

Pohled zvenčí je metoda řešení problémů společností a firem

„Pohled zvenčí“ je metoda řešení problémů společností a firem, která je založena na nestranné a nezávislé analýze, která má za cíl odhalení příčin a zdrojů problémů a potíží a nabízí portfolio možných úspěšných řešení.

"Pohled zvenčí" je originální, rychle realizovatelná a velmi účinná metoda, která má za cíl odhalení a odstranění nejruznějších problémů a potíží společností, firem i jiných subjektů. Výsledkem pohledu zvenčí je nabídka portfolia možných úspěšných řešení, a to mnohdy i bez potřeby dalších dodatečných nákladů a investic a využívající stávající kapacity, zařízení i personál.

Tato metoda je založená na principu využití nestranného a nezávislého pohledu zvenčí, na odstupu a nadhledu oproštěném o tzv. profesionální deformaci a profesionální slepotu, resp. provozní slepotu, na nestranné a nezávislé analýze, na tom, že nic není dokonalé a že vše prochází neustálým procesem vývoje, na skutečnosti, že vždy se najde řešení, pokud se skutečně hledá, dále na faktu, že více hlav více ví a v mém případě také na mé letité praxi a zkušenostech z různých oborů a oblastí výroby, obchodu, služeb i podnikání.

Je prokázáno, že pohled zvenčí dokáže odhalit mnohé, co zůstává vnitřnímu pohledu skryto a že ve svém důsledku doporučená nabídka portfolia návrhů, nápadů, řešení, změn a úprav má po jejich následné aplikaci v praxi jistou garanci úspěšnosti.

Můj pohled zvenčí přímo realizuje navrhovaná řešení.

Výhodou a předností mé verze „Pohledu zvenčí“ oproti ostatním poradenským subjektům v oblasti management consultingu je jedinečná možnost současného využití mé specializace, kterou je především nejen navrhování, ale i realizace konkrétních doporučených technických úprav a inovativních zlepšení, obohacených třeba případně i o nové patenty, užitné a průmyslové vzory apod., což efekt užití aplikace této metody v praxi násobí.

Uplatnění „mého pohledu zvenčí" spočívá podle potřeby v diskrétní konzultaci a ve studiu materiálů, ve sledování v terénu i v provozu, v měření, v marketingové rešerši, v kalkulaci, dále pak v analýze stavu a v odhalení příčin problémů a následně ve volbě návrhu změn, úprav a inovací (např. rozšíření nebo změna sortimentu, restrukturalizace, specializace, komunikace, optimalizace webové prezentace SEO, vhodná reklama a propagace, změna způsobu a podmínek prodeje, dílčí technické a konstrukční úpravy produktů, zdokonalení, zjednodušení procesů, úpravy výkonů, parametrů, kvality, designu, materiálů, obalů, nové patenty, užitné vzory i průmyslové vzory, licence apod.), které by v kombinaci s návrhem vhodné další strategie měly pomoci přispět k rychlému odstranění příčin problémů, zlepšení stavu, popř. odvrácení rizika nebezpečí nebo dalších ztrát.

Tato metoda z různých objektivních a námi neovlivnitelných příčin sice nemůže zaručit vždy úspěch na 100 %, ale zato může díky nezávislému posouzení a analýze pomoci objektivně, bez falešného sentimentu, ješitnosti a sebeklamu diskrétně odhalit a pojmenovat příčiny vzniku problémů, může pomoci najít východiska a navrhnout a realizovat vhodné změny, řešení, nápady a úpravy, nalézt vhodnou strategii a pomoci navrhnout následný krátkodobý, střednědobý i dlouhodobý plán.

Z těchto důvodů je má verze „pohledu zvenčí“ smysluplná a její aplikace a využití v praxi může být maximálně prospěšné a užitečné. V případě jakýchkoliv problémů je každá dobrá rada nad zlato a u podnikání i jakékoliv jiné vážné činnosti to platí dvojnásob. A platí to nejen v případě problémů a záchrany, ale i před zahájením jakékoliv komerční činnosti a projektů (oponentura – oponentní řízení). Přitom cena takovéto služby v případě nalezení úspěšného řešení může činit pouhý nepatrný zlomek oproti hodnotám a ziskům, který tento „pohled zvenčí“ může přinést. A to jistě stojí za úvahu.

Aplikace mého pohledu zvenčí má standardně sedm základních fází:

- konzultace se zadavatelem o jeho požadavcích a cílech, seznámení se současným stavem a s podmínkami spolupráce, předání základních informací a podkladů,
- sběr dat a získávání potřebných informací v terénu, zjišťování reálného stavu a situace, odhalování rezerv a možných zdrojů a příčin potíží, pozorování, měření, zkoušky atp.,
- analýza, kalkulace, vyhodnocení a zpracování získaných poznatků, údajů a informací,
- hledání a výběr možností a variant vhodných způsobů řešení, vlastní kreativní činnost, rešerše, zkoušky, testy, konzultace s experty atp.,
- zpracování výsledků do Návrhu doporučení vhodných řešení a úprav, obsahující jejich odůvodnění a jejich předpokládaný ekonomický i jiný dopad (ukončení zákl. aplikace),
- praktická realizace vybraných, konkrétních, navržených a doporučených inovativních technických úprav, řešení a zlepšení, jejich vývoj a zavedení do praxe,
- případné návrhy, vývoj a realizace nebo spolupráce na vývoji a realizaci nových patentů, užitných a průmyslových vzorů apod. (dlouhodobější spolupráce).

