

Praktický sprievodca pre začínajúcich podnikateľov

Ako začať podnikat'

2023



Radovan Hýbl

Praktický sprievodca pre začínajúcich podnikateľov

Ako začať podnikat' 2023

Radovan Hýbl

Právne informácie

**Autorské práva sú vyhradené a vykonáva ich autor.
Použitie textov alebo grafiky diela v rozsahu ich častí
alebo celku je možné s uvedením zdroja: www.hybl.sk.**

**Bezodplatne rozmnožovať dielo v nezmenenej digitálnej alebo analógovej forme
je možné bez súhlasu autora.**

Autor

© Radovan Hýbl – Bratislava / 2023

Kontaktné údaje

**Ing. Radovan Hýbl, PhD. – digital content
Jarabinková 6B, 821 09 Bratislava
info@hybl.sk
+421 911 269 590**

Vitajte,

som neskutočne rád, že ste si našli čas prečítať pár riadkov z tohto e-booku. V dnešnej dobe už nikto nemá čas čítať. Každý chce mať výsledky, ideálne už dnes alebo ešte lepšie včera. Všetci chcú byť úspešní a bohatí. Lenže, pravda je taká, že zázraky sa často nedejú. Podnikanie môžete skúsiť buď štýlom pokus-omyl alebo sa môžete vzdelávať, môžete čítať. Tá prvá možnosť viac bolí a viac stojí. Ale prečo by ste sa predierali vysokou trávou, keď hneď vedľa máte vychodený chodníček. Ak máte možnosť učiť sa od ľudí, ktorí už touto cestou išli pred vami, urobte to. Verte, že je to podstatne efektívnejšie. Podnikanie je už aj tak dosť stresujúce, tak si ho zbytočne sami nestážujte.

Rozhodol som sa zdieľať know-how, za ktoré som zaplatil svojím časom a peniazmi alebo časom a peniazmi svojich priateľov alebo klientov (niekedy sú to tí istí ľudia :-). Snažil som sa riešiť problematiku vstupu do podnikania komplexne, ale nechcel som ísť do takej šírky, aby som vás úplne nezahltil a neparalyzoval. Niekedy je menej viac. Cieľom tohto e-booku je sústrediť sa na tie body, ktoré sú podľa mňa najdôležitejšie, sú relatívne ľahko realizovateľné a majú potenciál priniesť vám pridanú hodnotu.

Na všetko, čo v tomto materiáli nájdete nahliadajte kriticky. Neberte prezentované postupy, ako sa hovorí, "aj s chlpami". Preverujte si subjektívne vyjadrené názory vlastnou praxou. Hľadajte si svoju cestu, prispôbujte si myšlienky vlastným podmienkam. Všetko som pre vás samozrejme pripravil v dobrej viere, ale nepoznám vás. Neviem presne, čím si prechádzate a všetky postupy nemožno generalizovať.

Rovnako nezostaňte iba pri prečítaní tohto e-booku. Ak som vás k čítaniu nabádal, myslel som to všeobecne. Kníh o podnikaní je nespočet. A každá je iná. Niektoré majú skôr motivačný charakter, iné sa viac sústredia na prezentáciu postupov, či faktov. Spoločné majú jedno, vychádzajú zo skúseností toho ktorého autora. Prečítaním viacerých kníh si rozšírite svoje podnikateľské obzory a budete viac pripravení na to, čo vás čaká. Aj napriek tomu vám ale realita vyrazí dych. :-)

A ešte jedna poznámka na záver: Nečítajte ani príliš veľa. lebo potom nikdy nezačnete. :-)

Pre prípad, že by ste chceli so mnou čokoľvek konzultovať, môj e-mail nájdete v kontaktných údajoch. Som tu pre vás a držím vám palce. :-)



Radovan Hýbl

Ako začať podnikat'?

Praktický sprievodca pre začínajúcich podnikateľov

1. Úvod

2. Príprava na podnikanie

- 2.1 Definujte svoju obchodnú ideu
- 2.2 Zhodnoťte svoj trhový potenciál
- 2.3 Urobte si prieskum konkurencie
- 2.4 Určte svoj obchodný model
- 2.5 Definujte vaše distribučné kanály
- 2.6 Vytvorte si sieť kontaktov

3. Administratíva

- 3.1 Zvoľte si právnu formu
- 3.2 Vyberte si podnikateľský názov (naming)
- 3.3 Zaregistrujte si svoje podnikanie

4. Financie

- 4.1 Získajte finančné zdroje
- 4.2 Evidujte financie
- 4.3 Spravujte financie a sledujte výkonnosť vášho podnikania

5. Marketing

- 5.1 Vybudujte si značku (brand building)
- 5.2 Vytvorte si marketingový plán
- 5.3 Vytvorte si vlastný web
- 5.4 Zvýšte vašu viditeľnosť
- 5.5 Merajte výkonnosť marketingu

6. Záver



ÚVOD

Rýchle autá, luxusné jachty, apartmány pri mori, pozornosť, obdiv,... To všetko sa spája s podnikateľmi. Aspoň teda s tými úspešnými. Ak aj vy chcete patriť do tejto spoločnosti, musíte urobiť jednu zásadnú vec: Z začať. Nikto vám nemôže sľúbiť, že sa vám to podarí. Ja vám však viem sľúbiť, že sa to určite nestane, ak podnikateľ nezačnete.

**Najlepší deň na začatie
podnikania bol včera. Druhý
najlepší je dnes.**

Život je krátky.



Podnikanie je **fascinujúca cesta**, ktorá môže viesť k vášmu osobnostnému rozvoju a finančnému úspechu. Pre mnohých z vás však začatie vlastného podnikania predstavuje neprekonateľnú prekážku. Poďme sa teda spolu pozrieť na to, ako sa popasovať s počiatočnými výzvami spojenými s jeho úvodnou fázou.

Cieľom tohto e-booku je poskytnúť vám ucelený prehľad o procese začatia podnikania. Mojim zámerom je detailne rozobrať kľúčové aspekty, ktoré sú nevyhnutné pre úspešný štart podnikania a pomôcť vám získať **potrebné vedomosti a zručnosti** na svoju podnikateľskú cestu.

Spoločne budeme prechádzať cez dôležité kroky a fázy, ktoré sú súčasťou procesu začatia podnikania. Poskytnem vám **informácie a návody** týkajúce sa prípravy na podnikanie, organizačné, finančné a právne aspekty, či marketingový plán a prvotné kroky na dosiahnutie vášho rastu.

Informácie a odporúčania poskytnuté v jednotlivých kapitolách e-booku vám umožnia ich praktickú aplikáciu na vlastnú podnikateľskú situáciu.

Mojím zámerom je poskytnúť vám pevné **základy potrebné pre začatie podnikania**, ako takého. Možno máte len podnikateľskú myšlienku, ale neviete, ako ju realizovať. A možno sa len začínate zaujímať o podnikanie a chcete získať relevantné informácie. Nie je vôbec dôležité v akej ste práve fáze, tento e-book má ambíciu stať sa užitočným a súvislým sprievodcom začiatkov vášho podnikania.

Okrem toho vás chcem aj **motivovať** a pomôcť vám získať sebadôveru, ktorá je pri začínaní podnikania nevyhnutná. Chcem vám ukázať, že začatie podnikania so sebou prináša výzvy a riziká, ale je to aj príležitosť pre váš rast, úspech a naplnenie vašich snov. S cieľom zabezpečiť vám čo najkomplexnejšie praktické informácie, budem sa odvolávať nielen na odborné poznatky, ale najmä na osvedčené postupy v podnikateľskej praxi.

Skôr, než sa začneme podnikaniu venovať, povedzme si, čo to vlastne je.

Podnikanie je sústavná činnosť vykonávaná samostatne podnikateľom vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku.

Podnikateľom na Slovensku je:

- **osoba zapísaná v obchodnom registri**
- **osoba, ktorá podniká na základe živnostenského oprávnenia**
- **osoba, ktorá podniká na základe iného než živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov (napr. advokáti)**
- **fyzická osoba, ktorá vykonáva poľnohospodársku výrobu a je zapísaná do evidencie podľa osobitného predpisu**

Dosahovanie zisku, ako hlavný cieľ podnikania, sa týka procesov spojených s vytváraním, riadením a rozvíjaním podniku. Je to dynamický proces, ktorý zahŕňa viaceré činnosti a zodpovednosti, ako napríklad identifikáciu obchodnej príležitosti, plánovanie, organizovanie, riadenie, marketing, financie, či prevádzku.

Podnikanie je vlastne **tvorivý proces**, ktorý sa sústreďuje na využívanie zdrojov a príležitostí s cieľom dosiahnuť úspech na trhu. Môže zahŕňať vytváranie nových produktov, poskytovanie služieb, výrobu, obchodovanie, alebo iné formy podnikateľskej aktivity.

Centrálnym prvkom podnikania je **podnikateľ**. Podnikateľ je jednotlivец alebo skupina ľudí, ktorí **preberajú riziko a zodpovednosť** za riadenie podniku a zabezpečenie jeho úspechu. Podnikateľ musí mať schopnosť identifikovať príležitosti na trhu, analyzovať konkurenciu, riadiť finančné prostriedky a zdroje, budovať vzťahy so zákazníkmi a riadiť operácie podniku.

Vašou prvou úlohou pred začatím podnikania je zistiť, či inklinujete skôr k zamestnaniu alebo k podnikaniu. Rozdiel je v tom, že zamestnanec hľadá istoty, kým podnikateľ slobodu. Ak potrebujete stabilný mesačný príjem, zostaňte radšej zamestnancom. Nie je to žiadna hanba. Ak sa cítite komfortnejšie, keď vám niekto vydáva úlohy a vy ich následne plníte, taktiež je pre vás výhodnejšie byť zamestnancom. Ak však máte ochotu prevziať na seba kompletnú zodpovednosť za svoje rozhodnutia, ak radi riadite procesy alebo ľudí a ak vám nevadí nestabilita príjmov, ste vhodný typ na podnikanie.

