

STARTUP ZA PAKATEL

Téma	Myšlienka	Autor
Mikrobiznis	Mikrobiznisová revolúcia je spôsob, ako zarábať peniaze a pritom súčasne viesť nezávislý a zmysluplný život.	
	Mikrobiznis=sloboda+hodnota pre zákazníka	
	Sloboda je to, čo všetci hľadáme.	
	Hodnota je spôsob, ako to dosiahnuť.	
1. Znovuzrodenie	Model začiatku podnikania za pakatel	
	Chod' za tým, čo ťa baví.	
	Nízke počiatočné náklady.	
	Ročný príjem minimálne 50 000 dolárov.	
	Žiadne mimoriadne znalosti.	
	Úplné odhalenie finančných pomerov.	
	Menej než 5 zamestnancov.	
	Prelínanie: vaša obľúbená aktivita-čo zaujíma ostatných.	
Čo treba mať	Produkt, alebo služba: čo predávate.	
	Ľudia, ktorí sú ochotní vám platiť: vaši klienti.	
	Spôsob, ako vám budú platiť: ako budete meniť službu alebo produkt za peniaze.	
	Najdôležitejšie je spojiť svoju vášeň a schopnosti s niečím, čo je užitočné pre ostatných.	
2. Dajte im rybu	Keď ulovíte rybu, môžete ju niekomu predať. Keď ho naučíte, ako sa ryby lovia, pripravíte sa o báječnú obchodnú príležitosť.	Karol Marx
Hodnota pre zákazníka	Je niečo žiadané a cenné, výsledok výmeny alebo vynaloženého úsilia.	
	Hodnota znamená pomáhať ľuďom.	
	Dôležitejšie ako vlastnosti produktu/služby je ich prínos pre zákazníka.	
	Väčšina ľudí chce niečoho viac (peniaze, láska, uznanie) a niečoho menej (stres, úzkosť, dlhy). Sústreďte sa na to, čo môžete pridať, alebo čo môžete uľahčiť, aby ste im zlepšili život-a potom sa pripravte, že dostanete za to zaplatené.	
3. Držte sa toho, čo vás zaujíma, možno to vyjde	Nechajte si platiť za to, čo máte radi, a spojte to s tým, čo chcú druhí.	
Príležitosti	Dobré podnikanie je založené na reakcii na problémy.	
	Vášeň, schopnosti, problém, príležitosti.	
	Špecializované poradenstvo môžete vybudovať za jeden deň: čím špecializovanejšie, tým lepšie.	

Téma	Myšlienka	Autor
4. Nástup potulného podnikateľa	Lokalita, lokalita, lokalita-preceňovaná veličina.	
	Príklady: fotografovanie po celom svete, tabuľkový procesor, písanie kníh, e-knihy	
	Mimoriadne ziskové je publikovanie informácií-existuje viac spôsobov, ako publikovať informácie-nie sú to iba e-knihy)	
	Potulní podnikatelia sú dnes všade. Mnohí z nich si v tichosti budujú významný príjem a pritom žijú v raji (Kanárske ostrovy, Grónsko).	
5. Nová demografia	Podnikateľské príležitosti sú ako autobusy, každú chvíľu ide ďalší.	Richard Branson
Kategorizácia zákazníkov	Stará demografia-vek, lokalita, pohlavie, príjem.	
	Nová demografia-záujmy, vášeň, znalosti, presvedčenie, hodnoty	
Marketing	Marketing zo starej školy je založený na presvedčovaní, zatiaľ čo nový marketing vychádza z pozvania	
	Keď si vytvoríte kmeň oddaných fanúšikov a verných zákazníkov, budú dychtivo čakať na vaše nové ponuky, pripravení chytiť sa drapákom, ako náhle dostanú podnet. Tento spôsob je nielen nový, ale aj lepší.	
Najdôležitejšie otázky	Aký je váš najväčší problém?	
	Aká je najdôležitejšia otázka, týkajúca sa...	
	Čo môžem urobiť, aby som vám pomohol?	
Nápady	Mať nápady, nie je obyčajne pre podnikateľa problém.	
	Tabuľka ocenenia nápadov.	
6. Podnikateľský plán na jednu stranu	Pokiaľ je vaša firemná filozofia dlhšia ako jedna veta, je možno príliš dlhá.	
	Plány sú iba dobrými úmyslami, pokiaľ sa okamžite nezvrhnú do podoby tvrdej práce.	Peter F. Drucker
	Vyberte si myšlienku, ktorá sa dá uplatniť na trhu.	
Inovácie	Nepremýšľajte o inovácii, premýšľajte o užitočnosti.	
Náklady	Držte náklady na nízkej úrovni.	
	Keď budete investovať do svojho projektu pot namiesto peňazí, vyhnete sa zadĺženiu a môžete minimalizovať dopad neúspechu.	
Prvý predaj	Realizujte svoj prvý predaj, čo najskôr, ako to pôjde.	
	Keď prvýkrát v novom podnikaní uskutočnite svoj prvý predaj, bez ohľadu na výšku čiastky, je to veľká udalosť.	
Produkty	Prezentujte produkt na trhu ešte pred výrobou.	

