

INNOWACJA I KREATYWNOŚĆ W BIZNESIE

Jak wpływa na pozyskiwanie klientów zagranicznych?

MATEUSZ KALISZEWSKI



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Czy tak masz? 🙅

- ❌ Klienci wybierają najtańszą ofertę? Albo wiecznie narzekają, że drogo?
- ❌ Bierzesz udział w przetargach, gdzie 100% kryterium wyboru to cena?
- ❌ Brakuje Ci pomysłu, jak się wyróżnić?
- ❌ Oferujesz to samo konkurencja, albo klienci nie widzą różnicy?
- ❌ Myślisz, że trzeba skakać na tiktokach i robić z siebie pajaca?
- ❌ Pracujesz coraz więcej, ale zyski stoją w miejscu?
- ❌ Nie masz pojęcia jak wygrać z konkurencją poza Polską?

Też tak miałem!



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

MATEUSZ KALISZEWSKI

Buduję strategię wzrostu przez innowacje, którą widać w przychodach – nie w prezentacjach.

Przedsiębiorca (DT Makers, Akademia Design Thinking)

Innovation Manager

Mentor startupów w PFR, CIN, Huge Thing



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



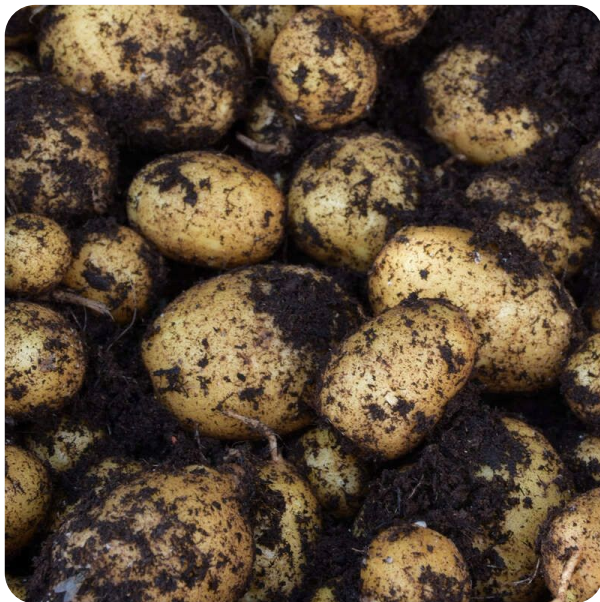
Lubuskie
Warte zachodu

Firma szkoleniowa (2015–2018)

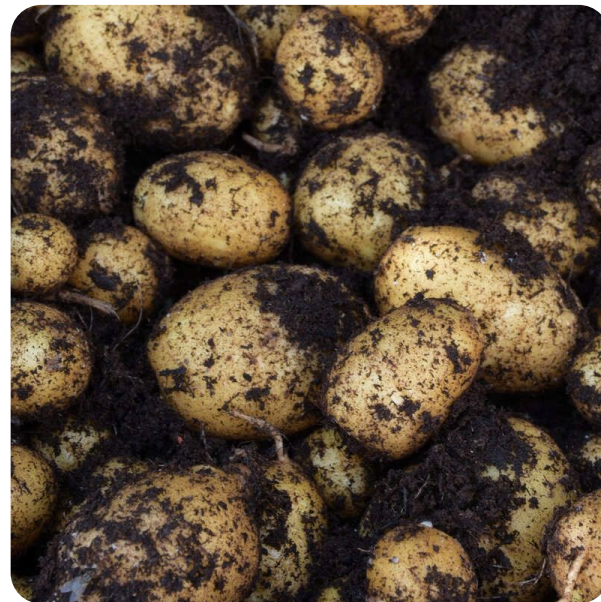
- Wysyłałem oferty i cisza
- Walka na pdfy
- Brałem udział w przetargach (100% cena) - wygrywałem, gdy inni o nich nie wiedzieli
- Brałem udział w szamańskich networkingach
- Mówili mi, że żeby sprzedać, to trzeba się z kimś napić wódki
- Obserwowałem psucie się rynku
- Pisałem artykuły, posty
- Widziałem jak konkurencja powiela to, co robię, i ja też powielałem konkurencję
- Miałem genialny pomysł, który zostawiłem w szufladzie ze względu na bieżącą walkę o klienta (pandemia → kurs online), bo bieżączka
- Jak sprzedawałem to miałem klientów, jak miałem klientów, to nie sprzedawałem i nie miałem klientów i tak w koło



Na czym tak naprawdę polega walka ceną?

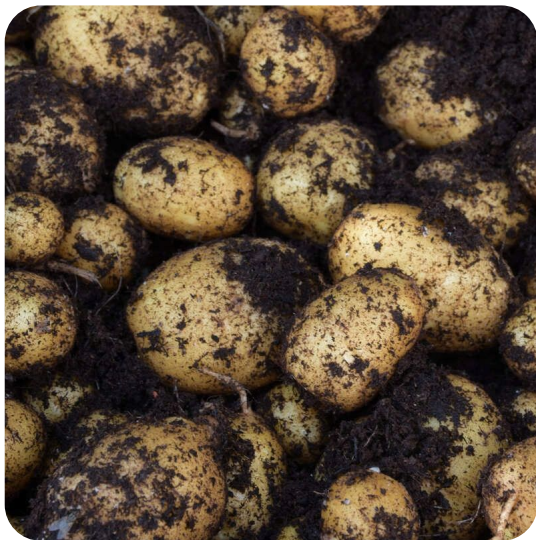


2,50 zł/kg



2,59 zł/kg

Na czym tak naprawdę polega walka ceną?



2,50 zł/kg



6,50 zł/kg



44 zł/kg

**Walka ceną jest wtedy,
gdy klient nie widzi różnicy**



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Do czego prowadzi walka ceną?

1. **Spadek marż i zysków** - Mniejsza marża. Musisz sprzedawać znacznie więcej produktów lub usług, aby osiągnąć ten sam poziom zysku. (np. sprzedaż na marketplace'ach)
2. **Obniżenie wartości postrzeganej marki**
 - a. Klienci mogą zacząć postrzegać Twoje produkty lub usługi jako mniej wartościowe, skoro są sprzedawane taniej. (np. GAP)
 - b. W dłuższym okresie może to prowadzić do trudności w powrocie do wyższych cen, gdy klienci przyzwyczają się do tanich ofert. (np. Volkswagen Phaeton)
3. **Problemy z utrzymaniem jakości** - Musisz redukować koszty, co może prowadzić do obniżenia jakości produktów, usług lub obsługi klienta. Długofalowo może to skutkować utratą lojalnych klientów. (shrinkflation)
4. **Erozja rynku** - Wojny cenowe prowadzą do zaniżenia wartości całej branży. Na rynku pozostają gracze z największymi zasobami finansowymi, co prowadzi do monopolizacji i zmniejszenia konkurencji. (np. Uber vs. taxi)
5. **Przyciąganie klientów mało lojalnych** - Klienci przyciągnięci jedynie niską ceną mogą być mniej lojalni i szybko przejść do konkurencji, jeśli ta zaoferuje jeszcze niższą cenę. (np. tanie linie lotnicze, telekomy)



**Ale... pokaże Ci 3 ćwiczenia biznesowe,
które pozwolą Ci wybrnąć z tej
sytuacji.**



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warto zachodu

**I które działają niezależnie od tego jaki
biznes prowadzisz i gdzie go
prowadzisz.**



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warto zachodu

Świadomie wybierz właściwy rynek



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Wzrost z Zachodu

allegro

VS



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Allegro reaguje na ofertę Amazon Prime. Obniża cenę usługi Smart



83



Amazon zadomowił się w Polsce i rzucił wyzwanie polskim firmom e-commerce działającym na rynku poprzez uruchomienie oferty Prime. Na reakcję Allegro nie trzeba było długo czekać. Spółka ogłosiła czasowe obniżenie ceny swojej flagowej oferty Smart.



Allegro obniża czasowo cenę usługi Smart. Na zdjęciu prezes Allegro Francois Nuyts (Materiały prasowe, Allegro)



 / Ekonomia / Biznes / **HANDEL**

Shopee wycofuje się z Polski. Koniec irytujących reklam

Działająca ledwie od września 2021 r. platforma handlowa z Singapuru już od jutra przestanie działać w Polsce. Zamówienia już złożone zostaną standardowo zrealizowane - zapewnia firma.

Publikacja: 12.01.2023 11:16



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
W stronę zachodu



16.04.2024 / 13:43

Temu wyprzedziło Media Expert i dzielnie trzyma się za Allegro. Oto, jak wzrastała popularność serwisu



MAGDA GŁOWACKA

Najnowsze artykuły autora

[✉ Napisz wiadomość](#)



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
W stronę zachodu

Temu niebezpiecznie zbliża się do Allegro. Tylko 100 tys. użytkowników

PRus

12 marca 2025, 18:32. | 1 min czytania

Udostępnij artykuł



Chińska platforma zakupowa Temu bardzo mocno depcze po piętach Allegro. Wiele wskazuje, że wkrótce chińska firma będzie miała więcej użytkowników niż dotychczasowy lider handlu internetowego.



Temu wyprzedziło Allegro. Przełom w handlu internetowym

publikacja

2025-04-10 09:10

Więcej Polaków robi zakupy online, korzystając z Temu niż Allegro – wynika z pomiarów Mediapanelu. Po raz pierwszy w historii chińska platforma została liderem, prześcigając największego polskiego potentata e-commerce – podał serwis Wirtualnemedi.pl.



