

Oblasti poradenství a jejich náplň

Příloha č. 1 Smlouvy č. 2022-1512 - P1

A. Management sociálního podniku

a) Poradenství v oblasti tvorby obchodní strategie

Poradce zanalyzuje stávající situaci podniku, případně navrhne proces řízení interních a externích vztahů Klienta, které je vhodné znát a průběžně monitorovat. Ve spolupráci s Klientem pomůže identifikovat konkurenci, nalézt klíčovou konkurenční výhodu produktu či služby Klienta a navrhnout procesy a nástroje, za jejichž pomoci bude Klient schopen flexibilně reagovat na vývoj trhu.

Poradce analyzuje stávající zákaznický servis a v případě potřeby navrhne opatření a nástroje vedoucí k předvídání potřeb zákazníka a poskytování konzistentních služeb. Pokud Poradce během analýzy odhalí bariéry, které zákazníkům znemožňují efektivní využívání produktu nebo služby Klienta, navrhne opatření k odstranění těchto bariér. Pokud Klient využívá CRM nástroj, navrhne Poradce jeho vhodnou optimalizaci, případně pomůže při výběru a implementaci vhodného CRM nástroje.

b) Poradenství v oblasti rozvoje manažerských dovedností, koučing

Poradce může Klientovi prezentovat různé modely myšlení, rozhodovací a motivační strategie, naučit jej porozumění vlastním zdrojům, jejich efektivnímu využívání, řízení vlastní práce i práce týmu, předávání zpětné vazby apod. Může poskytovat koučing.

c) Právní poradenství

Poradce může Klientovi poskytnout potřebné právní poradenství v oblasti řízení společnosti, jejího financování aj. Právní poradenství se může týkat např. uspořádání obchodních vztahů s dodavateli a odběrateli, návrhu vzorových pracovních smluv a smluv z obchodního styku a dalších dokumentů, návrhu interních směrnic sociálního podniku, právního posouzení návrhů smluv obchodních partnerů atd.

B. Organizace a výroba sociálního podniku

a) Poradenství v oblasti procesní analýzy

Poradce ve spolupráci s Klientem zmapuje interní procesy Klienta, které může podle potřeby převést do podoby přehledných diagramů. Pomůže navrhnout opatření vedoucí k minimalizaci prostojů a ztrát, čímž zajistí větší efektivitu procesů, případně nastaví procesy nové. Optimalizace vstupů a výstupů a optimalizace workflow.

b) Poradenství v oblasti HR a nabírání vhodných členů týmu

Poradce posoudí efektivitu systému výběru a hodnocení zaměstnanců. Může také doporučit úpravu návrhu pracovní nabídky na základě aktuální tržní situace či pomoci Klientovi při selekci klíčových dovedností, kterými má potenciální kandidát disponovat tak, aby co nejlépe doplnil stávající tým.

c) Implementace charakteristik sociálního podniku do praxe, nastavení integračních procesů v podniku

Poradce zhodnotí implementaci charakteristik sociálního podniku, vhodnost a efektivitu nastavení integračně personálních procesů týkajících se znevýhodněných zaměstnanců a navrhne kroky ke zlepšení těchto procesů.

Poradenství může směřovat do oblasti optimalizace stávajícího podnikatelského záměru, evidenčních povinností podniku a jeho zaměstnanců s ohledem na specifika sociálního statutu či ke specifickým zaměřením činnosti sociálního podniku.

C. Marketing a public relations sociálního podniku

a) Poradenství při výběru komunikačních kanálů a nástrojů, PR a média

Poradce analyzuje všechny komunikační kanály Klienta z pohledu jeho klíčových zákazníků a vypracuje doporučení pro jejich další, popř. efektivnější využívání.

Poradce zanalyzuje tonalitu komunikace podniku a v případě potřeby navrhne potřebnou optimalizaci. Vyhledá prostor pro zviditelnění Klienta v médiích a poskytne Klientovi školení v oblasti práce s novináři. Poradce dále může navrhnout optimalizaci v oblasti sebeprezentace společnosti, její vize a střednědobých cílů tak, aby tyto informace byly srozumitelné pro klíčové zákazníky Klienta.

b) Poradenství v oblasti klíčových zákazníků Klienta

Poradce analyzuje cílovou skupinu zákazníků, ke které je produkt/služba Klienta směřována, a posoudí vhodnost jejího výběru. V případě, že je marketingová komunikace Klienta roztržštěná mezi několik cílových skupin, navrhne vhodnou optimalizaci (např. využívání konkrétních kanálů v závislosti na konkrétní cílové skupině).

c) Poradenství v oblasti tvorby a realizace reklamních kampaní

Poradce doporučí vhodné marketingové nástroje a podle požadavků Klienta navrhne kritéria pro výběr vhodných dodavatelů s ohledem na zákaznický segment a postavení Klienta na trhu. Poradce může Klientovi poskytovat poradenství v oblasti tvorby zadání (briefu) pro realizátory kampaní (reklamní agentury).

d) Poradenství v oblasti digitálního marketingu

Poradce zanalyzuje webové stránky Klienta (za pomoci nástrojů Google Analytics, Zoomsphere apod.) z hlediska umístění ve vyhledávacích a navrhne vhodnou optimalizaci (SEO), např. s cílem zvýšení návštěvnosti webu, zvýšení konverze. Poradce navrhne výběr vhodných sociálních médií dle oblasti podnikání Klienta a jeho klíčových zákazníků, doporučí vhodné nastavování online kampaní včetně jejich vyhodnocení.

e) Poradenství v oblasti grafické podoby reklamních materiálů vč. loga společnosti

Poradce posoudí logo společnosti, grafický manuál a v případě potřeby navrhne úpravu a změny celkové prezentace podniku Klienta. Součástí Poradenství může být i vytvoření grafického manuálu společnosti.

D. Finanční řízení podniku

a) Poradenství v oblasti finančního plánování

Na základě dat a informací od Klienta Poradce navrhne či upraví finanční plán sociálního podniku. Poradenství zahrnuje návrh a konzultaci řízení provozních a investičních finančních rizik včetně řešení pro cash-flow.

b) Poradenství v oblasti účetnictví, daní a daňové optimalizace

Poradce na základě dostupných dat a informací od Klienta vhodně optimalizuje firemní procesy za účelem rozložení daňové zátěže, efektivního strukturování mezd zaměstnanců a jejich odměn, optimalizaci nákladů, využití zdrojů apod. Může Klientovi také poskytnout sadu nástrojů, které slouží jako podklad pro řízení a rozhodování.