



# NOWOCZESNY PRZEDSIĘBIORCA

JACEK KRZYSZTOŃ

**101** NARZĘDZI I WSKAZÓWEK BIZNESOWYCH  
DZIĘKI KTÓRYM WYPRZEDZISZ KONKURENCJĘ

*Drodzy Klienci, Partnerzy Biznesowi,  
Pracodawcy, Znajomi i Przyjaciele,*

*Serdecznie dziękuję Wam za lata  
niezlomnej wiary i wsparcia. Bez Waszego  
udziału, nie mógłbym osiągnąć tego,  
co dziś prezentuję na stronach tej książki.*

*Moja przygoda z biznesem jest ciągłym  
procesem nauki. Jestem wdzięczny za  
inspirujące osoby, które miałem okazję  
spotkać na swojej drodze.*

*To właśnie dzięki Wam miałem możliwość  
propagować wiedzę z zakresu ekonomii  
i stosować ją w codziennych działaniach.*

*Mam nadzieję, że "Nowoczesny przedsię-  
biorca" posłuży Wam jako źródło inspiracji  
do dalszych działań i sukcesów.*

*Jestem zaszczycony Waszym zaufaniem  
i współpracą. Dziękuję, że mogę być  
częścią tej niesamowitej podróży.*

*Z szacunkiem i poważaniem,*

*Janek Kryston*

*Ekonomista i Przedsiębiorca*

Autor i redakcja:  
*Jacek Krzysztoń*

Konsultant prawny:  
*Michał Olszyński*

Konsultant finansowy:  
*Patrycja Noga*

Korekta:  
*Katarzyna Ostrysz*  
*Grzegorz Bukartyk*

Konsultant graficzny:  
*Maciej Zych*

Druk i dystrybucja:  
  
*www.empik.com*

*Copyright © 2023 by Jacek Krzysztoń*

*Żadna część niniejszej publikacji  
nie może być powielana ani  
rozpowszechniana w jakikolwiek sposób  
(w tym elektroniczny lub mechaniczny)  
bez pisemnej zgody autora.*

**ISBN: 9788396765611**

**Wydanie I · 2023 r.**

**JACEK KRZYSZTOŃ**

# **NOWOCZESNY PRZEDSIĘBIORCA**



**KROK PO KROKU**



# SPIS TREŚCI

- |           |   |            |   |
|-----------|---|------------|---|
| <b>5</b>  | <b>DRODZY<br/>CZYTELNICY</b>                          | <b>83</b>  | <b>NEGATYWNE SKUTKI<br/>WPROWADZANIA ZMIAN</b>                |
| <b>7</b>  | <b>KTO TO JEST<br/>NOWOCZESNY<br/>PRZEDSIĘBIORCA?</b> | <b>87</b>  | <b>FIRMY, KTÓRE<br/>WPROWADZIŁY ZMIANY</b>                    |
| <b>11</b> | <b>NOWOCZESNOŚĆ<br/>W PRZEDSIĘBIORSTWIE</b>           | <b>91</b>  | <b>FIRMY, KTÓRE NIE<br/>WPROWADZIŁY ZMIAN</b>                 |
| <b>29</b> | <b>KORZYŚCI STOSOWANIA<br/>NOWYCH TECHNOLOGII</b>     | <b>95</b>  | <b>NOWOCZESNE<br/>ZARZĄDZANIE<br/>FINANSAMI</b>               |
| <b>33</b> | <b>INNOWACJE W<br/>PRZEDSIĘBIORSTWIE</b>              | <b>101</b> | <b>DLACZEGO WARTO<br/>BYĆ NOWOCZESNYM<br/>PRZEDSIĘBIORCĄ?</b> |
| <b>47</b> | <b>NOWOCZESNE STRATEGIE<br/>MARKETINGOWE</b>          | <b>103</b> | <b>ZACZNIJ DZIAŁAĆ<br/>JUŻ DZIŚ!</b>                          |
| <b>77</b> | <b>POZYTYWNE SKUTKI<br/>WPROWADZANIA ZMIAN</b>        |            |   |







# Drodzy Czytelnicy,

Z wielką radością przekazuję w Wasze ręce moją nową książkę "Nowoczesny Przedsiębiorca".

Ta publikacja jest efektem nie tylko mojej długiej drogi zawodowej, podczas której miałem okazję poznać wiele różnych branż i dziedzin biznesowych.

Jest również efektem dogłębnej analizy całego zagadnienia i to pod różnym kątem i na wielu płaszczyznach. Swoją przygodę z biznesem zaczynałem jak nie było jeszcze internetu i telefonów komórkowych. Tak, nie było! Więc możecie sobie tylko wyobrazić jak poznawanie nowych technologii było dla mnie fascynujące, a czasem i przerażające.





Tematem przewodnim książki są nowoczesne rozwiązania w przedsiębiorstwie, które zawsze były, są i będą kluczowe dla osiągnięcia sukcesu na rynku. W książce omawiam wiele innowacji, które można zastosować w biznesie, aby zwiększyć efektywność działania, poprawić jakość usług i produktu, a także zdobyć przewagę konkurencyjną.

Przedstawiam także przykłady znanych firm, które dzięki zastosowaniu nowoczesnych technologii osiągnęły sukces na skalę światową. Wymieniam też te, które tej nowoczesności unikały i stawiały jedynie na siłę swojej marki oraz wieczną lojalność klientów.

Nie unikam również kwestii zagrożeń, jakie niosą ze sobą niekompetentne wprowadzanie innowacji.

Mam nadzieję, że moja książka dostarczy wielu wartościowych wskazówek i inspiracji do wprowadzenia zmian w Waszym biznesie.

Dziękuję Wam za zainteresowanie się tą publikacją i życzę powodzenia na drodze do sukcesu.

**Z poważaniem**

*Jacek Krzysztoń*

Ekonomista i Przedsiębiorca





## Kim jest Nowoczesny Przedsiębiorca?

**N**owoczesny Przedsiębiorca to każdy przedsiębiorca, który chcąc osiągnąć sukces na rynku wykorzystuje w swojej działalności najnowsze technologie i narzędzia.

Nowoczesny Przedsiębiorca jest innowacyjny, elastyczny i otwarty na zmiany, a jego działania opierają się na ciągłej analizie danych i śledzeniu trendów rynkowych.

Nowoczesny Przedsiębiorca stosuje nowoczesne metody zarządzania korzystając z technik takich jak „Lean management”, „Agile management” czy



„Design thinking”, które pozwalają na szybkie i skuteczne dostosowanie się do zmiennych warunków rynkowych.

Dla zoptymalizowania i poprawienia efektywności operacyjnej swojej działalności Nowoczesny Przedsiębiorca wykorzystuje takie technologie jak „Sztuczna inteligencja”, „Big data” czy „Blockchain”.

Jest ekspertem w rozwijaniu i stosowaniu miękkich umiejętności, takich jak praca w zespole, komunikacja i przywództwo oraz zarządzanie czasem.

Poza aspektem biznesowym Nowoczesny Przedsiębiorca jest świadomy swojej roli w społeczeństwie i działa w sposób zrównoważony, dbając o środowisko i



angażując się w działania społeczne, a często i również charytatywne.

Pomimo posiadanych umiejętności nieustannie się szkoli i rozwija swoje kompetencje cyfrowe, które umożliwiają mu jeszcze lepsze wykorzystanie nowoczesnych narzędzi i rozwiązań technologicznych.

Takie podejście i przyjęty sposób działania pozwala Nowoczesnemu Przedsiębiorcy na wyprzedzanie swojej konkurencji zawsze o jeden krok do przodu.

W obecnej erze cyfryzacji i szybko rozwijających się technologii można śmiało uznać, że bycie Nowoczesnym Przedsiębiorcą stało się nie tylko niezbędne dla osiągnięcia sukcesu, ale i nawet konieczne dla przetrwania niemal każdego przedsiębiorcy na rynku.







## Nowoczesność w przedsiębiorstwie



**S**tosowanie nowych technologii w przedsiębiorstwie pozwala m.in. na zwiększenie w nim efektywności i konkurencyjności, redukcję kosztów, usprawnienie procesów biznesowych oraz rozwój nowych produktów i usług.

Ponadto, korzystanie z nowych technologii może pomóc w pozyskiwaniu i analizowaniu danych, co z kolei pozwala na lepsze zrozumienie klientów i dostosowanie się do ich wciąż narastających potrzeb.

W nowoczesnych przedsiębiorstwach stosuje się wiele różnych technologii, które pomagają im osiągać lepsze wyniki i silniejszą konkurencyjność na rynku.

## 1. Cloud computing

Cloud computing (obliczenia w chmurze) to model dostarczania usług informatycznych za pomocą internetu, w którym zasoby takie jak serwery, bazy danych, aplikacje, narzędzia do analityki i przechowywania danych są udostępniane pracownikom na ich żądanie.

- **Elastyczne skalowanie zasobów;** w chmurze można łatwo dostosować ilość zasobów do aktualnych potrzeb przedsiębiorstwa, dzięki czemu można dowolnie zwiększać lub zmniejszać moc obliczeniową, pamięć i przestrzeń dyskową w zależności od aktualnych potrzeb,



- **Szybkie wdrażanie aplikacji;** przedsiębiorstwa mogą szybciej wdrażać aplikacje i usługi, ponieważ nie muszą zajmować się instalacją, konfiguracją i utrzymaniem infrastruktury. Wszystkie zasoby i narzędzia są już dostępne w chmurze, dzięki czemu można je szybko i łatwo wdrożyć,
- **Zwiększenie efektywności kosztowej;** przedsiębiorstwa nie muszą inwestować we własną infrastrukturę, co pozwala zaoszczędzić na kosztach związanych z zakupem sprzętu, utrzymaniem serwerów i ich administracją. W chmurze przedsiębiorstwa płacą tylko i wyłącznie za wykorzystane zasoby i usługi, co pozwala lepiej kontrolować koszty,
- **Współpraca i zdalna praca;** chmura umożliwia dostęp do danych i aplikacji z dowolnego miejsca i urządzenia na świecie, co ułatwia współpracę między pracownikami i umożliwia pracę zdalną,





- **Bezpieczeństwo danych;** dostawcy usług chmurowych stosują zazwyczaj wysokie standardy bezpieczeństwa i ochrony danych, co może być trudne i kosztowne do osiągnięcia przy własnej infrastrukturze. Zasoby w chmurze są dobrze zabezpieczone przed nieuprawnionym dostępem, atakiem czy awarią,
- **Skalowalność;** w chmurze przedsiębiorstwa mogą łatwo dostosować ilość zasobów do zmieniających się potrzeb, co pozwala na szybsze reagowanie na potrzeby klientów i zwiększenie elastyczności działania firmy.



