

# F3

Vysoká škola  
ekonomická v Praze  
**Fakulta podnikohospodářská**

## 3PO543

# Marketingová komunikace a prodej pro start-upy

## Úvod



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

**MŠMT**  
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

# Co je to start-up

***„Startup je dočasná podoba firmy, určená k hledání opakovatelného a škálovatelného obchodního modelu.“*** (Steve Blank)

- Byznys, nikoliv technologie
- Škálovatelnost

# Co je to start-up

***„...společnost vytvořená pro rychlý růst. Pouze to, že je nově založená, z firmy samo o sobě nedělá startup. Ani není nutné, aby vyvíjela technologii, získala rizikový kapitál nebo prošla nějakou formou exitu.“ (Paul Graham)***

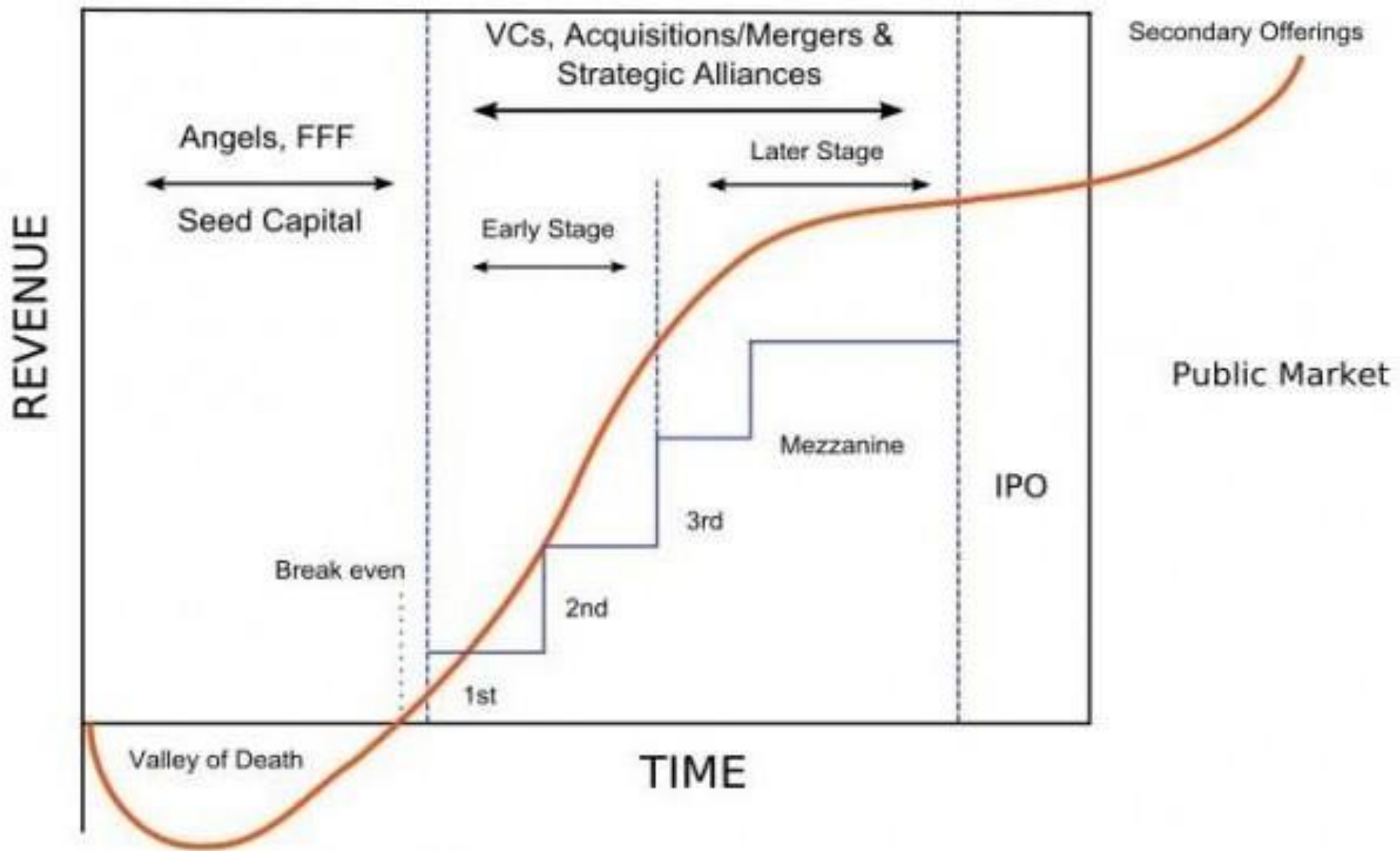
- Růst

# Co je to start-up

***„Začíná to nápadem, pak z toho může být projekt a nakonec startup.“*** (John Vaňhara)

- Nápad...
- Projekt...
- Startup...

