

Kreativita a inovace v KKP

David Lobpreis

Globalizace

- reakce na přesycenost domácího trhu
- využívání levnějších zdrojů (outsourcing)
- alokace kapitálu
- monitorování a využívání komparativních výhod
- rozvoj spotřeby
- technologie mění komunikaci (a obchodní a podnikatelské modely)

„Rozhodující jsou zákaznické hodnoty“

- **Peter F. Drucker** definuje nové **principy managementu**:
- důležité je vedení (ne řízení)
- významná je správná organizace práce k dosažení cílů
- management je funkční, pokud zahrnuje celý ekonomický řetězec ve firmě (**vstupy, výstupy**)

Aplikace na neziskovky = **služby**

KKP a služby

- Heterogenita (2 zákazníci 2 služby)
- Zničitelnost služby
- Propojení „výroby“ a „spotřeby“
- Zákazník musí respektovat pravidla dodavatele
- Nižší možnost autorské ochrany
= větší konkurence

Dopady na management

- Omezit složitost poskytovaných služeb
- Zdůraznění hmotných potřeb služby
- Zaměření na viditelné oblasti kvality
- Zpětnou vazbu služby

Dopady na marketing

- důraz na inovaci nabídky (konkurenční prostředí tlačí k nabídce inovovaných služeb)
- strategie založené na získání konkurenční výhody
 - (nízká cena, luxus, jedinečnost, inovace...)
- nové formy komunikace a distribuce
 - (internetové obchody, sociální sítě, ...)

(co divadla? co festival?)

Marketing služeb

- Základ pro hodnocení kvality : cenu / výkon

Ale:

- Obtížně se hodnotí konkurenční
- Větší rizika při nákupu **nehmotné** služby
- Větší důraz na osobní zdroje informací

Relační marketing

- CRM (Customer Relationship Management)
- CVM (Customer Value Management)
- Big data, strojové učení, A.I.
- digitální asistenti (prodeje)
- Digitální právník? Účetní?
- **Digitální manager?**

Human Resource Machine