Ważnym aspektem stosowania chmury jest właśnie jej elastyczność i możliwość dopasowania do różnych potrzeb i wymagań przedsiębiorstw.

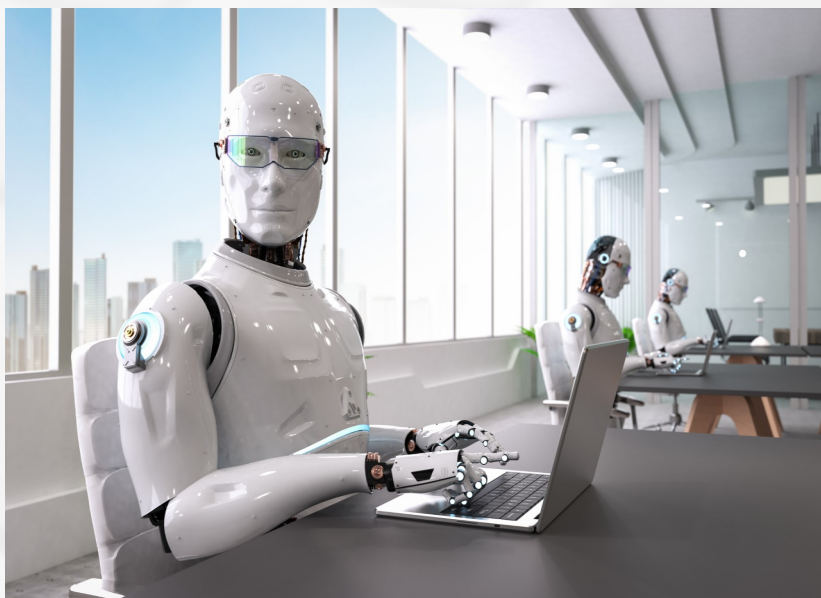
Usługi chmurowe różnią się od siebie poziomem kontroli, co pozwala przedsiębiorstwom na wybranie odpowiednich modeli dostosowanych do swoich potrzeb.

Podstawowe usługi w tym zakresie noszą nazwę; Software as a Service (SaaS), Platform as a Service (PaaS) i Infrastructure as a Service (IaaS).

SaaS to gotowe aplikacje, PaaS to platforma programistyczna, a IaaS to wynajem infrastruktury chmurowej. Powyższe usługi umożliwiają użytkownikom większą elastyczność w zakresie tworzenia i zarządzania aplikacjami i infrastrukturą.

## 2. Sztuczna inteligencja

AI to technologia, która pozwala maszynom na uczenie się i podejmowanie decyzji na podstawie otrzymanych informacji, gdzie zwykle wymaga to ludzkiego



myślenia i ludzkiej inteligencji. Przedsiębiorstwa wykorzystują AI na wiele sposobów, które przynoszą im najwięcej korzyści, w tym:

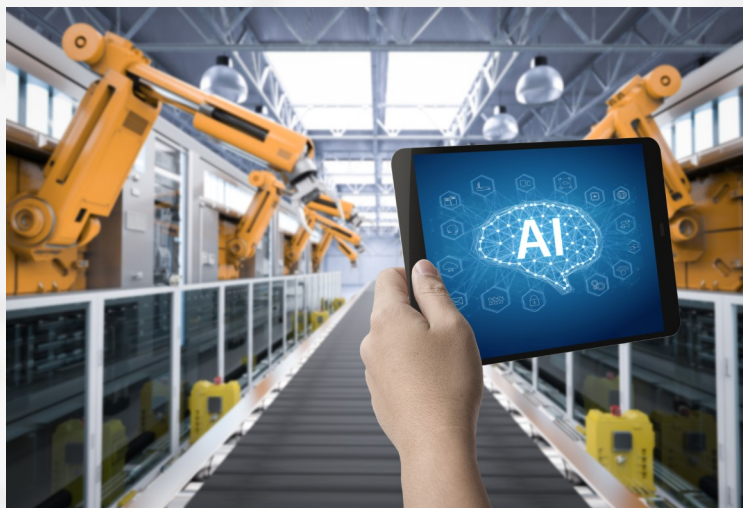
- **Automatyzacja procesów;** AI może być wykorzystana do automatyzacji wielu powtarzalnych i czasochłonnych procesów biznesowych, takich jak przetwarzanie dokumentów, analiza danych czy zarządzanie magazynem,



- **Udoskonalenie procesów produkcyjnych;** AI może być wykorzystana do optymalizacji procesów produkcyjnych, co pozwala na zwiększenie wydajności i zmniejszenie kosztów,
- **Personalizacja interakcji z klientami;** dzięki AI można tworzyć systemy, które zapewniają spersonalizowane doświadczenia użytkownikom, na przykład w formie rekomendacji produktów czy usług,
- **Ulepszanie jakości obsługi klienta;** AI może być wykorzystana do automatyzacji procesów

obsługi klienta, na przykład poprzez chatboty, które są w stanie rozwiązywać proste problemy i odpowiadać na pytania klientów w czasie rzeczywistym,

- **Zwiększenie efektywności marketingowej;** AI może być wykorzystana do analizy danych i identyfikacji trendów, co pozwala na lepsze zrozumienie preferencji klientów i dostosowanie strategii marketingowych,
- **Redukcja kosztów;** AI może przyczynić się do zmniejszenia kosztów poprzez zwiększenie wydajności i automatyzację procesów,
- **Poprawa jakości decyzji;** dzięki analizie danych i generowaniu predykcji czyli przewidywa-



niu działań w przyszłości, AI może pomóc przedsiębiorstwom w podejmowaniu bardziej racjonalnych i przemyślanych decyzji biznesowych z dużym wyprzedzeniem,

Korzyści związane ze stosowaniem AI w przedsiębiorstwie zależą od konkretnych potrzeb i wymagań firmy. Ogólnie rzecz biorąc, wykorzystanie AI może przyczynić się do zwiększenia wydajności i konkurencyjności przedsiębiorstwa.

### **3. Internet rzeczy (IoT)**

IoT to jest technologia, w której zbiór połączonych urządzeń komunikuje się sama ze sobą oraz z siecią internetową, umożliwiając gromadzenie i przetwarzanie dużej ilości danych.

Wprowadzenie IoT do działalności przedsiębiorstwa może przynieść wiele korzyści, w tym monitorowanie



swoich procesów produkcyjnych, śledzenia dostaw, zarządzania flotą pojazdów i wielu innych celów np.:

- **Optymalizacja procesów;** IoT umożliwia automatyzację i optymalizację procesów w przedsiębiorstwie poprzez monitorowanie i kontrolowanie urządzeń i maszyn w czasie rzeczywistym. Dzięki temu możliwe jest zmniejszenie czasu przestoju, redukcja kosztów oraz zwiększenie wydajności,
- **Poprawa jakości produktów;** IoT pozwala na zbieranie danych z urządzeń i maszyn, które umożliwiają analizę procesów i wykrywanie nieprawidłowości w produkcji. Dzięki temu można szybciej reagować na problemy i zapewnić wyższą jakość produktów,
- **Lepsza kontrola nad stanem urządzeń;** IoT umożliwia zdalną kontrolę urządzeń, dzięki czemu można wcześniej wykrywać usterki i planować naprawy przed awariami,



- **Personalizacja;** IoT umożliwia zbieranie danych o klientach i ich zachowaniach, dzięki czemu możliwe jest dostosowanie oferty do ich indywidualnych potrzeb,
- **Oszczędność czasu i pieniędzy;** IoT umożliwia automatyzację wielu procesów, co pozwala zaoszczędzić czas i pieniądze,
- **Zwiększenie bezpieczeństwa;** IoT umożliwia monitorowanie i kontrolowanie urządzeń oraz maszyn, dzięki czemu można zminimalizować ryzyko wypadków i zapewnić większe bezpieczeństwo pracowników.

Wprowadzenie IoT do przedsiębiorstwa wymaga jed-



nak odpowiedniego przygotowania, w tym zapewnienia odpowiedniej infrastruktury sieciowej oraz zabezpieczeń.

#### 4. Blockchain



Technologia, która umożliwia bezpieczną i niezmienną wymianę danych. Przedsiębiorstwa wykorzystują blockchain do zabezpieczenia swoich transakcji, przechowywania danych medycznych i finansowych oraz wielu innych celów.

Blockchain to technologia rozproszonej bazy danych, która umożliwia przechowywanie i przesyłanie informacji w sposób nadzwyczaj bezpieczny i jednostajny. W nowoczesnym przedsiębiorstwie blockchain może mieć wiele zastosowań, m.in. w dziedzinie finansowej, logistyce, zarządzaniu łańcuchem dostaw, ochronie własności intelektualnej oraz zarządzaniu danymi klientów.

Korzyści stosowania blockchain w przedsiębiorstwie obejmują:



- **Bezpieczeństwo danych;** blockchain zapewnia bezpieczeństwo danych poprzez zastosowanie kryptografii i rozproszonej bazy danych. Wszystkie transakcje są weryfikowane i uwierzytelniane przez sieć, dzięki czemu niemożliwe jest wprowadzenie fałszywych informacji,
- **Skrócenie czasu przetwarzania;** blockchain pozwala na przetwarzanie transakcji w czasie rzeczywistym, bez potrzeby oczekiwania na autoryzację przez centralną instytucję,



- **Optymalizacja procesów biznesowych;** dzięki blockchain przedsiębiorstwa mogą usprawnić procesy biznesowe, np. w zakresie zarządzania łańcuchem dostaw, poprzez monitorowanie i śledzenie przepływu produktów oraz szybką identyfikację problemów,

- **Ochrona własności intelektualnej;**

blockchain umożliwia rejestrowanie własności intelektualnej, takiej jak patenty czy prawa autorskie, co pozwala na skuteczniejszą ochronę przed kradzieżą lub naruszeniem,



- **Poprawa zaufania klientów;** zastosowanie blockchain może przyczynić się do poprawy zaufania klientów do przedsiębiorstwa poprzez zapewnienie bezpieczeństwa danych oraz transparentność procesów biznesowych,
- **Obniżenie kosztów;** blockchain pozwala na zmniejszenie kosztów związanych z przetwarzaniem transakcji, poprawiając jednocześnie ich bezpieczeństwo i jakość.