Téma	Myšlienka	Autor
	Uistite sa, že je po vašom produkte/službe dopyt, než obetujete práci na ňom/nej celý život.	
	Venujte čas príprave produktov, nie stratégií, rýchla ponuka produktov, nie veľa pracovať a vymýšľať, rýchla akcia.	
	Reagujte na počiatočné výsledky.	
	V mikrobiznise, ktorý sa zakladá na nízkych nákladoch a rýchlej reakcii, nie je nutné formálne plánovanie.	
	Väčšinou potrebujete: produkt/službu, zákazníkov a spôsob platenia.	
	Podnikateľský plán napíšte na jednu stranu.	
7. Ponuka, ktorú nedokážete odmietnuť	Nemôžem vám sľúbiť nič viac ako krv, drinu, slzy a pot.	Winston Churchill
	Krásny obrázok-podnikateľ	
	Filozofia mojej firmy: „Nikdy nemať šéfa a nikdy nebyť šéfom“.	
	Vytvorte pocit naliehavosti u zákazníkov.	
	Prekonávajte očakávania zákazníka.	
	Poďakujte zákazníkovi za nákup.	
8. Spušte to!	Kým začnete, poriadne sa pripravte.	Marcus Tullius Cicero
Uvedenie nového produktu na trh	Dobré uvedenie produktu na trh kombinuje stratégiu a taktiku.	
	Stratégia sa týka otázky „prečo?“- je tu príbeh, ponuka, dlhodobý plán.	
	Taktika sa týka otázky „ako?“-sem patrí načasovanie (aktuálnosť), cena a špecifický prínos.	
	Uvedenie produktu na trh sa pripravuje hlavne prostredníctvom pravidelnej komunikácie s potencionálnymi a skutočnými zákazníkmi.	
	Dávať zákazníkovi informácie o vývoji, produkte, pripravovať ich na nový produkt, ako v Hollywoode a stupňovať ich záujem a napätie.	
	Ponúkať produkt na cestách, rozprávať príbeh o produkte, kde sa nachádzame, čo robíme.	
	Dávať časové obmedzenie na zľavy, nebáť sa dať vysokú cenu, keď produkt za to stojí, zákazníci si ho kúpia.	
	Musíme tiež myslieť na spoľahlivosť a načasovanie.	
	Spoľahlivosť chápeme ako schopnosť človeka, alebo systému fungovať rovnako za bežných aj mimoriadnych okolností.	

Téma	Myšlienka	Autor
	Vytvorte u zákazníkov pocit naliehavosti.	
	Na zákazníkov netlačte, je lepšie si s nimi budovať vzťah na dlhšie obdobie.	
	Pokiaľ dostanete pozitívnu spätnú väzbu od ľudí, ktorí nenakupujú váš produkt, ale súčasne vás chcú podporovať ináč, ste na správnej ceste.	
	39 krokov na uvedenie produktu na trh	
9. Poštuchnutie: nenápadné umenie sebapropagácie-reklama	Reklama je ako sex, platia za neho iba zúfalci.	
	Moderný marketing je založený na poštuchnutí- je spojenie práce-kreativity a komunikácie-robte to každý deň-pravidelne.	
	Dobré veci sa predávajú samé, cena sa nezjednáva-berte, alebo neberte	
	Ochota k propagácii hodnoverným, nie vlezlým spôsobom predstavuje základný atribút úspechu mikrobiznisu.	
	Vypracujte dobrú ponuku a prinúťte ľudí, aby o nej hovorili. Nič nie je zlé na tom, keď sa pokúšate presadiť sami seba.	
	Cieľom je spojiť štýl s obsahom.	
	Keď vytvoríte niečo o čom stojí za to hovoriť, požiadajte o pomoc každého, koho poznáte.	
	Neposielajte hromadné maily, ani nehovorte dôležité informácie.	
	Keď máte produkt hotový, povedzte to zákazníkovi . Pozvite ich na uvedenie produktu.	
	Dávajte zdarma a zdarma dostanete. Dávanie je pre podnikanie tou základnou hodnotou, je to strategické dávanie.	
	Nevyužívajte zámerne každú príležitosť na zvýšenie príjmu. Konzultácie-ako dobrá rada zadarmo , lebo mám nepríjemný pocit zo speňaženia. S tými správnymi ľuďmi a za mojich podmienok ma to baví, hlavne ak tu nie je tlak z vedomia, že mi za to platia. Keď pomôžem radou ja, aj mne môže niekto pomôcť. Nejde o skóre a výmenu láskavosti, ale o to, že keď vám naozaj na niekom úprimne záleží, snažte sa mu zlepšiť život. Strategické dávanie je úprimné a naozaj užitočné iba bez myšlienky na potenciálnu odplatu.	
	Keď sa budete zoznamovať s ľuďmi, pomáhať im, žiadať o pomoc a dávať , môžete zájsť ďaleko. Po určitej dobe sa to vyplatí.	
	Zameriavajte sa na presadzovanie hodnoty.	

