inAgile 10.6.2025

Jiří Brych

Proč to nejde?

KDE VŠUDE JSEM TO POKAZIL...

Loyalty, Benefity, Payments, Marketplace...
Fintech, PropTech, E-commerce, Tokenizace...

..a nebojím se o tom napsat na LinkedIn

1) Business first

Zapomeňte na to, že produkt je IT!

Produkt je (byl?) součástí marketingového mixu...

4P

-product

-place

-price

-promotion

business = zákazníci
zákazníci = revenue
revenue = úspěch

produkt je odpovědný za úspěch

tech fascinace = hledání problémů pro řešení

“tahle start-up konference byla plná parádních řešení na problémy, které ani neexistují”

no business = no decision
no decision = no delivery
no delivery....

Příklad:
když se nerozhoduje, tak se sedí na callech
-sdílení odpovědnosti
-paralýza celé firmy
-plné kalendáře

2) Cíle - znáte?

Opravdu víte, jaké cíle má Vaše firma?

Kolik máte cílů?
Kolik si jich vzájemně odporuje?
Kolik se jich doplňuje?

A co když vám řeknu...

...že “odporování” je lepší?

řešení (moje doporučení):

1 hlavní
+ 2 “brzdící” cíle...

Něco navíc...

Jaký cíl má tvůj šéf?

3) Motivace

Firma jsou lidé!

Co chce tvůj kolega/šéf/člen týmu?
-peníze
-povýšení
-sociální kontakt
-těžší výzvu...

Co jsem se taky naučil:
Nekoukejte na to, co je ve firmě napsané na zdech...
Kdo píše motivace a “naše hodnoty” po zdech, má problém sám se sebou...

S dobrem se nedá bojovat!

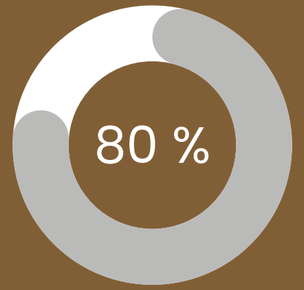
4) Tvrdá práce

Lovebrand je fajn, ale každý není Apple.

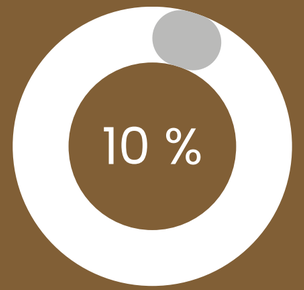
statisticky je daleko lepší se držet šablon

Většina lovebrandů se stala “tak nějak omylem a náhodou”.
Další miliony produktů to zkusily taky a ...neuspěly!

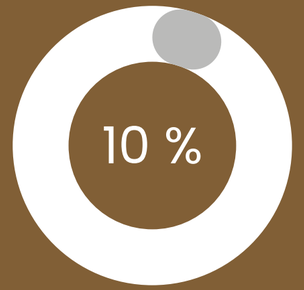
Co ještě prozradím, ale stejně to hned zapomenete...



Industry standard



Pet projects



Krmítko