



Stanovenie vízie a poslania Marketingová stratégia

Mentoringový modul (ZKPRK)

Zuzana Záhradníková

10/1/2019, Šlapanice

AGENDA

- | | |
|---|----------|
| ► Zoznámenie a benefity mentoringového modulu pre účastníkov | 15 minút |
| ► Úvod do témy a vysvetlenie základných pojmov: Vízia a poslanie | 15 minút |
| ► Vytvorenie vízie | 15 minút |
| ► Jednotlivé komponenty, príklady a cvičenia na vytvorenie poslania | 60 minút |
| ► Marketingová stratégia | 15 minút |
| ► Avatar klienta | 15 minút |
| ► Osobná značka | 15 minút |



Ing. Zuzana Záhradníková

kariérová poradkyňa, Career Spring s.r.o.

- ▶ absolvovaný akreditovaný výcvik kariérového poradenstva Thomasa Dienera
- ▶ 15+ rokov v korporátnom prostredí, posledných 5 rokov Senior Manager, tréner, facilitátor a mentor na kariérnu zmenu
- ▶ kouč vyškolený na Clifton StrengthsFinder metodiku (Gallup Test)
- ▶ spoluzakladateľka a aktívna členka Rady Združenia pre kariérové poradenstvo a rozvoj kariéry
- ▶ ukončené akreditované vzdelávanie: „Poradenstvo v oblasti sociálnych vzťahov a rozvoja osobnosti“ a „Psychológia v kocke“ (Univerzita komenského v BA)
- ▶ majiteľka firmy Career Spring s.r.o. www.careerspring.sk
- ▶ TedX spíkerka na tému [Unicode your talents](#)



Benefits pre účastníkov modulu

- ▶ zvýšenie motivácie pre výkon kariérového poradenstva (ďalej len „KP“) prostredníctvom jasnej definície vlastnej vízie a poslania
- ▶ uvedomenie si osobných hodnôt a hľadanie súladu s hodnotami organizácie, v ktorej poradca pracuje
- ▶ vedomé pomenovanie vlastného poslania/prínosu pre svet
- ▶ vytvorenie osobnej značky kariérového poradcu napomáha k uvedomeniu si vlastnej identity/jedinečnosti
- ▶ prostredníctvom zrozumiteľnej poslania a vízie → ľahšia komunikácia s klientom
- ▶ zadefinovanie potrieb klienta je „alfou a omegou“ v procese KP
- ▶ uvedomelý poradca → uvedomelý klient



Stratégia budovania značky



Vízia a poslanie



Vízia je snívaním, tzv. zasnená budúcnosť.
Ak všetko pôjde podľa plánu, podarí sa Vám
zmeniť svet.



Poslanie/misia je konaním.
Poslanie definuje
KTO je cieľová skupina,
ČO je produkt/služba a
AKO ju každý deň vykonávame.



Vízia - kam smerujete a prečo?

- Vízia definuje optimálny vysnívaný budúci stav - mentálny obraz, čo chcete dosiahnuť a aká bude Vaša budúcnosť
- Vízia je napísaná stručne a inšpiratívnym spôsobom

Kľúčové elementy vízie sú:

1. Je nasmerovaná na budúcnosť : *bude...*
2. Jasná a zrozumiteľná (mali by ste byť schopný sa vidieť v tej vízii)
3. Smelá/Odvážna
4. Emocionálne atraktívna pre Vás
5. Časový horizont - 5 a viac rokov



Cvičenie

Vytvorenie Vašej vízie



1. Skúste popísať, ako bude vyzerat' Vaša profesná situácia o päť rokov odteraz. Napíšte si ju v prítomnom čase.
2. Ako budete vedieť, že ste ten cieľ dosiahli? Aké sú kľúčové míľniky na Vašej ceste?
3. Aké konkrétne kroky podniknete k dosiahnutiu tejto vízie tento mesiac/rok?

Link na písanie odkazov do budúcnosti: www.futureme.org



Poslanie - jednotlivé komponenty

1. **ČO?** - Aký servis/službu ponúkam? Aké benefity táto služba prináša klientom?
2. **KTO?** - Kto sú Vaši klienti? S akými cieľovými skupinami pracujete?
3. **AKO?** - Akým spôsobom, metódami danú službu ponúkate klientom?
4. **Filozofia** - Aké sú Vaše základné presvedčenia, hodnoty a etické priority?
5. **Sociálna zodpovednosť** - Aký je prínos Vašej služby pre komunitu, spoločnosť?
6. **Osobná značka/Značka organizácie** - Čím sú Vaše služby jedinečné?



