

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Zwycięskie strategie przedsiębiorstw

Bartosz Majewski

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
16 marca 2021 r.

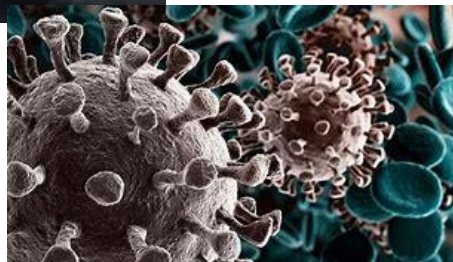
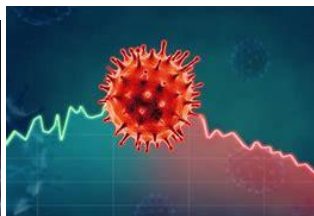


SGH
Szkoła Główna
Handlowa
w Warszawie

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

1

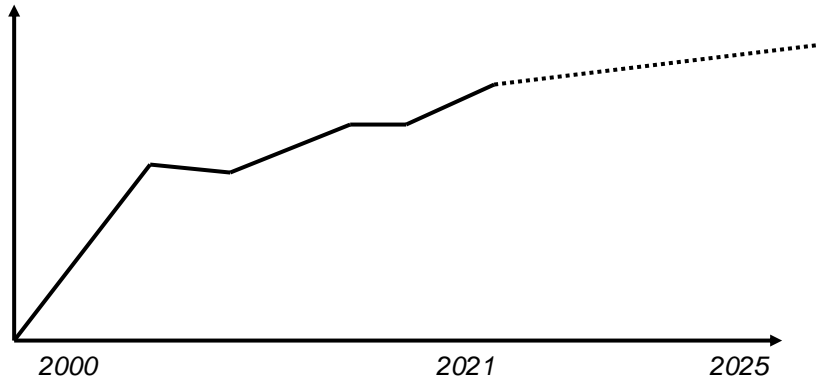


EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

2

Prognozowanie zmian ciągłych

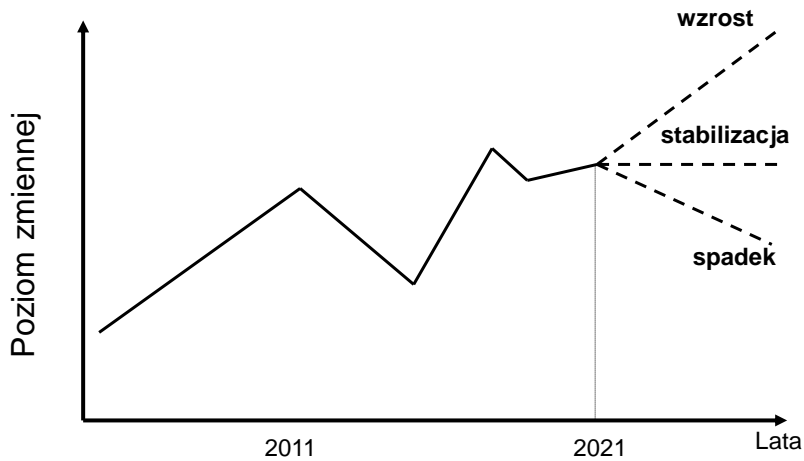


EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

3

Prognozowanie zmian nieciągłych



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

4

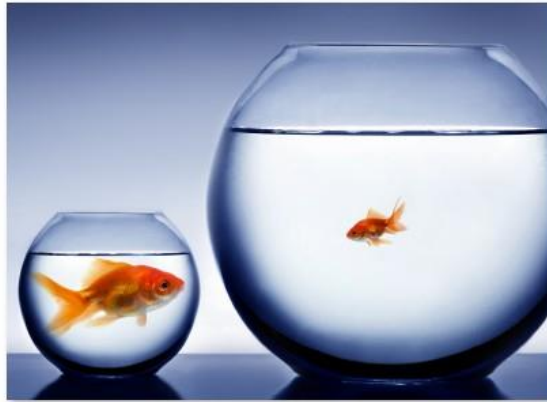
Na co zwracać uwagę?



konkurencja



potencjalna konkurencja



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

7

klienci



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

8

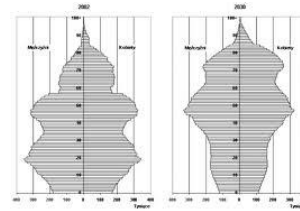
dostawcy



substytuty



Otoczenie dalsze



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

11

Kluczowe czynniki sukcesu

1. Pozycja na rynku
2. Pozycja kosztowa
3. Marka, wizerunek firmy
4. Poziom techniki i technologii
5. Rentowność i możliwości inwestowania
6. Organizacja i zarządzanie