## 5. Big data

Technologia, która umożliwia analizę ogromnych ilości danych, która nie jest możliwa do osiągnięcia metodami tradycyjnymi. Przedsiębiorstwa wykorzystują big data do analizowania preferencji klientów, przewidy-

wania trendów rynkowych, optymalizowania procesów biznesowych i wielu innych celów.



W nowoczesnym przedsiębiorstwie, wykorzystanie technologii big data może przynieść wiele korzyści, takich jak:

- **Lepsze podejmowanie decyzji;** analiza dużych zbiorów danych umożliwia dokładne i szybkie podejmowanie decyzji na podstawie faktów i danych, co pozwala na wykrycie trendów i wskazanie najlepszych praktyk biznesowych,
- **Personalizacja doświadczeń klientów;** dzięki Big data przedsiębiorstwa mogą zebrać i analizować dane na temat swoich klientów, co pozwala na dostarczanie bardziej spersonalizowanych i dostosowanych do potrzeb ofert i usług.

- **Optymalizacja procesów biznesowych;** przetwarzanie i analiza dużych zbiorów danych może pomóc w identyfikowaniu obszarów, w których procesy biznesowe mogą być zoptymalizowane, co przyczynia się do zwiększenia wydajności i znacznej redukcji kosztów,



- **Zapobieganie oszustwom i cyberatakam;** Big data pozwala na identyfikację nieprawidłowych wzorców i działań, które mogą wskazywać na oszustwa lub cyberataki, co z kolei umożliwia szybką reakcję przedsiębiorstwa.
- **Tworzenie nowych produktów i usług;** przetwarzanie i analiza dużych zbiorów danych może pomóc w identyfikowaniu nowych trendów i potrzeb rynkowych, co w szczególności pozwala na opracowywanie nowych produktów i usług zgodnych z oczekiwaniami nawet najbardziej wymagających klientów,

- **Konkurencyjność:** Big data pozwala na analizę konkurencji i trendów rynkowych, co umożliwia przedsiębiorstwu dostosowanie swoich strategii i podejść do zmieniających się warunków rywalizacji rynkowej.

Wszystkie te korzyści przyczyniają się do zwiększenia efektywności i wydajności biznesowej, zapewniającej osiągnięcie sukcesu przedsiębiorstwa na rynku.

## 6. Automatyzacja

Technologia, która umożliwia zastąpienie ludzkiej pracy przez maszyny. Przedsiębiorstwa wykorzystują au-



tomatyzację do optymalizowania wszelkich procesów, zwiększania wydajności i zmniejszania kosztów.

Automatyzacja w przedsiębiorstwie odnosi się do wykorzystania technologii i narzędzi, które pozwalają na zautomatyzowanie powtarzalnych czynności. Mogą one obejmować automatyzację zadań ręcznych, takich jak przetwarzanie danych i zarządzanie magazynem, ale i również marketing, obsługa klienta i wiele innych. Korzyści z automatyzacji w przedsiębiorstwie są liczne, a wśród nich można wymienić:



- **Oszczędność czasu i kosztów;** automatyzacja procesów biznesowych pozwala na zmniejszenie czasu potrzebnego na wykonywanie zadań i redukcję kosztów, co przyczynia się do poprawy efektywności działania firmy,
- **Poprawa jakości pracy;** automatyzacja procesów pozwala na zminimalizowanie błędów popeł-

nianych przez człowieka, zwiększając przy tym jakość pracy i poziom obsługi klienta,

- **Zwiększenie efektywności;** automatyzacja procesów pozwala na zwiększenie efektywności działania firmy poprzez usprawnienie procesów biznesowych i wykorzystanie danych,
- **Skalowalność;** automatyzacja procesów pozwala na łatwe skalowanie działalności firmy, co jest niezwykle ważne w przypadku rozwoju i rozbudowy danego biznesu,
- **Poprawa bezpieczeństwa;** automatyzacja procesów pozwala na zminimalizowanie ryzyka wystąpienia błędów i znacznie ogranicza powstanie zagrożeń dla firmy, co z kolei przekłada się na zwiększenie bezpieczeństwa prowadzonych prac.





## Korzyści stosowania nowych technologii

**K**orzystanie z nowych technologii w przedsiębiorstwie przynosi wiele korzyści, gdyż pozwala na poprawę wydajności, zwiększenie konkurencyjności, obniżenie kosztów oraz usprawnienie procesów biznesowych.

Dzięki nowym technologiom przedsiębiorstwa mogą lepiej zrozumieć potrzeby swoich klientów, a także szybciej i efektywniej reagować na zmieniające się warunki rynkowe. Ostatecznie korzystanie z nowych technologii może przynieść długoterminowe korzyści





w postaci wzrostu zysków i szybszego rozwoju przedsiębiorstwa, a w szczególności:

- **Zwiększenie efektywności i wydajności;** technologie pozwalają na automatyzację wielu procesów biznesowych, co z kolei prowadzi do zwiększenia efektywności i wydajności. Dzięki temu przedsiębiorstwa mogą wykonywać więcej pracy w krótszym czasie i z mniejszą ilością popełnianych błędów,
- **Zwiększenie konkurencyjności;** przedsiębiorstwa, które korzystają z nowoczesnych technologii, są bardziej konkurencyjne na rynku. Dzięki zastosowaniu innowacyjnych rozwiązań mogą oferować lepsze produkty i usługi oraz efektywniej konkurować z innymi graczami na rynku,



- **Poprawa komunikacji i współpracy;** technologie pozwalają na łatwiejszą komunikację i współpracę wewnątrz przedsiębiorstwa, a także z klientami i partnerami biznesowymi. Dzięki temu można szybciej i bardziej efektywnie reagować na zmiany na rynku oraz lepiej zaspokajać potrzeby swoich klientów,



- **Obniżenie kosztów;** zastosowanie technologii pozwala na automatyzację wielu procesów biznesowych oraz na zwiększenie wydajności i efektywności, co prowadzi do obniżenia kosztów prowadzenia całej działalności,
- **Zwiększenie mobilności;** technologie pozwalają na pracę zdalną oraz na korzystanie z danych i aplikacji w czasie rzeczywistym z różnych urządzeń. Dzięki temu przedsiębiorstwa mogą działać bardziej mobilnie i elastycznie, co pozwala na szybsze reagowanie na zmiany rynkowe.

Jednym z przykładów osiągnięcia sukcesu poprzez stosowanie najnowszych technologii w przedsiębiorstwie jest firma Amazon, która wykorzystuje sztuczną inteligencję i uczenie maszynowe do personalizacji rekomendacji produktów dla klientów, usprawnienia procesów logistycznych i magazynowych oraz przyspieszenia realizacji zamówień.



Innym przykładem jest firma Uber, która wykorzystuje platformę mobilną i dane z GPS do zapewnienia szybszej i bardziej wydajnej obsługi klientów oraz optymalizacji kosztów transportu. Obie firmy osiągnęły ogromny sukces, a ich innowacyjne podejście do wykorzystania nowych technologii przyczyniło się do ich szybkiego wzrostu i ekspansji na międzynarodowe rynki.



## Innowacje w przedsiębiorstwie

**S**tosowanie innowacji w przedsiębiorstwie jest kluczowym elementem dla jego rozwoju i zwiększenia konkurencyjności na rynku.

W dzisiejszych czasach, gdzie technologia rozwija się bardzo szybko, przedsiębiorstwa, które nie inwestują w nowe technologie, będą miały trudności z konkurencyjnością na rynku.



Innowacje pozwalają przedsiębiorstwom na stworzenie nowych produktów lub usług, poprawę efektywności operacyjnej, zwiększenie jakości obsługi klienta,

a także oszczędność czasu i pieniędzy. Przedsiębiorstwa, które inwestują w innowacje i technologie, mają większe szanse na przetrwanie i rozwój w dynamicznym świecie biznesu.

W nowoczesnych przedsiębiorstwach stosuje się wiele innowacyjnych rozwiązań, np.:

- **Robotyzacja procesów produkcyjnych;** roboty mogą wykonywać powtarzalne zadania szybciej i dokładniej niż ludzie, co zwiększa wydajność produkcji,
- **3D Printing;** technologia druku 3D pozwala na szybkie prototypowanie i produkcję niestandardowych elementów, co przyspiesza proces projektowania i uruchomienia masowej produkcji,



- **Augmented Reality (AR) i Virtual Reality (VR);** te technologie pozwalają na tworzenie interaktywnych doświadczeń dla klientów i pracowników, co może poprawić ich osobiste zaangażowanie i zwiększyć lojalność,
- **Internet of Things (IoT) w logistyce i zarządzaniu magazynami;** IoT pozwala na monitorowanie i automatyzację procesów magazynowych, co może przyspieszyć i usprawnić zarządzanie zapasami,
- **Biometria;** rozpoznawanie twarzy, skanowanie tęczówki oka i czytniki linii papilarnych są stosowane do autoryzacji dostępu do pomieszczeń i urządzeń, co zwiększa bezpieczeństwo przedsiębiorstw i usprawnia niektóre procesy,



- **Platformy e-learningowe;** takie platformy pozwalają na zdalne szkolenie pracowników, obniżenie kosztów tych szkoleń oraz zwiększają ich elastyczność,
- **Systemy CRM (Customer Relationship Management);** to oprogramowanie umożliwia śledzenie interakcji z klientami, co pomaga w budowaniu relacji i poprawie ich doświadczeń z daną marką,
- **E-commerce i cyfrowe platformy handlowe,**
- **Sztuczna inteligencja w analizie danych i podejmowaniu decyzji biznesowych,**
- **Energy Harvesting i rozwiązania energetyczne oparte na źródłach odnawialnych,**
- **Ekologia i zrównoważony rozwój jako element strategii biznesowej.**





## Nowoczesne metody zarządzania

**N**owoczesne zarządzanie jest ważne dla rozwoju nowoczesnego przedsiębiorstwa, ponieważ umożliwia efektywne wykorzystanie zasobów, podejmowanie skutecznych decyzji i osiągnięcie strategicznych celów.

