.



Na przykład, jeśli masz pomysł na nowy smak babeczek -
wprowadź na rynek szybko.

Podsumowanie



Życie i biznes nie zawsze są łatwe.

Kiedy napotykasz trudności, bądź wytrwały!



Przykład: Jeśli Twoje lody nie sprzedają się dobrze, spróbuj wprowadzić promocje lub nowe smaki, zamiast się zniechęcać.

Podsumowanie



Dobra strategia to plan, który pomaga osiągnąć sukces.

Pamiętajcie o precyzyjnych celach, spójnych decyzjach i wytrwałości w trudnych czasach.

Bądźcie czujni na możliwości i działajcie, gdy się pojawią!



CZ. II Warsztaty

CZ. II Warsztaty



Przebieg warsztatów

- ✓ Podział na grupy (3 minut)
- ✓ Instrukcja dla grup (5 minuty)
- ✓ Praca grupowa (15 minut)
- ✓ Przygotowanie do prezentacji (5 minut)

CZ. II Warsztaty



Instrukcja dla grup (5 minuty)

Każda grupa ma zaproponować produkt lub usługę, którą chce oferować.

Mogą to być: nowe produkty i usługi opracowane przez Waszą firmę lub ulepszone produkty i usługi podpatrzone u konkurencji działającej już na rynku.

Należy skupić się na tym, co sprawia, że dany produkt lub usługa jest wyjątkowa i lepsza od innych.

CZ. II Warsztaty



Praca grupowa (15 minut)

Krok 1: Wymyślcie produkt lub usługę

Wy decydujecie, co będziecie oferować.

Może to być np. mówiący robot, nowy smak pizzy, specjalne książki itp.

CZ. II Warsztaty



Krok 2: Co czyni Wasz produkt wyjątkowym?

Pomyślcie o cechach, które wyróżniają Wasz produkt lub usługę na tle konkurencji.

Może to być unikalny smak, nietypowe materiały, specjalne funkcje, extra forma sprzedaży.

CZ. II Warsztaty



Krok 3: Kto jest Waszym klientem?

Macie określić, kto będzie korzystać z produktu lub usługi
– dzieci, dorośli, rodziny?

CZ. II Warsztaty



Krok 4: Stwórzcie logo i hasło

Wymyślcie krótkie hasło i prosty obrazek, który kojarzy się z Waszym produktem lub usługą.

Może to być zabawna grafika lub kolorowy symbol.

CZ. II Warsztaty



Pytania wspierające:

- **Dlaczego Wasz produkt jest wyjątkowy?**
- **Co sprawia, że ludzie będą chcieli kupić produkt lub usługę właśnie od Was?**
- **Jakie cechy produktu lub usługi przyciągną klientów?**

CZ. II Warsztaty



Przygotowanie do prezentacji (5 minut)

Za chwilę będziecie mieli okazję opowiedzieć o swojej firmie.

Wybierzcie kto będzie prezentować i opowie o produkcie lub usłudze i wyjątkowych cechach Waszej oferty.

CZ. III Prezentacje

CZ. III Prezentacja rezultatów



Przebieg prezentacji

- ✓ **Przygotowanie zespołów do prezentacji (2 minuty)**
- ✓ **Prezentacje zespołów (20 minut)**
- ✓ **Dyskusja końcowa i podsumowanie (5 minut)**

CZ. III Prezentacja rezultatów



Każda grupa ma 2-3 minuty na prezentację projektu.

Struktura prezentacji

➤ **Przedstawienie firmy**

Jak nazywa się firma? Czym się zajmuje?

➤ **Opis produktu lub usługi**

Jakie cechy i zalety ma produkt lub usługa.

CZ. III Prezentacja rezultatów



- **Klient docelowy**

Dla kogo jest przeznaczony produkt?

- **Logo i hasło reklamowe**

Pokazanie logo i hasła

CZ. III Prezentacja rezultatów



- **Klient docelowy**

Dla kogo jest przeznaczony produkt?

- **Logo i hasło reklamowe**

Pokazanie logo i hasła

- **Sposób sprzedaży**

Jak chcecie zachęcić klientów do zakupu – przez reklamy, promocje, czy może poprzez oferowanie gratisów.

CZ. III Prezentacja rezultatów



Dyskusja i podsumowanie



Dziękuję za uwagę