# Startup Financing Cycle



# Co je to start-up

- „dospělé dítě“
- nemusí být nově založená, ani technologicky zaměřená
- inovace a originalita v oboru
- nízké počáteční náklady
- velké plány a vysoké ambice
- krátká doba existence
- vysoké podnikatelské riziko
- potenciál
- malý tým, nikoliv jednotlivec

# Zajímavosti

- 99,8 % podniků v České republice ...
- Z toho "mikropodniky,, ...
- Z celkové zaměstnanosti se podílí ...
- Z vyprodukované přidané hodnoty (HDP) ...
- Z vývozu naší ekonomiky tvoří ...
- většina nápadů (projektů) se nezačne realizovat
- více než 50 % ...
- cca 80 % ...

# Chyby při získávání partnerů

- Chybí důkaz ...
- Tajíte ...
- Nevzbuzujete ...
- Vaše společnost není na trhu první nebo není unikátní
- Nemáte byznys plán
- Nemáte marketingovou strategii
- Nerozumíte odvětví
- Dlouho odkládáte spuštění produktu
- Váš projekt je příliš drahý
- Nemáte další investory



# Získání kapitálu

- FFF
  - Angel investors
  - Venture capital
- 
- Podíl ve firmě – 25 až 49 % dle rizikovosti a délky návratnosti

# Zkušený vs nezkušený podnikatel

<b>Nezkušený podnikatel</b>	<b>Zkušený podnikatel</b>
Zajímá ho novost nápadu	Zajímá ho, zda je vyřešen problém zákazníka
Do jaké míry je produkt založen na nových technologiích	Schopnost generovat okamžité cash flow
Nadřazenost produktu či služby nad konkurencí	Rychlost generování příjmů
Schopnost změnit odvětví	Akceptovatelné a ovladatelné riziko
Intuice a vlastní pocit, že to vyjde	Lidé v síti kontaktů, kteří nám pomohou podnik rozjet

Zdroj: GRUBER, MACMILLAN & THOMSON (2008)

„Podnik má pouze dva základní úkoly: marketing a inovace.

Marketing a inovace přináší výsledky. Vše ostatní jsou jen náklady.“

Peter Drucker

# Marketing

- Podstatou je nalézt rovnováhu mezi zájmy zákazníka a podnikatelského subjektu.
- Soubor aktivit, jejichž cílem je předvídat, zjišťovat, stimulovat a uspokojit potřeby zákazníka.
- lépe než to dělá konkurence
- s přiměřenými náklady

# USP – Unique Selling Proposition

- Určuje, co má vaše značka či produkt unikátního
- Co ostatní značky nemají

# ESP – Emotional Selling Proposition

- Hodnota značky na základě emocí a představ
- Často dochází k nákupu na základě emocionálních aspektů
- Vytváří celý marketing firmy komplexnější, správnou prací nemusí však být složitější
- inteligentní a vhodnou kombinací racionálních i emocionálních benefitů, které budeme poskytovat zákazníkům, můžeme dosáhnout důvodu, proč dají přednost nám před konkurencí

Cílem marketingu je uspokojení zákazníka

# Orientace na produkt vs na zákazníka

Orientace	Na produkt	Na zákazníka
Začíná s ...	technologií	se zákazníkem
Produkt vnímá jako	jádro věci	prostředek k dosažení cíle
V komunikaci se zákazníkem zdůrazňuje	specifikace	atributy, které zákazníkovi přinesou užitek

Zdroj: NIJSSEN, E.J. (2014)



# Neprodáváme produkt, ale řešení

- Našeho zákazníka nezajímá, co je náš produkt
- Zajímá ho **užitek**
- Produkt je pouze prostředek
- **Emoce** zvyšují **užitek**





# Marketingová komunikace

- Reklama
- Public Relations
- Podpora prodeje
- Direkt marketing
- Osobní prodej





EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons  
*Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.*