Przekłada się to na poprawę wizerunku i wyników finansowych firmy.



Nowoczesne podejście do zarządzania pozwala na adaptację procesów do zmieniających się warunków rynkowych, co jest niezbędne dla sukcesu lub przetrwania przedsiębiorstwa.



## 1. Lean management

Lean management to podejście zarządzania oparte na idei minimalizowania marnotrawstwa (tzw. waste) we wszystkich obszarach działalności przedsiębiorstwa.

Korzyści wynikające z zastosowania lean management w nowoczesnym przedsiębiorstwie są liczne.

Umożliwiają przede wszystkim zwiększenie wydajności i produktywności poprzez eliminację marnotrawstwa, redukcję kosztów i czasu cyklu produkcyjnego oraz poprawę jakości wyrobu lub świadczonych usług.

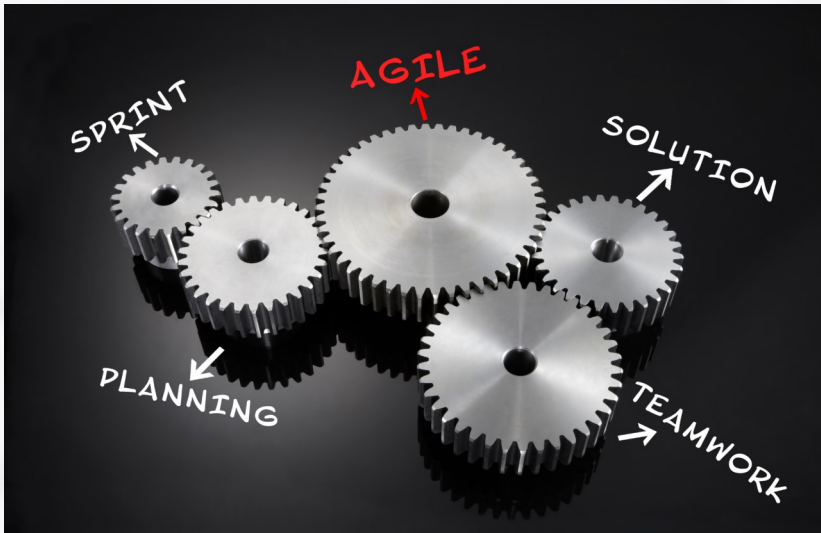


Wdrożenie lean management pozwala również na zwiększenie elastyczności i adaptacyjności przedsiębiorstwa do zmieniających się warunków rynkowych oraz na podniesienie poziomu zaangażowania pracowników i poprawę ich komunikacji, a także współpracy.

Wreszcie, dzięki lepszemu zarządzaniu zasobami przedsiębiorstwa, lean management umożliwi osiągnięcie większej satysfakcji klientów i tym samym zwiększenie konkurencyjności na rynku.

## 2. Agile management

Agile management to podejście do zarządzania projektami, które opiera się na elastyczności, szybkim działaniu oraz iteracyjnym podejściu. Agile zwykle



stosuje się w projektach, w których wymagania i cele są zmienne, a czas ich realizacji - jest ograniczony.

Główne korzyści płynące z wdrożenia agile management w przedsiębiorstwie to:

- **Elastyczność i adaptacyjność;**

Agile pozwala na szybszą reakcję na zmiany i dostosowywanie się do nowych warunków i wymagań rynku oraz na lepsze wkomponowanie się w całe otoczenie biznesowe,



- **Szybsze wdrażanie projektów;** Agile pozwala na szybsze wdrażanie projektów, dzięki temu można szybciej wprowadzać nowe produkty lub usługi na rynek, co znacząco przekłada się na przewagę konkurencyjną,

- **Lepsza jakość produktów;** Agile skupia się na iteracyjnym procesie tworzenia produktu, który pozwala na szybsze wychwytywanie błędów i szybsze wprowadzanie poprawek, co ostatecznie prowadzi do lepszej jakości produktów,

- **Zwiększona efektywność zespołów;**

Agile promuje pracę zespołową, co prowadzi do zwiększenia efektywności i produktywności całej firmy,

- **Zadowolenie klientów;**

Agile skupia się na dostarczaniu wartości dla klienta, co ostatecznie prowadzi do zadowolenia klientów i

zwiększenia ich lojalności wobec firmy.



Wdrożenie agile management wymaga jednak od firmy zmiany kultury pracy i podejścia do zarządzania projektami oraz odpowiedniego przygotowania zespołów, co może być nie lada wyzwaniem, dla niektórych firm lub organizacji.

### **3. Design thinking**

Design thinking to podejście do rozwiązywania problemów i tworzenia innowacji, które skupia się na ludziach i ich potrzebach. Polega na kreatywnym i iteracyjnym procesie projektowania, który łączy w sobie zarówno myślenie analityczne, jak i kreatywne.

Design thinking zakłada, że innowacyjne rozwiązania powinny być projektowane z perspektywy użytkowników, a nie tylko technologicznego potencjału.

Korzyści płynące ze stosowania design thinking w zarządzaniu w nowoczesnym przedsiębiorstwie są niezliczone. Pozwala ono na lepsze zrozumienie potrzeb i oczekiwań klientów, a także na szybsze i bardziej efektywniejsze wprowadzanie innowacji na rynek.

Dzięki temu, że design thinking opiera się na iteracyjnym podejściu, przedsiębiorstwo może szybko i łatwo testować różne wersje swojego produktu lub usługi, co pozwala na lepsze dostosowanie się do zmieniających się potrzeb klientów.



Ponadto, design thinking może również przyczynić się do zwiększenia zaangażowania pracowników i tworzenia kultury innowacyjnej w organizacji.

#### 4. Zarządzanie zmianami

Zarządzanie zmianami jest kluczowym elementem w osiągnięciu sukcesu w dzisiejszym dynamicznym środowisku biznesowym. Poniżej przedstawiam kilka najlepszych praktyk w zakresie zarządzania zmianami w nowoczesnym przedsiębiorstwie:



- **Otwarta i regularna komunikacja z pracownikami;** ważne jest, aby informować pracowników na bieżąco o zmianach, a także wziąć pod uwagę ich opinie i uwagi,

- **Wykorzystanie różnorodnych narzędzi i technik;** w zależności od rodzaju zmiany, warto stosować różne narzędzia i techniki, takie jak design thinking, agile i lean management,
- **Planowanie i przygotowanie;** ważne jest, aby odpowiednio zaplanować zmiany i przygotować do nich pracowników poprzez prowadzenie szkoleń i odpowiednich instruktaży,



- **Wsparcie z zewnątrz;** w niektórych przypadkach warto skorzystać z pomocy zewnętrznej, takiej jak konsultanci czy specjaliści ds. zmian, aby zapewnić skuteczne wdrożenie tych zmian,
- **Monitorowanie i mierzenie postępów;** ważne jest, aby regularnie monitorować postępy i wyniki zmian, aby ocenić ich skuteczność i dostosować dalsze kroki,

- **Kultura organizacyjna;** warto budować kulturę organizacyjną, która sprzyja otwartości na zmiany, innowacje i ciągłe doskonalenie,
- **Zaangażowanie kierownictwa;** kluczowe jest, aby kierownictwo było zaangażowane w proces zmian oraz stanowczo i całościowo popierało ich wdrożenie,
- **Dostosowanie do zmieniających się warunków rynkowych;** ważne jest, aby przedsiębiorstwo stale dostosowywało się do zmiennych warunków rynkowych, a także w porę podejmowało odpowiednie kroki.



Wdrożenie powyższych praktyk pozwala na skuteczne zarządzanie zmianami w nowoczesnym przedsiębiorstwie, co pozwala na utrzymanie konkurencyjności i osiągnięcie sukcesu w dynamicznym środowisku biznesowym.







# Nowoczesne strategie marketingowe

**W** obecnych czasach, gdy coraz więcej ludzi korzysta z Internetu i mediów społecznościowych, a zakupy online stają się coraz bardziej popularne, niezbędne jest stosowanie nowoczesnych strategii marketingu cyfrowego.



Nowoczesne przedsiębiorstwa muszą stosować takie strategie, aby pozyskać i utrzymać klientów oraz przyciągnąć ich uwagę wśród konkurencji.

Ponadto, marketing cyfrowy umożliwia przedsiębiorstwom monitorowanie i analizowanie efektywności

swoich działań marketingowych w czasie rzeczywistym, co pozwala na szybkie dostosowanie swojej strategii w celu osiągnięcia lepszych wyników.

Najlepsze praktyki w zakresie nowoczesnych strategii marketingu cyfrowego obejmują:

## **1. Personalizacja**

Personalizacja to kluczowy element nowoczesnych strategii marketingu cyfrowego. Polega ona na dostarczeniu klientowi treści lub ofert dopasowanych do jego indywidualnych potrzeb i preferencji.



W praktyce personalizacja może przybierać różne formy, takie jak:

- rekomendacje produktów lub usług na podstawie wcześniejszych zakupów i przeglądanych treści,
- spersonalizowane oferty lub promocje na podstawie danych demograficznych lub zachowań zakupowych klienta,



- spersonalizowane treści marketingowe, takie jak wiadomości e-mail, reklamy w social media, które uwzględniają preferencje i zachowania klienta.

Dzięki personalizacji nowoczesne przedsiębiorstwa mogą zwiększyć skuteczność swoich działań marketingowych, poprzez dostarczenie klientom odpowiednich i atrakcyjnych treści. Personalizacja może również zwiększyć zaangażowanie klientów i ich lojalność wobec marki, ponieważ czują się oni bardziej docenieni i zrozumiani.