Téma	Myšlienka	Autor
	Nehovorte zákazníkom nie, aj keď máte veľa príležitosti.	
	Zapojte zákazníkov do súťaže, rozdávejte vzorky, alebo dávajte prvé produkty zdarma-giveaway-priamočiara ponuka niečoho zdarma, ktorá sa dáva víťazom súťaže.	
	Doba platenej reklamy sa dávno zmenila. Databázu zákazníkov si môžete vytvoriť na základe šírenia informácií. Osobné kontakty musíte dobre využiť.	
	Keď premýšľate o tom, ako dať o sebe vedieť, myslíte najprv na pošuchovanie a až tak na platenú reklamu.	
	Sloboda-nechcem otravovať ľudí mailmi. Web stránka a blogy je ako výklad v obchode. Zákazníci tam vstupujú a dobrovoľne si kupujú, čo chcú.	
	Vytvorte niečo o čom je hodné hovoriť, a potom o tom hovorte.	
	Najlepší komunikačný kanál sú ľudia, ktorých už poznáte	
	Vypracujte si jednostranový plán propagácie, aby ste mali pravidelný harmonogram pre komunikáciu s ľuďmi	
10. Ukážte im peniaze	Peniaze sú lepšie ako chudoba, už len z finančných dôvodov.	Woody Allen
	Zmyslom podnikania je zarábať peniaze. Zameranie na príjem a tok peňazí zaručuje, že firma zostane zdravá. Cieľom podnikania je zisk. Bez peňazí nie je podnikanie.	
	Nie je nič zlé na tom mať nejakého koníčka, ale ak chcete tomu hovoriť podnikanie, musíte zarábať peniaze.	
Investície, dlhy	Ak ste majoritným akcionárom firmy, musíte svoje investície chrániť.	
	Veľa majiteľov firiem robí dve chyby: príliš premýšľa o tom, kde zohnať peniaze na rozbeh projektu, a príliš málo rozmýšľa o tom, z čoho v podnikaní bude plynúť príjem.	
	Zásada: utrácajte čo najmenej peňazí a zarábajte čo najviac.	
	Obchod by sa mal vždy zameriavať na zisk. Zadlžovanie, alebo investovanie veľa peňazí za účelom rozbehu firmy je nepovinné.	
	Malé je pekné, a keď zvažíme všetky pre a proti, je malé často lepšie.	
	Najlepším riešením sú vlastné úspory, alebo využitie skupinových zdrojov. Ak potrebujete dať dokopy peniaze, existuje viac ako jeden spôsob.	
	Omnoho dôležitejšie ako zháňanie peňazí na rozbeh firmy, je zamerať úsilie na čo najrýchlejšie zarábanie peňazí.	
Zásady	Stanovte pre svoj produkt alebo službu cenu v závislosti na prínose, ktorý poskytuje, nie podľa výrobných	