Podnikanie však nie je len o zisku, ale zahŕňa aj **iné aspekty**, ako je tvorivosť, inovácia, spoločenská zodpovednosť a prispievanie k rozvoju ekonomiky a komunity. Podnikateľ môže mať pozitívny vplyv na miestne a globálne prostredie prostredníctvom svojich podnikateľských aktivít. Pokiaľ budete v podnikaní úspešní, neprinesie to teda výhody iba vám, ale svojou činnosťou môžete pozitívne ovplyvniť jednotlivcov (napríklad vytvorením pracovného miesta) alebo za niektorých okolností dokonca aj celú spoločnosť.

“Snívaj vo veľkom. Začni v malom. Ale hlavne začni.”

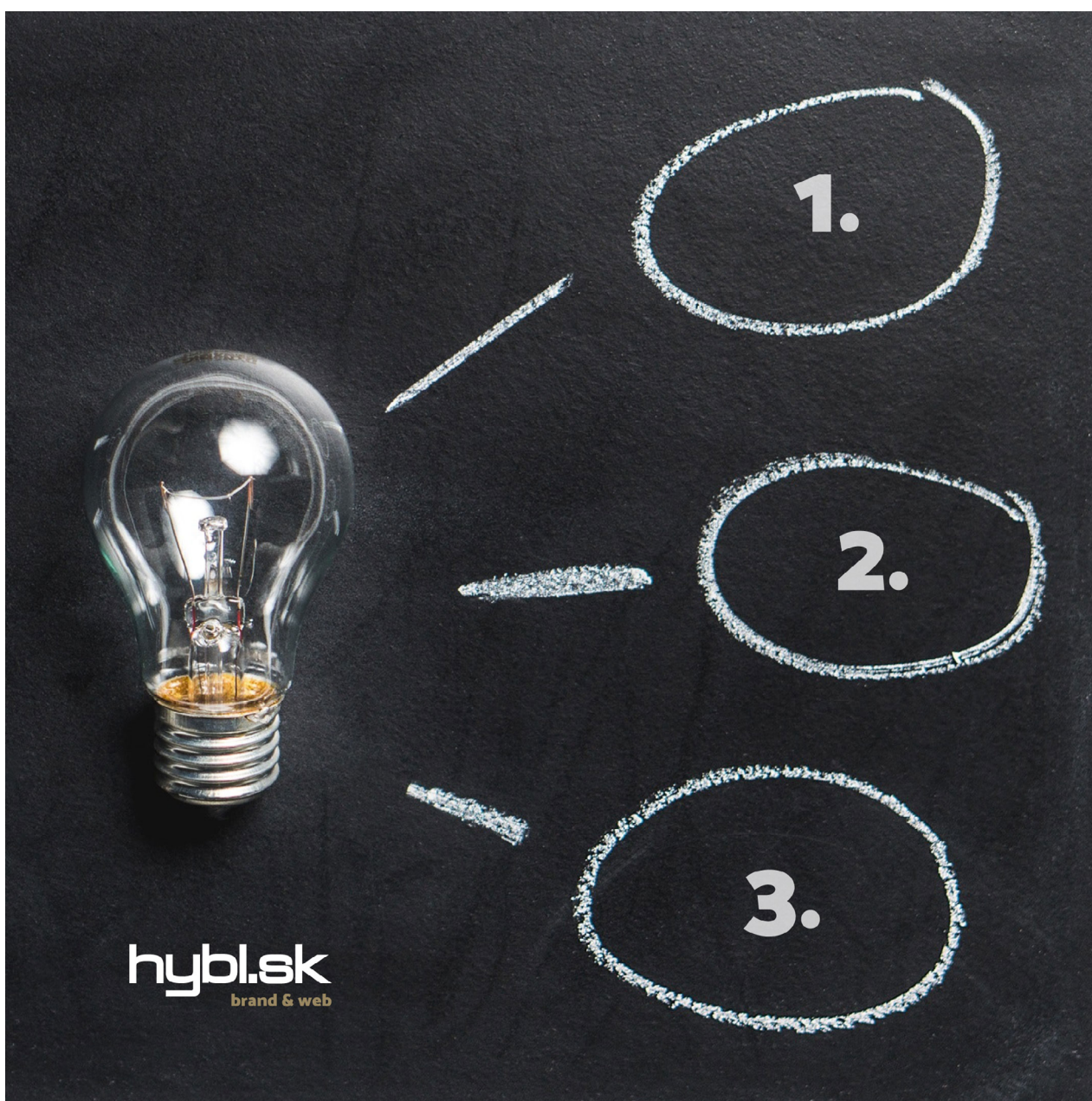
**Simon Sinek, autor bestsellerov
a inšpiratívny rečník**

PRÍPRAVA NA PODNIKANIE

DEFINUJTE SVOJU OBCHODNÚ IDEU

V prvom rade si položte otázku: „**V čom chcem podnikat?**“ Kľúčovým prvkom pri začatí podnikania je sformulovanie **podnikateľskej myšlienky**. Proces identifikácie a vypracovania podnikateľskej myšlienky, bude tvoriť základ vášho podnikania.

Ak chcete byť v podnikaní úspešní, nesmiete sa sústrediť na seba, ale na druhých. Nikto vám nedá peniaze len pre vaše pekné oči. Ak pomôžete **vyriešiť problémy iných ľudí**, oni budú ochotní vám za tieto riešenia zaplatiť. Začnite tým, že sa budete sústrediť na identifikáciu problému alebo potreby na trhu.



Pri rozpoznávaní tejto príležitosti si položte 3 zásadné otázky:

1. **Čo vás baví? Zaujíma vás činnosť, ktorá bude predmetom vášho podnikania?**
2. **V čom ste dobrí? Vyznáte sa v odbore, v ktorom sa chystáte podnikat'?**
3. **Vidíte v tejto oblasti príležitosť na trhu, priestor na zlepšenie, inováciu alebo poskytnutie lepších služieb?**

Prečo je to dôležité? Ak budete pracovať v oblasti, ktorá vás baví, máte z polovice vyhraté. Pokiaľ robíte to, čo vás baví, nevnímate to totiž výlučne ako prácu a predbehnete tých, ktorí ju robia len z donútenia. Drvivá väčšina podnikateľov, ktorí vykonávajú prácu, ktorá ich nebaví veľmi rýchlo skončí.

Ak vašu prácu dôverne poznáte a odborne ovládate, získate konkurenčnú výhodu pred tými, ktorí sa ju len učia. Získate tak už v úvode potrebné sebavedomie. Všetky činnosti sa v podstate dajú naučiť, ale chcé to čas. Ak ich už viete máte obrovský náskok.

Pokiaľ vás vami vybraná činnosť baví, ste v nej expertom, ale táto činnosť nedokáže vašim potenciálnym klientom prinášať hodnotu alebo riešenia, je to hobby, nie práca. Nedá sa ňou teda živiť. Skúste preto pochopiť potreby a problémy vašich cieľových zákazníkov a zamerajte sa na to, ako môžete tieto potreby uspokojiť.

V tejto fáze je zároveň potrebné vykonať **prieskum trhového potenciálu**. Je to nesmierne dôležitý krok, ktorým sa zameriate na svoju cieľovú skupinu zákazníkov, analyzujete konkurenciu a zistíte, či vôbec existuje dostatočný dopyt po vašich produktoch alebo službách.

Pri formulácii vašej podnikateľskej myšlienky dodržujte **zásadu jednoduchosti a jednoznačnosti**. Definujte ju v jednej alebo dvoch vetách tak, aby ste vedeli presne vysvetliť, čo vaše podnikanie robí a akým spôsobom poskytuje hodnotu vašim zákazníkom.

Zamerajte sa na to, čo robí váš nápad **jedinečným a odlišným od konkurencie**. Identifikujte svoju konkurenčnú výhodu, či už je to inovácia, nižšia cena, lepšia kvalita alebo iné faktory, ktoré vám umožnia zaujať pozíciu na trhu.

Skúste zhodnotiť, či je vaša podnikateľská myšlienka **realistická a trvanlivá**. Premyslite si, či existuje trhová potreba na dlhodobú perspektívu a či máte dostatočné zdroje a schopnosti na uskutočnenie svojho nápadu.

Ďalej je dôležité mať jasne stanovené **hodnoty a víziu** pre svoje podnikanie. Premyslite si, akým spôsobom chcete prispieť k spoločnosti a aký je váš dlhodobý cieľ. Tieto prvky budú formovať kultúru vášho podniku a pomôžu vám pri rozhodovaní a budovaní vašej značky.

Po sformulovaní podnikateľskej myšlienky je dôležité ju **otestovať a overiť** jej životaschopnosť. Skúste získať spätnú väzbu od potenciálnych zákazníkov, odborníkov v odvetví alebo mentorov. Toto vám pomôže vyhodnotiť, či je vaša myšlienka realizovateľná a aké prípadné úpravy by bolo vhodné urobiť.

Získanie spätnej väzby od vašich zákazníkov nie je až také zložité, ako by sa mohlo zdať. Vyrazte do terénu a pýtajte sa ľudí, čo si o vašom nápade myslia. Predstavte im váš projekt (ak sa hanbíte, nemusíte tvrdiť, že je váš) a pýtajte sa na ich názor. Takto zistíte, či je o vami predstavený koncept záujem.

Bud'te flexibilní. Nech je vaša podnikateľská myšlienka akokoľvek dobrá, musíte byť pripravení prispôbiť sa a meniť ju v priebehu času. Podnikanie je dynamické prostredie a určite bude vyžadovať úpravy v budúcnosti. Bud'te otvorení novým príležitostiam a reagujte na zmeny.