Tylko kanał mobile - Wygodna aplikacja zamiast responsywnej wersji serwisu

Reklama tylko w social mediach - efektywność kosztowa marketingu

Ci co nie wiedzą co kupić, zamiast potrzebuje konkretnie tego - inspiracja zamiast wyszukiwarki

Zabawa i satysfakcja, mnóstwo promocji - każde wejście do apki to losowanie nagród i promocji - **dopamina zamiast frustracji szukania**



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego

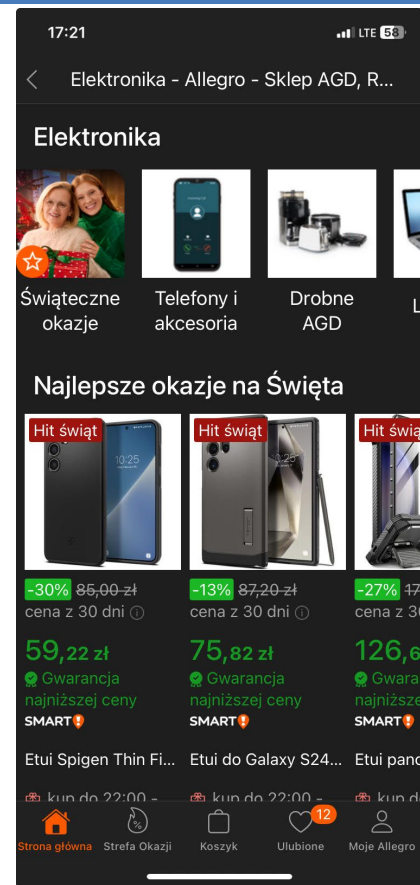
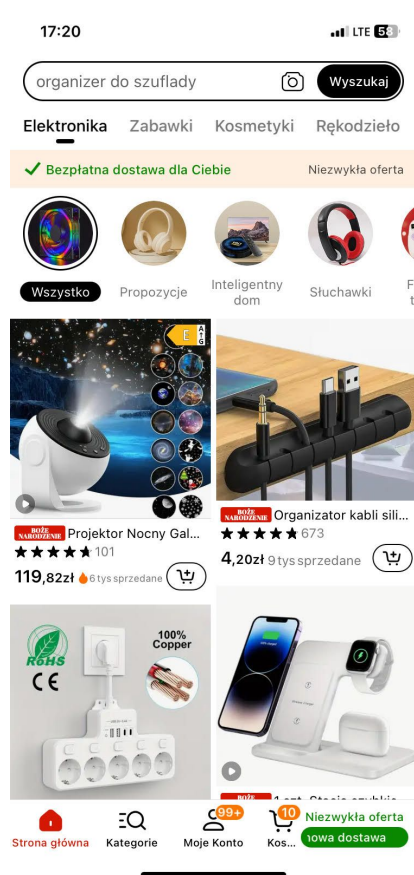


Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Wzrost Zachodu



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską





**PO NAJTAŃSZY KOSZYK
ZAKUPÓW W STYCZNIU
DO BIEDRONKI IDĘ!**

**KOSZYK W STYCZNIU JEST
NAJTAŃSZY W BIEDRONCE**

W 2023 ROKU



TAŃSZY NIŻ  **Biedronka**

na co wskazują jednoznacznie łączne wyniki koszyków

Fakt

i niezależnych badań



SPRAWDŹ



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
W stronę zachodu



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Województwo

Mity innowacyjności

- Innowacja to nie musi być rocket science!
- Innowacja nie musi wiązać się z technologią i wysokimi kosztami!

Nowy produkt - dla nowej grupy odbiorców

Ten sam produkt - nowa grupa odbiorców

Nowy produkt - ta sama grupa odbiorców



Dlaczego to jest innowacja?

Mieszkańcy wsi i podmiejskich miejscowości dojeżdżający do pracy do dużych miast

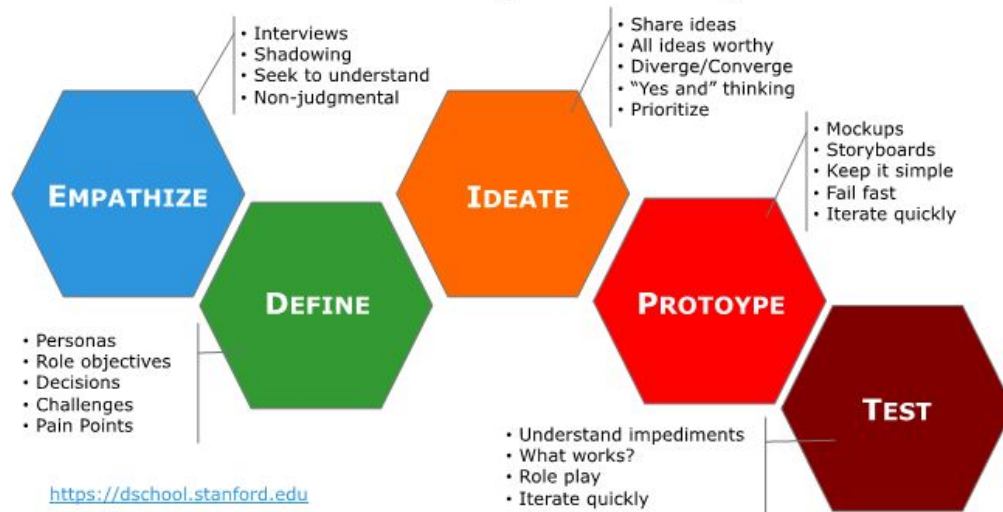
- brak kosztu wynajmu (w mieście)
- milion razy mniej problemów z postawieniem sklepu i kosztu budowy
- zero konkurencji w pobliżu - mniejsze koszty na marketing
- własna działka
- ludzie którzy nie chcą "pchać" się do miasta, klienci "w drodze"



Weźmy przykład firmy szkoleniowej w temacie...

Gdzie jest \$\$\$?

Stanford d.school Design Thinking Process



Gdzie jest \$\$\$?

Firma szkoleniowa w temacie Design Thinking

B2C - rozwój osobisty?

Ledwo na zero - totalna porażka



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Gdzie jest \$\$\$?

Firma szkoleniowa w temacie Design Thinking

B2G = Przetargi?

Kto da mniej? To nie dla nas



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Zintegrowany Program ASP w Łodzi 2
Nr umowy: POWR.03.05.00-00-2012/18-00

Łódź, dnia 29 grudnia 2020 r.

OGŁOSZENIE O ZAMÓWIENIU - ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT ZAMAWIAJĄCY:

Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi
ul. Wojska Polskiego 121, 91-726 Łódź
NIP: 7240005348
reprezentowana przez:
Rektora – dr Przemysława Wachowskiego

w postępowaniu prowadzonym w trybie zamówienia na podstawie przepisów art. 138o i prawo zamówień publicznych na „KBZ.261.325.2020 Wykonanie edukacyjnej i szkoleniowej polegającej na zorganizowaniu i przeprowadzeniu szkolenia w online, obejmującego zakres merytoryczny: „Moderator Design Thinking”.

Przedmiotowe postępowanie realizowane jest w ramach Projektu pn. „Zintegrowany Program ASP w Łodzi 2” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej.

Oznaczenie sprawy: KBZ.261.325.2020

Szacunkowa wartość zamówienia jest mniejsza niż kwoty określone w przepisach wydanych na podstawie art. 138g ust. 1 ustawy prawo zamówień publicznych.

1. Podstawa prawna wyboru trybu postępowania tj. art. 138o ustawy i

(jakiegokolwiek) grupy kapitałowej.

2) Wykaz osób którym zostanie powierzono realizowanie zamówienia/usługi szkoleniowej wraz z dokumentami potwierdzającymi, iż osoba (lub osoby) spełniają warunek udziału w postępowaniu określony w pkt 5.2.

UWAGA:

Zamawiający dopuszcza możliwość złożenia tych dokumentów wraz z ofertą.

3. Kryteria oceny ofert. Procedura wyboru Wykonawcy przedmiotowego zamówienia.

3.1 Zamawiający dokonuje wyboru kryterium, jakim będzie kierował się przy ocenie ofert i wyborze oferty najkorzystniejszej.

3.1.1 Komisja przetargowa będzie kierować się następującymi kryteriami:

a) Cena oferty – **maksymalnie 100,00 pkt (100%)**.

3.2 Obliczenie ceny ofertowej - wartość usługi. Sposób przyznawania punktacji w poszczególnych kryteriach oceny ofert.

3.2.1 Cena powinna obejmować wszystkie koszty związane z wykonaniem usługi w tym:

a) kompleksowe wykonanie usługi szkoleniowej w zakresie opisanym w pkt 4 z podpunktami.

b) wszystkie koszty podatkowe i ubezpieczeniowe leżące po stronie Wykonawcy związane z zawarciem umowy na ww. usługę. Oferta powinna uwzględniać wykonanie wszystkich obowiązków i czynności po stronie Wykonawcy świadczonych usług w określonym terminie i okresie oraz na warunkach określonych przez Zamawiającego w treści niniejszego Ogłoszenia.

c) Składając ofertę, Wykonawca zobowiązany jest podać cenę całkowitą (brutto) za wykonanie przedmiotu zamówienia tj. wartość jednej roboczogodziny dydaktycznej brutto. Podana przez Wykonawcę w formularzu ofertowym cena jednostkowa brutto za 1 godzinę prowadzenia szkolenia obowiązuje i pozostaje ważna niezależnie od ostatecznie ustalonej ilości grup szkoleniowych – zgodnie z zapisami zawartymi w treści



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Gdzie jest \$\$\$?

Firma szkoleniowa w temacie Design Thinking

B2B - korporacje?

Zysk 2x co roku



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warto zachodu

Nowe warunki – Pomysł z szuflady

Firma szkoleniowa w temacie Design Thinking

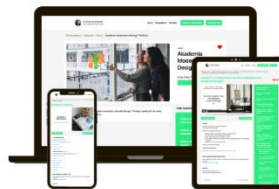
Gdzie jest \$\$\$\$?

B2C - ale online?

Dodatkowy dochód

AKADEMIA MODERATORA DESIGN THINKING

Naucz się projektować i prowadzić własne profesjonalne warsztaty i procesy Design Thinking



AKADEMIA MODERATORA DESIGN THINKING

8900 PLN

(Cena brutto, zawiera 23% VAT)

 **Zamawiam i dołączam**

*30-dniowa gwarancja zwrotu pieniędzy

✓ W Akademii otrzymasz:

- ✓ Kompleksowy kurs online profesjonalnego moderowania warsztatów i procesów Design Thinking
- ✓ Ponad 100 lekcji video (~24h materiału video) podzielonych na 12 modułów
- ✓ 25+ zadań wdrożeniowych z indywidualnym feedbackiem autora
- ✓ Regularne spotkania i sesje Q&A na żywo z autorem kursu oraz uczestnikami
- ✓ 1h indywidualnych konsultacji z autorem kursu
- ✓ Dodatkowe **bieżące wsparcie autora kursu** mailowe lub telefoniczne (maks. czas odpowiedzi 24h)
- ✓ Dostęp i wsparcie społeczności w zamkniętej grupie
- ✓ Pełny zestaw narzędzi Design Thinking
- ✓ Techniki skutecznej facylitacji
- ✓ Gotowce, plansze, scenariusze, prezentacje do własnego użytku
- ✓ 80+ dodatkowych materiałów



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
W stronę zachodu

**Dlatego tak ważne jest świadome
wybranie rynku/grupy docelowej**



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



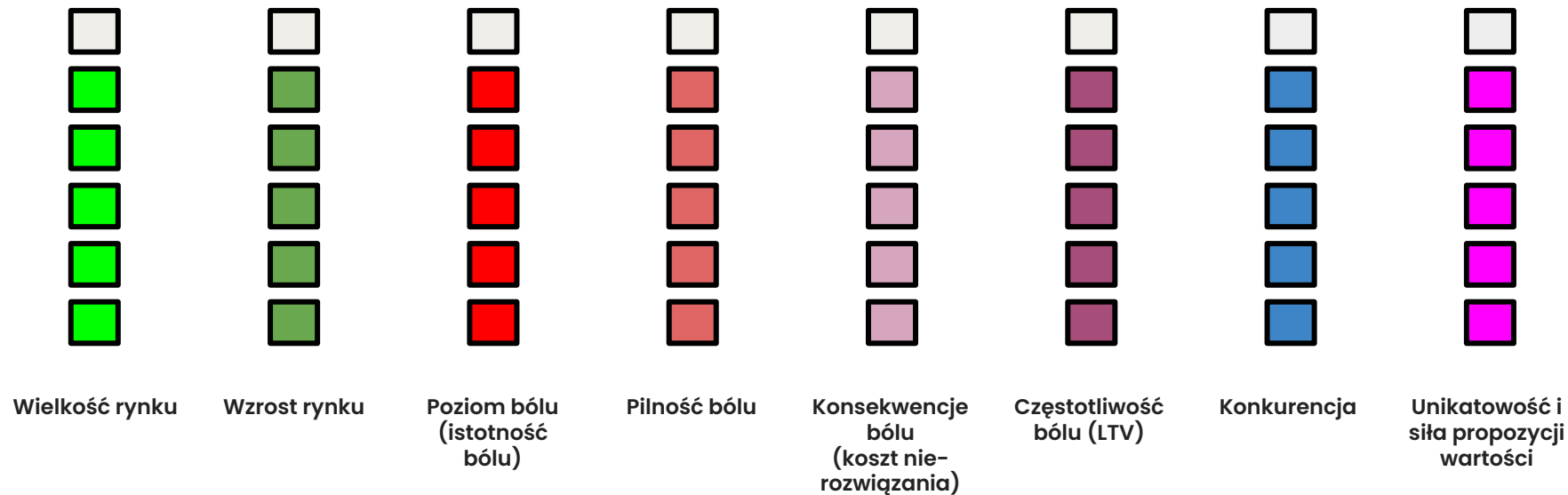
Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Czy jesteś na właściwym rynku?