Téma	Myšlienka	Autor
	nákladov.	
	Dávajte väčší dôraz na prínosy ponuky, nie na jej vlastnosti. Je chybné rozhodovať o cene na základe toho, koľko času vám to zaberie, alebo koľko stojí váš čas. Lepšie je súťažiť na základe ponúkanej hodnoty., pričom cena môže byť aj vyššia.	
	Pri novom produkte si položte otázku: „Ako tento nápad zlepší životy mojich zákazníkov a akú pre mňa bude mať toto zlepšenie cenu?“ Vždy ide o ponuku vysokej hodnoty.	
	Poskytnite zákazníkovi obmedzený rozptyl cien.	
	Variety produktu (úsporná, lepšia, exkluzívna verzia)- rôzne ceny.	
	Namiesto toho, aby ste sa zákazníkov pýtali, či chcú kúpiť váš produkt, pýtate sa ich, akú variantu si chcú kúpiť.	
	Nechajte si za svoj produkt zaplatiť viac krát, nie iba raz.	
	Program kontinuity-predplatné, opakované nákupy.	
	Cieľom nie je zvýšiť podiel na trhu, ale podiel na zákazníkovi.	
	Rôzne ceny na ten istý produkt-na rôznych stránkach. Pri vyššej cene je menej zákazníkov, ale zisk je väčší.	
11. Pohnite sa z miesta	Pripomínajte ľuďom, že zisk je rozdiel medzi výnosmi a nákladmi. Budete vyzeráť múdro.	Scott Adams
	Čím dlhšie mikrobiznis existuje a čím dlhšie zákazníci a pozerajúci o ňom hovoria v dobrom, tým skôr sa rozšíri jeho dobrá povesť.	
	Najväčšou výhodou mikrobiznisu je sloboda a možnosť robiť to, čo máme radi. Môžeme 6 mesiacov cestovať a zvyšných 6 mesiacov riadiť firmu.	
	Zlepšenie príjmu sa dosahuje prostredníctvom malých zmien, ktoré majú významný dopad. Keď trošku vzrastie vaša obchodná aktivita a súčasne trošku zvýšite úspešnosť, súbežne trošku zvýšite i cenu, zaznamená vaša firma výrazný rast.	
	Zvýšenie prevádzky-znamená zvýšenie pozornosti aj zvýšenie počtu zákazníkov.	
	Zvýšenie konverzie znamená koľko percent z potencionálnych zákazníkov sa stalo vašimi zákazníkmi.	
	Zvýšenie priemernej predajnej ceny: zvýšenie hodnoty predávaného produktu, krížový predaj a predaj po predaji	
	Predávajte viac existujúcim zákazníkom.	
Postrkovanie	Vytvorte sieň slávy.	
	Vytvorte nové navýšenie hodnoty produktov a služieb.	

Téma	Myšlienka	Autor
	Získajte pozitívne referencie.	
	Usporiadajte súťaž.	
	Zaved'te efektívnu záruku.	
	Urobte veľkú slávu z toho, že záruku nedávate.	
Produkt zo služby, služba z produktu	Dajte jasne najavo, že zákazníci túto službu nepotrebujú. Môžu sa obísť aj bez nej, stačí len produkt. Pre tých, čo sa chcú dať odborne viesť, je služba k dispozícii a čaká na nich. Keď máte firmu založenú na poskytovaní služby, popremýšľajte, ako by ste mohli zaviesť verziu služby v produkte.	
Ceny	Pravidelne zvyšujte ceny.	
	Keď si vaši zákazníci sťažujú, že je cena príliš nízka, mali by ste ich počúvať.	
	Zvýšenie sadzby umožňuje pracovať menej, alebo zvýšenie mesačného príjmu.	
	Zvýšením ceny získate viac sebadôvery. Pokiaľ nezvýšite sadzby, nedozviete sa, že máte väčšiu cenu, ako si myslíte a účtujete.	
	Cena sa stanovuje na základe hodnoty a nie času, ktorý venujete jej príprave.	
	Reklamu druhým ľuďom nerobte. Ľudia vás sledujú, pretože sa zaujímajú o vás.	
	V on-line prostredí hovorte o sebe a o svojej práci, nie o druhých.	
	Keď chcete, aby vás sledovalo viac ľudí, urobte niečo zaujímavé mimo siete.	
Expanzia	Horizontálna-viac do šírky-obsľužíme viac zákazníkov	
	Vertikálna-viac do hĺbky-obsľužim tých istých zákazníkov na rôznej úrovni potrieb.	
12. Spolupráca, partneri, subdodávatelia	Treba budovať vlastnú firmu, niečo, čo vám patrí a nad čím máte kontrolu.	
	Pri výbere spolupráce je krehký vzťah medzi slobodou a hodnotou.	
	Outsourcing zvyšuje slobodu a umožňuje firme rásť, pričom majiteľ nemusí robiť všetko sám.	
	Je krásne mať malú a štíhlu firmu (1 osoba) a pracovať z domu.	
	Motto: Nikdy nemajte šéfa a nikdy nebudte šéfom.	
	S menším tímom sa darí lepšie.	
	Pri rozhodovaní o outsourcingu rozhodujú dve veci: druh podnikania a osobnosť majiteľa firmy.	
	Robte to, čo má zmysel pre vás a nie pre niekoho iného.	