ZHODNOŤTE SVOJ TRHOVÝ POTENCIÁL

Predtým, než sa skutočne pustíte do podnikania a vložíte doň vaše ťažko zarobené finančné prostriedky, bude lepšie urobiť si **skúšku správnosti**: zhodnotenie trhového potenciálu. Ide o dôležitý krok pri začínaní podnikania, ktorý vám pomôže pochopiť, či existuje dostatočný dopyt po vašich produktoch alebo službách na trhu a aká je konkurencieschopnosť vášho podniku.

V prvom rade identifikujte, kto sú vaši potenciálni zákazníci (**cieľová skupina**). Presne definujte ich demografické charakteristiky, záujmy, potreby a preferencie. Zamerajte sa na špecifický segment trhu, v ktorom môžete mať konkurenčnú výhodu a kde je dostatočný trhový potenciál.



Skúste zistiť, aká je **veľkosť vášho cieľového trhu**. Analyzujte celkový počet zákazníkov v danej oblasti a zhodnoťte, či existuje dostatočný dopyt po vašich produktoch alebo službách. Využite dostupné trhové štatistiky a realizujte vlastný prieskum, napríklad vo forme ankiet alebo focus group, aby ste získali relevantné informácie o potenciálnom trhu.

Sledujte **aktuálne trendy a zmeny** v oblasti vášho podnikania. Zistite, aké sú nové príležitosti a výzvy v danej oblasti. Analyzujte, ako môžete tieto trendy využiť a prispieť k rastu vášho podniku. Buďte flexibilní a pripravení prispôbiť sa meniacemu sa trhu.

Zhodnot'te aj **potenciálne riziká** a prekážky, ktoré môžu ovplyvniť váš podnik. Skúste predvídať možné výzvy.

Identifikujte, akú **unikátnu hodnotu** prináša váš produkt alebo služba na trh. Zamyslite sa nad tým, čo vás **odlišuje od konkurencie** a prečo by zákazníci mali uprednostniť práve váš produkt. Zamerajte sa na výhody, ktoré poskytujete, a na to, ako vyriešite problémy alebo uspokojíte potreby zákazníkov.

Pri prezentácii vašich produktov alebo služieb zákazníkom sa najskôr sústreďte na ich benefity, nie na ich vlastnosti. Benefity vašim potenciálnym klientom povedia, ako dokážu zmeniť ich život a vyriešiť ich problémy. Vymenovanie vlastností je potrebné až v ďalšej fáze, keď sa už zákazník rozhodol, že má o vašu ponuku záujem.

Zhodnot'te **finančný potenciál** vášho podnikania. Vytvorte si jednoduchý **podnikateľský plán** a predpokladajte náklady, príjmy a ziskovosť vášho podniku. Zistite, koľko zákazníkov by ste museli mať a akú cenu by ste museli stanoviť, aby ste dosiahli ziskovosť. Skúste odhadnúť, ako dlho by vám trvalo dosiahnuť zisk a aké finančné prostriedky budete potrebovať na začatie a udržanie podnikania.

Nezabudnite získať **spätnú väzbu** od potenciálnych zákazníkov. Uskutočnite prieskumy, stretnutia alebo diskusie, aby ste zistili ich potreby, očakávania a reakcie na vašu podnikateľskú myšlienku. Táto spätná väzba vám pomôže prispôbiť a vylepšiť svoj nápad a poskytnúť lepšiu hodnotu zákazníkom.

Zhodnotenie trhového potenciálu je kľúčovým krokom pre úspešné začatie podnikania. Poskytuje vám dôležité informácie o trhu, konkurencii a možnostiach, ktoré môžete využiť. Na základe tejto analýzy môžete lepšie plánovať svoje podnikateľské stratégie a rozhodnúť sa, či je váš nápad životaschopný a má potenciál na dlhodobý úspech.

UROBTE SI PRIESKUM KONKURENCIE

Na trhu väčšinou nie ste sami. Podobné služby alebo produkty, ktoré chcete na trhu ponúkať, **pravdepodobne už ponúka aj niekto iný**. S ním budete súťažiť o zákazníkov. Ak chcete v tomto tvrdom a nekompromisnom boji vyhrať, musíte poskytovať viac hodnoty alebo nižšiu cenu, ako vaša konkurencia. **Konkurenčný prieskum** je teda kľúčovým prvkom pri štarte podnikania. Poskytuje vám cenné informácie o iných hráčoch vo vašej oblasti podnikania a umožňuje vám pochopiť ich stratégie, silné stránky a slabiny. Získané informácie následne využijete vo váš prospech.

Ako na to? **Identifikujte hlavných konkurentov** vo vašej oblasti podnikania. Skúste zistiť, kto sú vaši priami konkurenti a ako sa líšia od vás v ponuke produktov alebo služieb. Zohľadnite nielen veľké spoločnosti, ale aj menšie a nové podniky, ktoré by mohli mať podobné ciele a zákaznícku základňu.



Analyzujte ponuku a stratégie vašich konkurentov. Zistite, aké produkty alebo služby poskytujú a aké sú ich **ceny a distribučné kanály**. Skúste identifikovať ich konkurenčné výhody a to, čo ich robí jedinečnými na trhu. Preskúmajte ich prístup k zákazníkom.

Zhodnot'te **silné a slabé stránky** vašich konkurentov. Premyslite si, v čom sú vaši konkurenti úspešní a čo ich robí silnými na trhu. Zároveň identifikujte ich slabiny a oblasti, kde majú nedostatky. Táto analýza vám umožní pochopiť, ako môžete poskytnúť lepšiu hodnotu zákazníkom a zaujať konkurenčnú pozíciu.

Skúste získať **spätnú väzbu** od zákazníkov vašich konkurentov. Prieskumy, recenzie alebo diskusie môžu poskytnúť cenné informácie o tom, čo zákazníci oceňujú a čo považujú za nedostatky v produktoch alebo službách vašich konkurentov. Tieto poznatky vám môžu pomôcť pri formulovaní svojej vlastnej stratégie.

Sledujte **inovácie a trendy** vo vašej oblasti podnikania. Zistite, aké nové produkty, technológie alebo služby uvádzajú vaši konkurenti na trh. Buďte informovaní o nových trendoch a preferenciách zákazníkov, aby ste mohli prispôbiť svoju ponuku očakávaniam trhu. Sledovanie inovácií a trendov vám umožňuje udržať krok s konkurenciou a zaujať výhodnú trhovú pozíciu.

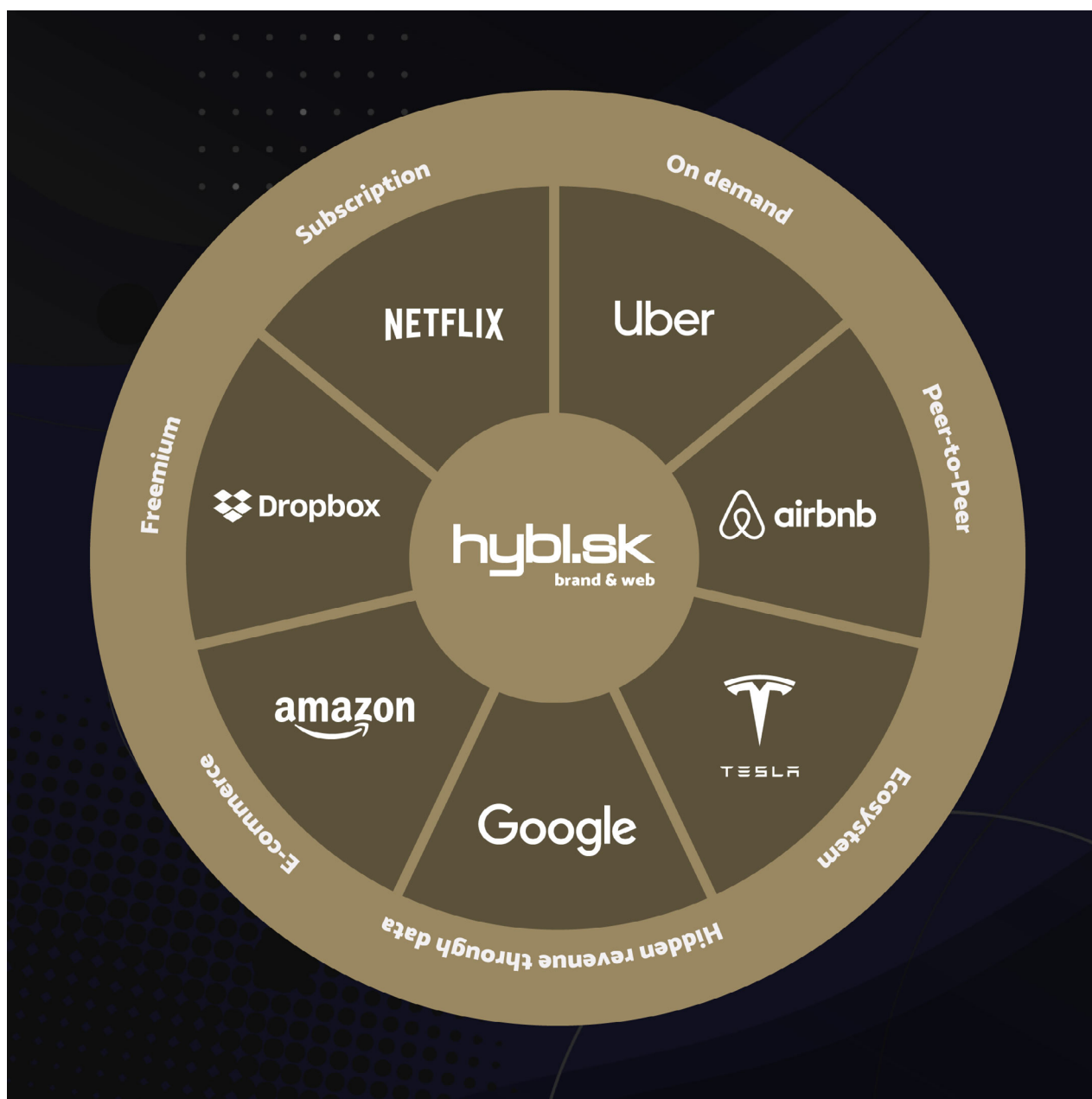
Skúste analyzovať **marketingové aktivity** vašich konkurentov. Preskúmajte ich webové stránky, sociálne médiá, reklamné kampane a propagačné materiály. Zistite, ako komunikujú so zákazníkmi, akým spôsobom sa snažia získať nových zákazníkov a udržať si existujúcu zákaznícku základňu. Táto analýza vám umožní získať inšpiráciu a zároveň vyvinúť svoj vlastný unikátny prístup k marketingu.

