



Értékteremtés

Több lehetőségünk van, mint elsőre gondolnánk!

Készítette: NIBADA Kft.

2020. 10. 30.



Foto: Canva

A sikeres vállalkozás értéket teremt

- a **vásárlók részére**, akik megveszik a termékét vagy a szolgáltatását
- a **tulajdonosok részére**, akik tőkét biztosítanak a vállalkozás működéséhez
- a **munkavállalók részre**, akik képességei és elkötelezettsége nélkülözhetetlen a piacképes termék előállításához
- a **külső partnerek részére** beszállítók, helyi közösség, állam

Kihívások az értékteremtés körül



Foto: Canva

- Az érdekeltfelek alapvetően ellenérdekeltek
 - **Tulajdonos** maximalizálni akarja a megtérülését, hasznát, amit az osztalék és árfolyam emelkedés alapján számol ki (total shareholder return), azaz költséget akar csökkenteni, nem feltétlen érdekelt a beruházásokban, a hosszú-távú innovációban,
 - **Vevő** kimagaslóan jó minőséget keres alacsony áron,
 - **Munkavállaló** magas fizetést és kevés munkát akar...
- Rövid távú jövedelem maximalizálás sokszor ellentmondásban van a hosszú távon fenntartható sikeres üzlettel
- Értékteremtés csak részben mérhető pénzügyi mutatókkal (szabad pénzáram, megtérülés stb.), vannak **immateriális vetületei** is pl. vevői elégedettség, márkavérték, technológia, innováció, vezetői képességek, társadalmi szerepvállalás stb.

Javaslatok a hosszú távon sikeres vállalkozás érdekében - 1

Egyedi, megkülönböztető értékajánlat

Porter szerint csak az a vállalkozás tudja felülmúlni tartósan a versenytársait, amelyik jól megérdemelten meg tudja különböztetni magát.

MÁS tevékenységet csinál vagy hasonló tevékenységet MÁSKÉPP.

Tudatos választások

Folyamatos tudatos választások (trade-off) az egyediség fenntartása érdekében

Pl. mi az, amit CSINÁL és mi az, amit NEM CSINÁL a cég.

Nem versenyezhetünk egyszerre árban és minőségben.

Kommunikáljuk az egyediséget kívülre / belülre

A vezető feladata hogy meghatározza és konzekvensen kommunikálja a cég egyediségét a piac és a munkavállalók felé.

Folyamatos elkötelezettség, tiszta kommunikáció segít az egyediség megőrzésében.

Teljes működést rendeljük az egyediség szolgálatába

A teljes működés a vállalkozás egyedi megkülönböztető értékajánlatát (USP) erősíti,

Így tartósan fenntarthatjuk a versenyelőnyünket, nehezebb lemásolni a céget.

Forrás: M. Porter *What is Strategy?* Harvard Business Review ([link](#), [link](#))

Javaslatok a hosszú távon sikeres vállalkozás érdekében - 2

Nemcsak elégedett, hanem elragadtatott legyen a vevőd

Amikor az Apple, Amazon vagy a Google megmutatta, hogy lehetséges azonnali, bensőséges, súrlódásmentes szolgáltatást nyújtani a vásárlók millióinak, **ez a szolgáltatási színvonal lett a „mérce”**.

A vevő diktál nem a szolgáltató!

Hosszú távon gondolkodjunk

A rövid-távú profit maximalizálás sokszor ellentétes a hosszú távon fenntartható fejlődéssel.

Pl. ha rontom az alapanyag minőségét, átmenetileg javulhat az étterem profitja, de hosszú-távon elpártolnak a vendégek és/ vagy árat kell csökkenteni, így romlik a jövedelmezőség.

Vezetők és munkavállalók motiválása

A munkatársak motiválása, kulcsfontosságú a vendéglátásban, a Covid hatására megújulási kényszerben lévő iparágban.

Munkavállalói elkötelezettség növelhető képzéssel, teljesítmény alapú cégkultúra bevezetésével.

Folyamatos megújulás, innováció

A Covid-19 katasztrofális gazdasági hatásai ellenére, a **digitalizáció** területén óriási lendületet vett a fejlődés.

Már a hazai piacon is több szolgáltató kínál különböző felhő alapú szolgáltatási csomagokat, amelyek napi díja már egy kávé árértékért is elérhető.

Vásárlói értékteremtés lépései

„Csak egy valós meghatározása lehet az üzleti céljaidnak: "alkosd meg" a vevődet!

Mert egyedül a vevő az, aki azon keresztül, hogy hajlandó fizetni a termékért vagy szolgáltatásért, konvertálja a gazdasági erőforrásokat értékke, a dolgokat jószágokká.

Amit a vevő a vétel tárgyának gondol, amiért pénzt ad és értéknek tekint, az határozza meg az üzlet lényegét, a terméket és a sikert.”

Peter Drucker/ The Practice of Management, 1954

Mit tekint értéknek a vásárló?

Hogyan realizálhatjuk az éretéket?

Mikor realizálhatjuk az értéket?

Ki a felelős a realizálásért?



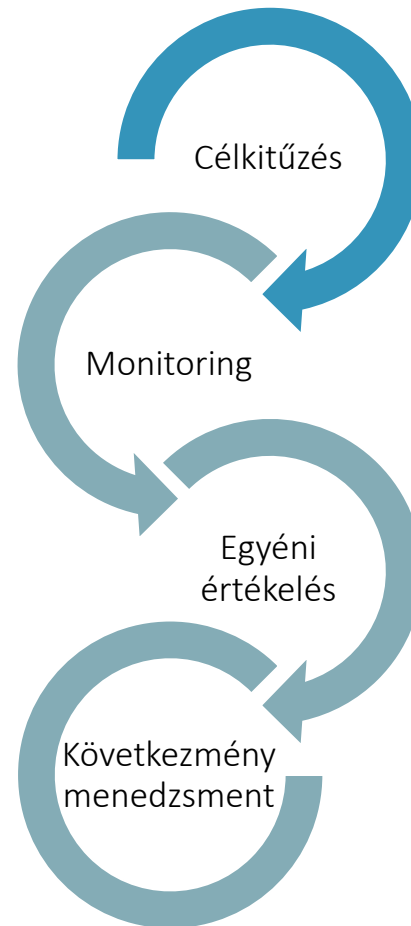
Foto: Canva

Munkatársak motiválása teljesítménymenedzsment bevezetésével

Cél olyan teljesítményalapú ösztönzési rendszer kialakítása

- Amely a vállalkozás stratégiai céljaira épül,
- egyéni célfeladatok elérésén és a
- rendszeres visszajelzésen alapul,
- transzparens következmény rendszerrel bír.

Azonosítja és ösztönzi mind az egyéni, mind a szervezeti teljesítményt, így növelve a hatékonyságot, az ügyfél-elégedettséget, és az üzleti eredményességet.



Milyen célokat (KPI) tűzzünk ki a munkatársak részére?

- Alkalmas legyen a vállalati célok közvetítésére
- Mutassa a közép-, és hosszútávú prioritásokat
- Motiválja és erősítse a teljesítményalapú kultúrát
- Olyan egyéni célokat fogalmazzon meg, amire ráhatással bír a munkatárs
- Növelje a munkatársak elkötelezettségét

Motiváljuk a munkatársakat SMART célokkal

Specific:

- **Specifikus:** konkrét eredményt, viselkedést vagy kompetenciát ír le

Measurable:

- **Mérhető:** mennyiségi és/ vagy minőségi mérőszámokkal leírható a siker

Achievable:

- **Megvalósítható:** kihívást jelent, de nem lehetetlen, és a kolléga ráhatással bír

Results-based:

- **Eredményalapú:** a sikert nem csak a megtett lépések, hanem az eredmény határozza meg

Time-specific:

- **Időkerethez köthető:** mérföldkövek, ellenőrző pontok, határidő szerepel benne

Mit tanulhatunk az Airbnb Covid válságkezelési lépéseiből?

Reagálj gyorsan!

A koronavírus-járvány villámcsapásként ért minden szereplőt.

Airbnb néhány nap leforgása alatt átalakította weboldalát, „*Szétszakíthat minket a válság, de együtt túl leszünk rajta*” üzenettel fogadta a látogatóit.

Alkalmazkodj és újítsd meg a szolgáltatásaid!

A Covid hatására újra értelmezte az üzleti modelljét az utazások szinte teljes leállása után:

- Az „Online kalandokat” kínált az otthon maradóknak.
- Rövid-táv helyett hosszú-távú szálláslehetőségekre fókuszált a városokból az elszigetelt helyre vágyóknak.
- „Go Near” szolgáltatás

Kommunikálj hatásosan!

Brian Chesky, alapító-CEO és a teljes vezetőség rendszeresen nyilatkozott a káosz közepén az együttműködésről és hosszú-távú célokról.

Covid fórumoldalon tájékoztatták a partnereiket vendéglátókat, vendégeket a vírussal kapcsolatos hírekkel.

Az üzenetekre és a megvalósításra egyaránt hangsúlyt helyeztek.

Hosszú-távon gondolkodj!

Felkészíti fel a vendéglátóit a változó az utazási szokások elemzésével:

- Hosszabb tartózkodási időt javasolj
- Biztosítsd a vendéged az óvintézkedések betartásáról
- Használd ki a last-minute foglalást
- Legyél rugalmas
- Tartsd tiszteletben a vendég privát szféráját
- Fókuszálj a helyi utazókra



Köszönöm a figyelmet