

## Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



### Jak stworzyć dobrą strategię firmy?

dr Martyna Wronka-Pośpiech

Organizatorzy

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
Data: 3.12.2024 r.





EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

1

## Co to jest „organizacja”?



**Organizacja to zespół ludzi, którzy współpracują, aby osiągnąć wspólne cele. Każda organizacja ma:**

1. **Ludzi** – osoby o różnych umiejętnościach, które pracują razem.
2. **Cel** – coś, do czego dążą (np. wyprodukowanie produktu, sprzedaż usługi, zorganizowanie wydarzenia).
3. **Zasady i plan** – ustalone reguły i sposób działania, który pomaga osiągnąć cel.

Organizacje mogą być różne:

- Firmy, które produkują rzeczy lub świadczą usługi.
- Szkoły, które uczą dzieci i młodzież.
- Drużyny sportowe, które grają w meczach.
- Organizacje charytatywne, które pomagają innym.
- ....

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

DZIECIECY.PL

2

## Jak działa firma?



autor: Nieznany autor, licencja: CC BY-SA 4.0

Wyobraźcie sobie, że prowadzicie lodziarnię. Wasza lodziarnia to mała firma.

Macie różne smaki lodów, a klient wybiera taki, który mu najbardziej smakuje.

Aby Wasza firma działała sprawnie, potrzebujecie **strategii** – czyli planu, jak to wszystko zorganizować.

3


## Zasady działania firmy krok po kroku



- 1. Pomysł na produkt**
  - Jakie smaki lodów chcemy sprzedawać?
  - Co wyróżni nasze lody na tle innych? (np. naturalne składniki, unikalne smaki).
- 2. Produkcja**
  - Skąd weźmiemy składniki?
  - Kto i jak będzie robił lody?
- 3. Marketing**
  - Jak ludzie dowiedzą się o naszym sklepie?
  - Może plakaty, media społecznościowe, degustacje?
- 4. Sprzedaż**
  - Jak zaplanować godziny otwarcia sklepu?
  - Jak zachęcić klientów do powrotu? (np. karta lojalnościowa).

4

## Po co organizacji strategia?



Strategia to plan działania, który pomaga organizacji osiągnąć cel w uporządkowany sposób. Bez strategii organizacja działałaby chaotycznie, co mogłoby prowadzić do błędów, strat czasu i pieniędzy.

**Dlaczego strategia jest ważna?**

1. **Wskazuje kierunek** – co chcemy osiągnąć i jak to zrobić.
2. **Pomaga lepiej zarządzać czasem i zasobami** – np. ludźmi, pieniędzmi, materiałami.
3. **Daje przewagę na konkurencją** – sprawia, że organizacja może być lepsza od innych, oferując coś wyjątkowego
4. **Motywuje i angażuje pracowników** – każdy wie, co ma robić i dlaczego to jest ważne.
5. **Pomaga radzić sobie z wyzwaniami i zmianami**– dzięki strategii łatwiej znaleźć odpowiednie rozwiązania.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY      WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL      DZIECIECY.PL

5

## Czy pamiętacie sytuację, w której musieliście coś zaplanować, żeby osiągnąć sukces?




EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY      WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL      DZIECIECY.PL

6

## Jaką strategię wymyślibyście, żeby przyciągnąć klientów i sprzedać nowy smak lodów?



autor: Nieznany autor, licencja: CC BY-SA 4.0

- Jak zareklamować nowy smak?
- Jak wyróżnić ten smak lodów?
- Gdzie i kiedy sprzedawać lody?
- Jak sprawić, by klienci wracali?

7

## Otoczenie organizacji - kto i co na nią wpływa?



**Organizacja nie działa sama – jest częścią większego otoczenia, które wpływa na jej decyzje i sukces.**

**Otoczenie organizacji to:**

1. **Klienci** – osoby, które kupują produkty lub korzystają z usług.
2. **Konkurencja** – inne organizacje, które oferują podobne rzeczy.
3. **Technologia** – nowe wynalazki i narzędzia, które ułatwiają pracę.
4. **Prawo** – przepisy, które mówią, co wolno, a czego nie wolno robić.
5. **Środowisko** – np. dbanie o przyrodę i zasoby naturalne.
6. **Trendy** – nowe mody i preferencje, które zmieniają to, czego klienci oczekują.