Na základe prieskumu konkurencie sa zamyslite nad tým, ako sa môžete **odlišovať od svojich konkurentov**. Identifikujte svoje silné stránky a unikátne vlastnosti, ktoré vám umožnia ponúknuť niečo iné a lepšie zákazníkom. Snažte sa nájsť medzery alebo neuspokojené potreby na trhu, ktoré môžete zaplniť svojou ponukou.

Konkurenčný prieskum je nevyhnutným krokom pri formulovaní vašej podnikateľskej stratégie. Poskytuje vám dôležité informácie o trhu a konkurencii, ktoré vám umožňujú lepšie porozumieť prostrediu, v ktorom budete podnikat'. Výsledky výskumu konkurencie vám pomôžu vytvoriť efektívny plán akcií, ktorý vás postaví do konkurenčnej výhody a zabezpečí úspech vášho podniku.

URČTE SVOJ OBCHODNÝ MODEL

Naplánovanie obchodného modelu vám pomôže definovať, ako dokážete **generovať príjmy** a dosiahnuť udržateľný rast vášho podniku. Snažte sa identifikovať možné zdroje vašich príjmov.



Zvážte nasledovné možnosti:

E-commerce – vytvorenie e-shopu, kde zákazníci môžu nakupovať rôzne produkty

Predplatné – predaj produktov alebo služieb, ktoré sú zákazníkom poskytované na pravidelnej báze výmenou za pravidelné platby.

Reklamný model – predaj reklamného miesta na webových stránkach alebo sociálnych médiách pre inzerentov.

Affiliate marketing – získavanie provízií za predaj produktov alebo služieb iných spoločností prostredníctvom odkazov alebo odkazových kódov.

Freemium – ponúkание základných služieb zadarmo, pričom sa spoplatňujú pokročilejšie funkcie alebo služby.

P2P (peer-to-peer) – vytváranie platformy pre zákazníkov, ktorí môžu svoje produkty alebo služby predávať alebo zdieľať s inými zákazníkmi.

Abonentný model – predaj prístupu k digitálnemu obsahu alebo službám, ktoré sú k dispozícii len pre zákazníkov s platným predplatným.

Dropshipping – predaj produktov bez potreby fyzického držania skladových zásob, tým že výrobky sú doručované priamo od výrobcu alebo dodávateľa.

Crowdfunding – získanie financií od jednotlivcov alebo skupín na podporu nových projektov alebo produktov.

White-labeling – predaj produktov alebo služieb pod vlastnou značkou, ktoré sú vyrobené alebo poskytované tretími stranami.

Zamyslite sa nad tým, čo najlepšie zodpovedá vášmu podnikateľskému nápadu a cieľovej skupine zákazníkov. Predbežne určite predpokladané **náklady a výnosy** vášho podnikateľského modelu. Zvážte náklady na výrobu, prevádzku, marketing, predaj a ďalšie aspekty vášho podnikania. Analyzujte možné výnosy a dlhodobý rast. Uistite sa, že náklady sú primerané výnosom, a že váš obchodný model je udržateľný.

Naplánovanie obchodného modelu je kľúčové pre úspešné riadenie a rozvoj vášho podniku. Pomáha vám pochopiť, ako budete generovať príjmy, ako budete komunikovať so zákazníkmi a ako budete dosahovať konkurenčnú výhodu.

Naplánovanie obchodného modelu je kľúčové pre úspešné riadenie a rozvoj vášho podniku. Pomáha vám pochopiť, ako budete generovať príjmy, ako budete komunikovať so zákazníkmi a ako budete dosahovať konkurenčnú výhodu.

**“Postarajte sa o svoj biznis
a on sa postará o vás.”**

**Amancio Ortega, španielsky miliardár,
predseda Inditex fashion group**

DEFINUJTE VAŠE DISTRIBUČNÉ KANÁLY

Distribučné kanály predstavujú spôsob, ktorým budete doručovať svoje produkty alebo služby k zákazníkom. Môže ísť o vaše predajné miesta, online platformy, distribúciu cez partnerov, priame predaje alebo kombináciu rôznych kanálov. Zvoľte kanály distribúcie, ktoré sú najvhodnejšie pre vaše podnikanie a cieľovú skupinu zákazníkov.

Porozmýšľajte nad tým, ako budete budovať a **udržiavať vzťah s vašimi zákazníkmi**. Zvážte rôzne spôsoby komunikácie, poskytovania zákazníckej podpory a budovania lojality. Môžete zvážiť vytvorenie vlastného webu, online komunikáciu cez sociálne médiá, či podporu prostredníctvom e-mailových kampaní. Dôležité je s vašimi zákazníkmi udržiavať otvorenú a priateľskú komunikáciu, ktorá vyústí do pozitívnych asociácií s vašou značkou.



VYTVORTE SI SIEŤ KONTAKTOV

Kontakty a vzťahy sú kľúčové pre úspech podnikania. Identifikujte **klúčové partnerstvá**, ktoré budete potrebovať pre svoje podnikanie. Nebojte sa nadviazať vzťahy s dôveryhodnými partnermi, ktorí vám pomôžu dosiahnuť vaše podnikateľské ciele. Stretávajte sa s inými podnikateľmi, odborníkmi vo vašej oblasti a potenciálnymi zákazníkmi. Môžete tak získať cenné rady, odporúčania, návrhy spolupráce a možnosť rastu. Zúčastňujte sa odborných podujatí, seminárov a zapojte sa do miestnych podnikateľských komunit.



ADMINISTRATÍVA

ZVOĽTE SI PRÁVNÚ FORMU

Zvolenie vhodnej právnej formy podnikania je veľmi dôležité najmä z hľadiska rozsahu vašej zodpovednosti, **výšky daňovej povinnosti**, spôsobu financovania vašich podnikateľských aktivít, ale aj množstva ďalších aspektov vášho podnikania.

Formy podnikania v Slovenskej republike:

- **fyzická osoba - podnikateľ (živnostník)**
- **obchodná spoločnosť**
- **družstvo**
- **osobitné formy podnikania (napr. slobodné povolanie)**

Živnostník (fyzická osoba – podnikateľ). Ak sa rozhodnete podnikat' ako fyzická osoba, budete prevádzkovať podnikanie na vlastné meno a budete zodpovedať za všetky záväzky a dlhy.

Výhodou je jednoduchšia administratíva, vyhnutie sa povinnosti vytvárať základné imanie a nižšie náklady na založenie a prevádzku. Avšak, musíte si byť vedomí, že vaše osobné a podnikateľské aktíva nie sú oddelené, čo znamená, že ste osobne zodpovední za všetky finančné povinnosti súvisiace s podnikaním. Ak by vám z neúspešného podnikania zostali záväzky, zodpovedáte za ne celým svojím majetkom.

Táto forma podnikania je vhodná najmä vtedy, ak chcete podnikat' výlučne sami, bez spoločníkov a váš obrat nebude vysoký. Na rozdiel od obchodných spoločností výška vašich podnikateľských príjmov nebude verejná, čo môže pre niekoho predstavovať ďalšie pozitívum.

Obchodná spoločnosť (právnická osoba). Existuje niekoľko typov obchodných spoločností. Každý typ spoločnosti má svoje vlastné špecifiká, pokiaľ ide o kapitálovú štruktúru, zodpovednosť spoločníkov, riadenie a ďalšie faktory.

Typy obchodných spoločností na Slovensku:

- **spoločnosť s ručením obmedzeným (s.r.o.)**
- **akciová spoločnosť (a.s.)**
- **verejná obchodná spoločnosť (v.o.s.)**
- **komanditná spoločnosť (k.s.)**
- **jednoduchá spoločnosť**

Najrozšírenejšou a najpopulárnejšou formou obchodnej spoločnosti je **spoločnosť s ručením obmedzeným (s.r.o.)**, ktorá kombinuje výhody podnikania fyzickej osoby a obchodnej spoločnosti. Môže ju založiť jeden až 50 spoločníkov, pričom každý spoločník zodpovedá za záväzky spoločnosti do výšky svojho nesplateného vkladu.

S.r.o. musí vytvárať základné imanie, pričom zákon stanovuje aj minimálny vklad pre každého spoločníka. Vklad môže byť peňažný aj nepeňažný (napr. nehnuteľnosti, technika a pod.). Majitelia s.r.o. majú obmedzenú zodpovednosť voči záväzkom spoločnosti. Osobné a podnikateľské aktíva sú tak oddelené.

Akciová spoločnosť (a.s.) je forma podnikania, ktorá je vhodná pre väčšie podniky s vysokým kapitálovým vstupom. Majitelia a.s. vlastnia akcie spoločnosti a ich zodpovednosť je obmedzená na výšku ich investície do akcií. A.s. vyžaduje komplexnejšie procesy zriadenia, vrátane schvaľovania stanov, výkonu dozorných orgánov a zverejňovania finančných výkazov.

