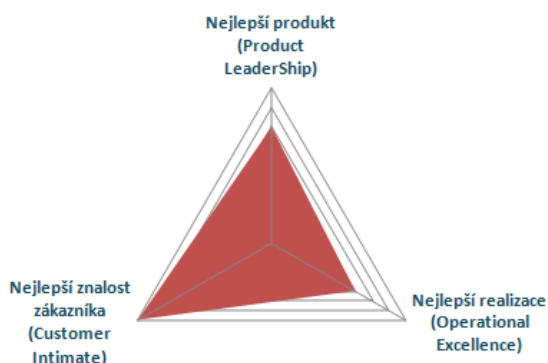


Jak se odlišit od konkurence?

Každá společnost se musí rozhodnout, **v jakém směru chce být nejlepší** - v čem se bude odlišovat od svých konkurentů, v čem bude její hlavní přidaná hodnota.



Mít nejlepší produkt

Toto zaměření pro výrobní podniky znamená být technologickým leadrem, investovat do vývoje a výzkumu. Jako příklad lze uvést SONY. Nevýhodou je, že konkurenti rychle nabídnou srovnatelný, ale levnější produkt.

Excelovat v realizaci

Vhodná strategie pro společnosti, kde je přesně vymezen rozsah podnikání, který se v čase téměř nemění. Typickým příkladem jsou přepravní firmy.

Nabízet přesně to, co zákazník požaduje

Zacílení na co nejlepší poznání potřeb zákazníků a nabídku přesně odpovídajícího produktu nebo služby je vhodné ve všech ostatních případech a je jedinou možností, jak se úspěšně odlišit od konkurence.

Jaká je Vaše strategie?

Zhodnotte si Vaši společnost podle níže uvedených otázek. Počet kladných odpovědí pro jednotlivá zaměření si můžete promítnout do grafu.

TIP: nesnažte se být nejlepší ve všech směrech

Otázka	Zákazník	Realizace	Produkt
Co je podle Vás nejdůležitější?	zákazník	realizace	produkty
Čemu se věnuje Váš web?	potřebám zákazníků	službám	produktům
Čemu se věnuje Váš interní zpravodaj?	novým zákazníkům	zlepšování procesů	novým produktům
Dokážete vyjmenovat?	10 největších zákazníků	klíčové procesy	5 hlavních produktů
Co nabízíte?	individuální řešení	dokonalé služby	produkty
Máte zpracován?	mkg plán	popis procesů	produktovou strategii
Vyhodnocujete?	potenciál a ziskovost zákazníků	provozní náklady	ziskovost produktů

Ing. Martin Šembera
 D3Business Consulting s.r.o.

WWW.D3BC.CZ