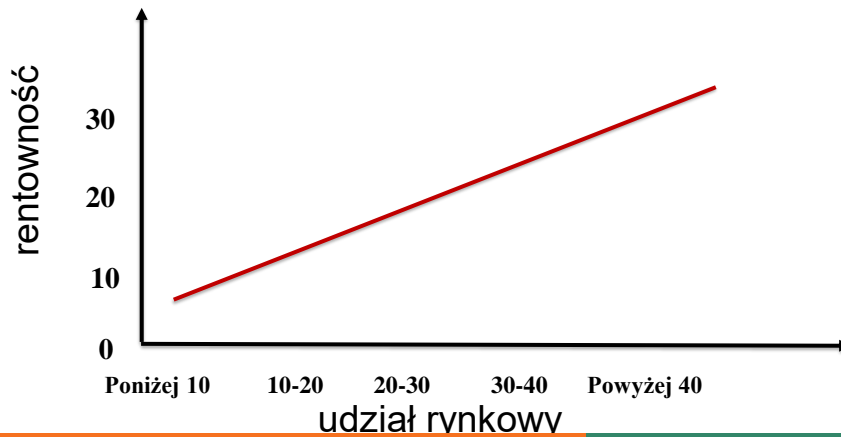


EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

12

KCS – pozycja rynkowa

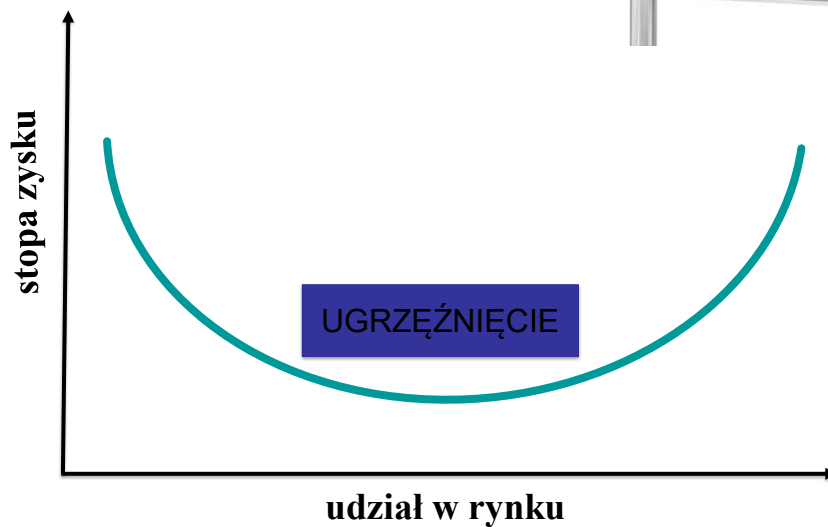


EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

13

KCS – pozycja rynkowa

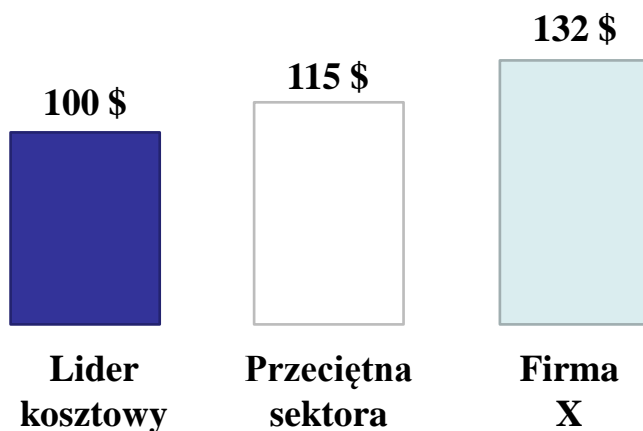


EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

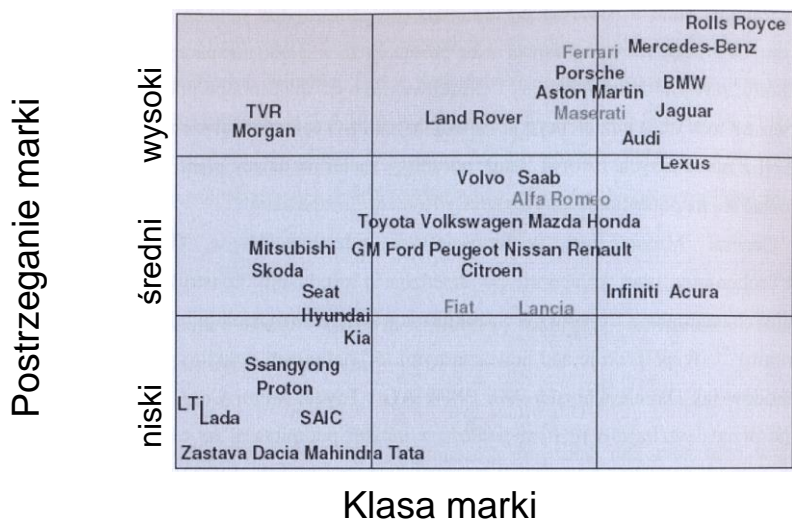
WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

14

KCS - koszty



KCS – marka, wizerunek



KCS - technologia

- technologie bazowe
 - powszechnie stosowane, szeroko dostępne, o małej wartości konkurencyjnej
- technologie kluczowe
 - silnie chronione, nowoczesne, są kluczowym czynnikiem sukcesu
- technologie eksperymentalne
 - nowe, dobrze zapowiadające się, silnie chronione

KCS - organizacja i zarządzanie

- Struktury organizacyjne
- Kadry
- Procedury
- Sytuacja właścicielska
- Kultura organizacyjna
- Umiejętności zarządu
- Strategie

KCS – faza życia sektora



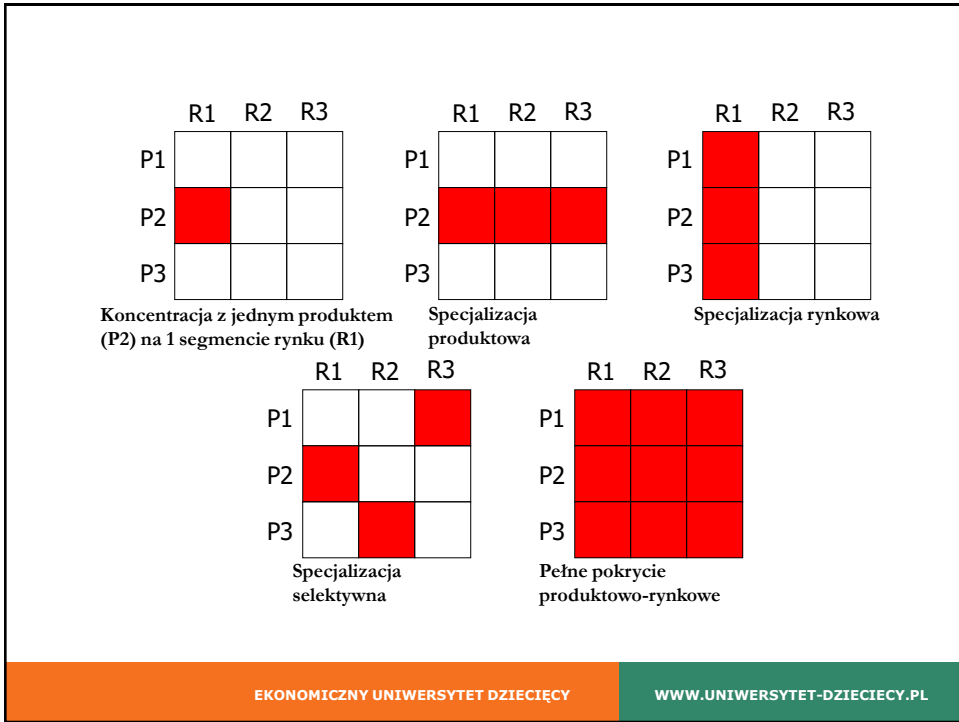
Jaką strategię wybrać?





Strategie produktowo-rynkowe według Ansoffa

<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); margin-right: 10px;">Produkty</div> <div style="border-left: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black; padding: 5px;"> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> ↑ → </div> <p style="text-align: center;">Rynki</p> </div> </div>		DOTYCHCZASOWE	NOWE
		DOTYCHCZASOWE	<p><u>Penetracja rynku</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • zajęcie niszy rynkowej • zwalczanie konkurentów • współpraca z konkurentami
NOWE	<p><u>Innowacje produktowe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • innowacje produktowe • modyfikacja, wzbogacanie, różnicowanie produktów 	<p><u>Dywersyfikacja</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • pionowa • pozioma • równoległa 	



23

Koszty vs. Jakość



Biedronka
Codziennie niskie ceny







EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

24



KOSZTY VS. JAKOŚĆ



27

Koszty + jakość ?



