Martina Václavíková

PRVNÍ KROKY V PODNIKÁNÍ

Jak si Maruška otevřela obchod s jahodami

- *Případové studie*
- *Praktické rady a příklady*

Bizbooks

Martina Václavíková

První kroky v podnikání

Jak si Maruška otevřela obchod s jahodami

BizBooks
Brno
2012

První kroky v podnikání
Jak si Maruška otevřela obchod s jahodami

Martina Václavíková, MBA

Ilustrace: JUDr. Miroslav Kubánek
Obálka: Petr Holub
Odpovědná redaktorka: Martina Skovajsová
Technický redaktor: Jiří Matoušek

Objednávky knih:
www.albatrosmedia.cz
eshop@albatrosmedia.cz
bezplatná linka 800 555 513
ISBN 978-80-265-0013-1

Vydalo nakladatelství BizBooks v Brně roku 2012 ve společnosti Albatros Media a. s. se sídlem Na Pankráci 30, Praha 4. Číslo publikace 16 045.
© Albatros Media a. s. Všechna práva vyhrazena. Žádná část této publikace nesmí být kopírována a rozmnožována za účelem rozšiřování v jakékoli formě či jakýmkoli způsobem bez písemného souhlasu vydavatele.

1. vydání

ALBATROS MEDIA a.s.

Obsah

Úvod o tom, proč tato kniha vznikla 7
Komu je kniha určena 8
Kdo je Maruška 10
Jak se Maruška rozhodla změnit svůj život 12
Sešit, tužka a horké kafe 14
I slon se jí po kouskách 16
Kdo je připraven, není zaskočen 20
Průzkum bojiště v terénu i po síti 23
Soupeři – konkurence 24
Objekty zájmu – zákazníci 31
Kecálkové a prudiči – úřady, zákony, předpisy 34
Čertovo kolečko a čertova daň 36
Pěstitelé a velkoprodejci jahod – dodavatelé 42
Statistika věda je, proto každý plánuje 45
Chce to systém – kvadrant pochopení 49
Musím si vybrat zákazníky 54
Bojový plán a strategie magické přitažlivosti 56
Co budu prodávat a proč právě to? 58
Jak stanovím poctivou cenu 64
Jakým způsobem budu prodávat 68
Koho zaměstnám a proč 71
Kde budu prodávat a proč 75
Co udělám, aby mě zákazníci našli – komunikační strategie 78
A jak to vlastně všechno budu organizovat – špionáž 82
Prachy, prachy a zase prachy! 91
Maruščin výkladový slovník 96
Kam se poděla dobrá nálada 103
Konečně je to tady – život! 106
Zvonění – a to je konec… anebo začátek? 107

Poděkování

Napsání této knihy pro mě bylo neuvěřitelně příjemným zážitkem a rekapitulací mnoha zkušeností nejen mých, ale i přátel a kolegů. Děkuji všem, kteří mi sdílením svých zkušeností přinášeli inspiraci k napsání poučného a zábavného příběhu Marušky, jež se nebála změnit svůj život. Maruška a její příběh je malou učebnicí pro ty, kteří se stejně jako ona nebojí a chtějí začít žít svůj život a práci po svém.

Úvod o tom, proč tato kniha vznikla

Když před dvěma lety můj bratr otevřel vlastní prodejnu se spodním prádlem, jako doplněk k jeho hlavní výdělečné činnosti, považovala jsem to za malý úlet muže ve středním věku, který když neví coby, nehledá to v OBI, ale otevře si prodejnu. Husarský kousek, jehož smysl jsem viděla především v možnosti koupit si několikrát ročně pár kousků prádla za zvýhodněných podmínek. K prodejně jsem měla spoustu výhrad, jakožto skvělý kritik, který od stolu nejlépe ví, jak se věci mají dělat. V té době jsem byla zaměstnána jako obchodní ředitelka a moje hlavní práce mě vytěžovala natolik, že jsem ani nepřemýšlela nad tím, jak čas letí a jak se bratrova prodejna vyvíjí či nevyvíjí. Jednou za čas jsem tam nahlédla a konstatovala, že nemají skoro nic nového. Občas jsem se zastavila na kus řeči za prodavačkou, když jsem zrovna běžela koupit nějaké mlsání svým mazlíčkům a viděla ji, jak neužitečně posedává před obchodem a plká s okolojdoucími lidmi.

Jenže svět je pořád v pohybu a jednoho krásného dne jsem se i já rozhodla začít žít svůj pracovní život jinak. Ne jako zaměstnanec, ale na vlastních nohou, kreativně, naplno, podle zásad knihy o JoyManagementu. S čerstvým živnostenským listem jsem tak strávila léto a začínají podzim. Doma jsem si užívala čas venčením a cvičením psa a krmením kocoura, zvelebovala svůj malý a léty zanedbaný domeček a spřádala plány a projekty, které měly změnit moji budoucnost. Celá situace pro mě mimo jiné znamenala najednou hodně volného času a také častější návštěvy bratrova obchůdku. A díky těmto volným kapacitám, časovým i mentálním, jsem se rozhodla začít dělat bratrovi takového podnikatelského parťáka. Začala jsem se ho ptát na spoustu věcí týkajících se jeho prodejny se spodním prádlem, která dle mého názoru šla od desíti k pěti. Prodavačka věčně před prodejnou, kafe v ruce, dokonce si polštářek pod zadeček přinesla, aby z toho sezení u výlohy neměla nachlazený močový měchýř. Prodejna postrádající zákazníky, regály postrádající nové zboží, byť přeplněné tím starým k prasknutí. Tehdy začal můj první příběh vytváření reálné strategie maloprodeje, o kterém bude tato knížka.

