

JAK SI NASTAVIT CÍLE ÚSPĚŠNÉHO WEBINÁŘE

PŘÍPADOVÁ STUDIE



TOMÁŠ GŘEŠEK



OBSAH

OBSAH	- 2 -
JAK USPOŘÁDAT ÚSPĚŠNÝ WEBINÁŘ?	- 4 -
PROČ TEN WEBINÁŘ CHCETE DĚLAT?	- 4 -
NEŽ ZAČNETE PLÁNOVAT WEBINÁŘ	- 5 -
CÍLE ÚSPĚŠNÉHO WEBINÁŘE	- 6 -
SPECIFIKACE CÍLE	- 7 -
“M” - MĚŘITELNÝ CÍL WEBINÁŘE	- 8 -
“A” - AKCEPTOVATELNÝ CÍL WEBINÁŘE	- 9 -
“R” – REALNÝ CÍL WEBINÁŘE	- 10 -
“T” - TERMÍNOVANÝ CÍL WEBINÁŘE	- 11 -
“E” - EKONOMICKÝ CÍL WEBINÁŘE	- 12 -
“E” - EMOCE A VAŠE CÍLE	- 13 -
“S” - SOCIÁLNÍ ASPEKT CÍLE	- 14 -
“T” - TECHNOLOGIE A CÍLE	- 15 -
“P” - POZITIVNÍ CÍL	- 16 -
JSME U KONCE - POZITIVNÍHO KONCE	- 17 -
KDO JSEM?	- 18 -
PROHLÁŠENÍ	- 21 -
POZNÁMKY	- 22 -
TESTY PRO PODNIKATELE	- 23 -
ONLINE KURZY PRO VÁŠ RŮST	- 24 -
KLUB PRODUKTIVNÍHO PODNIKÁNÍ	- 25 -



JAK USPOŘÁDAT ÚSPĚŠNÝ WEBINÁŘ?

Dnes je velmi populární dělat webináře nebo nějaká online školení.

Chcete uspořádat úspěšný webinář?

Taky děláte webináře?

Jak se vám daří?

Chodí vám lidé na webináře?

Prodáváte na webinářích?

Vracejí se vám účastníci na webináře, na web?

Co je pro vás úspěšný webinář?

Velmi často na sociálních sítích čtu, že lidé by chtěli dělat webinář, ale neví jak.

Neví, jaký program použít a jak ho použít.

Neví, jak pozvat posluchače na webinář.

Jak jim pomoci? To je těžké, protože většina lidí chce dělat webináře jen proto, že je to populární, a že dnešní doba je doba online. Kdo není online není cool.

PROČ TEN WEBINÁŘ CHCETE DĚLAT?

Těchto lidí se ptám: Proč ten webinář chcete dělat? "Co je cílem vašeho webináře?"

Odpovědi jsou většinou nejasné a někdy dokonce zmatené. Bohužel lidem chybí znalost trhu a zejména cíle. Všichni dělají webináře, tak já taky budu dělat webináře. To je nejčastější důvod, proč je dneska online svět zaplaven spoustou neplodných webinářů.

Každá smysluplná činnost musí mít správně stanovený cíl. Realizace přínosného webináře musí mít správně stanovené cíle a vhodně definovanou cílovou skupinu.

Realizovat webinář je poměrně složitá a komplexní činnost. A to je klíčový důvod, proč při tvorbě webináře musíte mít jasně definovaný cíl.

NEŽ ZAČNETE PLÁNOVAT WEBINÁŘ

Než začnete plánovat webinář.

