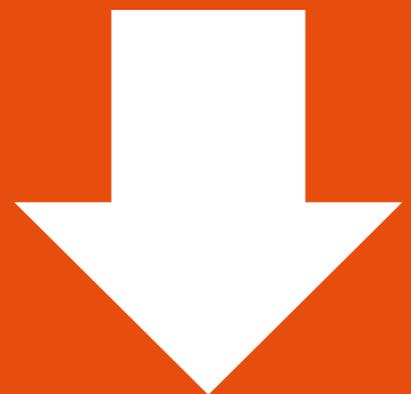




# 10 KROKŮ K ONLINE BYZNYSU



Byznys online akademie 2023



# 2. SWOT ANALÝZA

SWOT analýza je jednoduchý nástroj, který ti pomůže zjistit silné a slabé stránky tvého podnikání nebo projektu a také najít příležitosti a limity, které můžeš na své cestě potkat. Stačí si rozmyslet, co je v tvém podnikání nejlepší, co by se mohlo zlepšit a co by tě mohlo ovlivnit z vnějšku. Tyto informace ti pak pomohou při plánování dalších kroků.

POZITIVNÍ

NEGATIVNÍ

SILNÉ STRÁNKY

SLABÉ STRÁNKY

S

W

PŘÍLEŽITOSTI

HROZBY

O

T

VNITŘNÍ

VNĚJŠÍ



# 4. PERSONA

Persona je zjednodušený popis ideálního klienta, který reprezentuje tvoji cílovou skupinu klientů. Tento popis se vytváří na základě dat a poznatků o klientech, například prostřednictvím analýzy chování zákazníků, průzkumu trhu a podobně. Aby ses dokázal/a správně zaměřit na tvou personu a sestavit ji, měl/a bys umět odpovědět na několik klíčových otázek, například:

KDO JE TVŮJ IDEÁLNÍ ZÁKAZNÍK? JAK VYPADÁ, JAKÉ MÁ ZÁJMY A POTŘEBY?

JAKÝM PROBLÉMŮM NEBO POTŘEBÁM ČELÍ? JAKÉ JSOU JEJÍ HLAVNÍ VÝZVY A CÍLE?

KDE TVÁ PERSONA HLEDÁ INFORMACE O TVÉM PRODUKTU NEBO SLUŽBĚ? NA JAKÝCH KANÁLECH A PLATFORMÁCH SE POHYBUJE?

JAKÁ JE ZKUŠENOST TVÉ PERSONY S PODOBNÝMI PRODUKTY NEBO SLUŽBAMI? CO JI NA NICH PŘITAHUJE A CO NAOPAK ODRADILLO?

JAKÉ JSOU KLÍČOVÉ FAKTORY, KTERÉ OVLIVŇUJÍ ROZHODOVÁNÍ TVÉ PERSONY PŘI NÁKUPU? CO JE PRO NI NEJDŮLEŽITĚJŠÍ?



# 6. SMART CÍLE

SMART cíle jsou specifické, měřitelné, dosažitelné, relevantní a časově ohraničené. Tyto cíle ti pomohou dosáhnout úspěchu ve tvé práci nebo projektu tím, že ti poskytnou jasnou a specifickou cestu k dosažení tvých cílů a umožní ti sledovat tvůj pokrok.

<b>S</b>	<b><u>SPECIFICKÉ</u></b> MUSÍŠ SI STANOVIT JASNÝ A KONKRÉTNÍ CÍL A POPSAT, JAK HO CHCEŠ DOSÁHNOUT.	
<b>M</b>	<b><u>MĚŘITELNÉ</u></b> MUSÍŠ SI URČIT MĚŘITELNÝ UKAZATEL, KTERÝ TI UMOŽNÍ SLEDOVAT POKROK.	
<b>A</b>	<b><u>DOSAŽITELNÉ</u></b> CÍL MUSÍ BÝT DOSAŽITELNÝ S OHLEDEM NA TVÉ ZDROJE, KAPACITY A ČASOVÝ RÁMEC.	
<b>R</b>	<b><u>RELEVANTNÍ</u></b> CÍL MUSÍ BÝT RELEVANTNÍ PRO TVOU PRÁCI A MUSÍ PŘÍSPÍVAT K DOSAŽENÍ TVÝCH VĚTŠÍCH CÍLŮ.	
<b>T</b>	<b><u>ČASOVĚ OHRANIČENÉ</u></b> MUSÍŠ SI URČIT ČASOVÝ RÁMEC, VE KTERÉM CHCEŠ CÍL DOSÁHNOUT. DO KDY?	



# 8. STORY BRAND

Lidé milují příběhy. Jednodušeji se nám v příbězích chápí i složité věci, lépe se identifikujeme. Koncept Story brand vychází z knížky Donalda Millera. Vzniklou byznys situaci (nový web, nová služba, článek, oslovení klientů,...) si vyplníš v několika krocích do připravené šablony. Pomůže ti to nad problémem více uvažovat a následně sepsat do příběhu nebo konceptu.