Personalizacja wymaga jednak odpowiedniej bazy danych i narzędzi analitycznych, które pozwolą na zbieranie i analizowanie informacji o klientach. Dlatego ważne jest, aby przedsiębiorstwa stosowały skuteczne metody zbierania danych i dbały o ich bezpieczeństwo oraz zgodność z przepisami o ochronie danych osobowych.

Przykładowo, dzięki analizie danych o zachowaniach klientów na stronie internetowej, można dostarczać im oferty dostosowane do ich preferencji.

### **3. Marketing treści**

Marketing treści (ang. content marketing) to podejście do marketingu, w którym tworzy się i publikuje wartościowe i użyteczne treści, które z kolei przycią-



gają uwagę potencjalnych klientów i budują zaangażowanie z marką. Głównym celem takiej strategii jest zwiększenie świadomości marki, pozyskiwanie nowych klientów, budowanie długotrwałych relacji z klientami oraz generowanie większej ilości sprzedaży.

W dzisiejszych czasach klienci chętniej korzystają z internetu w poszukiwaniu informacji, porad i opinii na temat produktów i usług. Dlatego marketing treści jest ważnym elementem strategii marketingowej nowoczesnego przedsiębiorstwa. Tworzenie wartościowych treści pozwala na zbudowanie zaufania i lojalności klientów, a także pozwala na wyróżnienie się na tle konkurencji.



Korzyści stosowania marketingu treści w strategii marketingowej:

- **Zwiększenie zasięgu i świadomości marki;** tworzenie wartościowych treści pozwala na dotarcie do większej liczby potencjalnych klientów, zwiększenie zasięgu i świadomości marki,



- **Pozyskiwanie nowych klientów;** publikowanie treści na temat produktów i usług pozwala na przyciągnięcie nowych klientów,
- **Budowanie zaangażowania z marką;** wartościowe treści przyciągają uwagę i budują zaangażowanie klientów z marką, co wpływa na pozytywny wizerunek wypracowanej już marki,
- **Generowanie większej liczby sprzedaży;** odpowiednio dobrane treści mogą przekonać klien-

tów do zakupu produktów lub usług, co wpływa również na zwiększenie liczby sprzedaży,

- **Wyróżnienie się na tle konkurencji;** publikowanie cyklicznych i wartościowych treści pozwala na znaczne wyróżnienie się na tle konkurencji,



Warto jednak pamiętać, że skuteczna strategia marketingu treści wymaga odpowiedniego planowania i dostosowania jej kontekstu do potrzeb i preferencji klientów. Konieczne jest również regularne publikowanie swoich treści, aby utrzymać zaangażowanie klientów i budować długotrwałe relacje z nimi.

#### **4. Social media**

Social media to kluczowy element strategii marketingu cyfrowego, który umożliwia firmom dotarcie do swojej grupy docelowej w sposób bezpośredni i niezwykle skuteczny. Korzystanie z różnych platform społecznościowych pozwala na budowanie związku z klientami, zwiększanie świadomości marki, generowa-



nie ruchu na stronie internetowej i prowadzenie działań sprzedażowych.

W strategii marketingu cyfrowego istotne jest wybieranie odpowiednich platform społecznościowych w zależności od grupy docelowej i rodzaju prowadzonej działalności. Na przykład, Instagram jest świetnym narzędziem dla firm z branży modowej lub kosmetycznej, podczas gdy LinkedIn jest bardziej odpowiedni dla firm działających w sektorze B2B.



Jak wspomniano wcześniej, istotnym elementem jest również regularne publikowanie wartościowych treści, które przyciągną uwagę użytkowników i zachęcą ich do interakcji. Treści na social media powinny być dopasowane do grupy docelowej i kanału, na którym są publikowane. W przypadku Twittera należy pamiętać o ograniczonej liczbie znaków, co wymaga bardziej zwięzłego i przyciągającego stylu wypowiedzi.

Social media umożliwiają także interakcję z klientami, odpowiadanie na ich pytania i komentarze oraz udo-

stępnianie informacji o nowych produktach czy ofertach. Warto również wykorzystać możliwości reklamowania postów lub kampanii reklamowych, które mogą zwiększyć zasięg i skuteczność działań marketingowych.

Social media są niezwykle ważnym elementem strategii marketingu cyfrowego, który pozwala na budowanie związku z klientami, zwiększanie świadomości marki oraz generowanie ruchu na stronie internetowej, a także prowadzenia działań sprzedażowych.



## 4. E-mail Marketing

E-mail marketing to jedna z najstarszych i najpopularniejszych form marketingu cyfrowego, polegająca na wysyłaniu wiadomości e-mail do swoich lub potencjalnych klientów w celu promocji produktów lub usług oraz budowania relacji z tymi klientami.



Jest to bardzo skuteczna forma marketingu, ponieważ pozwala na bezpośredni kontakt z klientem, a ponadto jest stosunkowo tania w porównaniu do innych form reklamy.

Korzyści z zastosowania e-mail marketingu w ramach strategii marketingu cyfrowego to między innymi:

- **Możliwość docierania do dużej liczby osób za niską cenę;** e-maile można wysyłać do dużej liczby odbiorców, a koszt wysyłki jest stosunkowo niski,



- **Personalizacja wiadomości;** możliwość dopasowania treści wiadomości do indywidualnych potrzeb i preferencji odbiorców,
- **Budowanie relacji z klientami;** e-mail marketing pozwala na budowanie relacji z klientami, np. poprzez wysyłanie newsletterów lub informacji o nowościach,
- **Skuteczność w sprzedaży;** poprzez umieszczenie w wiadomości linków do ofert lub sklepu internetowego, e-mail marketing może skutecznie wpłynąć na sprzedaż produktów lub usług.

Jednakże, aby e-mail marketing był skuteczny, musi być odpowiednio zaplanowany i wykonany. Nieprze-myślane kampanie marketingowe e-mail mogą spowodować, że wiadomości trafią do spamu lub zostaną oznaczone jako niechciane, co może zaszkodzić reputacji firmy. Warto też dbać o to, aby odbiorcy mieli możliwość łatwego wypisania się z listy mailingowej, jeśli nie są zainteresowani otrzymywaniem dalszych wiadomości.

## 5. SEO i SEM

Oczywiste jest, że obecność w internecie jest niezbędna dla każdego przedsiębiorstwa. Natomiast to, jakie miejsce zajmujemy w wynikach wyszukiwania, może mieć kluczowe znaczenie dla naszego sukcesu.



SEO (Search Engine Optimization) i SEM (Search Engine Marketing) to dwa kluczowe elementy strategii marketingu cyfrowego, które pomagają poprawić naszą widoczność w internecie i dotrzeć do potencjalnych klientów.

SEO odnosi się do procesu optymalizacji naszej strony internetowej, aby zwiększyć jej widoczność w wynikach wyszukiwania organicznego (czyli niepłatnego). Działania te obejmują m.in. poprawę zawartości strony, dopasowanie słów kluczowych, poprawę jej struktury i innych czynników, które wpływają na ranking w wyszukiwarkach.



SEM odnosi się do płatnej reklamy w wyszukiwarkach, która pozwala na wyświetlanie naszych reklam w gór-

nym obszarze wyników wyszukiwania za pomocą platformy reklamowej Google AdWords lub Bing Ads.

W ramach SEM płacimy za każde kliknięcie w naszą reklamę (CPC), a koszt jest ustalany na podstawie aukcji słów kluczowych.



Korzyści wynikające z zastosowania SEO i SEM w strategii marketingu cyfrowego są liczne. Dzięki optymalizacji strony internetowej pod kątem wyszukiwarek nasza strona będzie wyświetlana wyżej w wynikach wyszukiwania, co zwiększa szanse na odwiedzi-ny potencjalnych klientów.

Płatne kampanie reklamowe SEM umożliwiają nam natychmiastowe dotarcie do klientów, którzy szukają produktów lub usług, które oferujemy, co jest szcze-

gólnie ważne dla nowych firm lub tych, które dopiero rozpoczynają swoją obecność w internecie.

SEM pozwala także na dokładne mierzenie wyników reklamy, co umożliwi nam precyzyjne określenie ROI, czyli wskaźnika rentowności naszych działań.

Warto pamiętać, że SEO i SEM to dwa różne podejścia do zwiększenia naszej obecności w internecie. Oba są ważne i powinny być stosowane jako część kompleksowej strategii marketingowej.

## 6. Analiza danych

Analiza danych to kluczowy element strategii marketingu cyfrowego, który pozwala na zrozumienie działań użytkowników na stronie internetowej, aplikacji mobilnej, w mediach społecznościowych i innych kanałach marketingowych. Dane pozyskane z tych źró-





deł są niezwykle ważne dla marketerów, ponieważ pomagają zrozumieć, które działania marketingowe przynoszą najlepsze wyniki, i które z nich można poprawić, a które całkowicie wyeliminować .

Do najważniejszych narzędzi analizy danych w zakresie strategii marketingu cyfrowego należą:

- **Google Analytics;** narzędzie oferowane przez Google, które pozwala na śledzenie ruchu na



stronie internetowej, zachowania użytkowników oraz efektywności kampanii reklamowych,

- **Social media analytics;** narzędzia oferowane przez media społecznościowe, takie jak Facebook, Twitter czy LinkedIn, które pozwalają na analizę zachowań użytkowników w serwisie oraz skuteczności kampanii reklamowych,
- **Narzędzia do analizy słów kluczowych;** umożliwiające analizę popularności fraz i słów kluczowych w wyszukiwarkach internetowych, co pozwala na optymalizację treści w celu uzyskania lepszych wyników w wyszukiwarkach,
- **Heat maps;** narzędzia pozwalające na wizualizację zachowań użytkowników na stronie internetowej, wskazujące na najczęściej odwiedzane miejsca na stronie, czas spędzony na poszczególnych elementach, a także na błędy czy problemy z nawigacją.

Dzięki analizie danych marketerzy mogą mierzyć skuteczność kampanii reklamowych i działań marketingowych oraz dostosować je do potrzeb i preferencji użytkowników. Dzięki temu mogą osiągać lepsze wyniki, zwiększać zasięg i sprzedaż, a także budować pozytywną reputację swojej marki.

