GTL Projekt

GreenTecLab

Digitálne nástroje pre ekologické podnikanie

Výber nástrojov

Kľúčové otázky pri výbere nástrojov pre nový podnik:

- Aké sú moje aktuálne potreby?
- Čo potrebujem v blízkej a vzdialenej dobe?
- Ktoré nástroje a služby môžem využívať externe a ktoré si musím vyvinúť sám?

Výber nástrojov: kritériá

Flexibilita

Bezpečnosť

Súdržnosť

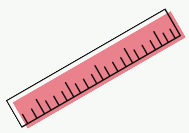
Škálovateľnosť

Typy nástrojov: produktivita

Nástroje na zvýšenie produktivity nám majú pomôcť dosiahnuť lepšie výsledky s menším množstvom zdrojov v rôznych oblastiach: spolupráca, organizácia, výroba, komunikácia...

Flexibilita: dajú sa tieto nástroje prispôsobiť rôznym spôsobom použitia (načasovanie, metódy, integrácia s inými nástrojmi...)?

Bezpečnosť: aké riziko podstupujem pri ukladaní svojich údajov v cloudových službách týchto nástrojov?



Škálovateľnosť: ak by môj podnik exponenciálne rástol, aký by bol pomer vývoja príjmov a výdavkov ?

Súdržnosť: som stotožnený so stratégiami tohto poskytovateľa pre udržateľnosť?

Microsoft 365

Google Workspace

Zdroje: wikimedia.commons, free.arinco, iconscout.com

Typy nástrojov: produktivita

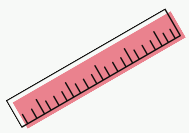
- Ak je váš podnik mimovládnou organizáciou, služby Google Workspace a Microsoft Office ponúkajú bezplatnú verziu svojich produktov špeciálne navrhnutú pre takéto organizácie

Typy nástrojov: marketing

Marketingové nástroje sú určené na navrhovanie, riadenie a hodnotenie vzťahov, ktoré naša organizácia buduje a rozvíja s rôznymi zainteresovanými stranami.

Flexibilita: Dá sa tento nástroj kombinovať s ostatnými nástrojmi z môjho ekosystému? Umožňuje mi tento nástroj kontrolovať údaje, ktoré zhromažďujem od svojich príjemcov a potenciálnych zákazníkov?

Bezpečnosť: akú politiku ochrany osobných údajov má tento nástroj? Kde sú všetky tieto údaje uložené?



Škálovateľnosť: Mohol by som vo svojej spoločnosti používať tie isté aplikácie, ak v priebehu jedného roka otvorím desať nových pobočiek v rôznych krajinách?

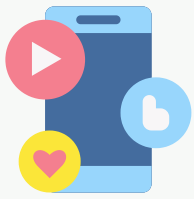
Súdržnosť: som stotožnený so stratégiami tohto poskytovateľa pre udržateľnosť?

Sources: wikimedia.commons, free.arinco, iconscout.com

Typy nástrojov: marketing

Externá komunikácia:

Web: kľúčové je používať CMS, ktorý môžete spravovať sami, pretože flexibilita vášho obsahu je v rýchlo sa meniacom svete veľmi dôležitá. Niektoré možnosti: Wordpress, Joomla alebo Drupal



Sociálne siete: Ktoré z nich používať a prečo? Kto je mojou cieľovou skupinou? Čo je mojím cieľom v jednotlivých kanáloch? Môžem mať pre každý kanál konkrétnu stratégiu a obsah?

Whatsapp pre firmy: špecifický kanál s mnohými možnosťami na masívne správy a služby zákazníkom.

Elektronický obchod: kľúčové je myslieť na prepojenie s CMS vašej webovej stránky a rôznymi platobnými bránami. Niektoré možnosti: Woocommerce, Prestashop alebo Shopify

Typy nástrojov: marketing

Analýza webových stránok:

Google Analytics: ide o štandardný nástroj používaný pri podnikaní na analýzu a pochopenie návštevnosti a na zvýšenie kľúčových parametrov. Tony voľne dostupného obsahu na webe, ktorý sa stane analytickým nástrojom a zásobníkom pre webmasterov. Odkaz na blogový príspevok, v ktorom si môžete prečítať, ako vložiť kód Analytics do svojej webovej stránky a začať monitorovať vašu stránku.

SEO hodnotenie: Existujú rôzne dostupné nástroje na vytvorenie prvej správy o SEO hodnotení vašej webovej stránky. Je to nevyhnutnosť v prípade, že uvažujete o externom obstarávaní návrhu a tvorby webovej stránky (analýzou minulých prác môžete odhadnúť výsledok novej). Niektoré možnosti: Woorank alebo Acens

Typy nástrojov: marketing

Riadenie vzťahov so zainteresovanými stranami

Marketingové centrum: nástroje vytvorené na navrhovanie, realizáciu a sledovanie vašich vzťahov s rôznymi zainteresovanými stranami v jednotlivých fázach pracovného cyklu (informovanosť, záujem, lojalita...). Používajú sa najmä v prvej z týchto etáp, kde sa zameriavajú na vytvorenie záujmu o vaše riešenie. Niektoré možnosti: Marketo alebo Hubspot.

CRM: návrh platformy na riadenie vzťahov s vašimi potenciálnymi a súčasnými zákazníkmi, keďuž prejavili záujem o vašu ponuku (posledné fázy v predajnom cykle). Niektoré možnosti: Salesforce, Zoho CRM alebo Odoo.

Zhrnutie

1. Pochopte vaše okamžité a strednodobé potreby.
2. Stanovte kritériá pre výber nástrojov.
3. Pochopte, čo môžete zabezpečiť externe a čo by sme mali (zo strategickej relevantnosti) vyvíjať a kontrolovať vo vlastnej réžii.
4. Rozhodovanie, sledovanie, učenie sa a opätovné rozhodovanie.