Důrazně doporučuji, stanovit si své cíle - čeho chcete realizací webináře dosáhnout. Položte si následující zásadní otázky:

- “Proč chci vysílat webinář?”
- “Pro koho budu webinář vysílat?”
- “Kdo je můj Avatar (cílová skupina), pro kterého budu webinář vysílat?”
- “Co mého Avatara zajímá?”
- “Jaké aktuální problémy teď řeší?”
- “Co je jeho naléhavý problém?”
- “Jaké jsou jeho příležitosti?”
- “Jakou přidanou hodnotu očekávají ode mě?”
- “Co si chtějí odnést z webináře?”
- “Kolik jsem ochoten investovat času a peněz do tvorby webináře(ů)?”
- “Budu vysílat jeden webinář nebo budu vysílat více webinářů?”
- “Budu se webinářům věnovat dlouhodobě?”
- “Podpoří webináře můj byznys?”
- “Budu na webináři prodávat?”

Toto jsou klíčové otázky, na které doporučuji všem, kteří chtějí dělat webináře, aby si na ně NEJDŘÍVE odpověděli.

CÍLE ÚSPĚŠNÉHO WEBINÁŘE

Já jsem si tyto otázky položil před několika lety. První webinář jsem vysílal v roce 2008. A od té doby se snažím ukazovat potenciál webinářů pro vzdělávání a marketing. Postupně se mi naplňují mé cíle v oblasti realizace webinářů.

Pro definici cílů a pro jejich úspěšnou implementaci používám metodiku SMARTEEST+ CÍLE. Tuto metodu používám i pro realizaci webinářů.

Specifikace cíle webináře

Pojďme se podívat na pořádání webinářů optikou SMARTEEST+.



SPECIFIKACE CÍLE

“S” jako specifikace. Specifikace velmi úzce souvisí s cílovou skupinou - s “Avatarem”. Musíte si jasně definovat: “Kdo je vaše cílová skupina?”

“Kdo jsou avataři, kterým budete webinář prezentovat?”

Uvedu to na příkladu.

V současné době má řada lidí problémy s učením. Rodiče musí učit své děti doma. Všichni – rodiče i děti jsou z toho ve stresu. Proto jsme s manželkou připravili webinář pro rodiče školáků a osvědčené učitelé. Cílová skupina jsou vystresovaní školáci, rodiče školáků a učitelé. Při současném způsobu učení se velmi projevují veškeré projevy poruch učení (dyslexie) jak u dětí, tak u rodičů a učitelů. Webinář jsme nazvali: “Jak se efektivně učit nejen s dyslexií”. Moje manželka Kája má bohaté zkušenosti s dyslektickými dětmi ze své kineziologické poradny. Díky své více jak 20leté praxi s dyslektickými dětmi je schopna dyslektické poruchy odblokovat pomocí jednoduchých technik a cvičení.

Jak pomáhat s dyslexií?

Proto jsme si řekli, že by pro řadu rodičů a učitelů mohlo být zajímavé, naučit se jednoduchá cvičení, která pomohou dětem lépe se učit, i když nejsou dyslektici. Protože víme, že klíčovým problémem a příčinou špatného učení je stres (děti jsou ve stresu, rodiče jsou ve stresu, učitelé jsou ve stresu, protože se musí věnovat novým formám učení a novým činnostem), zařadili jsme do webináře i techniky na odstraňování stresu. Tím jsme si specifikovali obsah webináře.



“M” - MĚŘITELNÝ CÍL WEBINÁŘE

Druhým parametrem je měřitelnost cíle. Každý cíl musí být měřitelný. My jsme si měřitelnost nastavili v několika úrovních. První úroveň byla, že chceme pomoci rodičům a dětem, lépe se učit. Toto se velmi těžko měří. Jedna z možností jak to měřit, je zpětná vazba na webináři. Mohli jsme zvolit nějaké sofistikované řešení dotazníku. Ale to jsme nechtěli, protože jsme nechtěli zatěžovat posluchače dalšími stresory. Řekli jsme si, že když lidi budou reagovat pozitivně v chatu, a když udělá většina účastníků, tak budeme spokojeni.

Povedlo se. Komentáře a následné e-maily byly jen pozitivní. Některé reakce byly doslova nadšené. Neměli jsme tam žádného hejtera.