## 7. Automatyzacja marketingu

Automatyzacja marketingu to podejście, w którym wykorzystuje się narzędzia i oprogramowanie do automatyzacji procesów marketingowych. Dzięki temu przedsiębiorstwa mogą zaoszczędzić czas i zasoby, a także skuteczniej dotrzeć do swojej grupy docelowej.

Korzyści ze stosowania automatyzacji marketingu to między innymi:

- **Oszczędność czasu i zasobów;** dzięki automatyzacji, wiele procesów marketingowych może zostać zautomatyzowanych, co pozwala zaoszczędzić czas i zasoby, które mogą zostać wykorzystane na inne cele,
- **Poprawa personalizacji;** automatyzacja marketingu pozwala na lepszą personalizację i seg-



mentację przekazu, dzięki czemu przedsiębiorstwa mogą skuteczniej dotrzeć do swojej grupy docelowej,

- **Skuteczniejsze generowanie leadów;** narzędzia automatyzacji marketingu pozwalają na skuteczniejsze generowanie leadów, dzięki czemu przedsiębiorstwa mogą pozyskać więcej potencjalnych i dobrze rokujących klientów,



- **Lepsza analiza wyników;** dzięki narzędziom do automatyzacji marketingu, przedsiębiorstwa mogą lepiej analizować wyniki swoich działań marketingowych, co pozwala na ciągłe doskonalenie i poprawę efektywności,
- **Integracja z innymi narzędziami;** narzędzia do automatyzacji marketingu mogą być zintegro-

wane z innymi narzędziami, takimi jak CRM, co pozwala na jeszcze lepszą analizę wyników i doskonalenie działań marketingowych.

Warto jednak pamiętać, że automatyzacja marketingu nie zastępuje całkowicie ludzkiej pracy i kreatywności. Wciąż potrzebni są specjaliści, którzy będą umieli skutecznie wykorzystać narzędzia automatyzacji do osiągnięcia zamierzonych celów marketingowych.

## **8. Marketing Influencerów**

Marketing Influencerów to dziedzina marketingu cyfrowego, która polega na wykorzystaniu popularności i wpływowości osób publicznych, czyli tzw. influencerów, w celu promocji produktów lub usług.



Influencerzy to osoby posiadające liczne grono obserwatorów w mediach społecznościowych, blogach czy portalach internetowych, którzy na podstawie ich opinii i rekomendacji podejmują decyzje zakupowe.

Korzystanie z marketingu influencerów jako elementu strategii marketingowej przynosi wiele korzyści dla nowoczesnych przedsiębiorstw.



Jednym z najważniejszych jest zwiększenie zasięgu reklamy. Dzięki influencerom, dysponującym licznym gronem obserwujących, przedsiębiorstwa mogą dotrzeć do dużej liczby potencjalnych klientów, w tym do grupy odbiorców, które są trudno dostępne za pomocą tradycyjnych metod reklamowych.

Kolejną korzyścią wynikającą z wykorzystania marketingu influencerów jest zwiększenie wiarygodności marki. Influencerzy, którzy mają wiernych obserwatorów oraz cieszą się zaufaniem i sympatią, pozytywnie wpływają na postrzeganie danej marki, która zostaje przez nich promowana.

Warto również zwrócić uwagę na fakt, że marketing influencerów umożliwia personalizację przekazu. Przedsiębiorstwa mogą dobrać influencerów, którzy są związani z ich branżą lub produktami, co pozwala na bardziej skuteczną komunikację z grupą docelową.



Ostatnią korzyścią jest łatwość w analizowaniu efektów działań marketingowych. Dzięki narzędziom dostępnym w internecie przedsiębiorstwa mogą spraw-

dzić, jakie wyniki przynosiła kampania reklamowa prowadzona przez influencera i na jakie zainteresowanie trafiła.

Ważne jest jednak, aby przedsiębiorstwa podchodziły do marketingu influencerów w sposób odpowiedzialny i wnikliwie dobierały ich do współpracy. Nieodpowiedni wybór influencera lub prowadzenie nieodpowiedniej kampanii może przynieść skutek odwrotny do oczekiwanego.

## 9. Wideo Marketing

Wideo marketing to coraz bardziej popularna strategia marketingu cyfrowego, które polega na wykorzystaniu wideo do promowania produktów lub usług firmy.





Wideo marketing może być stosowany na różne sposoby, np. jako reklamy w serwisach społecznościowych lub na stronach internetowych, materiały instruktażowe, filmy produktowe, webinary itp.

Jednym z największych zalet wideo marketingu jest to, że pozwala on na bardziej angażujące przekazywanie informacji niż tradycyjne metody marketingowe i tym samym są bardziej skuteczne.



Dzięki wideo firmy mogą pokazywać swoje produkty w akcji, a także przekazywać informacje w sposób łatwiejszy do zrozumienia i bardziej interesujący dla odbiorcy. Wideo marketing może także pomóc w budowaniu więzi z klientami, którzy mogą poczuć się bardziej zaangażowani z firmą, która prezentuje swoją osobowość i wizję za pomocą wideo.

Wideo marketing ma także pozytywny wpływ na wyniki wyszukiwania w Google. Strony internetowe z filmami wideo są zazwyczaj lepiej pozycjonowane niż strony bez takich filmów, co oznacza, że firmy mogą przyciągnąć więcej ruchu na swoją stronę i zwiększyć swoją widoczność w internecie.

Wideo marketing jest również często stosowany w kampaniach reklamowych na platformach społecznościowych, takich jak Facebook czy Instagram, gdzie filmy reklamowe są wyświetlane w sekcji reklamowej lub w Stories.



Oprócz wymienionych korzyści wideo marketing może być stosowany również w celu zwiększenia świadomości marki oraz generowania sprzedaży. Wideo marke-

ting jest coraz bardziej popularnym narzędziem marketingowym i wiele firm decyduje się na jego stosowanie ze względu na jego skuteczność i możliwości personalizacji.

## 10. Mobile Marketing

Oczywistym trendem w dzisiejszych czasach jest również mobile marketing, który skupia się na dostarczaniu treści marketingowych do użytkowników mobil-



nych, w tym na smartfonach i tabletach. Wraz z rosnącą popularnością urządzeń mobilnych, mobile marketing staje się coraz ważniejszy dla przedsiębiorstw, które chcą dotrzeć do swoich klientów w czasie rzeczywistym i na bardziej osobistym poziomie.

Mobile marketing obejmuje wiele różnych technik, w tym:

- **Aplikacje mobilne;** właściciele firm mogą stworzyć własne aplikacje mobilne, które pomagają w zwiększeniu zaangażowania klientów i lojalności marki,



- **Strony internetowe responsywne;** strony internetowe, które dostosowują swoje rozmiary i układ do urządzeń mobilnych, pomagają w zwiększeniu czasu spędzonego przez użytkowników na stronie,
- **SMS marketing;** wysyłanie wiadomości tekstowych z ofertami, promocjami lub przypomnieniami o terminach i ważnych wydarzeniach,

- **Reklamy mobilne;** reklamy wyświetlane w aplikacjach mobilnych lub na stronach internetowych dostępnych na urządzeniach mobilnych,



- **Geolokalizacja;** marketing oparty na geolokalizacji polega na dostarczaniu treści marketingowych użytkownikom, którzy znajdują się w określonym obszarze geograficznym, co pozwala na dostarczanie bardziej spersonalizowanych ofert.

Mobile marketing niesie ze sobą wiele korzyści dla przedsiębiorstw, w tym zwiększenie zasięgu marki, większe zaangażowanie klientów i zwiększenie sprzedaży. Dzięki wykorzystaniu technologii mobilnych przedsiębiorstwa mogą dotrzeć do klientów w czasie rzeczywistym i na bardziej osobistym poziomie, co

przyczynia się do zwiększenia lojalności klientów i budowania silniejszej marki.

- **Zwiększenie świadomości marki;** współczesne narzędzia marketingowe pozwalają na skuteczną promocję marki w internecie, co prowadzi do zwiększenia świadomości marki i pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa,



MARKETING STRATEGY  
PERSONAL WORKING



## Pozytywne skutki wprowadzania zmian

**W**prowadzenie nowoczesnych narzędzi marketingowych może przynieść pozytywne skutki dla każdego przedsiębiorstwa.

Takie zabiegi jak zwiększenie zasięgu i efektywności kampanii marketingowych, lepsze zrozumienie potrzeb klientów oraz poprawa relacji z nimi, w konsekwencji może przyczynić się do wzrostu sprzedaży i zysków całego przedsiębiorstwa.

Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi marketingowych przynosi wiele korzyści, w tym m.in.:





- **Zwiększenie konwersji;** dzięki narzędziom marketingowym, przedsiębiorstwa mogą skutecznie docierać do swoich odbiorców i kierować do nich spersonalizowane treści, co zwiększa szansę na przekształcenie ich w swoich klientów,
- **Umożliwienie precyzyjnego targetowania;** narzędzia marketingowe pozwalają na dokładne określenie grupy docelowej oraz kierowanie do niej spersonalizowanych komunikatów, co zwiększa szansę przyciągnięcia uwagi,
- **Obniżenie kosztów marketingowych;** w porównaniu do tradycyjnych metod marketingowych, wykorzystanie nowoczesnych narzędzi marketingowych jest znacznie tańsze, a jednocześnie skuteczniejsze,



- **Pomoc w analizie rynku i konkurencji;** narzędzia marketingowe pozwalają na ciągłe monitorowanie zachowań klientów, analizę rynku i konkurencji, co umożliwi podejmowanie bardziej trafnych i skuteczniejszych działań marketingowych,
- **Poprawa efektywności działań marketingowych;** wykorzystanie narzędzi marketingowych pozwala na śledzenie wyników poszczególnych działań i dostosowywanie strategii marketingowej w czasie rzeczywistym, co pozwala na uzyskanie lepszych wyników dla danej kampanii.



Wszystkie te korzyści przekładają się na zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstwa, zwiększenie sprzedaży i poprawę ogólnych wyników biznesowych.