Náplň fází i jejich počet se může měnit podle potřeb zadavatele, podle jeho specifických a konkrétních požadavků. Autor a realizátor je jediným a privátním subjektem, čímž je maximální diskrétnost zaručena.

Cena aplikace je vždy individuální

a její výše závisí na konkrétním požadavku zadavatele. Vychází z potřeby, rozsahu a konkrétních požadavků a podmínek, hloubky pohledu, specifických požadavků, náročnosti řešení apod., což se odráží v časové náročnosti aplikace.

Cena zahrnuje zejména:

- čas na konzultace, studium podkladových materiálů a kalkulace, dopravu apod.,
- čas na činnosti v terénu (zjišťování potřebných informací, sledování reálného stavu, konzultace a získávání informací, pozorování, odhalování, zkoušení, měření, testy, zkoušky, kalkulace apod.),
- časovou náročnost kreativní a technické činnosti (analýza, vyhodnocení a zpracování získaných poznatků, údajů a informací, hledání a výběr možností a variant vhodných způsobů řešení atp.),
- čas na vypracování zprávy (Návrhu portfolia doporučených úprav a řešení s odůvodněním) a nezbytné další konzultace,
- čas na praktickou realizaci návrhů, tzn. vývoj, realizaci a zavedení konkrétních navržených řešení, úprav a zlepšení do praxe,
- náklady na materiál, poplatky, služby a jiné potřeby nutné k výkonu činností na praktické realizaci návrhů,
- případně i čas na návrhy, vývoj a realizaci nebo spolupráci na vývoji a realizaci patentů apod.,
- režijní výlohy poskytovatele (doprava, popř. ubytování, diety, nezbytné výlohy a poplatky),

přičemž k určení hodinové sazby se použije průměrná aktuální hodinová sazba účtovaná poradenskými firmami v oblasti management consulting za jednu osobu v daném nebo příbuzném oboru, nebo se sazba určí dohodou.

Případná participace na patentech, užitných a průmyslových vzorech apod. se řeší podle znění platných zákonů o ochraně autorských a průmyslových práv.

Kdo chce ušetřit, může to dát některému ze svých zaměstnanců za úkol.

Ten ale bude muset mít zájem a chuť začít studovat internetové zdroje, absolvovat řadu různých školení, seminářů, kurzů, stáží, číst desítky odborných knih, sledovat odborný tisk, trh, media, marketing, reklamu, legislativu a její změny, zajímat se o technický a technologický vývoj, nechat se zaměstnat a pracovat třeba rok ve firmě nebo více firmách s podobným zaměřením na různých pozicích a úrovních a získávat tam poznatky a praktické zkušenosti, taky bude muset začít podnikat a prožít úspěchy i krachy, aby nabyl zkušenosti a nakonec z toho všeho bude muset připravit portfolio doporučených metod a řešení, případně i konkrétních technických řešení, úprav, zlepšení a možná i patentů, které se mohou ihned použít a realizovat. A jeho práci bude za něj po tu dobu muset vykonávat další pracovník.

Stejně ale dodá jen povrchní teorii: Nikdo totiž žádného pracovníka hned jen tak nepustí do konkurenčních firem, aby tam zjišťoval, jak to dělají, co je tajemstvím jejich úspěchu, které z jejich nápadů skutečně dělají lepší a levnější produkty a tím i nové zákazníky a které jsou jen pouhým plýtváním energií a peněz. Takto nikdy nezjistí, jaké jsou jejich tajemství, plány, zkušenosti, technologie, metody atp. Tomuto zaměstnanci jako konkurenci neprozradí nikdo nic. A nikdo mu ani důvěrně neprozradí, v čem se oni sami spletli, na čem prodělali majlant a na co draze doplatili, kde číhá zrádné nebezpečí a na co je si dávat velký pozor. Nemůže to ani zjišťovat, jako průmyslová špionáž je to totiž i trestné. A i kdyby se přece jen něco dozvěděl, stejně by nikdy neřekl jako loajální zaměstnanec svému nadřízenému úplnou pravdu - zdržel by se záporné kritiky, tedy toho nejpodstatnějšího, o čem šlo, ale co by bylo vůbec nejdůležitější – chyběl by mu hlavně právě ten „pohled zvenčí“!

Portfolio zkušeností a možných řešení, které můžete díky mému pohledu zvenčí získat, je toho pravým opakem. Není totiž jen snůškou laicky odkoukaných nebo vyčtených teorií, ale prakticky zaměřenými postupy, metodami a strategiemi, které již někomu přinesly výsledky. Vše navíc obohaceno o další možnosti, například o možnost nových a konkrétních technických a inovativních zlepšení a jiných úprav, nebo třeba i o nové patenty. A to přece stojí za to.

Otakar Jalůvka,

autor, inovátor a esoterik,
specialista na psaní textů,
rychlé řešení inovací
a zvýšení zisků pro všechny firmy

+420 608 665 185

otakar@jaluvka.com

<http://www.jaluvka.com>