Ekonomická úspěšnost je další parametr měřitelnosti.

Naše představa postavená na znalosti struktury naší databáze a vlivu na sociálních sítích byla, že se na webinář přihlásí přibližně 100 lidí a na vlastní webinář přijde 50 lidí. Dále jsme se rozhodli, že na webináři budeme nabízet placené produkty. Ale nechtěli jsme v současné době na tom vydělávat - chtěli jsme pokrýt naše náklady. Proto jsme dali na produkty akční cenu. Naše představa byla, že 10% účastníků si koupí nějaký produkt. Nabízeli jsme e-book a online kurz - [Jak se učit bez stresu.](#)

Jak to dopadlo? Na webinář se přihlásilo 220 lidí. Webináře se zúčastnilo 70 lidí. Produkty si zakoupilo 13 lidí. Překročili jsme naše plánované měřitelné cíle - to bylo pozitivní.



“A” - AKCEPTOVATELNÝ CÍL WEBINÁŘE

Třetím parametrem je akceptovatelnost cíle. Akceptovatelnost má opět několik úrovní. Akceptovatelné muselo být pro mě a pro mou ženu, že budeme vysílat společně. A že se postavíme - posadíme před kameru. Jelikož oba dva už webináře nějakou dobu děláme, bylo to pro nás v pohodě akceptovatelné.

Další oblast, kterou jsme museli řešit z pohledu akceptovatelnosti, byl vhodný termín webináře. Museli jsme najít vhodný - akceptovatelný termín pro nás a pro posluchače. Na základě předchozích zkušeností jsme vybrali neděli večer ve 20:00 Termín jsme opravdu hodně zvažovali tak, aby byl přijatelně akceptovatelný pro posluchače. A byl, protože přišlo více lidí, než jsme čekali.

Další pohled na akceptovatelnost je vhodná forma webináře. Jako formu webináře jsme zvolili přednášku s moderovanou diskuzí na závěr webináře. Můžeme konstatovat, že i toto bylo akceptovatelné pro nás, i pro posluchače. Většina účastníků (93%) vydržela do konce webináře a diskuze se protáhla o 30 minut.



“R” – REALNÝ CÍL WEBINÁŘE

Čtvrtým parametrem je realizovatelnost cíle. Je třeba si položit otázku:

“Co jsou klíčové nástroje pro realizaci webináře?”

Potřebujete kvalitní internetové připojení - download a upload (min 10/10Mbps). Podle cíle je nutné zvolit vhodný program pro vysílání webináře. Jelikož webináře vysíláme několik let, tak jsme věděli, že máme vhodné nástroje pro realizaci webináře.

Proč WEBINARJAM?

Pro vysílání webináře jsme použili [Webinarjam](#) a vysílali jsme na vysílací stránce na serverech WEBINARJAMU. Tím jsme využili kvalitní server pro vysílání a nemuseli jsme se obávat, že by naše stránky nezvládly větší množství připojených posluchačů. Vždy se snažíme zvážit a eliminovat rizika. Největším rizikem je internetové připojení. Z toho důvodu máme záložní internetové připojení. Bohužel už se nám stalo, že jsme webinář museli zrušit a přesunout, protože přestal fungovat internet.

WEBINARJAM má řadu výhod. Lze v něm nastavit celý proces registrace včetně registračních a notifikačních e-mailů. Vysílání probíhá na serverech WEBINARJAMU a vysílání nezatěžuje náš web. Důležitý je i komfort pro posluchače. Účastníci webináře si nemusí nic instalovat do počítače a jen se připojí přes svůj prohlížeč v počítači na “adresu” vysílání webináře. To je velmi jednoduché a zvládne to i počítačový laik. Posluchači se mohou aktivně zapojit do chatu, mohou odpovídat na ankety nebo mohou vstoupit přímo do vysílání. WEBINARJAM má nástroje pro podporu prodeje přímo na webináři. Tato funkčnost podpořila náš cíl - prodávat kurz na webináři. WEBINARJAM má svého online “bratříčka” EVERWEBINAR. Co umí? EVERWEBINAR umí na pár kliknutí překlopit váš webinář z WEBINARJAMU na takzvaný “evergreen webinář” - opakovaný webinář. I toto byl náš cíl.