## **Budowanie marki**

Najważniejsze trendy w zakresie budowania wizerunku marki w nowoczesnym przedsiębiorstwie to:



- **Personalizacja;** coraz bardziej zindywidualizowane podejście do klienta jest kluczem do budowania silnego wizerunku marki. Nowoczesne technologie pozwalają na zbieranie i analizowanie danych o kliencie, co umożliwia dostarczenie spersonalizowanej i dopasowanej do potrzeb oferty,



- **Autentyczność;** klienci oczekują, że marki będą transparentne, szczerze i autentyczne. Budowanie zaufania jest kluczowe dla trwałego wizerunku marki, polegającego na kładzeniu nacisku na wartości, misję i cele firmy, a także na nawiązywaniu autentycznych relacji z klientami,
- **Zrównoważony rozwój;** coraz więcej firm kładzie nacisk na zrównoważony rozwój, a klienci coraz bardziej cenią sobie marki, które dbają o środowisko i społeczność. Wizerunek marki może być budowany poprzez angażowanie się w działania społeczne, troskę o środowisko, czy wdrażanie etycznych standardów w działalności firmy,
- **Storytelling;** opowiadanie historii to skuteczna strategia marketingowa, która pozwala budować więź emocjonalną z klientami. Opowiadanie o wartościach, celach i misji firmy może pomóc w budowaniu wizerunku marki oraz w budowaniu trwałych relacji z klientami,



- **Emocjonalne zaangażowanie;** klienci coraz częściej podejmują decyzje zakupowe na podstawie emocji i doświadczeń związanych z marką. Dlatego warto skupić się na budowaniu silnych emocjonalnych relacji z klientami, oferując im unikalne doświadczenia związane z produktem lub usługą czy samą marką,
- **Influencer marketing;** rosnąca popularność influencer marketingu to kolejny trend w budowaniu wizerunku marki. Współpraca z influencerami pozwala na dotarcie do nowych grup docelowych oraz na budowanie zaufania do marki.



W praktyce, aby skutecznie wykorzystać te trendy w budowaniu wizerunku marki, należy mieć na uwadze potrzeby i oczekiwania swoich klientów oraz monitorować zmiany zachodzące w rynku i dostosowywać strategię marketingową do aktualnych potrzeb.

Kluczowe jest również wykorzystanie nowoczesnych narzędzi marketingowych, takich jak media społecznościowe, analiza danych czy automatyzacja procesów marketingowych.

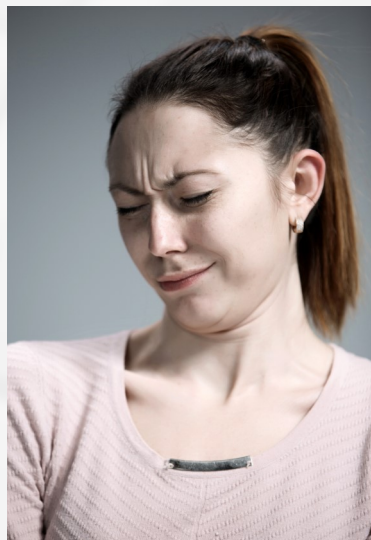


## Negatywne skutki wprowadzania zmian

**W**prowadzanie zmian w przedsiębiorstwie może przynieść również negatywne skutki, zwłaszcza jeśli nie są one przemyślane i odpowiednio zarządzane.

Jednakże, z właściwym planowaniem, zarządzaniem i przeprowadzeniem zmian, przedsiębiorstwo może przynieść korzyści, takie jak zwiększenie wydajności, zwiększenie konkurencyjności, poprawę relacji z klientami i zwiększenie zysków.

Niektóre z tych negatywnych skutków mogą obejmować takie obszary jak:



- **Zwiększenie kosztów;** wprowadzenie nowych technologii i strategii marketingowych może wiązać się z dodatkowymi kosztami, które mogą wpłynąć na rentowność przedsiębiorstwa zarówno w zakresie zakupu sprzętu i oprogramowania, jak i szkolenia pracowników oraz zintegrowania nowych systemów z istniejącymi,
- **Opór pracowników;** pracownicy mogą opierać się wprowadzanym zmianom i być niechętni do nauki nowych umiejętności lub korzystania z nowych narzędzi. Może to prowadzić do opóźnień w realizacji projektów lub spadku wydajności,



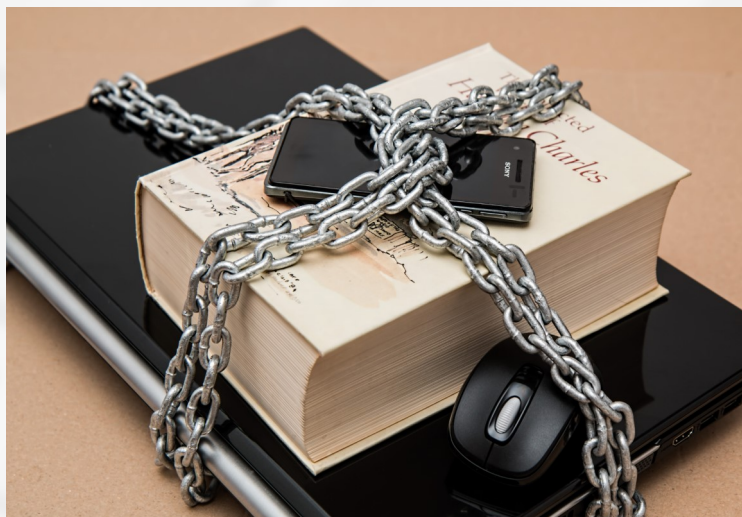
- **Problemy z integracją;** wdrażanie nowych technologii lub modeli biznesowych może wymagać integracji z istniejącymi systemami i procesami, co może zakłócić pracę nawet całej firmy,

- **Ryzyko utraty klientów;** wprowadzanie zmian w produktach lub usługach może skutkować utratą klientów, którzy nie akceptują nowych zmian lub uważają, że produkt lub usługa już im nie odpowiada,
- **Problemy z kulturą organizacyjną;** wprowadzanie zmian w kulturze organizacyjnej może być trudne, jeśli przedsiębiorstwo ma już ugruntowaną kulturę. Może to prowadzić do oporu i konfliktów wewnątrz przedsiębiorstwa,





- **Bezpieczeństwo;** mogą pojawić się problemy zabezpieczeń, takie jak ataki cybernetyczne, naruszenia prywatności, wycieki danych itp.,
- **Problemy z jakością;** wprowadzenie nowych technologii może prowadzić do problemów z jakością, w szczególności w okresie wdrażania. Nieprawidłowe funkcjonowanie systemów może prowadzić do błędów i opóźnień, a to może mieć negatywny wpływ na wizerunek całego przedsiębiorstwa,
- **Ograniczenia prawne;** niektóre innowacje i technologie mogą naruszać przepisy i normy prawne, takie jak ochrona prywatności lub własności intelektualnej.





## Firmy, które wprowadziły zmiany

Istnieje wiele firm, które wprowadziły zmiany i przekształciły się w nowoczesne przedsiębiorstwa.

Niektóre z nich przeszły długą drogę do swojego sukcesu, a niektórym udało się to zrobić w bardzo krótkim czasie.



Są to w szczególności:

- **Apple;** przez lata Apple ewoluowało od producenta komputerów osobistych do lidera w dziedzinie innowacyjnych technologii mobilnych, takich jak iPhone, iPad i Apple Watch,

- **Amazon;** Amazon rozpoczął jako sklep internetowy, ale wprowadził wiele zmian, w tym usługi chmurowe, systemy dostarczania, inteligentne głośniki i wiele innych, które przyczyniły się do transformacji firmy w potężnego giganta technologicznego,
- **Netflix;** Netflix zaczął jako wypożyczalnia płyt DVD, ale wprowadził zmiany, takie jak strumieniowanie filmów i seriali, a także tworzenie własnych treści, co przyczyniło się do tego, że stał się jednym z najpopularniejszych serwisów streamingowych na świecie,
- **Nike;** Nike rozpoczęło działalność jako producent butów sportowych, ale wprowadziło wiele innowacji, takich jak inteligentne buty, aplikacje mo-



bilne i cyfrowe platformy, co pomogło mu utrzymać pozycję lidera w branży sportowej,

- **IBM;** IBM zaczął jako producent maszyn liczących, ale wprowadził wiele zmian, takich jak rozwój systemów informatycznych, sztucznej inteligencji i chmur obliczeniowych, co przyczyniło się do przekształcenia go w jednego z największych dostawców rozwiązań informatycznych.

Te firmy i wiele innych pokazują, że wprowadzanie zmian i przekształcenie się w nowoczesne przedsiębiorstwo jest możliwe, jeśli firma jest gotowa do podjęcia wyzwań i inwestycji w rozwój nowych technologii i modeli biznesowych.



- **Spotify;** Spotify zmienił sposób, w jaki słuchamy muzyki, stawiając na usługę strumieniowania muzyki w ramach abonamentu miesięcznego. Oferuje również narzędzia do odkrywania nowych artystów i tworzenia spersonalizowanych playlist,
- 
- **Alibaba;** Alibaba stała się jednym z największych sklepów internetowych na świecie, oferując szeroki wybór produktów i usług, podobnie jak Amazon. Alibabę wyróżnia fakt, że działa głównie w Chinach i jest dostawcą dla wielu małych i średnich przedsiębiorstw,
  - **Slack;** Slack zmienił sposób, w jaki firmy komunikują się i współpracują wewnętrznie. Oferuje narzędzia do natychmiastowego czatu oraz udostępniania plików i całych projektów,
  - **Microsoft;** Microsoft zmienił sposób, w jaki korzystamy z komputerów i oprogramowania, oferując np. system operacyjny Windows i pakiet biurowy Microsoft Office oraz chmurę obliczeniową Azure, obecnie największego dostawcę usług chmurowych na świecie.



## Firmy, które nie wprowadziły zmian

Istnieje wiele znanych firm, które nie wprowadziło na czas odpowiednich zmian i tym samym nie przekształciły się w nowoczesne przedsiębiorstwa oraz z czasem upadły lub zostały sprzedane.