**Aby stworzyć dobrą strategię, organizacja musi dobrze poznać swoje otoczenie i zrozumieć, jakie ma ono znaczenie.**

8



9

## Otoczenie organizacji - kto i co na nią wpływa?

- **Klienci**  
Klienci lodziarni mogą woleć zdrowe lody bez cukru lub nietypowe smaki.
- **Konkurencja**  
Inna lodziarnia może oferować lody w niższej cenie albo szybciej wprowadzać nowe smaki.
- **Technologia**  
Lodziarnia może używać nowoczesnych maszyn do robienia lodów lub promować się w mediach społecznościowych.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY      WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL      DZIECIĘCY.PL

10

## Otoczenie organizacji - kto i co na nią wpływa?



- **Prawo i przepisy**

Przepisy mogą wymagać, aby lody były robione z określonych składników lub aby lokal spełniał normy sanitarne.

- **Środowisko**

Lodziarnia może używać ekologicznych opakowań lub wspierać lokalnych dostawców składników.

- **Trendy**

Obecnie popularne są lody wegańskie i bez laktozy, smaki inspirowane podróżami (np. matcha czy mango sticky rice) czy edycje limitowane.

## Jak stworzyć dobrą strategię?



**Strategia to plan, który wskazuje firmie drogę do osiągnięcia jej celów.  
Tworzenie strategii to planowanie krok po kroku. Oto jak to zrobić:**



1. **Zrozum swoją organizację:**

- Co robimy?
- Co jest naszym celem?

2. **Zbadaj otoczenie**

- Kto jest naszym klientem?
- Jakie są wyzwania i szanse wokół nas?

3. **Wyznacz cele**

- Konkretnie, mierzalne i realistyczne.

4. **Wymyśl plan działania**

- Jak osiągnąć cele?
- Kto za co odpowiada?

5. **Monitoruj i poprawiaj strategię**

- Sprawdzaj, czy wszystko działa, i zmieniaj, jeśli trzeba.

## Jak ustalić cele?



**Aby strategia była skuteczna, cele muszą być SMART:**

- S** - Konkretnie (*Specific*)
- M** - Mierzalne (*Measurable*)
- A** - Osiągalne (*Achievable*)
- R** - Istotne (*Relevant*)
- T** - Określone w czasie (*Time-bound*)

**Konkretnie** – jasno określone, co chcemy osiągnąć.  
**Mierzalne** – możemy sprawdzić, czy udało się je zrealizować.  
**Osiągalne** – możliwe do osiągnięcia w określonym czasie i zasobach.  
**Istotne** – ważne i związane z głównymi działaniami organizacji.  
**Określone w czasie** – z konkretnym termin realizacji.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY
WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL
ICIECY.PL

13

## Czy cel jest SMART?





1. Zyskać popularność w całej Polsce.
2. Wprowadzenie systemu kart lojalnościowych i rozdanie 50 kart stałym klientom w ciągu miesiąca.
3. Sprzedawać więcej lodów niż konkurencja.
4. Zorganizowanie degustacji nowych smaków dla 100 klientów w weekend w parku.
5. Zrobić najlepsze lody na świecie.
6. Wprowadzenie nowego smaku lodów świąteczne ciasteczko i sprzedaż 300 gałek w ciągu dwóch tygodni.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY
WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL
ICIECY.PL

14

## Kluczowe kwestie w projektowaniu strategii



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

Ważnym krokiem w projektowaniu strategii jest określenie miejsca działania i grupy docelowej klientów. To pozwala skupić się na odpowiednich działaniach i uniknąć marnowania zasobów.