Segmentacja klientów – Narzędzie

Nazwa segmentu	
Opis segmentu	
Potrzeba/problem/rezultat	
Cechy specyficzne warunkujące problem	

☐
☐
☐
☐
☐
☐

Wielkość rynku

☐
☐
☐
☐
☐
☐

Wzrost rynku

☐
☐
☐
☐
☐
☐

Poziom bólu
(istotność bólu)

☐
☐
☐
☐
☐
☐

Pilność bólu

☐
☐
☐
☐
☐
☐

Konsekwencje bólu
(koszt nie-
rozwiązania)

☐
☐
☐
☐
☐
☐

Częstotliwość bólu (LTV)

☐
☐
☐
☐
☐
☐

Konkurencja

☐
☐
☐
☐
☐
☐

Unikatowość i
siła propozycji
wartości



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

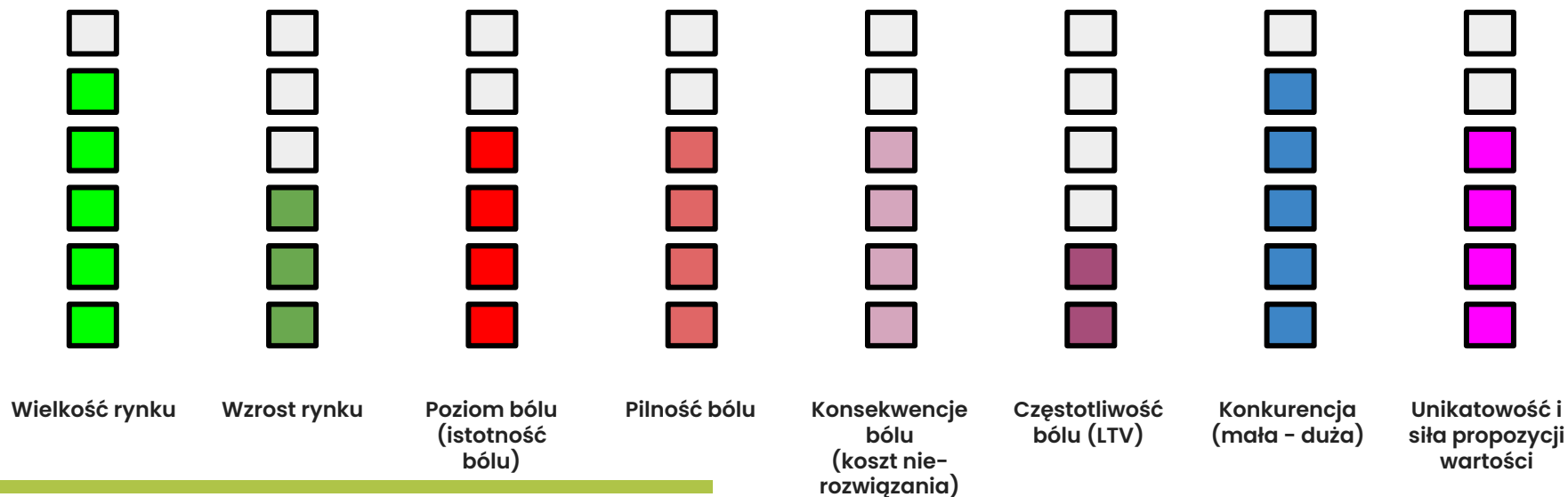
Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Wartość Zachodu

Segmentacja klientów - Przykład

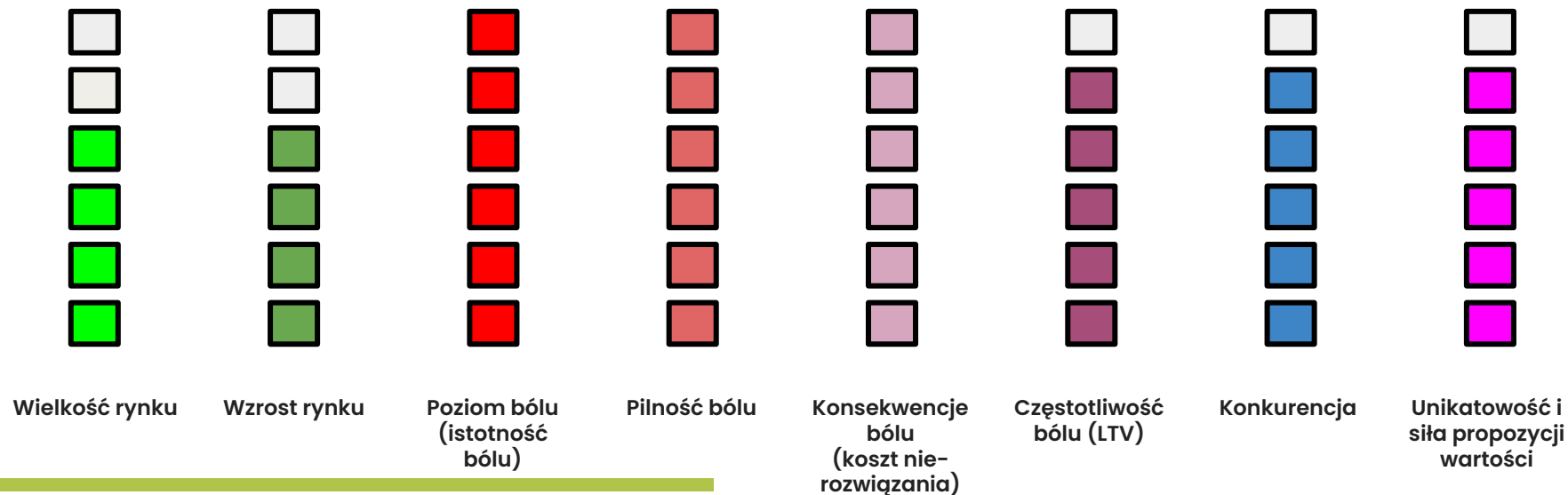
Nazwa segmentu	Korpo
Opis segmentu	Międzynarodowe korporacje działające w PL
Potrzeba/problem/rezultat	Chcą wyszkolić swoich ludzi, kompetencje pracowników z design thinking pasujące do ich branży
Cechy specyficzne warunkujące problem	Budżet szkoleniowy do wydania, indywidualne podejście, skomplikowany proces decyzyjny



Jak Dino wygrało segmentacją?



Nazwa segmentu	Dojeżdżający
Opis segmentu	Osoby aktywne zawodowo, głowy rodzin
Potrzeba/problem/rezultat	Nie chce im się stać w korkach, marnować paliwo, by zrobić zakupy, najlepiej po drodze do domu
Cechy specyficzne warunkujące problem	Pracują w mieście, mieszkają poza miastem, mają samochód



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Województwo

Praca domowa

Zrób sobie burzę mózgów.

A co gdyby to zrobić dla osób 60+? Jak to wpłynie na potrzeby?

A co gdyby przestawić się z fundacji na firmy? Jakie mogą mieć problemy, które mogą rozwiązać?

A single? A mega bogaci?

Nazwa segmentu	
Opis segmentu	
Potrzeba/problem/rezultat	
Cechy specyficzne warunkujące problem	

☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Wielkość ryнку	Wzrost rynku	Poziom ból (istotność bólu)	Pilność bólu	Konsekwencje bólu (koszt nie- rozwiązania)	Częstotliwość bólu (LTV)	Konkurencja	Unikatowość i siła propozycji wartości
-------------------	--------------	-----------------------------------	--------------	---	-----------------------------	-------------	--

<https://docs.google.com/presentation/d/1wE3eyaPq4uGYnZwmvFI-DGLdQfqMiO88BoPyab5fGGA/edit?usp=sharing>



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Stwórz wartość, która otwiera portfele



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Czym jest propozycja wartości?

~~Produkt / usługa~~

~~Cena~~

~~Opis usługi~~

~~Hasło marketingowe~~

~~Broszura~~

~~PDF~~



Jaka jest propozycja wartości biura podróży?



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

~~Wycieczka~~

~~Zakwaterowanie i przełot~~

~~Ubezpieczenie~~

~~Zwiedzanie~~

~~Słońce i ciepło~~



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Wąsk zachodu

Odpoczynek: reset psychiczny i fizyczny!

Wspomnienia!

Czujesz się **jak król/królowa!**



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Wzrost na zachodzie

Co to jest propozycja wartości?

Propozycja wartości

Jest to realna lub postrzegana wartość jaką klient otrzymuje z Twojego produktu lub usługi, która przewyższa koszty finansowe lub inne związane z ich zakupem i korzystaniem.

USP (unique selling proposition, unikatowa propozycja sprzedaży)

Jest to unikatowa cecha twojego produktu lub usługi, która zwiększa propozycję wartości i wyróżnia ją od konkurencji.



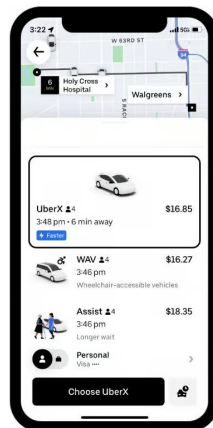
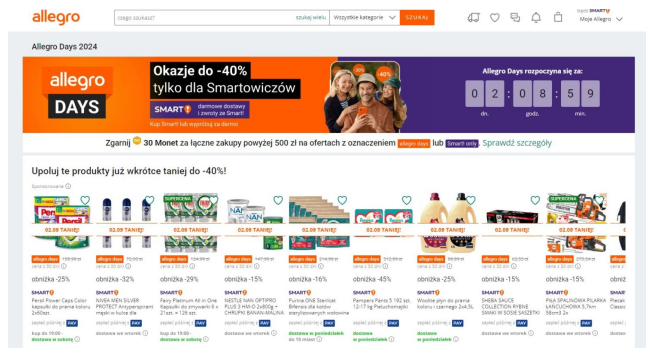
Co to jest propozycja wartości?