Príklady poslania

Mojim poslaním školského poradcu je slúžiť ako obhajca pre všetkých študentov. Mojim cieľom je podporovať a povzbudzovať študentov, aby dosiahli svoj akademický, osobný, sociálny a emocionálny potenciál. Budem spolupracovať s učiteľmi, rodičmi a komunitou a zároveň poskytovať poradenský program, ktorý má preventívny a rozvojový charakter. Budem pracovať na vytvorení bezpečného a pozitívneho prostredia, ktoré pomôže študentom získať zručnosti a znalosti potrebné na to, aby sa stali riešiteľmi problémov a zodpovednými občanmi 21. storočia.

<https://www.pilotpointisd.com/Page/977>

Spolupracujeme s našimi klientami, aby sme dosiahli ich ciele a posilnili transformáciu vedením v integrite, kompetentne, so súcitom a srdcom.

www.wolfgangcareercoaching.com

Spolu objavujeme vrodené talenty, životné hodnoty a skúsenosti, ktoré vám pomôžu dosiahnuť uspokojivý a šťastný život.

www.careerspring.sk



Vaše hodnoty



INTEGRITY



INNOVATION



COMMITMENT



CREATIVITY



PEOPLE



PASSION



GOALS



GROWTH



CONNECTION



Cvičenia

Vytvorenie Vášho poslania



- ▶ Minulé úspechy
- ▶ Kľúčové hodnoty
- ▶ Váš prínos pre spoločnosť
- ▶ Vytvorenie popisu poslania tak, akoby ste ho písali pre 12-ročného chlapca a pozdieľanie vo dvojiciach



Overenie správneho stanovenia vízie a poslania

Spýtajte sa sami seba:

- ▶ Popisuje Vaše poslanie a vízia to najlepšie, čo je vo Vás?
- ▶ Je pre Vás výzvou a motiváciou?
- ▶ Sú poslanie a vízia v súlade?
- ▶ Reprezentuje Vašu jedinečnosť a prínos spoločnosti?



The background features abstract green geometric shapes. On the left, a solid green triangle points downwards. On the right, a complex arrangement of overlapping translucent green triangles in various shades of green and yellow-green creates a layered effect. A thin, light gray line extends diagonally from the bottom left towards the right, passing through the translucent shapes.

Marketingová stratégia

5P marketingová stratégia (cvičenie)



Avatar klienta (cvičenie)

IDEAL CUSTOMER PROFILE

AVATAR _____



Specific Person

What do they want?

What are their Goals?

What are their Values?



Fears

What are their biggest fears?

What aren't they seeing?

What's their impending danger?



Success

What does their life look like when they succeed?

What aren't they seeing?

What achievement do they desire?



Pain

What are the challenges being faced?

What are the top 3 Pain Points?



Objections

What are the top Objections to the Sale?

What is their role in the Purchase Process?



Failure

What does life look like if they don't use product or service? (Look into the future)

What is the Transformation:



Osobná značka



Definícia značky

Značka je meno, symbol, pojem, dizajn, alebo ich kombinácia s účelom **identifikovať** produktu alebo služby a ich odlíšenia sa od konkurencie

Americká Marketingová Asociácia

Značka je súbor očakávaní, spomienok, príbehov a vzťahov, ktoré dokopy tvoria zákaznícke rozhodovanie o výbere/preferencii produktu alebo služby

Dell, Seth Godin



Elementy osobnej značky

A

Appearance - Zovňajšok

- Oblečenie (farba, strih, fazóna, cena)
- Štýl a čistota
- Osobný štýl (konzervatívny, moderný, bohémsky)

B

Behavior - Správanie

- Štýl reči (tón hlasu, akcent, gestá, smiech)
- Celkové vystupovanie (priateľský, nahneváný, rezervovaný)

C

Competencies - Kompetencie

- Čo je Vaša oblasť, v ktorej ste expert?
- Aké sú Vaše kľúčové zručnosti?

D

Differentiation - Odlišnosť

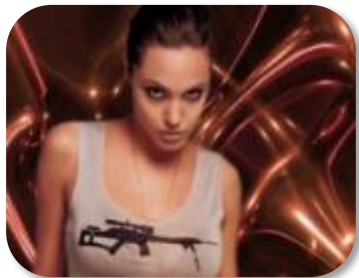
- Čo Vás odlišuje od konkurencie?
- Čo je pre Vás jedinečné, čo nik iný nemá?

Q



Osobná značka

Máte zlú osobnú značku? Dá sa to zmeniť



CVIČENIE



Bud'te sami sebou



Ďakujem za pozornosť