1000zł

150zł



50zł

28

Inspirujące strategie



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

29

Najbardziej podziwiane firmy świata wg Fortune



BERKSHIRE HATHAWAY INC.



amazon.com.



Źródło: Ranking tygodnika *Fortune*

1	Apple
2	Google
3	Amazon.com
4	Coca-Cola
5	Starbucks
6	IBM
7	Southwest
8	Berkshire Hathaway
9	Walt Disney
10	FedEx

Google



IBM

FedEx



30



- Firma założona w garażu przez Steve'a Jobsa i Steve'a Wozniaka w 1976r.
- Lata 80-te sukces komputerów osobistych serii Macintosh – innowacyjny interfejs graficzny, wykorzystanie myszki
- Utrata pozycji rynkowej w latach 90-tych
- Wielki powrót po 2000 r.





– innowacyjność produktów

1984



1997



2001



2007



2010



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

33

Apple - Innowacyjność modelu biznesowego

- iTunes – sklep z muzyką
 - Legalne ściągnięcie muzyki
- App Store – sklep z aplikacjami:
 - każdy może napisać aplikację i ją sprzedawać



iTunes



App Store



iCloud

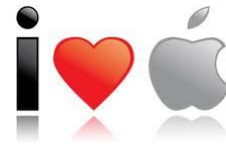
EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

34

Źródła przewag konkurencyjnych Apple

- Architektura
 - Innowacyjny model biznesowy
 - Skupienie na ogniwach łańcucha wartości generujących najwyższą wartość dla klienta
- Reputacja
 - Długofalowe budowanie unikalnego charakteru marki
 - Budowa społeczności klientów-ewangelizatorów
- Innowacje
 - Technologiczne
 - Produktowe



- Początkowo projekt naukowy dwóch studentów Sergeya Brina i Larry'ego Page'a
- Firma założona w 1998 r. w garażu



Google™ – innowacyjność produktów

- Wyszukiwarka, poczta, mapy, video, tłumacz, pakiet biurowy, program do obróbki zdjęć itp...