Propozycja wartości

Jest to realna lub postrzegana wartość jaką klient otrzymuje z Twojego produktu lub usługi, która przewyższa koszty finansowe lub inne związane z ich zakupem i korzystaniem.

USP (unique selling proposition, unikatowa propozycja sprzedaży)

Jest to unikatowa cecha twojego produktu lub usługi, która zwiększa propozycję wartości i wyróżnia ją od konkurencji.



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Jaka jest Twoja propozycja wartości?

Propozycja wartości, a nie nazwa usługi.

Pamiętaj:

Klient kupuje efekt! Nawet jeśli mówi, że kupuje produkt, to tylko po to by mieć jakiś efekt.

Klient kupuje efekt! Twój produkt pomaga/umożliwia go osiągnąć.



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

4 wymiary wartości

1. Czas 🕒 Pomóż klientowi osiągnąć efekt szybciej.

- Zamiast „zmniejsz katar i obrzęk nosa”, powiedz „skróć katar o dwa dni”.
- Zamiast „nasza aplikacja usprawnia zarządzanie”, spróbuj „zyskuj godzinę dziennie dzięki naszej aplikacji”.

2. Pieniądze 💰 Pomóż klientowi osiągnąć efekt taniej. Nie, nie chodzi o cenę.

- Zamiast „kup kurs z dostępem na rok”, powiedz „kup kurs i miej dostęp na zawsze”.
- Zamiast „kup produkt, bo jest tańszy”, powiedz „kup, żeby za rok nie wymieniać, zyskasz Xpln”.
- Zamiast „nasz produkt jest energooszczędny”, powiedz „zaoszczędź do 30% na rachunkach za energię”.

3. Wyśitek 💪 Pomóż klientowi osiągnąć efekt, zmniejszając wysiłek.

- Zamiast „możesz usunąć tło ze zdjęcia” powiedz „usuń tło jednym kliknięciem”.
- Zamiast „profesjonalne sprzątanie”, użyj „ciesz się czystym domem bez podnoszenia palca”.

4. Ryzyko ⚠️ Obniż ryzyko, które ponosi klient.

- Zamiast „gwarancja satysfakcji 14 dni” powiedz „gwarancja efektów w 2 miesiące”.
- Zamiast „solidna maszyna” powiedz „50% mniej przestojów w produkcji”

4 wymiary wartości



 Philips LatteGo EP2331/10... 1599,00 zł RTV Euro AGD Bezpłatna dos... ★★★★★ (521) Przez: PMsho...	 Ekspres ciśnieniowy... 1999,00 zł MediaMarkt.pl Bezpłatna dos... ★★★★★ (4k+) Przez: Google	 Raven EER004 Ekspres... 389,00 zł RTV Euro AGD Bezpłatna dos... ★★★★★ (87) Przez: PMsho...	 Ekspres ciśnieniowy... 1599,00 zł Media Expert Bezpłatna dos... ★★★★★ (521) Przez: SalesT...	 DeLonghi Nespresso... 899,00 zł RTV Euro AGD Bezpłatna dos... ★★★★★ (1k+) Przez: PMsho...
--	---	--	---	--



Jak to działa?



Twój ekspres za 1 zł

Odpowiedz na poniższe pytania i dołącz ekspres Nespresso dopasowany do swojego stylu życia. Zamów kawy o dowolności miesięcznej opłaty, a Twój wybrany ekspres Nespresso zostanie dodany do zamówienia za 1 zł.



Proste zakupy

Środki są pobierane automatycznie co miesiąc z Twojej karty płatniczej dostępną będą na Twój koncie Nespresso - możesz je wykorzystać na dowolne produkty Nespresso, kiedy tylko chcesz. Dodatkowo Twoje zamówienia będą objęte bezpłatną dostawą.



Subscription & You

Po 12 miesiącach (24 miesiącach w przypadku planu z ekspresem Creatizia) Twoja dotychczasowa subskrypcja przechodzi w program NESPRESCO SUBSCRIPTION & YOU ze stałym rabatem na kawę nawet do 12%, bezpłatną dostawą oraz ekskluzywnymi ofertami.



Fundusze Europejskie dla Lubuskiego



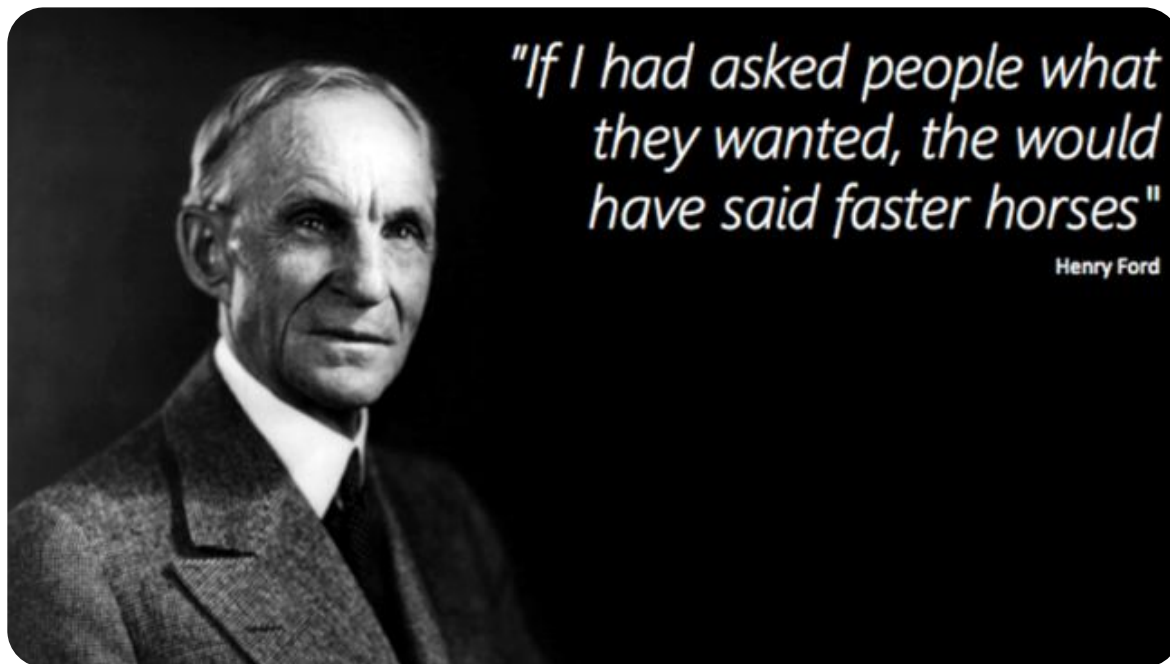
Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



Lubuskie Wzrost na zachodzie

Poszukiwanie unikatowej wartości jest trudne



Nie pytaj ludzi czego chcą



It's not the consumers' job to figure
out what they want

— *Steve Jobs* —

Myśl wartościami, a nie cechami

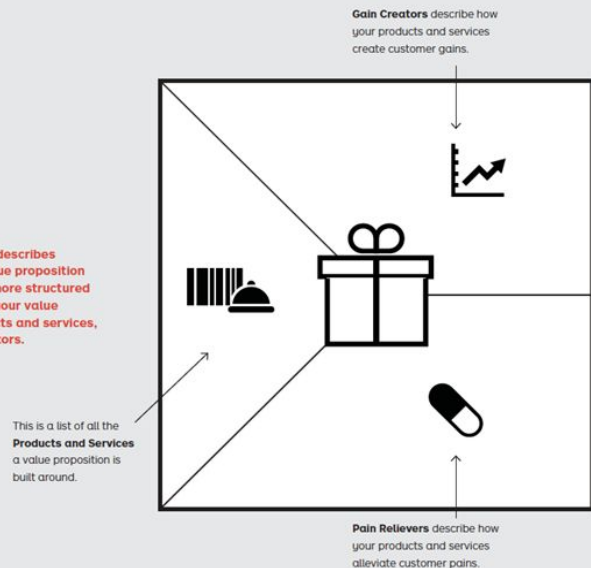
Produkt	Cecha:	Zaleta:	Korzyść (wartość)
Drukarka	Drukuje w rozdzielczości xyz	Zdjęcia wysokiej jakości	Nie musisz iść do fotografa
Pralka	Silnik indukcyjny	Pralka jest cicha	Możesz włączyć pralkę i iść spać. Nie budzi dzieci.
Preparat do pielęgnacji skórzanej tapicerki	Naturalne ph	Nie usuwa fabrycznej warstwy ochronnej	Wydłużasz żywotność tapicerki. Auto nie traci szybko na wartości.
Suplement diety Magnez Balbiny	Dzienne zapotrzebowanie na magnez milion procent	Dobrze wpływa na koncentrację	Zdasz egzamin



Value Proposition Canvas

Value Map

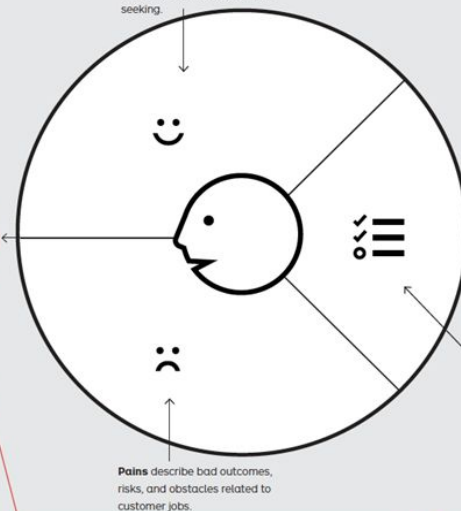
The Value (Proposition) Map describes the features of a specific value proposition in your business model in a more structured and detailed way. It breaks your value proposition down into products and services, pain relievers, and gain creators.



Gains describe the outcomes customers want to achieve or the concrete benefits they are seeking.

Customer Profile

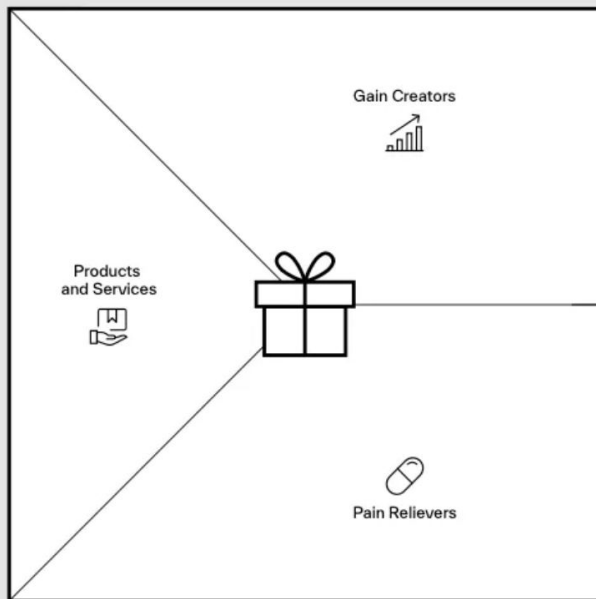
The Customer (Segment) Profile describes a specific customer segment in your business model in a more structured and detailed way. It breaks the customer down into its jobs, pains, and gains.