Verejná obchodná spoločnosť (v.o.s) môže byť založená minimálne dvoma osobami. Kapitál v. o. s. tvoria vklady spoločníkov. Tí ručia za záväzky spoločnosti spoločne a nerozdielne celým svojím majetkom. Spoločnosť nemusí vytvárať základné imanie, ak nie je v spoločenskej zmluve ustanovené inak. Spoločníci si môžu ľubovoľne upraviť vnútorné vzťahy v rámci spoločnosti.

Komanditná spoločnosť je spoločnosť, v ktorej sa nachádzajú dva druhy spoločníkov: komplementári a komanditisti. Komplementár ručí za záväzky spoločnosti neobmedzene - celým svojím majetkom a komanditista ručí za záväzky spoločnosti len do výšky svojho nesplateného vkladu. Na obchodné vedenie spoločnosti sú oprávnení len komplementári. Komanditná spoločnosť je hybrid medzi verejnou obchodnou spoločnosťou a spoločnosťou s ručením obmedzeným.

Jednoduchá spoločnosť na akcie je spoločnosť, ktorej základné imanie je rozvrhnuté na určitý typ akcií s určitou menovitou hodnotou. Táto spoločnosť zodpovedá za porušenie svojich záväzkov celým svojím majetkom, pričom akcionár neručí za záväzky vôbec. Akcie tejto spoločnosti môžu mať len zaknihovanú podobu a môžu znieť len na meno. Spoločnosť môže založiť jedna alebo viacero osôb. Pri tomto type spoločnosti je potrebné vytvárať základné imanie, avšak jeho hodnota je minimálna.

Podrobnosti o jednotlivých formách podnikania vrátane potrebných dokladov nájdete na tomto odkaze: Doklady potrebné k začatiu.

Družstvo nepatrí medzi obchodné spoločnosti. Predstavuje spoločenstvo neuzavretého počtu osôb, ktoré ho zakladajú za účelom podnikania alebo zabezpečovania hospodárskych, sociálnych alebo iných potrieb svojich členov. Družstvo musí mať najmenej päť členov, ktoré sú fyzickými osobami alebo dvoch členov, ktoré sú právnickými osobami. Členovia družstva neručia za záväzky družstva. Družstvo vytvára základné imanie. Výhodou družstva je neobmedzené maximálne množstvo členov a možnosť kedykoľvek do družstva prísť, alebo z neho vystúpiť.

Osobitná forma (napr. slobodné povolanie). Činnosti, ktoré nie je možné považovať za živnosť vymenúva zákon o živnostenskom podnikaní. Patria sem činnosti, ktoré podľa osobitných predpisov môže vykonávať iba štát alebo určitá právnická osoba a využívanie výsledkov duševnej tvorivej činnosti ich autormi (napr. spisovatelia, autori vynálezov, hudobníci, dramatickí umelci, výtvarní umelci atď.). Ak chcete ako autor predávať vlastné diela, môžete tak vykonávať prostredníctvom slobodného povolania.

Predaj diel iných autorov však nie je umeleckou činnosťou, a preto je naň potrebná živnosť.

Pri výbere vhodnej právnej formy podnikania je dôležité zvážiť **viaceré faktory**, vrátane povahy podnikania, očakávaného rozsahu a rizík, kapitálových nákladov, administratívnych požiadaviek a zodpovednosti. Výber môžete konzultovať so skúseným právnym alebo **podnikateľským poradcom**, aby ste získali presný prehľad o vašich možnostiach.

Zvolenie správnej právnej formy podnikania môže mať významný **vplyv na váš podnikateľský úspech** a mieru zodpovednosti. Dôkladné zváženie vám umožní zvoliť najvhodnejšiu formu, ktorá bude zodpovedať vašim potrebám a cieľom vášho podnikania.



VYBERTE SI PODNIKATEĽSKÝ NÁZOV (NAMING)

Výber **podnikateľského názvu**, je taktiež dôležitým aspektom pri zakladaní podniku. Netreba ho preceňovať, ale ani podceňovať. Správne zvolený názov totiž môže prilákať pozornosť zákazníkov, vytvoriť pozitívne povedomie o vašej značke a pomôcť vytvoriť si konkurenčnú výhodu.

Tu je niekoľko **klúčových faktorov**, ktoré by ste mali zvážiť pri výbere podnikateľského názvu:

Relevancia. Názov by mal byť relevantný pre vašu podnikateľskú činnosť a odzrkadľovať jej povahu. Môže byť spojený s produktom, službou, hodnotami vášho podnikania, alebo vašou unikátnou predajnou ponukou. Napríklad, ak otvárate kaviareň, jej názov môže obsahovať odkaz na príjemnú vôňu kávy a pocit pohodlia.

Unikátnosť. Je dôležité zvoliť názov, ktorý je jedinečný a odlišný od konkurencie. Skúste sa vyhnúť generickým názvom. Vykonajte dôkladný prieskum, aby ste sa uistili, že váš názov je voľný a nekoliduje s inými podnikmi alebo značkami.

Zapamätateľnosť. Zvolte názov, ktorý je jednoduchý a jednoznačný. Komplikované a zložité názvy môžu byť pre zákazníkov ťažko zapamätateľné a povedú k stratám potenciálnych obchodných príležitostí. Skúste vytvoriť názov, ktorý je krátky, jasný a jednoduchý na výslovnosť.

Budúci rast a rozšírenie. Pri výbere názvu myslíte aj na budúcnosť. Ak plánujete rozšíriť sortiment, pôsobiť na viacerých trhoch alebo vytvárať ďalšie produkty alebo služby, zvážte vyššiu flexibilitu názvu vášho podnikania. Širšie zvolený názov neobmedzuje váš podnik na jednu konkrétnu oblasť.

Zahrnutie klúčových slov. Ak chcete, aby váš podnikateľský názov bol prehľadný a jasne identifikoval, čo robíte, zvážte aj zahrnutie klúčových slov týkajúcich sa vášho odvetvia. Tieto klúčové slová môžu zlepšiť vašu viditeľnosť vo vyhľadávačoch a pomôcť zákazníkom rýchlejšie identifikovať, čo ponúkate.

Dostupnosť domény a sociálnych médií. V súčasnom digitálnom svete je dôležité zvážiť aj dostupnosť domény a používateľských mien na sociálnych médiách pre váš podnikateľský názov. Skontrolujte, či je príslušná doména voľná (napr. vašafirma.sk alebo vašafirma.com) a či sú dostupné používateľské mená na populárnych platformách sociálnych médií. To vám umožní vytvoriť konzistentnú online prítomnosť a uľahčí zákazníkom nájsť vás na internete.

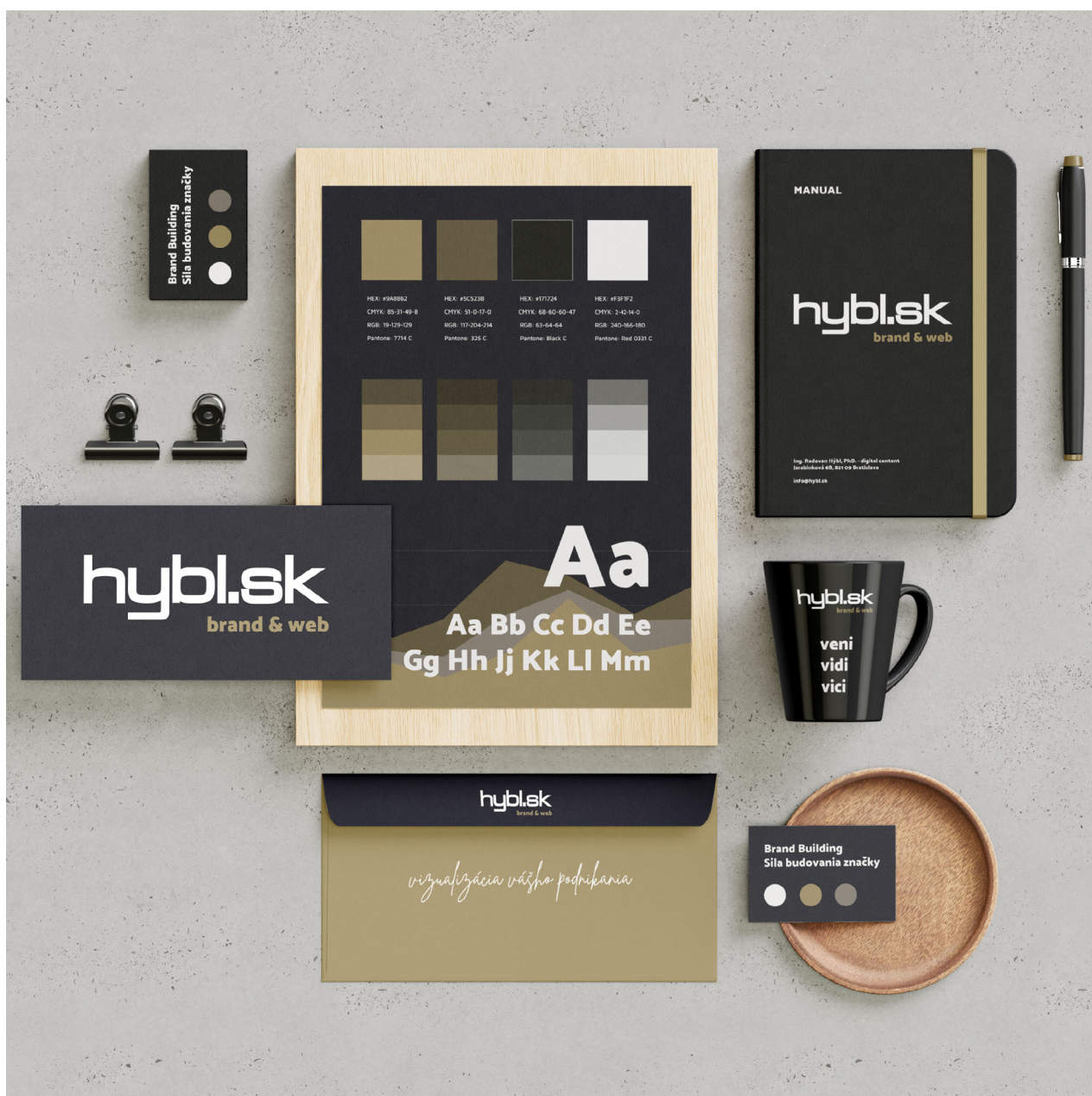
Preverenie dostupnosti domény môžete urobiť napr. na tomto odkaze:
websupport.sk.

