

Každý podnikatel potřebuje jasný směr. Vize, která dává smysl, energii a rámec pro všechna rozhodnutí. Právě zde může Alfred pomoci - ne tím, že vám řekne, *co máte dělat*, ale tím, že vám pomůže vidět vlastní podnikání z větší perspektivy.

Alfréd vás provede procesem, který vám pomůže:

- pojmenovat **vizi, poslání a hodnoty** vašeho podnikání,
- vyjasnit si **cílové skupiny a jejich potřeby**,
- formulovat **hlavní pilíře nabídky a směru**,
- nastavit **prioritní cíle pro nejbližší 3 měsíce**,
- a převést strategii do **jednoduchých kroků pro praxi**.



JAK ZAČÍT ROZHOVOR S ALFRÉDEM

1. Vyčistěte stůl

Zeptejte se Alfreda otevřeně, jak vám může pomoci ujasnit směr.

„Nevím přesně, jak teď uchopit svůj byznys. Jak bys mi s tím mohl pomoci?“

2. Sdílejte kontext o sobě a svém podnikání

Čím víc toho Alfred ví, tím přesněji ti pomůže.

„Podnikám v oblasti vzdělávání, dělám online kurzy pro malé podnikatele, aktuálně se snažím růst a lépe zacílit svou nabídku.“

3. Otevřte téma strategie

Zadejte konkrétní otázku, která tě pálí.

*„Jak zjistím, jestli směr, kterým jdu, má dlouhodobě smysl?“
„Jak mohu jasněji pojmenovat, čím je moje značka jedinečná?“*



POSTUP, JAK TÉMA PROZKOUMAT

1 ZMAPUJTE SITUACI

Začněte tím, že popíšete, jak aktuálně podnikáte, jaké máte produkty, komu slouží a jak se vám v tom daří.

Cílem není perfektní přehled, ale *upřímný obraz* o tom, kde jste.

Ukázkové otázky:

- Co teď v mém podnikání funguje a co ne?
- Jak vypadá moje aktuální nabídka a komu přesně pomáhám?

- Kdy se naposledy něco v byznysu posunulo kupředu – a proč?

2 NAJDĚTE SOUVISLOSTI A VZORCE

Pomocí Alfréda hledejte vzorce, které se opakují - v rozhodnutích, ve výsledcích, v energii. Alfréd vám může pomoci vidět, kde uniká síla, pozornost nebo motivace.

Ukázkové otázky:

- Mám pocit, že dělám moc věcí najednou. Kde by podle tebe mohla být moje hlavní osa?
- Jaké tři oblasti mého podnikání mají největší potenciál pro růst?
- Co může být důvod, proč se moje značka nerozvíjí tak, jak bych chtěl?

3 POJMENUJTE STRATEGICKÉ PILÍŘE

Alfréd vás může provést procesem pojmenování klíčových pilířů podnikání: **co nabízíte, komu a proč.**

Tento krok tým pomůže vytvořit jednoduchou, ale silnou strategickou mapu.

Ukázkové otázky:

- Jaké jsou 3 hlavní pilíře mé značky, které bych měl držet?
- Jak mohu popsat svůj hlavní přínos klientům v jedné větě?
- Co by mělo být základní poselství mé komunikace?

4 URČETE KRÁTKODOBÉ PRIORITY

Z velké strategie je potřeba udělat konkrétní plán. Spolu s Alfrédem definujte 3-5 hlavních cílů pro následující 3 měsíce.

Ukázkové otázky:

- Jaké 3 cíle by mě teď nejvíc posunuly?
- Jak poznám, že jsem na správné cestě?
- Co z aktuálních aktivit mám ukončit, aby zbyl prostor pro důležité věci?

5 PŘEVEĎTE STRATEGII DO PRAXE

Využijte Alfréda jako „strategického onlajn parťáka“. Může vám pomoci přetavit vizi do konkrétních kroků, úkolů, plánů nebo komunikačních témat.

Ukázkové otázky:

- Pomoz mi vytvořit akční plán pro následující 30 dní.
- Jaké aktivity mohu automatizovat nebo delegovat?
- Jak by mohl vypadat jednoduchý report pokroku, který mi pomůže zůstat v kurzu?

CO MŮŽETE ZKUSIT DÁL

Po prvním strategickém rozhovoru můžete:

- rozšířit téma o **komunikaci a obsah** (Guideline č. 2),
- požádat Alfréda, aby ti vytvořil „**Strategickou mapu podnikání**“ - přehled vize, cílů a klíčových kroků,
- nebo ho využít jako „mentální zrcadlo“

„Zeptej se mě na otázky, které by mi mohly pomoci lépe pochopit, kam opravdu chci směřovat.“


SMYSL TOHOTO POSTUPU

Tento guideline vám pomáhá spojit hlavu (strategie), srdce (smysl) a ruce (akci).

Alfréd vás nevede k univerzálním návodům, ale k jasnosti a autenticitě.

Učí vás:

- přemýšlet strategicky,
- rozpoznat, co má největší přínos,
- a rozhodovat se s větším klidem a jistotou.

 Každý rozhovor s Alfrédem o strategii by měl skončit **novou dávkou klidu, směru a motivace**. Protože jasnost = energie.

BONUS: MINIPROMPTY NA ZKOUŠKU

- „Pomoz mi shrnout moje podnikání do 3 vět.“
- „Jak bys popsal poslání mé značky?“
- „Kdybych byl značka, jaký bych měl archetyp?“
- „Jaký jednoduchý slogan by vystihoval to, co dělám?“