You achieve **Fit** when your value map meets your customer profile—when your products and services produce pain relievers and gain creators that match one or more of the jobs, pains, and gains that are important to your customer.

Typowa kancelaria prawna

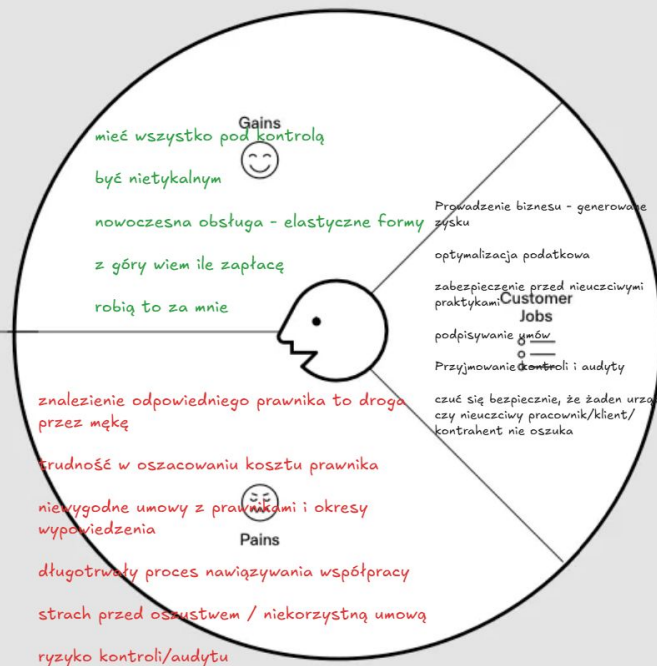
Value Proposition:



30% +

Customer Segment:

Przedsiębiorca nie posiadający działu prawnego



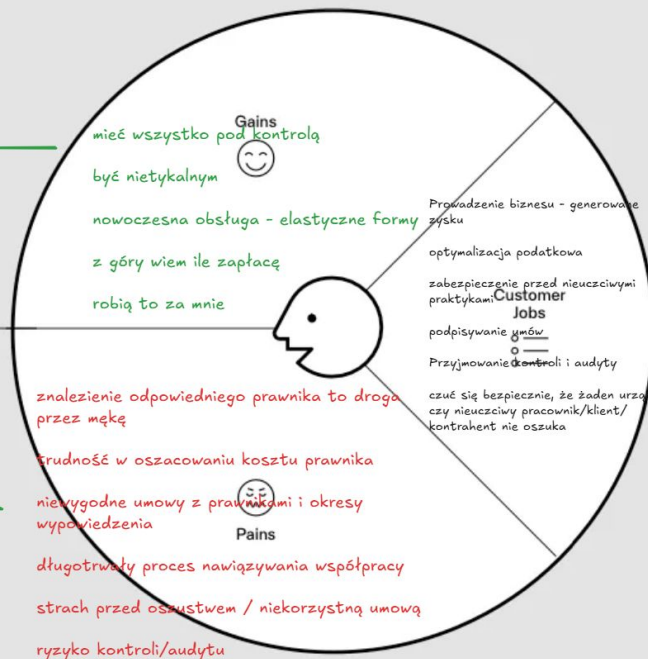
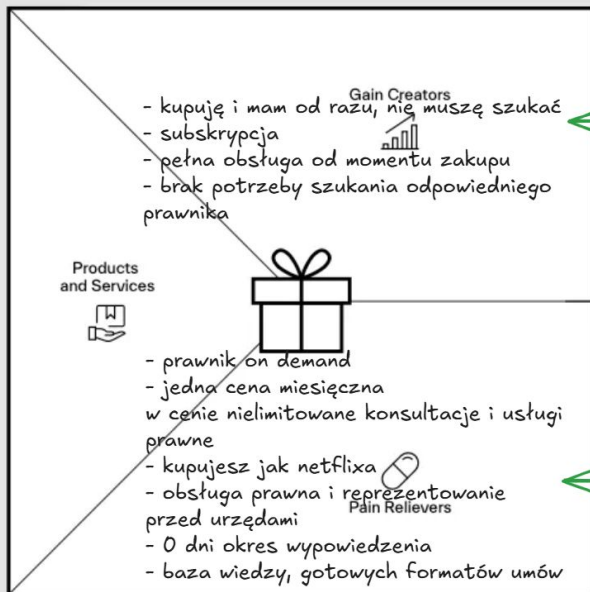
Mentzen+



Value Proposition:

Customer Segment:

Przedsiębiorca nie posiadający działu prawnego



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Województwo

Mentzen+

Nazwa segmentu	Przedsiębiorcy
Opis segmentu	Przedsiębiorcy
Potrzeba/problem/rezultat	Wyszukanie prawnika jest męczące i czasochłonne, nie wiem ile zapłacę, nigdy nie korzystałem/am
Cechy specyficzne warunkujące problem	Firmy nie mające własnych działów prawnych lub stałych współpracy z prawnikami,



Wielkość rynku



Wzrost rynku



Poziom bólu
(istotność bólu)



Pilność bólu



Konsekwencje bólu
(koszt nie-rozwiązania)



Częstotliwość bólu (LTV)



Konkurencja



Unikatowość i siła propozycji wartości



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Województwo

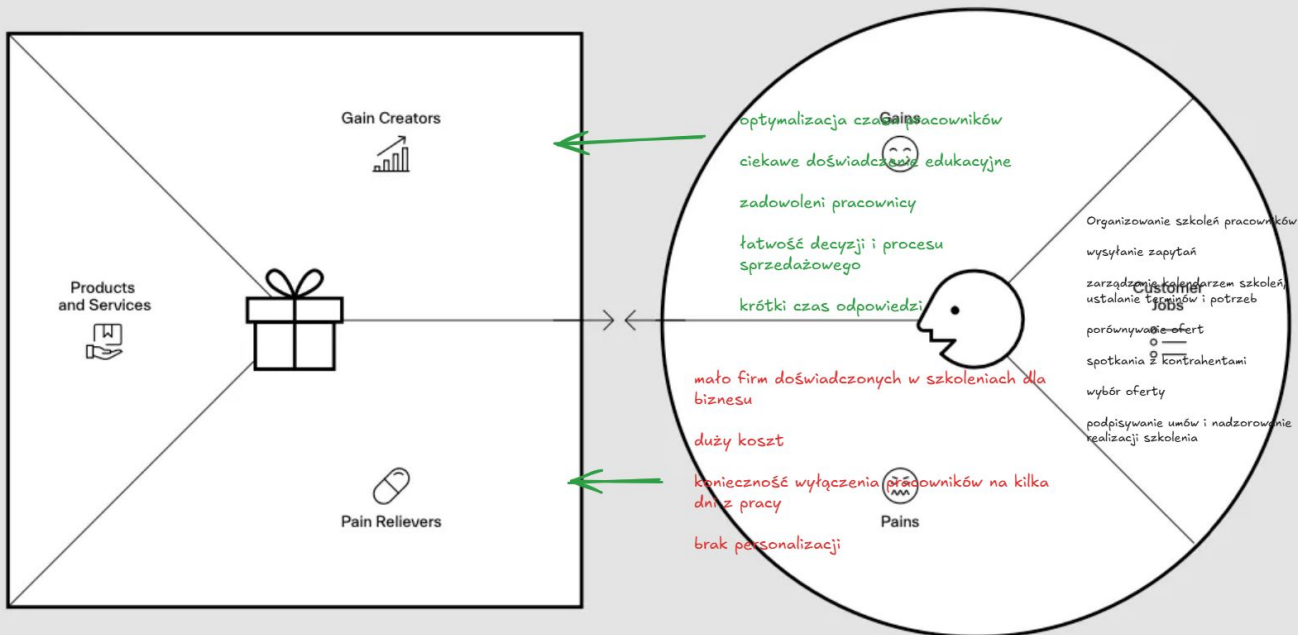
Szkolenie Moderatorów Design Thinking

Value Proposition:



Customer Segment:

Korporacje



Jak się wyróżnić?

Zapraszamy na szkolenie:

ZOSTAŃ MODERATOREM DESIGN THINKING

Dowiedz się, jak realizować naprawdę innowacyjne rozwiązania!

17-19 kwietnia 2018, Warszawa | [Zobacz szczegóły!](#) 

Kurs Moderatora Design Thinking
Gdynia, 3-7.12.2018



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
W stronę zachodu

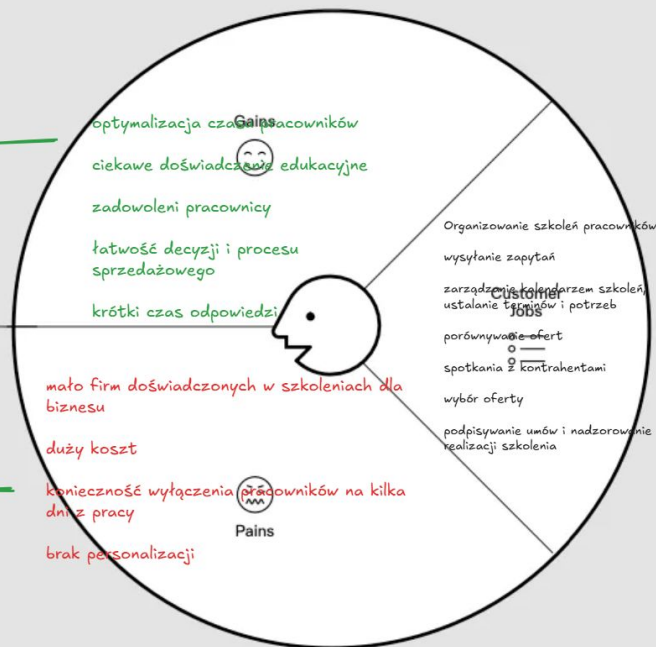
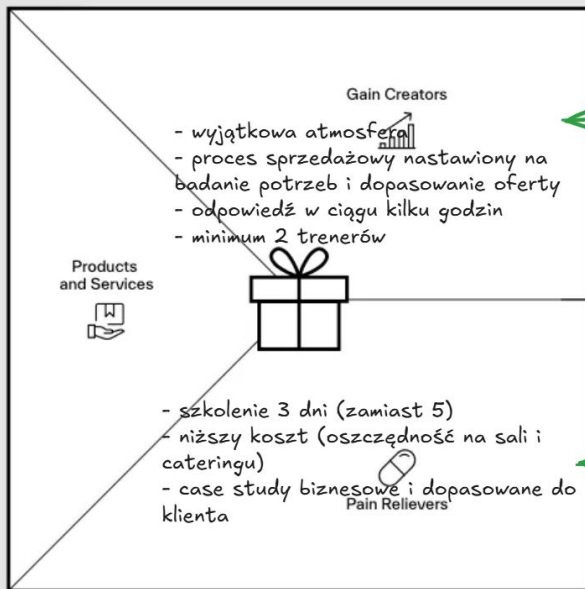
Jedno zdanie od klienta

Value Proposition:



Customer Segment:

Korporacje



Jak odkrywać zadania i bolączki?