Téma	Myšlienka	Autor
Firemný audit	Cieľom je vyriešiť malé problémy a vybrať malé akcie, ktoré budú mať po určitej dobe významné výsledky.	
	Kde zarábate peniaze?	
	Ako dobrí ste v komunikácii smerom k zákazníkom?	
	Sú vaše ceny také, aké by mali byť?	
	Aký je váš marketing k potencionálnym zákazníkom?	
	Sledujete, monitorujete a testujete dostatočne?	
	Kde vám unikajú veľké príležitosti?	
13. Cesta je dlhá-sloboda	Nič sa nestane, pokiaľ to neurobíte vy sami.	Maya Angelouova
	Podnikatelia nemusia byť nevyhnutne hazardéri, iba niekedy vnímajú riziko a istotu ináč ako ostatní.	
	Mnoho je takých, ktorí si starostlivo dávajú na čas, aby vybudovali krok za krokom svoju firmu.	
	Vďaka pravidelnému príjmu z bežného zamestnania máte istotu, že môžete v podnikaní experimentovať a učiť sa za pochodu. Tento spôsob práce prináša významnú výhodu.	
	Cieľom podnikateľov nemusí byť rast firmy, ale rovnováha slobody a príjmu. Podnikatelia nemusia prijímať zamestnancov a rozširovať firmu na úkor slobody. Otázka: Aký druh slobody chcete.	
	Mať pocit úspešnej majiteľky firmy vychádza z kvality života, ktorý vedíme a nie z množstva peňazí, ktoré zarábame. My vlastníme firmu, nie ona nás.	
	Budúcnosť je spojená s tým, čo robíme, s našimi rozhodnutiami a to je veľmi zábavné.	
	Bez ohľadu na stratégiu rastu, mali by ste venovať pozornosť tomu, či je váš podnik zdravý. Nemať žiadnu predstavu o financiách je obvykle zlé znamenie.	
	Môžeme vytvoriť firmu, ktorá bude prosperovať, aj mimo špecifických znalostí majiteľa.	
	Môžeme budovať aj firmu, ktorú chceme predať.	
14. Čo keď zlyhám	Váš čas je obmedzený, tak ním neplytvajte a nežite život niekoho iného.	Steve Jobs
	Nepotrebuje, aby vám niekto dal povolenie, že sa môžete vydať za svojim snom. Prestaňte čakať a začnite. To najlepšie, čo môžete urobiť, je ignorovať rady. Spoliehajte sa na vlastný rozum a nepýtajte sa ľudí, čo si myslia. Ľudia, ktorí vedia o podnikaní menej ako vy, nesmú ovplyvňovať vaše rozhodovanie. Prijímajte rady iba od tých, ktorí vám ponúknu jedinečný pohľad na to, ako sa môžete zlepšiť. Občas je najlepšou radou žiadna rada. Keď viete, čo potrebujete, jednoducho to urobte. Prestaňte čakať. Začnite konať.	

Téma	Myšlienka	Autor
	Dajte si pozor, aby vaši klienti nenasmerovali vašu prácu tak, že ju začnete nenávidieť.	
	Rozbeh firmy vyžaduje veľa energie, úsilia a obeti.	
Rekapitulácia	Výprava za slobodou vedie k veciam, ktoré majú pre druhých nejakú hodnotu.	
	Vždy sa pýtajte: „Ako môžem ešte viac pomôcť druhým?“	
	Požičiavanie peňazí na rozbeh firmy, alebo zadlžovanie je otázkou vašej voľby. Ináč ich nepotrebujete.	
	Neustále sa zameriavajte na bod, v ktorom sa prelína to, čo radi robíte, a to, za čo sú druhí ochotní zaplatiť.	
	Prepojte svoj produkt alebo službu s atraktívnymi prínosmi, nie s nudnými vlastnosťami.	
	Zistite, čo ľudia chcú, a nájdite spôsob, ako im to poskytnúť. Dajte im rybu.	
	Akcia je dôležitejšia, ako plánovanie.	
	Vytvorenie ponuky, poštuchnutie a vytvorenie akcie pri uvedení produktu na trh, vám prinesú lepšie výsledky ako jednorazové vypustenie produktu.	
	Nájdite si spôsob, ako čo najskôr uskutočnite svoj prvý predaj.	
	Rozhodnite sa aký typ firmy chcete vybudovať.	
	Udržiavajte rovnováhu medzi slobodou a ziskom.	