### 2. Jak sprawimy, że klienci wybiorą nas?

Kolejnym kluczowym krokiem jest ustalenie, co sprawi, że klienci wybiorą naszą lodziarnię, a nie konkurencję. Może to być unikalna oferta, wyjątkowy smak, obsługa klienta lub sposób promocji.

## Gdzie chcemy działać i kogo chcemy mieć jako klientów?



autor: Nieznany autor, licencja: CC BY-SA 4.0

### Gdzie?

Chcemy działać w centrum miasta, gdzie jest duży ruch pieszych, w szczególności rodzin z dziećmi.

### Kogo?

Naszymi klientami będą:

- Rodziny z dziećmi, które szukają słodkich deserów.
- Młodzież, która lubi modne i unikalne smaki.
- Osoby dbające o zdrowie, zainteresowane lodami bez cukru i wegańskimi.



## Jak sprawimy, że klienci wybiorą nas?





**Nasza przewaga konkurencyjna**

- Oferujemy lody z lokalnych składników, które są naturalne i zdrowe.
- Wprowadzamy limitowane edycje smaków co miesiąc, co przyciąga ciekawych nowości klientów.
- Nasz lokal ma unikalny, instagramowy wystrój, który zachęca młodzież do odwiedzania.


**Dodatkowe działania**

- Organizujemy darmowe degustacje w weekendy.
- Wprowadzamy karty lojalnościowe, dzięki którym co 10. gałka jest gratis.
- Korzystamy z mediów społecznościowych, aby promować nasze produkty i angażować klientów w głosowanie na nowe smaki.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY
WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL
ICIECY.PL

17

## Dostrzeżenie szans - kluczowa umiejętność



**Umiejętność dostrzegania szans to jedna z najważniejszych cech każdej osoby, która chce odnieść sukces w biznesie.**

**Czasami szansa jest tam, gdzie inni jej nie widzą!**

Co to znaczy dostrzegać szanse?

1. Zauważanie problemów i myślenie o tym, jak je rozwiązać.
2. Szukanie miejsc, gdzie brakuje czegoś, co możesz zaoferować.
3. Bycie otwartym na pomysły, nawet w zwykłych codziennych sytuacjach.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY
WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL
ICIECY.PL

18

## Dostrzeżenie szans - klucz do sukcesu





autor: Nieznany autor, licencja: CC BY-SA 4.0

- Klienci w okolicy coraz częściej pytają o zdrowe desery bez cukru.
- Nikt w sąsiedztwie nie oferuje lodów wegańskich.
- Brak atrakcyjnych miejsc dla rodzin z dziećmi w okolicy.
- W okolicznym parku niedawno oddano do użytku nowy duży plac zabaw, który przyciąga wiele osób.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY      WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL      DZIECIECY.PL

19

## Podsumowanie



**Dobra strategia to plan, który prowadzi do sukcesu.**

- Wyznaczajcie precyzyjne cele, które są realistyczne i mierzalne.
- Podejmujcie spójne decyzje, zawsze zgodne z Waszym planem.
- Wytrwałość pomoże Wam przetrwać nawet trudne chwile.
- Bądźcie czujni na możliwości – szanse są wszędzie, trzeba je tylko zauważyć.
- Działajcie odważnie, gdy tylko pojawi się okazja, by zrobić krok naprzód.

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY      WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL      DZIECIECY.PL

20

## Zadanie - strategia dla szkolnego sklepiku



Waszym zadaniem jest zaplanowanie strategii dla szkolnego sklepiku, który stanie się ulubionym miejscem zakupów uczniów i nauczycieli. Wykonajcie kolejne kroki, aby opracować plan, który wyróżni Wasz sklepik i przyciągnie klientów.

- Krok 1: Co czyni Wasz produkt wyjątkowym?
- Krok 2: Jak przyciągnąć klientów?
- Krok 3: Stwórzcie logo i hasło
- Krok 4: Określcie otoczenie swojej firmy
- Krok 5: Wyznaczcie 3 cele zgodne ze SMART

21

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ!



22