Rozmowa z klientem/potencjalnym klientem

- Podstawowa forma pozyskiwania "odkryć".
- Jest to mniej lub bardziej ustrukturyzowana rozmowa z jedną osobą.
- Trwa od 15 minut do 1,5h – zależy od szerokości obszaru badawczego i stopnia pogłębiania.
- Proste do realizacji
- Tanie
- Nieskomplikowane
- Można powtórzyć



Jak poprowadzić taką rozmowę?

To co ludzie mówią, a co robią to dwie różne rzeczy. Trzeba o tym pamiętać.

Dlatego:

- Zbieraj fakty, a nie opinie.
- Zachęcaj do opowiadania historii.
- **Koncentruj się na przeszłości i teraźniejszości.**
- **Nie pytaj o przyszłość: ~~Czy kupiłbyś? Gdybyś.....?~~**
- Dopytuj „dlaczego”, aby poznać głębokie motywacje odbiorcy i realne problemy.
- Więcej słuchaj, mniej mów.
- Nie sugeruj odpowiedzi w pytaniu.



Jakie pytania zadawać?

- Opowiedz mi o ostatniej sytuacji....
- Czy było to trudne?
- Dlaczego to było trudne?
- Jak się czujesz podczas/gdy/wtedy...?
- Jak często masz ten problem?
- Jak sobie z tym radzisz obecnie?
- Czemu nie jest to dobre rozwiązanie?
- Ile wydajesz, aby ten problem rozwiązać?
- Jakie są konsekwencje?

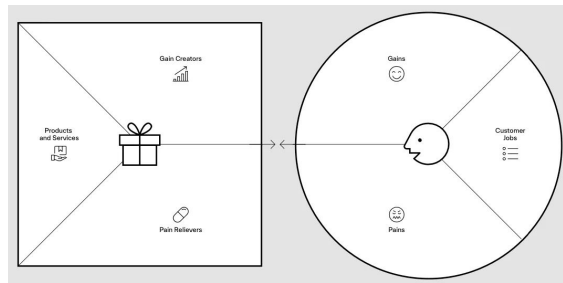


Teraz kolej na Ciebie

Wykonaj wywiady (wystarczy kilka, minimum 5, trzymaj się zasad, niech Cię nie kusi walczyć o głaski)

Zrób Value Proposition Canvas

Zrób CeZaKo



<https://www.strategyzer.com/library/the-value-proposition-canvas>

Produkt	Cecha:	Zaleta:	Korzyść (wartość)
Drukarka	Drukuje w rozdzielczości xyz	Zdjęcia wysokiej jakości	Nie musisz iść do fotografa
Prałka	Silnik indukcyjny	Prałka jest cicha	Możesz włączyć pralkę i iść spać. Nie budzi dzieci.
Preparat do pielęgnacji skórzanej tapicerki	Naturalne ph	Nie usuwa fabrycznej warstwy ochronnej	Wydłużasz żywotność tapicerki. Auto nie traci szybko na wartości.
Suplement diety Magnez Balbiny	Dziennie zapotrzebowanie na magnez milion procent	Dobrze wpływa na koncentrację	Zdasz egzamin

<https://docs.google.com/document/d/1T0xg2qw0sYTReZY6fmv9YvIwH4oyEbLks4L2hKex4As/edit?usp=sharing>

Geniusz tkwi w prostocie.

Ty też tak możesz. Pomysły pojawią się w trakcie.



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



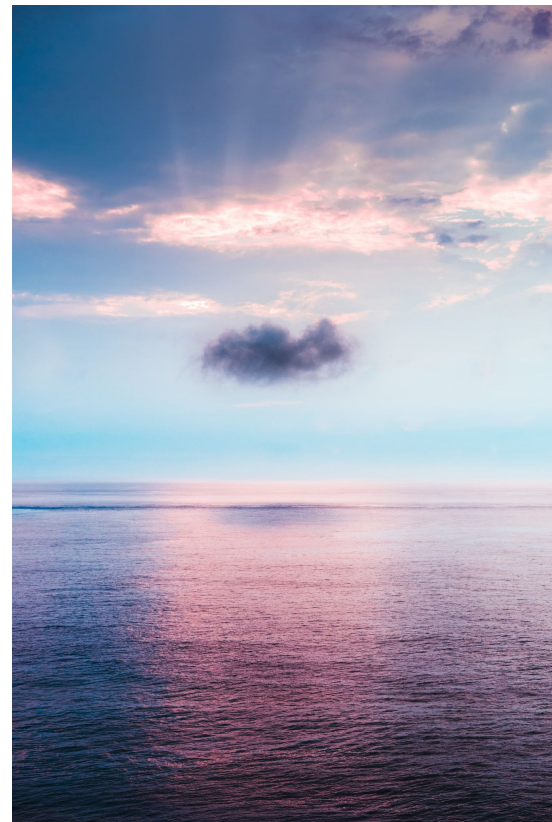
Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Wyptýñ na błękitny ocean



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



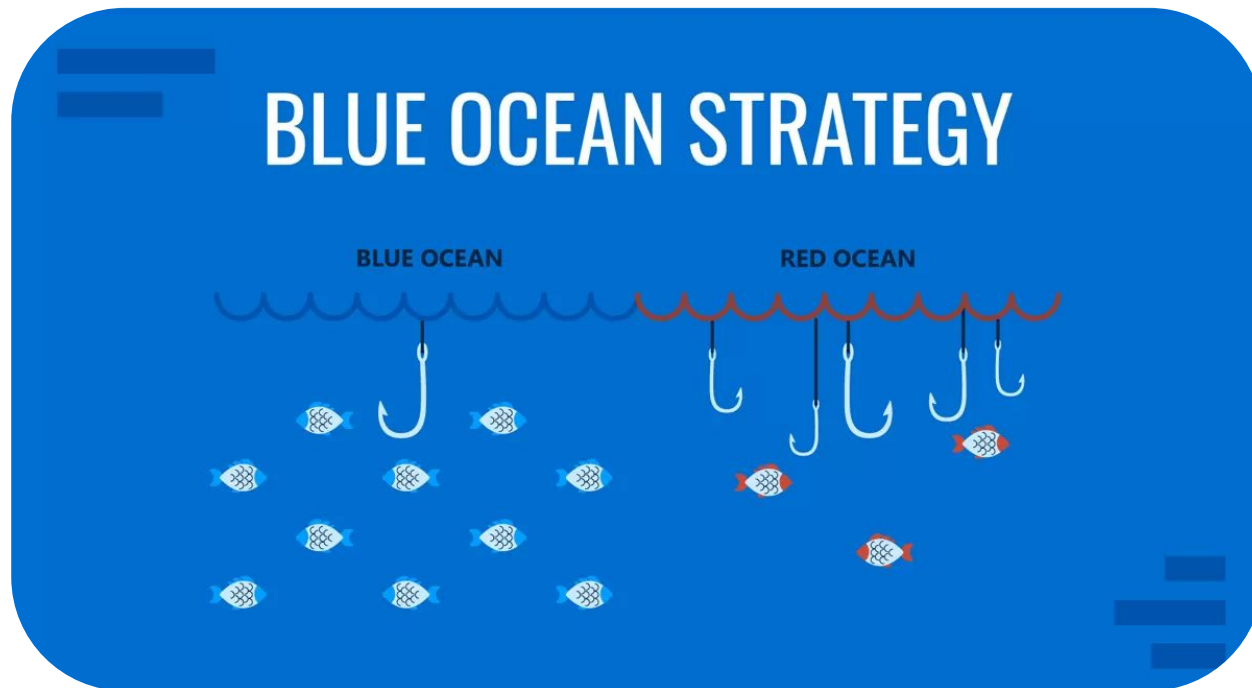
Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Strategia Błękitnego Oceanu



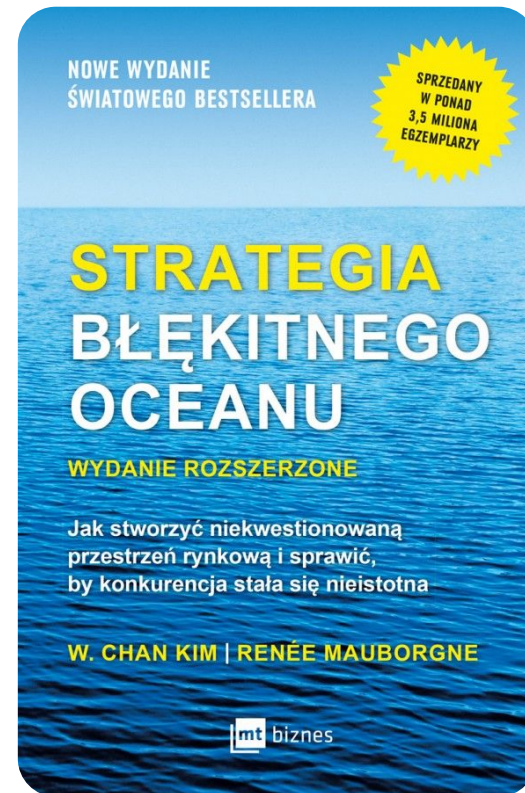
Strategia błękitnego oceanu

RED OCEAN STRATEGY

- Obecny, dojrzały rynek, status quo.
- Zmusza do pokonania konkurencji. Przetrwaj albo giń.
- Uwaga skupiona na tradycyjnej grupie klientów.
- Istnieje zależność wartość $\leftrightarrow$ koszt:
większa wartość $\rightarrow$ większy koszt $\rightarrow$ wyższa cena

BLUE OCEAN STRATEGY

- Tworzy nowy rynek.
- Sprawia, że konkurencja staje się nieistotna.
- Rozszerza istniejącą grupę docelową.
- Tworzy nowy popyt.
- Brak zależności wartość $\leftrightarrow$ koszt:
większa wartość $\rightarrow$ niższy koszt $\rightarrow$ większa marża



Jak wyrwać się z czerwonego oceanu?

Zaoferować konkretny skok wartości, który sprawi, że konkurencja stanie się nieistotna

Jak to zrobić?