## 1: HRDINA PŘÍBĚHU

Hrdinou je vždy tvůj zákazník, on je hlavní postava příběhu.  
Co chce hrdina (zákazník)? Jak to je spojené s naší službou a produktem?

## 2: ...MÁ PROBLÉM

Jaký má problém? Co ho trápí? Kdo je zloduch? Jaké má externí problémy, interní a jaké jsou filozofické problémy, které řeší?

## 3: V TOM POTKÁ PRŮVODCE,

Každý hrdina má svého průvodce, tím jsi pro něj ty/tvoje firma. Ukaž empatii, že problému a jeho situaci rozumíš. Ukaž autoritu, že takové věci umíš řešit, že je znáš, že jsi je už pro jiné vyřešil mnohokrát.

## 4: KTERÝ MU DÁ PLÁN

Hrdina (zákazník) potřebuje dostat jasný plán, co bude dále. Proces o 3 krocích, které je potřeba udělat (zavolat, napsat, nechat na sebe email, odpovědět,...) a dá mu dohodu/garanci (pokud se stane toto, tak my uděláme něco. Dodává to hrdinovi pocit bezpečí.

## 5: A PŘICHÁZÍ VÝZVA K AKCI!

Přímá a jasná výzva k hrdinovi, co má udělat. Koupit, objednat, registrovat se. Možná nekoupí hned, tak mu dej prostor pro přechodnou akci. Stažení e-booku, odběr noviněk, ukázka výsledku práce...

## 6: POMŮŽEME VYHNOUT SE SELHÁNÍ... A DOVEDEME HRDINU K ÚSPĚCHU

Nikdo nechce selhat, čemuž se vyhne díky spolupráci s tebou.  
Co zákazník získá tvou službou, produktem? Jaký je happy end? Každý chce úspěch, tak mu ho přiblíž, představ ideální řešení, které mu pomůžeš dosáhnout. Bude to pozice, moc, lepší vztahy, seberealizace?

## 7: TRANSFORMACE HRDINY

Na začátku byl nejistý, potkal průvodce a udělal správný krok. Jak se změnil? V čem klientovi služba změnila život, pomůže, vyřeší trápení? Jak se změní po jejím využití?

# 8. STORY BRAND

Vytvoř svůj první vlastní příběh.

## 1: HRDINA PŘÍBĚHU

Hrdinou je vždy tvůj zákazník, on je hlavní postava příběhu.  
Co chce hrdina (zákazník)? Jak to je spojené s naší službou a produktem?

## 2: ...MÁ PROBLÉM

Jaký má problém? Co ho trápí? Kdo je zloduch? Jaké má externí problémy, interní a jaké jsou filozofické problémy, které řeší?

## 3: V TOM POTKÁ PRŮVODCE,

Každý hrdina má svého průvodce, tím jsi pro něj ty/tvoje firma. Ukaž empatii, že problému a jeho situaci rozumíš. Ukaž autoritu, že takové věci umíš řešit, že je znáš, že jsi je už pro jiné vyřešil mnohokrát.

## 4: KTERÝ MU DÁ PLÁN

Hrdina (zákazník) potřebuje dostat jasný plán, co bude dále. Proces o 3 krocích, které je potřeba udělat (zavolat, napsat, nechat na sebe email, odpovědět,...) a dá mu dohodu/garanci (pokud se stane toto, tak my uděláme něco. Dodává to hrdinovi pocit bezpečí.

## 5: A PŘICHÁZÍ VÝZVA K AKCI!

Přímá a jasná výzva k hrdinovi, co má udělat. Koupit, objednat, registrovat se. Možná nekoupí hned, tak mu dej prostor pro přechodnou akci. Stažení e-booku, odběr noviněk, ukázka výsledku práce...

## 6: POMŮŽEME VYHNOUT SE SELHÁNÍ... A DOVEDEME HRDINU K ÚSPĚCHU

Nikdo nechce selhat, čemu se vyhne díky spolupráci s tebou.  
Co zákazník získá tvoji službou, produktem? Jaký je happy end? Každý chce úspěch, tak mu ho přiblíž, představ ideální řešení, které mu pomůžeš dosáhnout. Bude to pozice, moc, lepší vztahy, seberealizace?

## 7: TRANSFORMACE HRDINY

Na začátku byl nejistý, potkal průvodce a udělal správný krok. Jak se změnil? V čem klientovi služba změnila život, pomůže, vyřeší trápení? Jak se změní po jejím využití?

# 9. STDC FRAMEWORK

STDC framework je nástroj, který ti pomůže vytvořit plán pro úspěšné dokončení projektu. Rozděl si tvůj projekt do čtyř fází: Situační analýza, stanovení cílů a strategií, plánování a implementace, a nakonec kontrola a hodnocení. Pokud se držíš tohoto rámce a plánuješ každou fázi pečlivě, můžeš dosáhnout úspěšného dokončení tvého projektu.



SEE	Neví, že službu chce. Neví, že ji potřebuje. Tyto potenciální zákazníky zaujmeš kvalitním a inspirativním obsahem.
THINK	Oslovuješ potenciální zákazníky, kteří už tvoji značku nebo produkt znají a zvažují „koupit“. Definitivně rozhodnutí ještě nejsou a mohou porovnávat tvoji nabídku s konkurencí.
DO	Ví, že službu chce, jen neví, zda od tebe. Jde o fázi uspokojení potřeb. Důležitá je rychlost a kvalita celého procesu.
CARE	Budování důvěry u stávajících zákazníků. Publikování inspirativního obsahu, přesně zacílená nabídka služeb. Zde přicházejí na řadu aktivní doporučení ze strany klientů.

# 9. STDC FRAMEWORK

SEE

THINK

DO

CARE

# 10. WEB CHECKLIST

Vlastní webová stránka je základní stavební kámen tvého online byznysu. Na co si dát pozor při vytváření webu. Co si ujasnit, než někomu tvorbu webových stránek zadáš.

- Jaký je účel webu?** Proč má web vzniknout a co by měl umět? Bude to jen jednoduchá vizitka nebo tam chceš psát blog? Má to mít i další funkce?

---

- Sepiš si základní koncepci.** Jednostránkový nebo více stránek? Hlavní stránka. O mě (můj příběh. Reference. Blog. Služby. Kontakty. Potřebuješ další stránky? Nebo nějaké jsou zbytečné?

---

- Inspiruj se.** Najdi si úspěšné weby konkurentů. Poznamenej si, co se ti líbí, co tě zaujalo. Projdi si šablony různých služeb hotových webů. Hledej inspiraci, ale jen tupě nekopíruj.

---

- Investuj do dobrých fotek.** Osobní a autentické fotky jsou základ hezkého profi webu. Vytváří výrazný dojem kvalitního webu. Nešetři a najdi si skvělého fotografa, využiješ to i později.

---

- Méně je více.** Nesnaž se vše vysvětlit. Sepiš texty a pak ořezávej, zmenšuj, zjednodušuj. Znovu si texty projdi a co tam být nemusí, smaž. Dej texty přečíst cizí osobě, nejlépe svým klientům.

---

- CTA = Call to action.** Chceš mít klienty z webu? Mají se ozvat ve formuláři? Mají ti zavolat? Napsat na email? Tak jim vždy jasně řekni, co mají udělat. Dej jasný návod, co teď.

---

- Řeš problémy zákazníka.** Co je trápí? Nad čím přemýšlí? Co můžeš zákazníkům pomoci vyřešit? Co jim přinášíš? Proč se mají zajímat o tebe? Napiš to na web. Musí to hned vidět.

---

- Pochlub se.** Ukaž výsledky své práce. Reference jiných klientů. Získané úspěchy. Vyřešené případy. Získej si autoritu díky důkazům své práce. Neboj se pochlubit. Ukaž přidanou hodnotu.

---

- SEO.** Plán SEO ti pomůže zlepšit viditelnost tvého webu ve vyhledávačích. Vyber si klíčová slova a zvol si strategii, jak je použiješ na webu. Najdi si na to odborníky se zkušenostmi.

---

- Zneužij umělou inteligenci.** Nauč se pracovat s nástroji postavenými na umělé inteligenci. Je to jako mít k dispozici spoustu juniorů, kteří makají pro tebe, tak to začni využívat.

---

- Zdarma.** Kouzelné slovo. Dej jim užitečný obsah zdarma výměnou za jejich kontakt. Tvoř si databázi potenciálních klientů, ke kterým můžeš komunikovat své myšlenky.

---

- ...a mnoho dalšího. Další tipy a konkrétní řešení v Byznys online akademii ;-)

---

# JE TOHO NA TEBE MOC?

CHCEŠ S TÍM POMOCT?

TAK NASKOČ DO BYZNYS ONLINE  
AKADEMIE

BĚHEM 4 MĚSÍCŮ ZAŽIJEŠ NAPLNO  
AKCELERACI SVÉHO BYZNYSU

JEDNOTLIVÉ KROKY SPOLU  
PROJDEME A UVEDEME DO PRAXE

TAK CO, JSI PŘIPRAVENÝ ZMĚNIT  
SVŮJ BYZNYS K LEPŠÍMU?

MŮŽEŠ VYUŽÍT SLEUVU 2000 KČ  
SLEVOVÝ KÓD: **10KROKU**

běž na [www.kfponline.cz](http://www.kfponline.cz)