Google



– Przeglądarka Chrome

– System operacyjny Chrome dla komputerów



– System operacyjny Android dla telefonów

37

Google™

innowacyjność modelu biznesowego

- Podstawowy produkt za darmo – przychody z usług wokół produktu

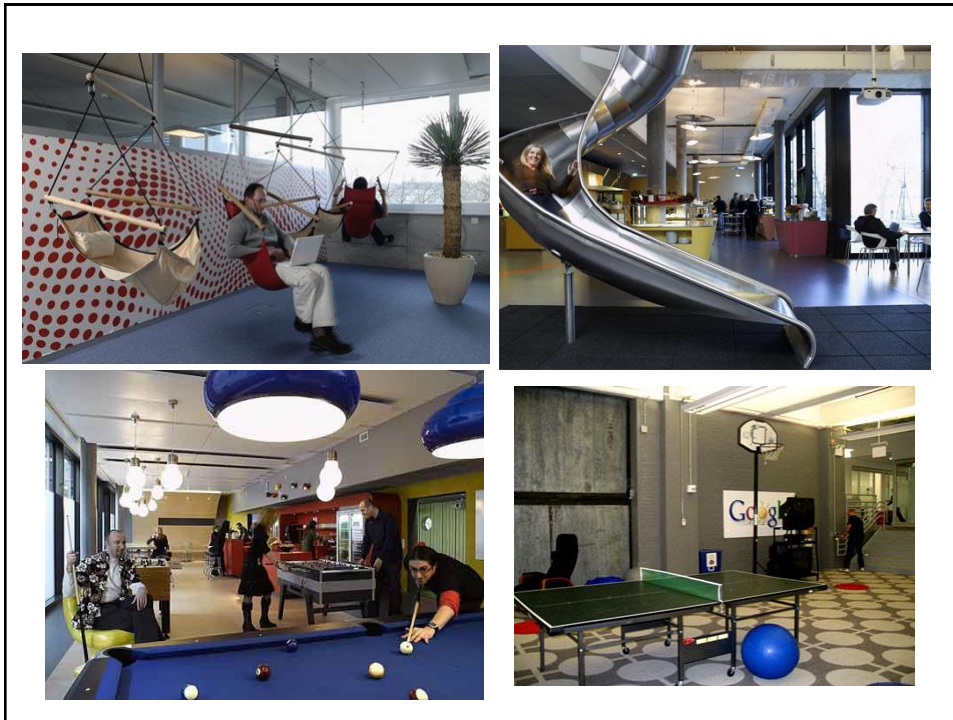
– AdWords, AdSense,



– Android Market



38

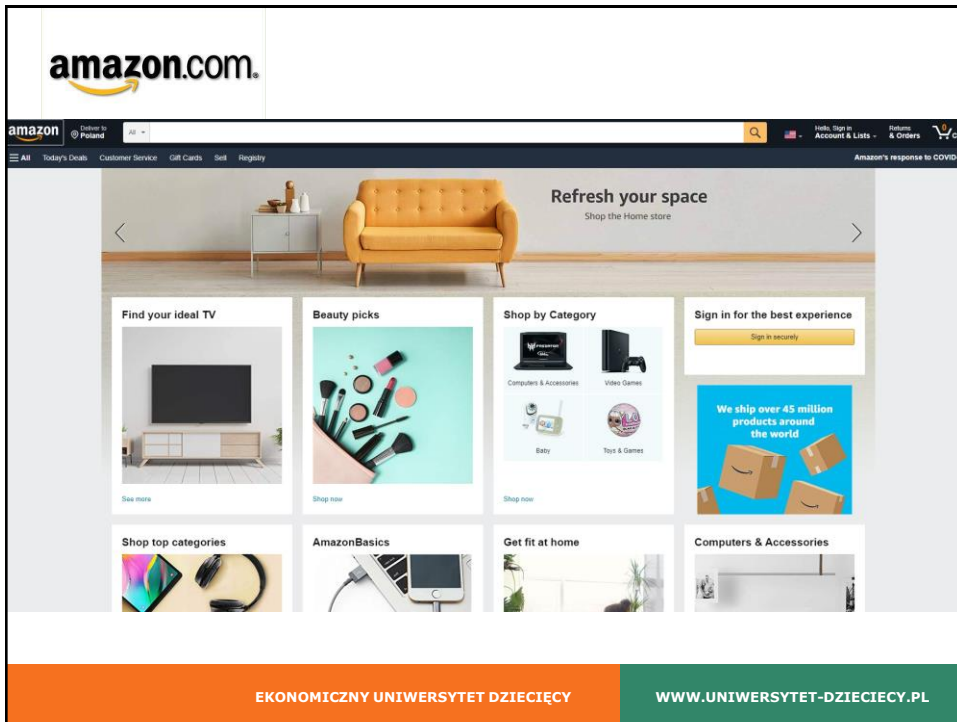


39


Google™ – kultura nastawiona na innowacje

- Promowanie innowacyjności wśród pracowników
- 20% czasu pracy można przeznaczyć na projekty z nią niezwiązane
- Inwestowanie w pomysły pracowników


40



41



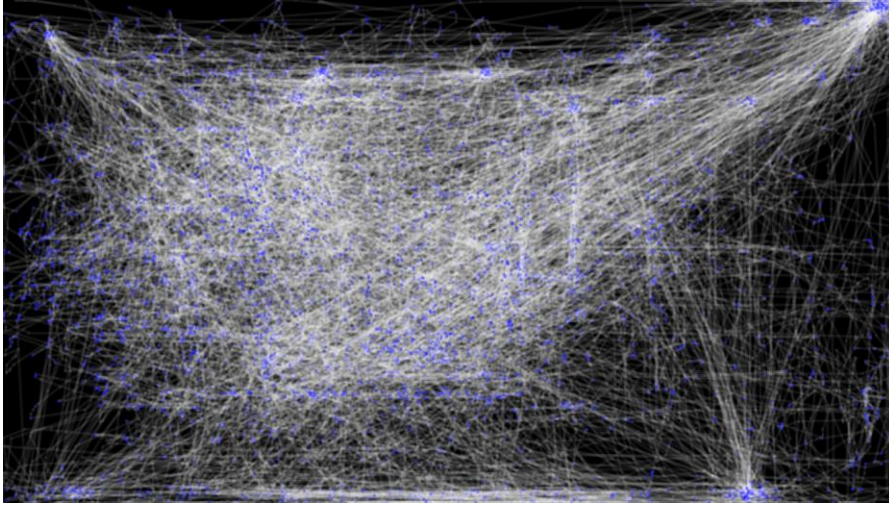
- Wizjonerstwo i innowacyjny model biznesowy
 - Sprzedaż książek przez Internet
 - Umożliwienie sprzedaży na własnej platformie konkurentom
 - prezentacja związanych z produktem dodatków
 - prezentacje towarów zakupionych przez innych użytkowników
 - pamięć historii zakupów każdego klienta
 - Kindle



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

42

amazon.com.