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



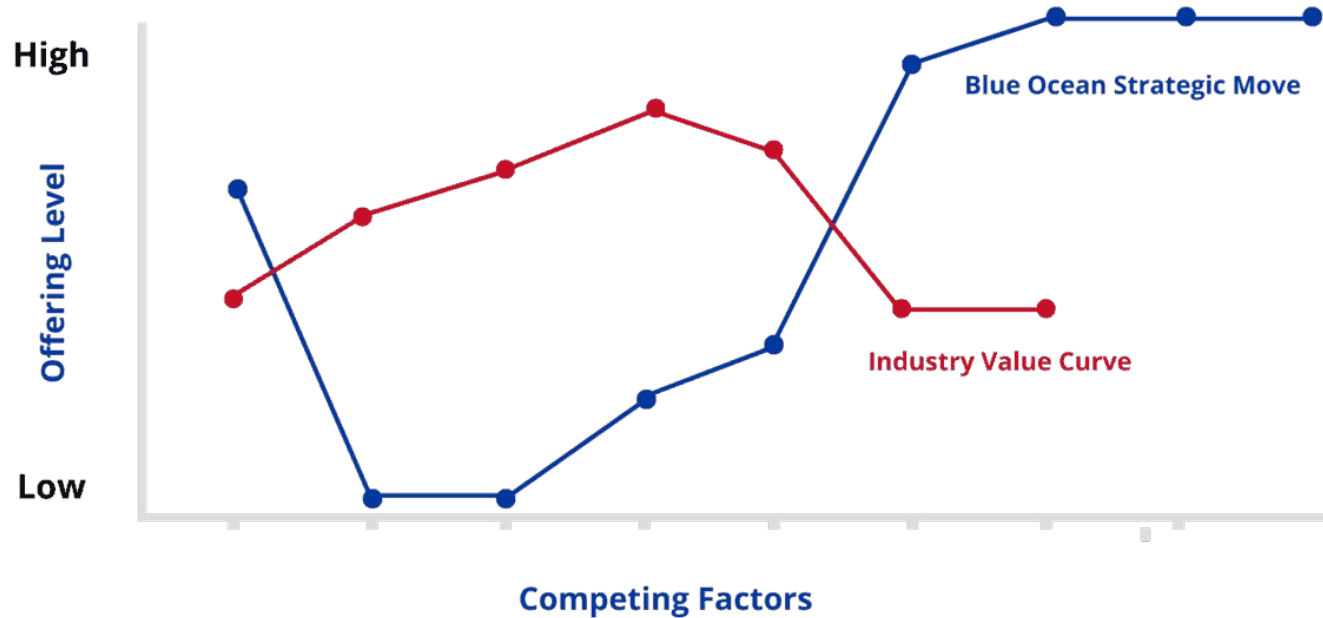
Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

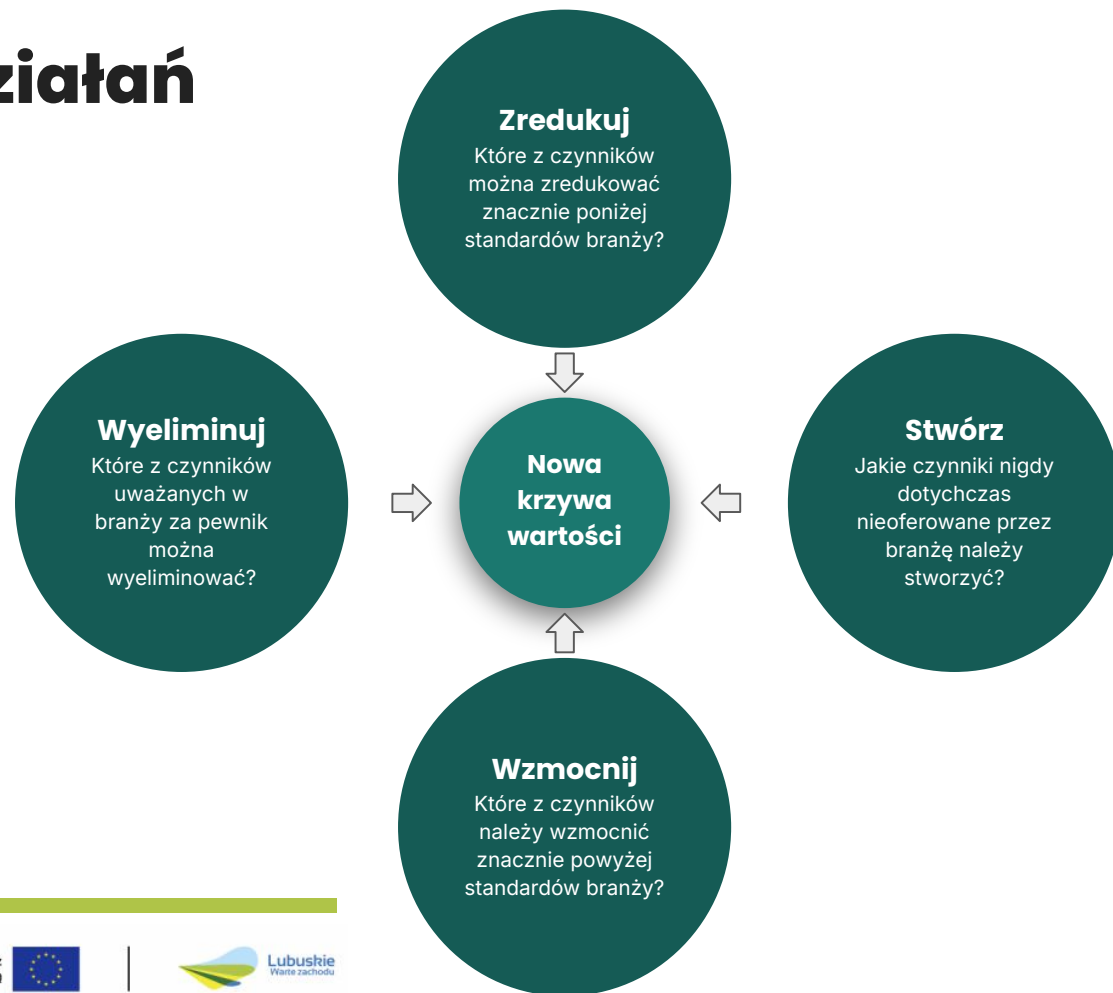


Lubuskie
Warte zachodu

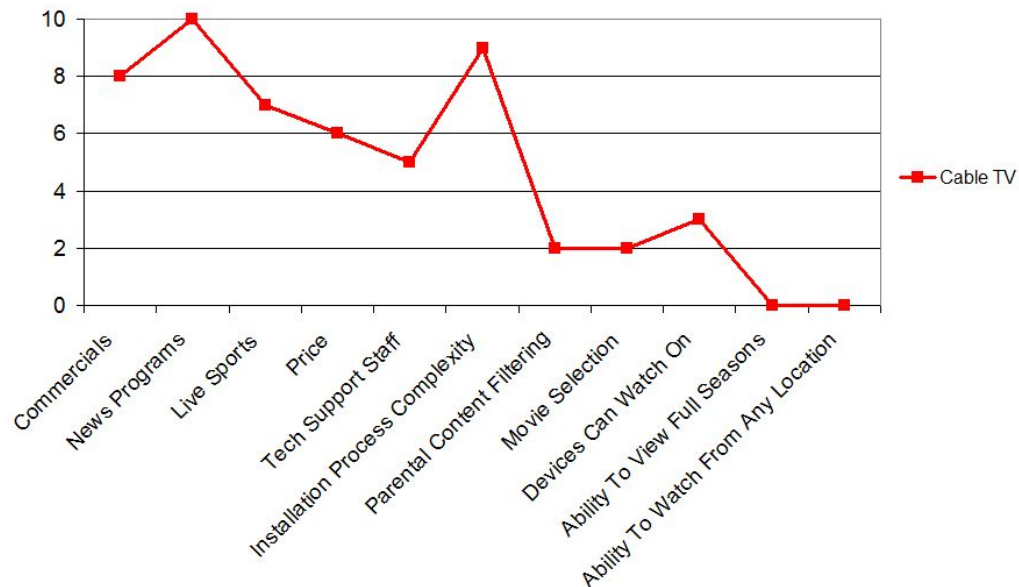
Kanwa strategii



Schemat 4 działań



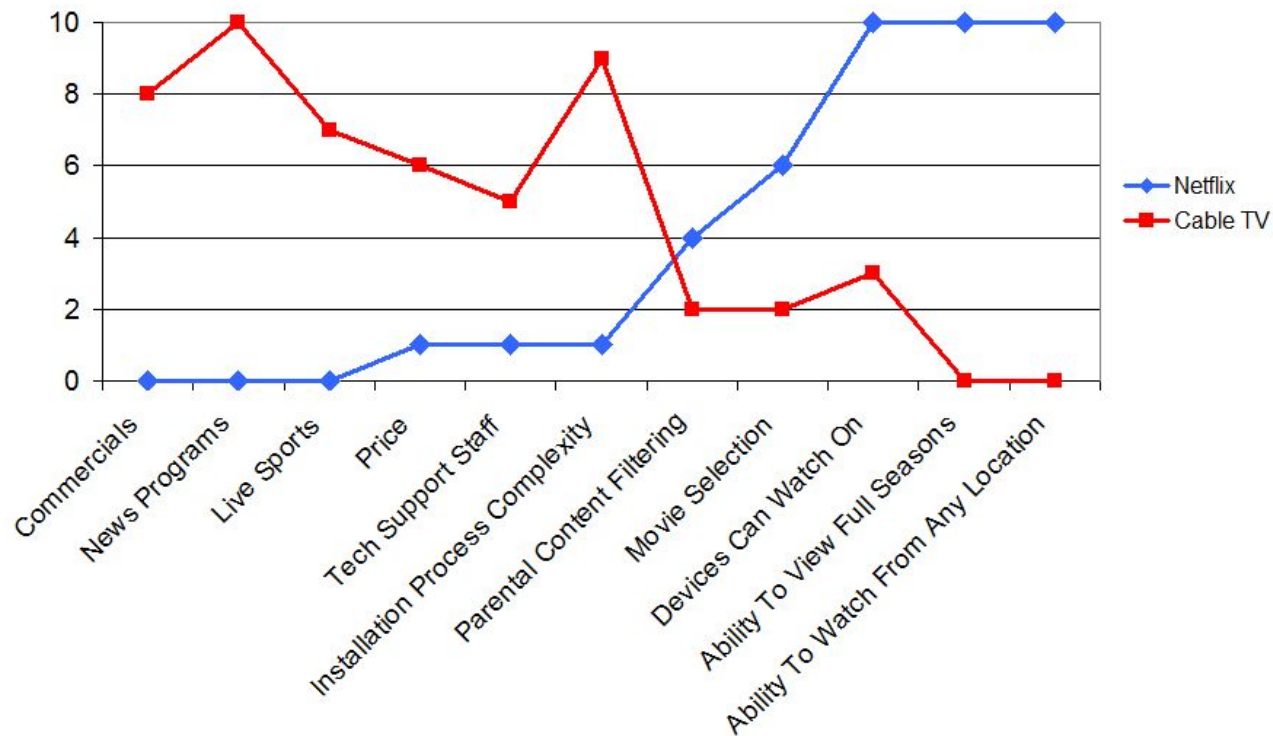
Jak stworzyć własną krzywą wartości, która sprawi...