“T” - TERMÍNOVANÝ CÍL WEBINÁŘE

Pátým bodem je termínovanost cíle. Téma času a termínů je velmi obsáhlé. Začneme termínem z pohledu účastníků. Museli jsme vybrat vhodný termín s dostatečným předstihem tak, aby to bylo přijatelné pro posluchače i pro nás. Neděle ve 20:00 hodin byl přijatelný termín pro posluchače i pro nás. Z pohledu nás jako realizátorů jsme si museli stanovit termín vysílání, ale museli jsme si čas před vysíláním rozdělit na další časové úseky. Proč? Před vysíláním nás čekala řada úkolů. Museli jsme připravit obsah - prezentaci. Museli jsme připravit web - registrační a děkovací stránku. Museli jsme připravit a nastavit prostředí pro vysílání webináře ve WEBINARJAMU. Museli jsme nastavit a vytvořit notificační e-maily. Museli jsme nastavit evidenci účastníků do našeho e-mailového systému SMARTEMAILING. A protože WEBINARJAM neumí komunikovat se SMARTEMAILINGEM, musel jsem tyto aplikace propojit pomocí aplikace ZAPIER.

Museli jsme si udělat osnovu webináře. Museli jsme si naplánovat jednotlivé kroky. Rozdělili jsme si úkoly (v PROJEKTOVĚ) se ženou a s dcerou tak, abychom měli připravenou prezentaci včas a všechny e-maily odcházely ve správný čas. Rovněž jsme si museli naplánovat reklamu a i tady hrál čas klíčovou roli.



“E” - EKONOMICKÝ CÍL WEBINÁŘE

Šestým bodem je ekonomika cíle. Primárně jsme u tohoto projektu nebyli fokusováni na výdělek. Chtěli jsme lidem v současné nelehké situaci pomoci. Zároveň jsme si říkali, že je třeba, aby byla zachována rovnováha. Proto jsme webinář vysílali zdarma, a nabídli jsme účastníkům naše přínosné produkty za velmi přijatelné ceny. Cena zřejmě mohla být i vyšší, protože zájem o produkty byl velmi vysoký.

U webinářů si vždy nastavte, kolik chcete vydělat. Na základě tohoto ekonomického cíle musíte nastavit další parametry. Kolik lidí musí navštívit váš web? Kolik lidí se musí registrovat? Kolik lidí musí přijít na webinář. Ne všichni, kteří se přihlásí (registrují), na webinář přijdou. Bývá to méně než 50% registrovaných. Na základě této analýzy a plánu můžete relativně přesně navrhnout investici do reklamy tak, abyste získali potřebný počet registrovaných. Udělejte si kalkulaci nákladů a potenciálního zisku. Spočítejte si bod zvratu, abyste věděli, kolik produktů musíte prodat, abyste byli v zisku. Spočítejte si, jestli se vám to, co děláte vůbec vyplatí. Toto je nutný ekonomický parametr každého cíle, na který spousta lidí zapomíná a pak se diví, že jejich cíle nevedou k hojnosti a ziskům.



“E” - EMOCE A VAŠE CÍLE

Sedmým parametrem jsou emoce všech zúčastněných. Z mého pohledu je to velmi důležitý a možná nejdůležitější parametr pro realizaci a implementaci cílů. Pokud do svého záměru, do přípravy cíle a do realizace cíle, nedáte emoce - zejména pozitivní emoce, je velká pravděpodobnost, že cíle se vám nepodaří dosáhnout. Pokud jsou lidé bez emocí na cestě k cíli a ani cíl v nich nevyvolá emoce, do cíle nedojdou a na cestě je zastaví i malá překážka.