Są to w szczególności:

- **Kodak;** przedsiębiorstwo, które kiedyś było liderem w branży fotograficznej, ale nie przystosowało się do cyfrowej rewolucji. Kodak był zbyt skoncentrowany na filmie, a gdy rynek cyfrowych aparatów fotograficznych zaczął się rozwijać, firma nie była w stanie przystosować się do zmian i utraciła swoją pozycję na rynku.



- **Blockbuster;** przedsiębiorstwo zajmujące się wypożyczaniem filmów, które nie przystosowało się do zmian w sposobie ich dystrybucji. Blockbuster był zbyt skoncentrowany na swojej tradycyjnej działalności, czyli wypożyczaniu filmów ze stacjonarnych wypożyczalni, a gdy Netflix i inne platformy strumieniowe zaczęły zdobywać popularność, Blockbuster nie był już w stanie przystosować się do nowej rzeczywistości i upadł,
- **Sears;** przedsiębiorstwo detaliczne, które nie dostosowało się do zmian w sposobie zakupów dokonywanych przez klientów. Sears był zbyt skoncentrowany na tradycyjnym modelu sprzedaży z dużymi sklepami stacjonarnymi, a gdy e-handel zaczął zdobywać popularność, Sears nie był w stanie przystosować się do nowej rzeczywistości i stracił klientów na rzecz konkurencji,
- **Blackberry;** przedsiębiorstwo, które było liderem na rynku telefonów komórkowych, ale nie dostosowało się do zmian. Blackberry był zbyt skoncentrowany na swojej klawiaturze QWERTY i nie przystosował się do eksplozji popularności smartfonów z dotykowymi ekranami. Blackberry próbował nadążyć za konkurencją, ale było już za późno, by odzyskać swoją pozycję na rynku,

- **Nokia;** była to jedna z największych firm telefonii komórkowej na świecie, która nie dostrzegła znaczenia systemu operacyjnego Android i zbyt późno wprowadziła na rynek smartfony, co pozwoliło Apple i Samsungowi zdobyć przewagę na rynku.



Te firmy stanowią tylko wycinek przedsiębiorstw, które upadły, ponieważ nie dostosowały się do zmian w swoich branżach. Wspólnym mianownikiem tych firm jest fakt, że były zbyt skoncentrowane na swoich tradycyjnych modelach biznesowych i nie były w stanie przystosować się do nowych trendów i technologii.









## Nowoczesne zarządzanie finansami

**Z**arządzanie finansami w nowoczesnym przedsiębiorstwie jest niezwykle ważne z kilku powodów.

Po pierwsze, właściwe zarządzanie finansami jest kluczowe dla osiągnięcia celów biznesowych przedsiębiorstwa.

Dobre planowanie finansowe, kontrola kosztów, optymalizacja procesów i alokacja zasobów w sposób efektywny pozwala na zdobywanie przewagi konkurencyjnej, zwiększanie rentowności, a także finansowanie nowych inwestycji.



Po drugie, właściwe zarządzanie finansami pozwala na uniknięcie kłopotów finansowych, takich jak brak płynności, niewystarczające środki na pokrycie kosztów bieżących, problemy z wypłatami pensji czy nawet bankructwo przedsiębiorstwa. Dlatego właściwe zarządzanie finansami jest kluczowe dla zapewnienia stabilności i ciągłości działalności przedsiębiorstwa.



Po trzecie, skuteczne zarządzanie finansami pozwala na lepsze zrozumienie sytuacji finansowej przedsiębiorstwa, umożliwiając mu podejmowanie decyzji biznesowych na podstawie rzeczywistych danych i wskaźników finansowych. Pozwala to na wykrywanie potencjalnych problemów i szybką reakcję, a także na planowanie i realizację dalszych działań biznesowych w sposób skuteczny i efektywny.

Poniżej przedstawiamy kilka najlepszych praktyk w zakresie zarządzania finansami w nowoczesnym przedsiębiorstwie:

- **Regularna analiza i planowanie budżetu;** ważne jest, aby regularnie analizować i planować budżet w celu zapewnienia, że środki są wykorzystywane w sposób efektywny i zgodny z celami przedsiębiorstwa.



- **Utrzymywanie adekwatnych rezerw finansowych;** utrzymywanie odpowiednich rezerw finansowych może pomóc w zabezpieczeniu przed nieprzewidzianymi wydatkami lub utratą dochodów,
- **Skuteczne zarządzanie płynnością finansową;** ważne jest, aby zarządzać płynnością finan-

sową w sposób umożliwiający przedsiębiorstwu działanie w krótkim i długim terminie,

- **Dbanie o efektywność podatkową;** należy dbać o efektywność podatkową, zapewniając, że przedsiębiorstwo wykorzystuje dostępne ulgi podatkowe i strategie podatkowe,



- **Używanie narzędzi finansowych i technologii;** używanie odpowiednich narzędzi finansowych, takich jak nowoczesne oprogramowanie, może pomóc w poprawie efektywności i precyzji w zarządzaniu finansami przedsiębiorstwa,
- **Analiza i śledzenie wyników finansowych;** regularna analiza i śledzenie wyników finansowych pomaga w identyfikowaniu obszarów, w których można dokonać poprawek lub wzmocnić zyskowne obszary biznesu,

- **Efektywne zarządzanie długiem;** należy skutecznie zarządzać długiem, aby zapewnić, że dług nie obciąża nadmiernie finansów przedsiębiorstwa i nie stanowi zagrożenia dla stabilności finansowej,



- **Dbanie o relacje z inwestorami;** utrzymywanie dobrych relacji z inwestorami może pomóc w uzyskaniu potrzebnego finansowania i w budowaniu pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa,

- **Utrzymywanie stosownych standardów rachunkowości;** należy stosować się do odpowiednich standardów rachunkowości i przestrzegać regulacji, aby zapewnić rzetelność i transparentność w zarządzaniu finansami przedsiębiorstwa.

Wszystkie te praktyki pomagają w efektywnym zarządzaniu finansami przedsiębiorstwa.





## Dlaczego warto być nowoczesnym przedsiębiorcą?

**W** dzisiejszych czasach warto -a nawet należy -być nowoczesnym przedsiębiorcą, ponieważ pozwala to na wykorzystanie nowych narzędzi i technologii, które z kolei umożliwiają bardziej efektywną i skuteczną pracę na wielu poziomach.



Współczesne rozwiązania stawiają na automatyzację procesów, zwiększenie efektywności i oszczędności czasu, co przekłada się na zdobycie przewagi konkurencyjnej na rynku.

Bycie nowoczesnym przedsiębiorcą daje również możliwość szybszej i łatwiejszej budowy silnej marki.



Dzięki wykorzystaniu nowoczesnych narzędzi marketingowych i rozwiązań internetowych można dotrzeć do znacznie większej liczby odbiorców, co przekłada się na większy zasięg i zwiększone przychody.

Wreszcie, bycie nowoczesnym przedsiębiorcą daje szansę na stały rozwój i adaptację do zmieniających się warunków rynkowych. Tempo zmian jest tak szybkie, że niemal codziennie słysząc o pojawieniu się jakichś nowych technologii, które mogą nas - mniej lub więcej - dotyczyć.

Bycie nowoczesnym przedsiębiorcą oznacza posiadanie umiejętności i wiedzy potrzebnej do przystosowania się do tych zmian oraz rozwijania się wraz z nimi.





## Zacznij działać już DZIŚ!

**J**eśli jesteś przedsiębiorcą prowadzącym tradycyjną firmę, warto rozważyć wprowadzenie zmian i przekształcenie jej w nowoczesne przedsiębiorstwo.

Taka inwestycja może przynieść wiele korzyści, zarówno dla rozwoju Twojego biznesu, jak i dla Ciebie osobiście.



Modernizacja przedsiębiorstwa wymaga poszerzenia swoich umiejętności i zdobycia wiedzy na temat nowoczesnych technologii i procesów.

To może przyczynić się do rozwoju i poszerzenia Twoich kompetencji, co będzie cenne w przyszłych projektach. Podejmowanie wyzwań i innowacyjnych pomysłów może również pozytywnie wpłynąć na Twoją pewność siebie i samoocenę.



Ponadto, wprowadzenie zmian może zwiększyć Twoją motywację i zaangażowanie w pracę.

Widząc pozytywne efekty swoich działań i inwestycji, możesz czuć się bardziej zadowolony z pracy i osiągnąć Twojego przedsiębiorstwa. To z kolei

może przyczynić się do większej satysfakcji z życia i dalszego rozwoju kariery.

Dlatego nie wahaj się i zacznij działać już dziś! Przeprowadź wnikliwą analizę swojego biznesu, zastanów się, co można zmienić i jakie nowe technologie czy procesy mógłbyś jeszcze wprowadzić.

**Powodzenia!**

**Czy jesteś gotowy na transformację swojego przedsiębiorstwa i prześcignięcie swojej konkurencji? „Nowoczesny Przedsiębiorca” to książka, która dostarczy Ci narzędzi do zdobycia tej przewagi w świecie szybkich zmian i stale rozwijającej się technologii.**

Wskazówki zawarte w tej książce pozwolą Ci odkryć korzyści płynące z bycia nowoczesnym przedsiębiorcą, zrozumieć siłę innowacji, opanować najnowsze strategie i narzędzia marketingowe oraz efektywnie wykorzystać instrumenty finansowe.

Ta książka, wypełniona doświadczeniem wieloletnich praktyków i gigantów biznesu, nie unika trudnych tematów. Dowiesz się np. jak poradzić sobie z negatywnym nastawieniem pracowników do zmian. A może zastanawiasz się, dlaczego upadły takie giganty jak Nokia, Blackberry, Sears, Blockbuster czy Kodak?

„Nowoczesny Przedsiębiorca” oferuje 101 skutecznych sposobów na efektywną transformację swojego przedsiębiorstwa oraz zdobycie przewagi na lokalnym i globalnym rynku. Zanurz się w lekturę i odkryj, jak daleko możesz przesunąć granice swojego biznesu.

Do Dzieła!

ISBN 978-83-967656-1-1



9 788396 765611