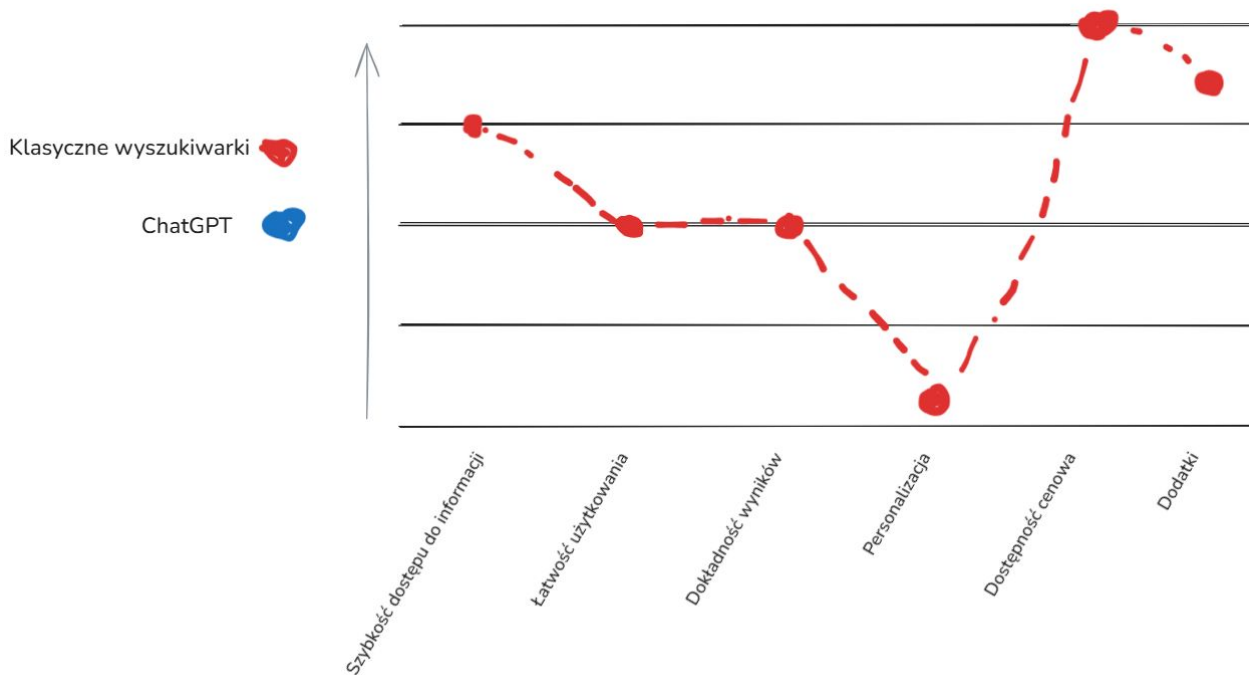
Burza mózgów

Eliminuj - ?	Wzmocnij - ?
Redukuj - ?	Stwórz - ?

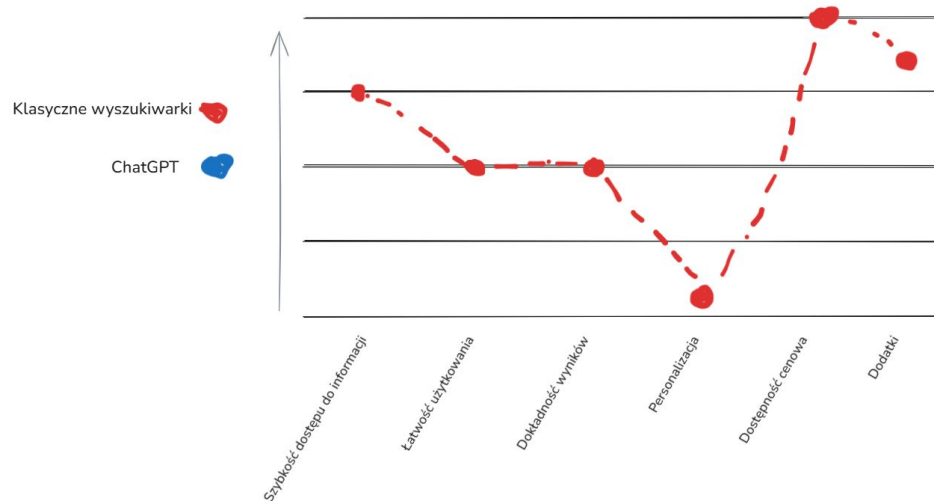
Jak stworzyć własną krzywą wartości, która sprawi...



Klasyczne wyszukiwarki internetowe



Klasyczne wyszukiwarki internetowe vs. AI



Chat GPT

Eliminuj

- Linki do stron
- reklamy

Wzmocnij

- dokładność wyników
- personalizacja wyników
- łatwość użytkowania

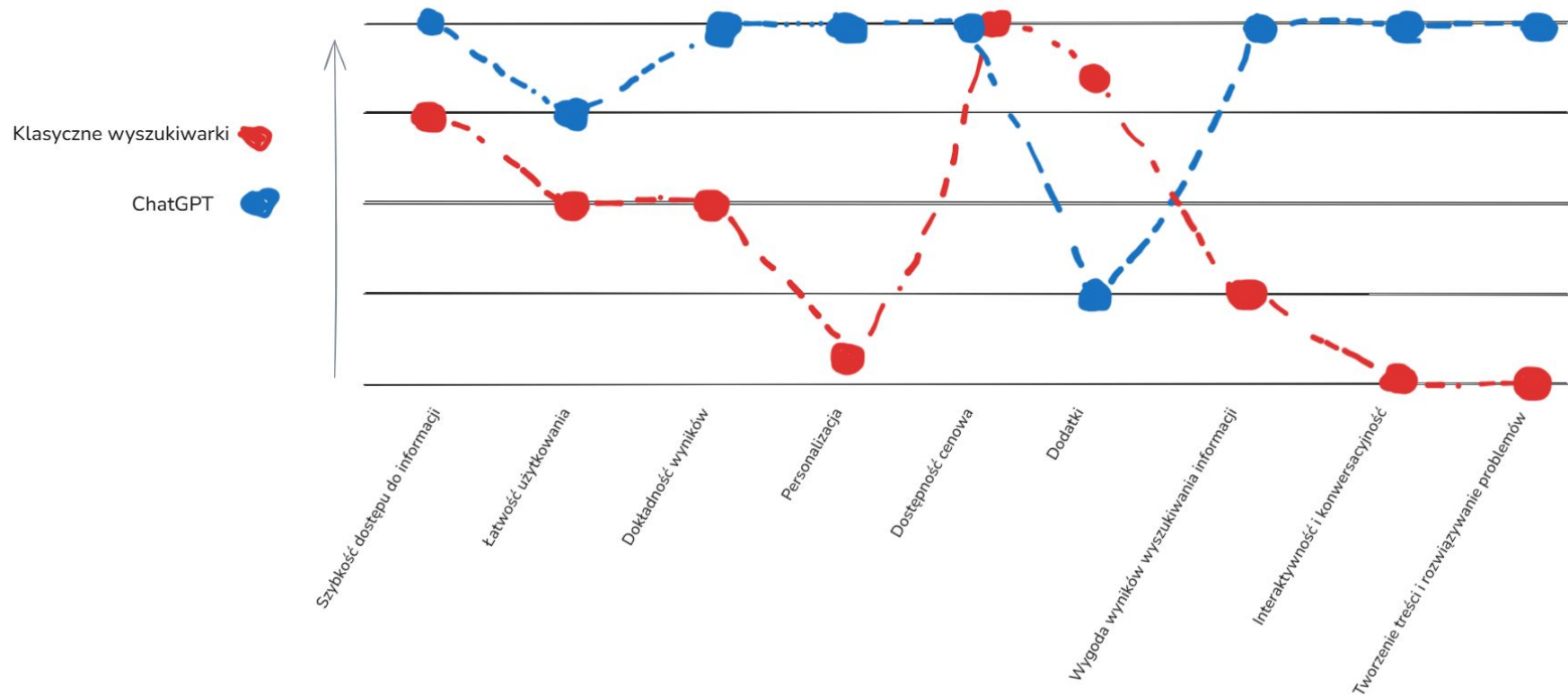
Redukuj

- dodatki e.g. mapy google

Stwórz

- konwersacyjny sposób (znany z komunikatorów)
- generatywność
- informacja podawana bezpośrednio

Klasyczne wyszukiwarki internetowe vs. AI



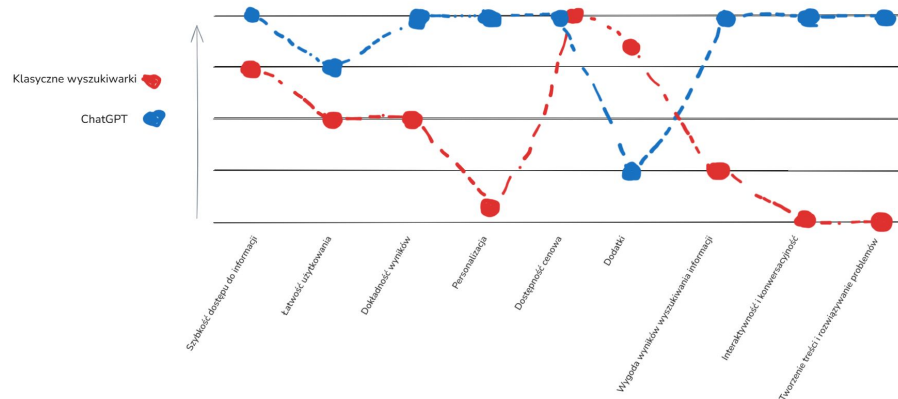
Teraz kolej na Ciebie

Wykonaj kanwę strategii dla siebie i rynku (stan obecny)

Zrób burzę mózgów na podstawie 4 działań: wyeliminuj, zredukuj, wzmocnij, stwórz

Zmodyfikuj kanwę na podstawie pomysłów (stan przyszły)

Przetestuj rozwiązania



A teraz zastanów się:

- Pojawiły Ci się już ciekawe pomysły?
- Zrobiłeś/aś ćwiczenia i chcesz iść dalej?
- Masz problem lub trudności z wykonaniem ćwiczeń?
- Potrzebujesz biznesowego sparingpartnera do burzy mózgów?
- Doceniasz zewnętrzne spojrzenie kogoś kto ma dystans do tego co robisz i może rzucić Ci nową perspektywę?



Po prostu daj mi o tym znać.

Już trochę mnie znasz.

Pomogę Ci w procesie poszukiwania przewagi i innowacji dla Twojej firmy.

Poprowadzę za rękę. Zrobimy to razem.

Nauczę testować pomysły praktycznie za darmo i z mocnymi danymi.

Napisz/zadzwoń do mnie.



MATEUSZ KALISZEWSKI

Pomagam firmom generować innowacje



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Dziękuję!

Mateusz Kaliszewski

m.kaliszewski@strategiainnowcji.pl

+48 694 341 553



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu