výpisky

Z podcastu 51 | Firemní růst: Jak navýšit svůj podíl na trhu?

Co znamená růst firmy?

- Není dán jednotně, záleží na specifických potřebách každé organizace
- Pokud firma neroste, přichází stagnace, což může vést k problémům
- Růst nemusí být pouze finanční, má i jiné podoby (růst kapacit, nové pobočky, …)

☝️To nejcennější, co firma má, jsou prodejní data – pracujte s nimi aktivně.

Co potřebuji k růstu?

- Znalost trhu – kdo jsou naši zákazníci, jaké máme konkurenty, jaký je objem trhu
- Dostupná data – využívejte zdroje jako statistický úřad, výzkumy trhu, veřejné databáze
- Sledování trendů – vývoj v odvětví, změna spotřebitelského chování, technologické posuny

Jaká data sledovat?

- Interní (zejména prodejní) – nejcennější a nejcitlivější zdroj informací, sledujte je pravidelně
- Veřejná data – např. ze statistického úřadu, justice.cz, mediální monitoring
- Hard data – podíl na trhu, obrat, zákaznická data, výzkumy
- Soft data – nálady zákazníků, atmosféra na trhu, očekávání

🧐 Kombinace různých typů dat přináší nejpřesnější vhled.

Co musíme ověřit před plánovaným růstem?

- Produkt – obstojí v konkurenci? Řeší reálný problém?
- Zákazníci – je jich dost? Mají prostředky a zájem nakupovat?
- Obchodní model – funguje efektivně? Jsme připraveni na větší odběry?
- Provozní záležitosti – máme personál? Zvládneme nápor objednávek?
- Systémy a procesy – jsou nastaveny tak, aby unesly růst?

🪴Růst by měl být plánovaný, metriky a kapacity firmy je třeba přizpůsobit předem.