Dostupnosť názvu v registroch. Ak sa pokúsite o zápis vašej podnikateľskej činnosti do registra, jej názov musí byť jedinečný. Preverte si obsadenosť názvov v príslušných registroch (napr. orsr.sk) a zistite, či vami navrhovaný názov nekoliduje s už zapísanými značkami. Obdobná situácia je pri ochranných známkach.

Vizuálna prít'azlivosť. Pri výbere názvu podnikania berte ohľad aj na to, ako by mohol vyzerat' pri vizuálnom stvárnení. Naming úzko súvisí s tvorbou loga. Obe zložky sú súčasťou tzv. brand buildingu, ktorý vám prináša významnú konkurenčnú výhodu. Môžete uvažovať o vhodnom typografickom a dizajnovom riešení, aby ste názov prezentovali atraktívne a profesionálne. Zvážte použitie vhodných farieb a grafických prvkov, ktoré podporujú vašu značku a vytvárajú vizuálnu identitu.

Ak sa chcete o budovaní značky dozvedieť viac, prečítajte si článok: Brand building. Ako na budovanie značky.

Pri výbere podnikateľského názvu je dôležité brať do úvahy všetky dôležité faktory a zvážiť ich vo vzťahu k vášmu podnikateľskému zámeru, cieľovej skupine a konkurenčnému prostrediu. Dôkladná príprava vám pomôže zvoliť vhodný názov a vytvoriť základy rozpoznateľnej značky.



Vizuálny branding a brand stratégia

Brand building

Budovanie značky

Nájdete na: hybl.sk/brand



ZAREGISTRUJTE SI SVOJE PODNIKANIE

Po zvolení správnej právnej formy podnikania a jeho názvu je dôležité **zaregistrovať svoju podnikateľskú činnosť** v súlade s platnými právnymi predpismi a administratívnymi požiadavkami. Registrácia podnikateľskej činnosti vám umožňuje legálne podnikat' a získať všetky potrebné povolenia a oprávnenia.

Pred začatím registračného procesu je dôležité dôkladne sa **oboznámiť s platnou legislatívou**. Zákony a predpismi týkajúce sa podnikania sa neustále menia. Zistite si, aké sú požiadavky na registráciu, aké povolenia a oprávnenia potrebujete a zároveň, aké sú daňové povinnosti spojené s vašou podnikateľskou činnosťou.

Aktuálne informácie a doklady na začatie podnikania nájdete na : slovensko.sk.

Zoznam potrebných dokladov sa líši podľa zvolenej právnej formy podnikania. Niektoré žiadosti o potrebné povolenia alebo licencie sú **spoplatnené**. V takom prípade nezabudnite realizovať ich úhradu a započítať si ju do nákladov.

Väčšina registračných povinností sa dá realizovať aj **neosobnou formou**. Pred osobnou návštevou miestnej autority preto uprednostnite online formu. Tento spôsob vám nielen ušetrí množstvo času, ale často aj finančných prostriedkov, keďže je aj cenovo zvýhodnený.

Okrem všeobecnej registračnej povinnosti môžu niektoré činnosti vyžadovať aj splnenie dodatočných požiadaviek. Patrí sem napr. **preukazovanie odbornej spôsobilosti** v prípade remeselnej alebo viazanej živnosti. V prípade voľnej živnosti sa takéto preukazovanie nevyžaduje.

Podrobnosti ohľadom ohlásenia živnosti nájdete na Elektronickom jednotnom kontaktnom mieste

Registrácia podnikateľskej činnosti je dôležitým krokom na ceste k oficiálnemu podnikaniu. Dôkladná príprava a plnenie všetkých potrebných krokov vám umožnia začať svoje podnikanie s dôverou a zabezpečiť, že sa riadite platnými právnymi predpismi. Ak máte pochybnosti alebo otázky, neváhajte ich konzultovať so skúseným právnym alebo podnikateľským poradcom alebo **požiadat' o pomoc miestne úrady**.

FINANCIE

ZÍSKAJTE FINANČNÉ ZDROJE

Väčšina podnikateľov potrebuje na rozbehnutie svojho podnikania určité množstvo finančných prostriedkov. Mojou najdôležitejšou radou je **neísť do pôžičiek**. V začiatkoch podnikania spravidla nemáte dostatočne vysoký príjem na to, aby ste mohli financovať prevádzkové podnikateľské potreby a bežné osobné výdavky, či výdavky domácnosti. Splácať popri tom ešte pôžičky je najlepšia cesta, ako sa dostať do problémov.

Pred vzatím pôžičky **zvážte všetky iné možnosti**, ktoré sú k dispozícii. Ak je potrebné kvôli tomu ešte chvíľu **vydržať v zamestnaní**, urobte to. Našetríte si nejakú rezervu na štart a až potom sa do toho pustíte. A počítajte s tým, že vaše náklady budú 2x vyššie, než ste čakali. Neviem, či to patrí k Murphyho zákonom, ale platí to. :-)



Pre istotu si pomenujme možnosti, ktoré sú k dispozícii pri získavaní finančných zdrojov.

Vlastné úspory (odporúčam). Investujte svoje vlastné finančné prostriedky do svojho podnikania, získate tak úplnú kontrolu nad financiami a nemusíte sa závisle spoliehať na vonkajšie zdroje financovania. Ak však nemáte dostatočné úspory, môžete zvážiť aj ďalšie možnosti financovania.

Bankové pôžičky. Bankové pôžičky sú bežným spôsobom získania finančných prostriedkov pre podnikateľov. Banky poskytujú rôzne typy pôžičiek, ako sú malé podnikateľské úvery, spotrebné úvery, revolvingové úvery alebo hypotéky na podnikateľské nehnuteľnosti. Pri žiadosti o bankovú pôžičku budete musieť poskytnúť podnikateľský plán a preukázať schopnosť splácať pôžičku.

Investície od investorov. Ak nemáte dostatočné vlastné úspory a nemáte prístup k bankovým pôžičkám, môžete sa obrátiť na potenciálnych investorov. Investorom môžu byť napríklad angel investori, podporovatelia, kapitálové investičné spoločnosti alebo vaši priatelia a rodina. Pri tejto možnosti musíte presvedčiť investorov o potenciáli vášho podnikania a ponúknuť im percento podielu na zisku alebo vlastníctva vo vašej spoločnosti alebo iný benefit.

Granty a dotácie. Niektoré organizácie, inštitúcie alebo štáty poskytujú granty a dotácie pre začínajúcich podnikateľov. Tieto finančné prostriedky sú často určené pre špecifické odvetvia alebo projekty s významným spoločenským prínosom. Ak vaše podnikanie spĺňa kritériá pre takéto granty, môže byť toto financovanie vhodnou možnosťou.

“Ak chceš vybudovať veľký podnik, vybuduj najprv seba.”

**Tomáš Baťa, český podnikateľ,
zakladateľ Baťa shoe company**

EVIDUJTE FINANČIE

Udržiavajte presné záznamy o všetkých finančných transakciách vášho podniku. Jednak vám to pomôže získať potrebný prehľad o finančných aspektoch vášho podnikania, druhak je to povinné zo zákona.

Podnikateľ je povinný viesť:

- **Podvojný účtovníctvo – týka sa obchodných spoločností**
- **Jednoduché účtovníctvo alebo daňovú evidenciu – týka sa fyzických osôb – podnikateľov (živnostníkov).**

Pre potreby vedenia **jednoduchého alebo podvojného účtovníctva** vám odporúčam najatie účtovníka, ktorý bude mať uzatvorené **poistenie profesijnej zodpovednosti** za škodu spôsobenú výkonom profesie účtovníka. Za riadne a správne vedenie účtovníctva totiž vždy nesie zodpovednosť podnikateľ. Ak máte skúsenosti s vedením účtovníctva, môžete si ho viesť aj sami vo vhodnom účtovnom softvéri. Ak tieto skúsenosti nemáte, rozhodne vám to neopporúčam.

Daňovú evidenciu si môžete viesť aj sami. Takáto evidencia poskytuje prehľad o:

- **príjmoch v časovom slede v členení potrebnom na zistenie základu dane vrátane prijatých dokladov, ktoré spĺňajú náležitosti účtovných dokladov**
- **daňových výdavkoch v časovom slede v členení potrebnom na zistenie základu dane vrátane vydaných dokladov, ktoré spĺňajú náležitosti účtovných dokladov**
- **hmotnom a nehmotnom majetku zaradenom do obchodného majetku**
- **zásobách a pohľadávkach**
- **záväzkoch.**

Vzor daňovej evidencie nájdete v Podnikateľskom balíku.

Pokiaľ plánujete podnikáť ako živnostník, môžete sa rozhodnúť uplatniť aj **paušálne výdavky**. V takom prípade neevidujete skutočne preukázateľné výdavky, ale uplatňujete percento z vašich príjmov. Je to výhodné najmä vtedy, ak nemáte žiadne alebo máte len nízke výdavky.