Sama jsem vystudovala strategické řízení, ale vždy jsem se mu věnovala pouze na úrovni řízení středních firem, které mají celé týmy zaměstnanců a celé kategorie zákazníků a definované procesy, kdo, kdy a co má dělat. Konfrontace s bratrovou prodejnou a pozorování aktivit okolních prodejen mě přivedly na myšlenku přeložit strategii podniků do řeči obyčejných akčních mužů a žen,

kteří se rozhodli hledat své štěstí na tomto poli podnikání. Tito lidé, na počátku plní elánu, idejí a myšlenek, své úsilí realizují často metodou „pokus omyl" a zbytečně ztrácí drahocenný čas, který by mohli věnovat své rodině, přátelům či koníčkům. Jejich hlavní pracovní náplní je udržet prodejnu v zisku, nikoli studovat strategické řízení podniku, číst po večerech odborné knihy nebo zvát do prodejny fundované odborníky na řízení marketingových kampaní a prodejních procesů. Teorie o marketingových mixech a segmentacích se nikde neučili a jsou pro ně cizí podobně jako pro mě pojednání o nukleární medicíně.

Stejně jako Maruška v mém příběhu, i já jsem se jednoho dne ráno probudila a věděla jsem, že u této ranní kávy začnu psát svoji první knížku určenou pro veřejnost a mluvící běžným jazykem. Knížku o tom, jak nastartovat maloprodejnu a v jakých sedmi základních oblastech by měl mít člověk jasno, než se do jejího provozování pustí.

Komu je kniha určena

Kniha je svým zábavným a jednoduchým pojednáním vhodná pro čtenáře od 15 až do 90 let věku. Každý v ní kromě příběhu určitě najde také inspiraci pro jakoukoli formu podnikání, do které by se chtěl vrhnout – od malé farmy na pěstování králíků až po založení internetového obchodu se zbožím dováženým z Indie.

Přesto bych ji doporučila především všem, kdo jsou bez práce a hledají způsob, jak začít vydělávat peníze, nebo kteří už našli odvahu a chuť začít o své pracovní náplni rozhodovat sami, ale jsou teprve na začátku. Kniha může být

také zdrojem motivace pro všechny, kdo dlouho zvažují odchod od svého zaměstnavatele a nejsou si jisti, zda jejich plány na podnikání budou korunovány úspěchem.

Úspěch vám – čtenáři této knihy – sice nikdo nezaručí, ale inspirace, motivace a strategie jsou něco jako Otec, Syn a Duch svatý. Je to nerozlučná Trojice Boží, bez které vstup do žádného podnikání nepřežijete.

Promiňte mi několik parafrází a přirovnání, kterými budu prokládat náš příběh o Marušce a její touze vlastnit obchůdek v malém městečku. Jak se říká, účel světí prostředky, a jediným cílem knihy je zpřístupnit i vám, drobným živnostníkům, zaměstnancům i nezaměstnaným bojujícím o přežití, zjednodušenou formou teorii tvorby a realizace obchodní strategie.

Obchodní strategie je nauka, která pojednává o identifikování a hledání zákazníků, dodavatelů, konkurence, příležitostí a rezerv tak, aby obchod, který provozujete nebo který chcete založit, byl skutečně dobrým obchodem, a to pro zákazníky i pro vás. A také aby vám vaše práce a podnikání přinášely radost, uspokojení a v neposlední řadě peníze a prosperitu, což je také jeden z hlavních důvodů, proč se člověk vrhá do vod zvaných podnikání.

Knížka má být návodem, pamatováčkem a pracovním materiálem, proto si stejně jako Maruška vezměte tužku a dělejte poznámky, vlepujte papírky, použijte zvýrazňovač a hledejte další zdroje, které vám pomůžou rozjet vaše podnikání. Vhodné je zkrátka cokoli, co vám pomůže pochopit, jaké síly ovlivňují chování vašich zákazníků a otvírají jejich peněženky ve váš prospěch. Ptejte se, kým chcete pro vaše zákazníky být a o jaké zákazníky stojíte. Když je poznáte, přijdou.

U každé zásadní kapitoly najdete jeden list z Maruščina zápisníku, kde si Maruška poctivě dělá poznámky všech důležitých myšlenek, postřehů a otázek, na které si musí odpovědět. Další list nechává prázdný i pro čtenářovy poznámky, myšlenky a záměry. Určitě tyto prázdné listy využijte ke svému prospěchu.

Pro myšlenky čtenářovy

Kdo je Maruška

Maruška je hlavní postavou této knížky. Není to sice žádná studovaná manažerka, ale je chytrá a odvážná. Objeví intenzivní potřebu změnit nejen svůj život, ale především svoji práci. Má zdravý selský rozum, dostatek odvahy, oči a uši otevřené. Přemýšlí o tom, co kolem sebe vidí a snaží se poučit z chyb druhých. Tam, kde jiní chybují, vidí příležitost pro sebe.

Miluje zvířata, proto bydlí se svým kocourem a sní o domku se zahradou a pejskovi. Chápe, že někdy je lepší získat dobrou radu od přátel, než narážet hlavou do zdi. Nebojí se obětovat něco ze svého pohodlí, aby dosáhla svých přání a snů, které vidí někde na konci tunelu.