

Trh se mění rychleji než kdy dřív. To, co fungovalo před rokem, dnes už nemusí přinášet výsledky. Alfréd vám pomůže zorientovat se v datech, trendech i konkurenci tak, abyste mohli dělat rozhodnutí na základě faktů, ne dojmů.

Pomůže vám:

- provést **analýzu konkurence** - co funguje, kde mají slabiny a jak se odlišit,
- zjistit **aktuální trendy** ve vašem oboru, chování zákazníků a vývoj poptávky,
- vytvořit **přehled trhu** a identifikovat příležitosti,
- analyzovat **klíčová slova a témata**, která rezonují s publikem,
- a navrhnout **strategie pozicování značky** pro vyšší relevanci a viditelnost.

Alfréd kombinuje pohled datového analytika, marketéra i stratéga - dokáže propojit čísla s intuicí, aby vaše značka byla krok před ostatními.

JAK ZAČÍT ROZHOVOR S ALFRÉDEM

Než začnete analyzovat trh, ujasněte si, *proč* to děláte - chcete růst, inovovat, nebo se lépe zacílit? Teprve pak má smysl se do analýzy ponořit.

1. Vyčistěte stůl

„Chceme lépe pochopit náš trh a konkurenci. Můžeš nám pomoci zjistit, jak si aktuálně stojíme?“

2. Sdílejte kontext

Popište svůj obor, typ klientů a jaké otázky vás aktuálně pálí.

„Působíme v oblasti online vzdělávání. Zajímá nás, jaké trendy teď rezonují a kde máme prostor pro růst.“

3. Otevřete téma analýzy

„Jak zjistíme, kdo jsou naši nejbližší konkurenti a čím se od nich můžeme odlišit?“
„Jaké příležitosti na trhu teď vznikají, které bychom mohli využít?“

POSTUP, JAK TÉMA PROZKOUMAT

1 ZMAPUJTE TRH A OBOR

Začněte přehledem - kdo jsou hlavní hráči, jaký je objem trhu a jaké směry v oboru sílí. Alfréd vám pomůže najít data, články i případové studie, které poskytnou jasný obraz.

Ukázkové otázky:

- Jak vypadá aktuální situace v našem odvětví?
- Kteří konkurenti jsou nejaktivnější a jak komunikují?
- Jaké nové trendy se objevují v našem segmentu?

2 PROVEĎTE ANALÝZU KONKURENCE

S Alfrédem můžete porovnat vaši značku s konkurencí z pohledu nabídky, cen, komunikace, hodnoty a vnímání. Pomůže vám identifikovat, v čem jste silní - i kde máte prostor ke zlepšení.

Ukázkové otázky:

- Jaké hlavní produkty nebo služby nabízejí naši konkurenti?
- Jaký tón a styl používají ve své komunikaci?
- Jaké potřeby zákazníků konkurence zatím dostatečně neřeší?

3 ANALYZUJTE ZÁKAZNICKÉ TRENDY A CHOVÁNÍ

Trh nejsou jen firmy, ale hlavně lidé. Alfréd vám pomůže pochopit, co zákazníci chtějí, jak hledají informace a jaké faktory ovlivňují jejich rozhodování.

Ukázkové otázky:

- Jaká témata a klíčová slova lidé v našem oboru nejvíce vyhledávají?
- Jak se mění preference zákazníků v posledním roce?
- Co lidé nejčastěji zmiňují v recenzích nebo diskuzích o našem typu služeb?

4 URČETE PŘÍLEŽITOSTI A RIZIKA

Na základě získaných informací Alfréd pomůže pojmenovat oblasti s potenciálem růstu i rizika, která mohou ohrozit vaše podnikání. Vytvoříte si tak mapu, podle které můžete plánovat.

Ukázkové otázky:

- Kde se otevírají nové mezery na trhu?
- Jaké oblasti by mohly být v budoucnu klíčové pro náš rozvoj?
- Jaké faktory by mohly snížit naši konkurenceschopnost a jak se na ně připravit?

5 NAVRHNĚTE STRATEGII POZICOVÁNÍ

Získaná data mají smysl jen tehdy, pokud vedou k akci. Alfréd vám pomůže převést analýzu do konkrétní strategie — od úprav nabídky po vyladění komunikačního tónu.

Ukázkové otázky:

- Jak můžeme naši značku odlišit na první pohled?
- Jaké sdělení nejlépe vystihuje naši jedinečnou hodnotu?
- Jak bychom měli přizpůsobit komunikaci, aby lépe rezonovala s trhem?



CO MŮŽETE ZKUSIT DÁL

- Požádejte Alfréda o vytvoření „**Analýzy konkurence 360°**“ - přehled klíčových hráčů, jejich silných a slabých stránek.
- Nechte si zpracovat „**Trend report**“ pro váš obor.
- Zeptejte se:

„*Jak můžeme využít aktuální tržní trendy pro naši strategii?*“

- Nebo:

„*Jak by vypadal ideální positioning naší značky v očích zákazníků?*“



SMYSL TOHOTO POSTUPU

Tento guideline vám pomáhá vidět trh jako živý organismus - proměnlivý, propojený a plný příležitostí.

S Alfrédem se naučíte:

- dělat rozhodnutí na základě dat, ne pocitů,
- rozpoznat, kde můžete být jedineční,
- a tvořit strategie, které odpovídají skutečným potřebám trhu.

👉 Každý rozhovor o trhu by měl skončit **novým vhledem, inspirací a jasnější strategií růstu.**



BONUS: MINIPROMPTY NA ZKOUŠKU

- *„Pomoz nám najít 5 nejvýraznějších trendů v našem oboru.“*
- *„Analyzuj 3 hlavní konkurenty a shrň, v čem jsou silní a kde mají slabiny.“*
- *„Jak bychom mohli naši nabídku přizpůsobit aktuálním tržním potřebám?“*
- *„Pomoz nám vytvořit přehled klíčových klíčových slov pro naši oblast.“*