SPRAVUJTE FINANCIE A SLEDUJTE VÝKONNOSŤ VÁŠHO PODNIKANIA

Dôležitou súčasťou podnikania je efektívne riadenie financií. Naučte sa plánovať rozpočet a efektívne hospodáriť s finančnými prostriedkami. **Plánovanie rozpočtu** vám pomôže riadiť financie a zabezpečiť, že neprekračujete svoje finančné možnosti.

Venujte pozornosť cash flow manažmentu vášho podnikania. Dôkladne sledujte tok hotovosti vo vašom podniku. Zabezpečte, aby ste mali dostatočnú hotovosť na krytie bežných výdavkov a nevyskytli sa žiadne nedostatky v likvidite.

Vystavujte **faktúry** svojim zákazníkom včas a sledujte platenie. V prípade, že sa vyskytnú nesplatené faktúry, venujte sa ich vymáhaniu a dodržujte stanovené platobné termíny.

Na správu faktúr v prvotných fázach podnikania môžete využívať Microsoft Excel alebo Microsoft Access. Neskôr, keď budete mať veľa objednávok, je vhodnejšie prejsť na fakturačné systémy ako iDoklad alebo Superfaktúra, prípadne na komplexné účtovné programy.

Sledovanie výkonnosti vášho podnikania vám umožní identifikovať oblasti, v ktorých je **potrebné zlepšenie**. Zisteným údajom následne prispôbujete svoju stratégiu. Pravidelne analyzujte svoje finančné výsledky a sledujte finančné ukazovatele, ktoré vám poskytnú dôležité informácie o tom, ako váš podnik funguje.

Definujte si kľúčové ukazovatele výkonnosti, tzv. **KPIs** (Key Performance Indicators), ktoré sú relevantné pre váš biznis. Môže to byť napríklad počet nových zákazníkov, miera konverzie, priemerný objem predaja na zákazníka a pod. Sledujte tieto ukazovatele a vyhodnocujte svoj výkon vzhľadom na stanovené ciele.

**“Podnikanie nie je ani veda,
ani umenie. Je to prax.”**

**Peter F. Drucker, obchodný konzultant,
vzdelávateľ a spisovateľ**

Sada dokumentov pre začínajúcich podnikateľov

 Office kompatibilný

Podnikateľský balík

Nájdete na: obchod.hybl.sk



hybl.sk
brand & web

MARKETING

VYBUDUJTE SI ZNAČKU (BRAND BUILDING)

Vytvorenie silnej značky je kľúčové pre budovanie **dôveryhodnosti a rozpoznateľnosti** vášho podnikania. Začnite identifikáciou poslania, hodnôt a osobnosti vášho podniku. Definujte, čo chcete, aby vaša značka vyjadrovala a aký dojem chcete urobiť na zákazníkov.

Na základe stanovených aspektov navrhnete **vizuálne a verbálne prvky**, ktoré budú reprezentovať vašu značku. Ide o logo, farby, typografiu, grafické prvky alebo slogan. Zabezpečte, aby tieto prvky boli v súlade a odrážali charakter vášho podniku.

Sformulujte jasné **posolstvo vašej značky**, ktoré budete komunikovať zákazníkom. Uistite sa, že je jedinečné, prítiahľivé a zrozumiteľné. Nezabudnite ani stanoviť vhodný komunikačný tón. Dôležité je udržiavať konzistentnú a súdržnú komunikáciu vo všetkých kanáloch. Vaša značka a posolstvo by mali byť prezentované jednotne, aby zákazníci vedeli, čo môžu očakávať od vášho podnikania

Ak sa chcete o budovaní značky dozvedieť viac, prečítajte si článok: Brand building. Ako na budovanie značky.

**“Ak nie ste značkou,
stanete sa komoditou.”**

**Philip Kotler, emeritný profesor
autorita v odbore marketingu**

VYTVORTE SI MARKETINGOVÝ PLÁN

Identifikujte vašu **cieľovú skupinu**. Skúmajte jej potreby, preferencie a správanie. Tieto informácie vám pomôžu zacieliť svoje marketingové aktivity presne na túto skupinu.

Stanovte si konkrétne a **merateľné ciele**, ktoré chcete dosiahnuť prostredníctvom marketingu. Môže to byť zvýšenie povedomia o značke, zvýšenie predaja, získanie nových zákazníkov a pod.

Vyberte si **vhodné kanály a nástroje marketingu**, ktoré najlepšie oslovujú vašu cieľovú skupinu. Môžu to byť online a offline reklama, sociálne médiá, obsahový marketing, publicita, podujatia atď.

Vytvorte **plán konkrétnych marketingových aktivít** a kampaní, ktoré budete implementovať. Určte časový harmonogram jednotlivých úloh a stanovte si rozpočet.

Sledujte výkonnosť vašich marketingových aktivít a **vyhodnocujte ich účinnosť**. Analyzujte údaje a informácie, aby ste mohli prispôbiť svoje stratégie a zlepšiť svoje výsledky.

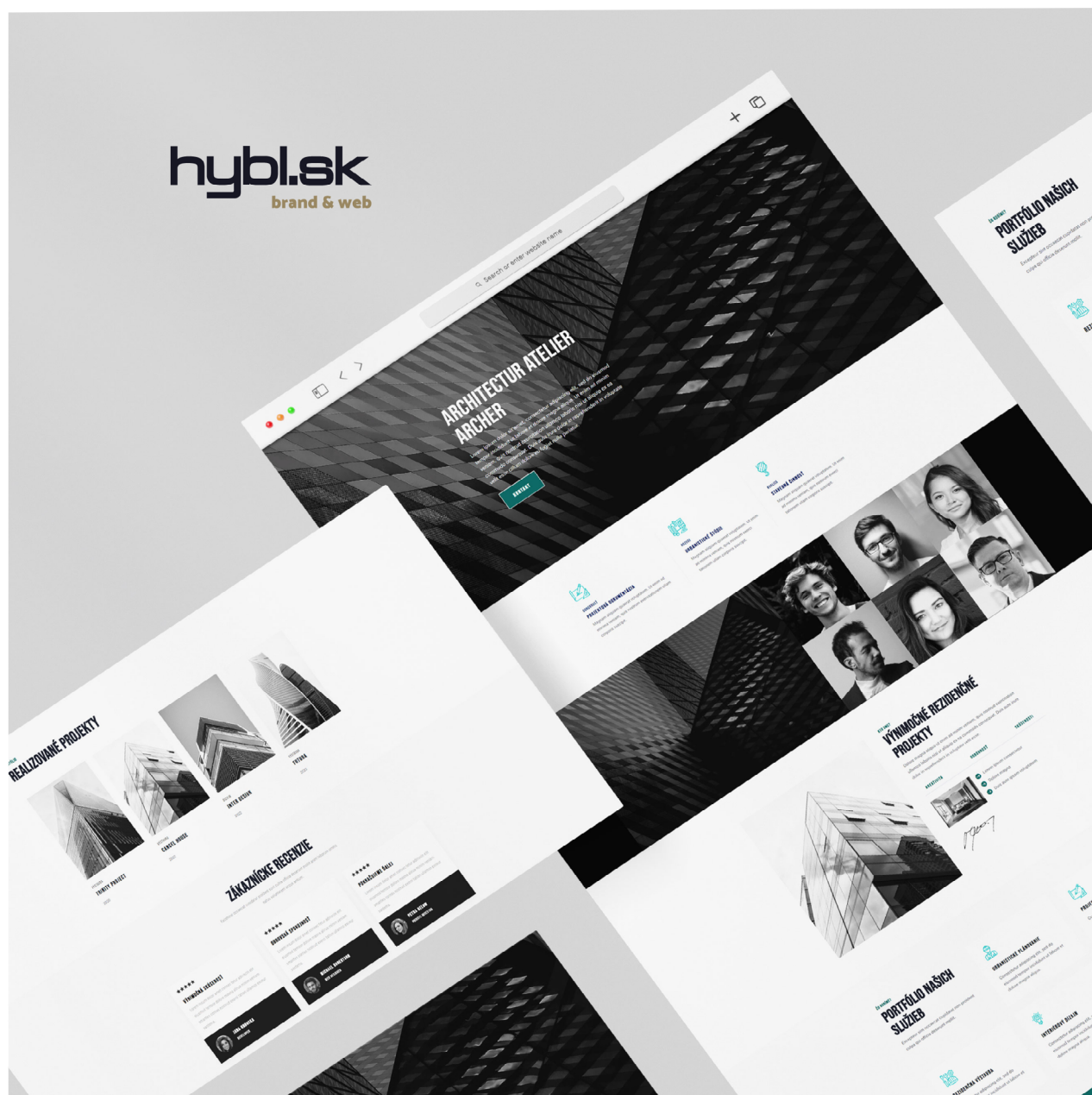
Marketingový plán je dokument, popisujúci a koordinujúci podnikateľské činnosti, ktoré majú naplniť stanovené ciele pre určené časové obdobie. Vychádza z marketingovej stratégie.

**“Marketing nie je činnosť,
je to celý biznis videný
z pohľadu zákazníka.”**

**Peter F. Drucker, obchodný konzultant,
vzdelávateľ a spisovateľ**

VYTVORTE SI VLASTNÝ WEB

Vytvorte si **profesionálnu webstránku**, ktorá bude reprezentovať váš podnik online. Uistite sa, že je prehľadná, funkčná a optimalizovaná pre vyhľadávače (SEO).



Vlastnenie webu dnes patrí medzi povinnú výbavu každého podnikania. Ide o vytvorenie možnosti prihovárať sa vašim existujúcim a potenciálnym zákazníkom a pracovať s nimi podľa **vašich vlastných podmienok**.

Sociálne siete vám túto možnosť neposkytnú. Musíte **dodržiavať ich pravidlá**, často v rozpore s vašimi potrebami a ľahko sa môže stať, že vám zrušia váš dlhodobý budovaný účet. Máte síce možnosť sa voči takémuto rozhodnutiu odvolať, ale nič vám nezaručuje. Dokonca ani vtedy, ak ste nič neporušili. Zo dňa na deň tak môžete prísť o všetko, čo ste vo svojom biznise vybudovali.

Kvalitný web je vašim **najvýkonnejším zamestnancom**, ktorý si od vás nebude pýtať mzdu. Dobrý web pri práci nerobí chyby, nest'ážuje sa na zlé pracovné podmienky a s radosťou vám prináša nových zákazníkov. Presne vie, koľko ľudí ho navštívilo a čo tam robili. Kto nie je na webe, ten akoby ani neexistoval. Otázka teda neznie, či mať web, ale ako ho získať výhodne.

Ak potrebujete pomôcť s tvorbou webu, neváhajte ma kontaktovať, moja konzultácia je bezplatná. Dozviete sa, ako vám web dokáže pomôcť vo vašich aktivitách. Podrobnosti si môžete prečítať na hybl.sk/web.

Vytvárajte a zdieľajte **kvalitný obsah**, ktorý súvisí s oblasťou vášho podnikania a priláka vašu cieľovú skupinu. Môže byť spracovaný vo forme blogových článkov, videí, infografík alebo podcastov. Zamerajte sa na poskytovanie hodnoty a riešenie problémov zákazníkov. Uvedomte si, že tvorba obsahu je z dlhodobého pohľadu finančne výhodnejšia ako platenie reklamy.

“Web je švajčiarsky nožík vášho marketingu.”

**Marie Forleo, úspešná podnikateľka,
zakladateľka Marie Forleo International**

ZVÝŠTE VAŠU VIDITEĽNOSŤ

Využite internetové prezentačné profily a sociálne médiá na **budovanie povedomia o vašej značke**, interakciu so zákazníkmi a šírenie obsahu. Vyberte si platformy, ktoré najviac zodpovedajú vašej cieľovej skupine a pravidelne a systematicky komunikujte.



Ak nie ste známy vo svojom podnikateľskom odbore, chcete sa zviditeľniť na internete a nájsť nových zákazníkov, dokážem vám pomôcť. Podrobnosti o problematike rozbehu podnikania v online svete nájdete na: hybl.sk/rozbehnutie-startupu.

Postupne sa snažte **vytvoriť si databázu kontaktov** a pravidelne komunikujte so svojimi zákazníkmi cez e-mailové kampane. Poskytujte im hodnotný obsah, ponuky, aktualizácie a udržiajte ich záujem o vašu značku.

Ak máte alokovaný rozpočet aj na reklamu, zvážte možnosť zaplatenia **PPC (pay-per-click) reklamy** (napr. Google Ads) alebo **reklamy na sociálnych siet'ach** (napr. Meta – Facebook a Instagram). Týmto spôsobom môžete zvýšiť viditeľnosť svojej značky a získavať nových zákazníkov. Reklama však má jednu nevýhodu, ako náhle ju vypnete, príliv nových zákazníkov sa zastaví. Z uvedeného dôvodu by som väčší balík investoval skôr do obsahovej stratégie a reklamu používal najmä na jej boostovanie.

Na svoju propagáciu môžete využiť aj **tradičný (offline) marketing**. Vytvorte si firemné tlačové materiály, napr. vizitky, letáky, brožúry, či propagačné materiály. Tieto môžete distribuovať na rôznych podujatiach prípadne v priestoroch alebo verejných miestach s vysokou koncentráciou ľudí.

Zvážte aj **spoluprácu s médiami**, napr. vo forme tlačových správ o vašom podniku, zverejnenia vašich článkov alebo dokonca verejného vystupovania (ak máte na to odborné a osobnostné predpoklady). Týmto spôsobom môžete získať väčšiu pozornosť a dôveru od verejnosti.

Zapájajte sa do podujatí a sponzorujte miestne iniciatívy, ktoré sú relevantné pre váš biznis. Týmto spôsobom môžete zvýšiť povedomie o vašej značke.

“Keby som mal posledných 5 dolárov, tak 3 z nich venujem na reklamu.”

Henry Ford, vynálezca a priekopník automobilového priemyslu

MERAJTE VÝKONNOSŤ MARKETINGU

Svoj marketingový plán pravidelne monitorujte a vyhodnocujte.

Používajte **analytické nástroje** na sledovanie údajov o vašej webovej stránke, sociálnych médiách a e-mailových kampaniach.

Zist'ujte, aké aktivity majú **najlepšiu návratnosť investícií** a aké je potrebné upraviť.



Komunikujte so svojimi zákazníkmi a vyžadujte ich **spätnú väzbu**. Zist'ujte, čo funguje dobre a čo by sa ešte dalo zlepšiť. Zohľadňujte zákaznicke potreby a preferencie pri plánovaní svojich marketingových aktivít.

Na základe analýzy údajov a spätnej väzby prispôsobte svoj **marketingový plán**. Vylepšujte osvedčené stratégie a experimentujte s novými prístupmi, aby ste dosiahli lepšie výsledky.

Stavte na **budovanie dlhodobých vzťahov** s vašimi existujúcimi a potenciálnymi zákazníkmi. Poskytujte im hodnotu a riešenia a udržiavajte s nimi otvorenú komunikáciu. Spokojní zákazníci môžu priniesť opakujúce sa obchody a odporúčania. Štatistiky hovoria jasne, je omnoho drahšie získať nového zákazníka, než monetizovať toho existujúceho.

Berte na vedomie, že marketingový plán nie je statický dokument. Ide o **dynamický proces**, ktorý vyžaduje vašu flexibilitu a adaptabilitu. Nebojte sa experimentovať, monitorovať výsledky a prispôbovať sa meniacim sa podmienkam a potrebám trhu.

**“Radšej budem 16 hodín
pracovať pre seba, ako
8 hodín pre niekoho iného.”**

neznámy autor

ZÁVER

Zoznam činností, ktorý som vám v tomto e-booku poskytol, nie je ani zďaleka enumeráciou všetkého, s čím sa v začiatkoch podnikania stretnete. Začatie podnikania je totiž skutočne náročný a veľmi komplexný proces. Jednotlivé oblasti podnikania sú od seba často na míle vzdialené. So správnym prístupom a plánovaním však môžu byť vaše výsledky veľmi uspokojivé.

Dôkladne si premyslite svoju obchodnú ideu, plánujte, budujte si postupne povedomie o vašej značke a nezabúdajte na marketing. Ale neberte to zas tak vážne. Podnikanie je hra. Tak hrajte. Pre úspech potrebujete len trpezlivosť, odhodlanie, tvrdú prácu a flexibilitu. Čo by sa mohlo pokaziť? :-)

Ak sa predsa len dostanete na dno svojich síl a už nebudete vládvať ďalej, neskončíte. Skúste najst' silu vstať a pokračovať. Prehráte len vtedy, keď prestanete. Čítajte knihy o úspešných podnikateľoch a zistíte, že mnohokrát boli presne tam, kde ste vy teraz. Ale rozhodli sa ísť ďalej a nakoniec dosiahli svoj cieľ. Pozitívne myslenie má obrovský vplyv na váš úspech. Zamerajte sa na riešenia, nie na prekážky. Sústreďte sa na svoje silné stránky a budujte si sebadôveru. Vyhnite sa negatívne nastaveným ľuďom, ktorí vám neveria a budú vás demotivovať. Vytvorte si podporné prostredie, ktoré vás bude inšpirovať a motivovať.

Na svojej podnikateľskej ceste sa nezabudnite neustále vzdelávať a pracujte na svojom osobnostnom rozvoji. Učte sa nové veci, sledujte trendy a skúšajte nové technológie. Získate tak potrebnú energiu a nové perspektívy. Nájdite spôsob, ako prepojiť svoju vášeň s podnikateľským nápadom a pracujte na projektoch, ktoré vám prinášajú radosť a naplnenie. Buďte flexibilní a meňte svoje postupy. Ak vám to nejde z jednej strany, vyskúšajte to z tej druhej. Myslite aj na oddych. V úvode podnikania pravdepodobne budete pracovať viac, ako v zamestnaní, ale všetkého veľa škodí. Nájdite si preto čas aj na relax a nezabúdajte na svojich priateľov a rodinu.

Na vašej ceste za dosiahnutím svojich podnikateľských cieľov vám prajem veľa šťastia. Ale nezabudnite, že šťastie praje pripraveným. Všetko dobré. :-)

O autorovi

Radovan Hýbl sa narodil v roku 1976 v Banskej Bystrici. Žije v Bratislave.

Vyštudoval ekonómiu na troch vysokých školách. Finančnej gramotnosti sa však naučil najmä pri správe vlastného majetku. Pôsobil na viacerých odborných a manažérskych pozíciách zameraných predovšetkým na oblasť ekonómie, vzdelávania, administratívy a manažmentu ľudských zdrojov.

V súčasnosti sa aktívne venuje vlastnému podnikaniu a investovaniu do nehnuteľností, alternatívnych investícií a fondov obchodovaných na burze.

Ako absolvent umeleckej školy sa dlhodobo zaujíma aj o vizuálnu tvorbu. Po jej obohatení o digitálne prvky sa jeho preferencie ustálili v odvetví web dizajnu. Vytvára výkonnostné webstránky zamerané na získavanie návštevnosti, implementuje analytické nástroje a tvorí stratégie na podklade získaných tvrdých dát. Je fanúšikom obsahového marketingu a SEO.

Zaoberá sa publikačnou a lektorskou činnosťou. Pôsobí aj ako konzultant.

V osobnom živote rád cestuje a spoznáva nové kultúry.

Foto: Veronika Čížmarová