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

43

Coca-Cola

Coca-Cola



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

44

Coca-Cola

Coca-Cola



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

45

Coca-Cola

Coca Cola

- Wartościowe marki
- Globalne produkty i marketing
- Silna kultura organizacyjna
- Sieć dystrybucyjna oparta na związkach partnerskich



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

46



Strategia 2026

- Zdublować przychody
- 3 mld napojów dziennie
- Być nr 1 w każdej kategorii i każdym rynku
- Zmniejszyć emisję CO2



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

47



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

48

The diagram illustrates the evolution of IBM's business model. At the top left is the classic blue and white IBM logo. Below it is the 'BUSINESS INTERNATIONAL MACHINES' logo, which is a circular emblem with the words 'BUSINESS' and 'INTERNATIONAL' on the top half and 'MACHINES' on the bottom half. To the right is a photograph of an early IBM personal computer (Model 5150) with its monitor displaying the IBM logo. A large black arrow points from the computer down to a row of five software product boxes: 'Information Management' (green), 'Lotus software' (yellow), 'Rational software' (blue), 'Ivanti software' (red), and 'WebSphere software' (purple). A red arrow points from the 'BUSINESS INTERNATIONAL MACHINES' logo down to a black Lenovo laptop with the 'lenovo' logo on the screen. The bottom of the slide features an orange bar with the text 'EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY' and a green bar with the website 'WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL'.

49

The advertisement for Southwest Airlines features the 'SOUTHWEST' logo at the top left, accompanied by a small airplane icon. Below the logo is a photograph of a pilot in a white uniform and red tie, smiling and holding a small brown dog. He is standing between two young children who are wearing colorful, traditional Native American headdresses. To the right of this photo is a photograph of a Southwest Airlines airplane in flight against a clear blue sky. The bottom of the slide contains a quote in Polish: *„Naszą konkurencją jest samochód, nie inne linie lotnicze. Musimy oferować lepszą, bardziej wygodną usługę po cenie przekonującej klienta, że lepiej jest zostawić samochód w garażu i lecieć Southwest”*. The footer consists of an orange bar with 'EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY' and a green bar with 'WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL'.

50



51



52

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

53

Główne przewagi konkurencyjne

koszty

jakość

czas

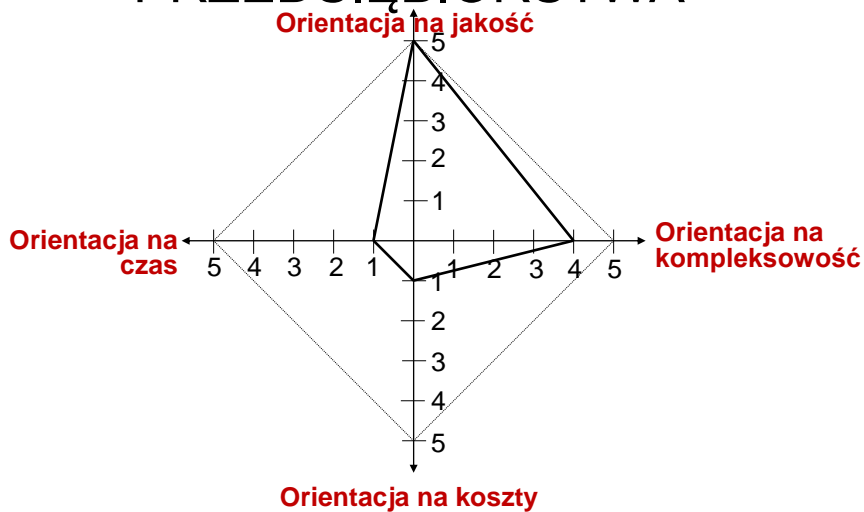
kompleksowość

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

54

PRZEWAGI KONKURENCYJNE PRZEDSIĘBIORSTWA



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

55

Strategia – jeszcze więcej pytań

- Jakie produkty?
- Na jakich rynkach?
- Do jakich klientów?
- Czy produkować samodzielnie?
- Jak finansować?
- Jak promować?
- Jak angażować pracowników w realizację?



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

56