A jaké byly emoce u našeho webináře? My jsme do webináře - do jeho přípravy (cesta) i do jeho realizace (cíl) dali velmi silné emoce. Byli jsme všichni nadšení, že tvoříme.

Tvořili jsme na základě našich úspěšných zkušeností a vybírali jsme to nejlepší z naší poradenské a vzdělávací praxe. Propojovali jsme zkušenosti mé ženy z její porady, zkušenosti naší dcery z online marketingu a zkušenosti moje, ze školení a online prezentací. Máme to štěstí, že práce, kterou děláme, nás baví - máme radost z každého úspěchu našich klientů. Když jsme obsah tvořili a pilovali, byli jsme doslova ve flow. Náměty přicházely samy tak nějak z Vesmíru. Já osobně mám vždy radost, když mohu někomu pomáhat. Stejně to má moje žena a dcera. Proto děláme to, co děláme.

Na tomto webináři se nám podařilo zúročit 20 letou praxi mé ženy z kineziologické poradny. Její zkušenosti a příběhy jejich úspěšných klientů se snažila předat tak, aby pomohly posluchačům a jejich dětem.

Emoce pokračují i po webináři. Webinář skončí a vy čtete úžasné zpětné vazby. Tak jste opravdu v euforii. A my jsme v euforii po každém webináři a vždy webinář s vděčností oslavíme a zapijeme skleničkou lahodného moku.

Emoce prožívali i účastníci webináře. To bylo vidět i v diskuzích. Dyslexie a poruchy učení jsou zahaleny spoustou nepravd. Rodiče dětí, které mají dyslexii, jsou většinou postaveni do stavu, že se s tím nedá nic dělat. Děti dostanu papír, že mají poruchu učení, a že by učitelé na ně měli brát ohled. Realita je však úplně jiná. Děti jsou velmi často vystavovány posměchu nejen spolužáků, ale bohužel i učitelů, výchovných poradců. Děti jsou často i cílem šikany. My jsme na webináři rodičům ukázali jiný úhel pohledu. Ukázali jsme možnosti, jak dyslexii řešit. **Dali jsme jim naději**, i konkrétní postupy a nástroje. Proto posluchači (rodiče, děti, učitelé) webináře prožívali velmi silné emoce. A většina uvěřila v možnou pozitivní změnu. **Uvěřili, že dyslexie je řešitelná.**



“S” - SOCIÁLNÍ ASPEKT CÍLE

Osmý parametr je sociální aspekt cíle. Co to je sociální aspekt? Tento parametr má řadu úhlů pohledu. Z mého úhlu pohledu je neklíčovější to, že když realizuji nějaký cíl, měl by cíl i aktivity na cestě k cíli mít sociální přesah. **Naplňováním cíle bych měl něco zlepšovat.** Zlepšovat situaci lidí, zlepšovat jejich zdraví, zlepšovat jejich pracovní podmínky, rozšiřovat jejich potenciál, zlepšovat situaci mého nejbližšího okolí. Měl bych zlepšit situaci ve společnosti. Měl bych zlepšit situaci v přírodě nebo ve Vesmíru. Domnívám se, že i náš webinář Jak se lépe učit nejen s dyslexií měl jasný sociální aspekt. Chtěli jsme zjednodušit současnou situaci dětem, rodičům dětí a učitelům dětí, které mají problémy s učením, se stresem z učení. Jsme přesvědčení, že se nám to povedlo na jedničku. **Ještě dlouho po webináři, nám chodily nadšené ohlasy.** A zase ty emoce. :-)



“T” - TECHNOLOGIE A CÍLE

Devátým aspektem je “téměř” - technologický parametr cíle. Úspěšný cíl musí využívat potenciál současných technologií. Opět se nám podařilo naplnit tyto principy více než na 100%. Dokážete si představit tuto situaci před několika léty? Jak byste udělali přednášku pro 100 lidí z Česka a Slovenska? Ano, bylo by to velmi komplikované. Dnes je situace úplně jiná. Jsou k dispozici nové technologie. My jsme seděli doma v pracovně, účastníci webináře seděli doma, mohli popíjet kávu, čaj nebo nějaký ostřejší drink. Mohli nás poslouchat, mohli nás sledovat, mohli s námi diskutovat. Toto umožňují dnešní moderní nástroje a technologie. Já osobně se webinářům věnuji více než 10 let. Před 10 lety to opravdu bylo velmi obtížné a zároveň velmi finančně náročné.

Nástroje pro online

Jak jsem psal výše, pro organizaci webináře jsme použili nástroj [WEBINARJAM](#). Je to skvělý program, který mohu doporučit. Pro odesílání e-mailů jsme použili SMARTEMAILING. Integraci WEBINARJAM a [SMARTEMAILING](#) jsme vyřešili pomocí ZAPIER. Web máme postavený na systému WORDPRESS a využíváme šablonu [MIOWEB](#). MIOWEB je komplexní systém pro online vzdělávání. Je přímo propojen se SMARTEMAILINGEM a [FAPI](#) (nástroj pro fakturaci). Pro automatické vystavování faktur jsme využili FAPI. FAPI je vlastně taková účetní na webu. FAPI umožňuje vystavovat faktury automaticky, takže pro vystavování faktur nepotřebujeme paní účetní. Systém FAPI ihned po vygenerování objednávky vystaví fakturu. FAPI se spojí s naší bankou a dokonce odešle zákazníkovi digitální produkt automaticky po zaplacení. Využili jsme platební bránu GOPAY pro platby kartou. Toto jsou klíčové nástroje a postupy, které nám umožňují realizovat webináře a online kurzy s minimálními náklady.



“P” - POZITIVNÍ CÍL

Poslední, ale klíčový parametr je **(+) plus**. Každý cíl musí být pozitivní!!!

Proč pozitivní? **To, kam směřujeme pozornost, TO ROSTE**. Když směřujete pozornost na strach nebo nemoc, roste strach, a vytváříte si nemoci. Když směřujete pozornost na RADOST a ZDRAVÍ. Tak vás zaplavuje RADOST a jste ZDRAVÍ.

V čem byl náš webinář pozitivní? Opět to má několik rovin. Pro nás bylo pozitivní to, že jsme tvořili jako tým, jako rodina. Že jsme tvořili, co lidé potřebují. S manželkou jsme se bavili o projektu pro dyslektiky už dlouhou dobu. Chtěli jsme pomoci dětem s učením. Jezdili jsme po školách a dělali osvětu o dyslexii a možnostech učení. Současná situace nás nabudila natolik, že jsme si řekli: “Teď je ten správný čas předat naše dlouholeté zkušenosti a pomoci rodičům a dětem.” To je jasně pozitivní. My jsme ze sebe realizovali. Pomáhali jsme rodičům, učitelům i dětem zjednodušit si učení, i učení se.

Náš cíl je pozitivní v tom, že jsme jim nabídli řešení! Řešení, které zlepšuje jejich učení. Bohužel konzervativní společnost utvrzuje rodiče, učitelé i děti v tom, že jsou dyslektici a že mají poruchu učení. Dostávají nálepku a nikdo nepracuje s jejich silnými stránkami. My jsme jim ukázali novou cestu. Ukázali jsme jim cvičení, která jim pomohou se lépe učit a zbavit se poruch učení. Tím získají další možnosti a mohou rozvinout své schopnosti.

Pozitivní je to, že díky tomu, že se děti lépe učí, tak se mohou lépe rozvíjet a mohou se věnovat tomu, co je baví.



JSME U KONCE - POZITIVNÍHO KONCE

Webinář dopadl skvěle a já jsem vám ukázal, jak prakticky uplatnit metodu SMARTEEST+ CÍLE. Na realizaci webináře jsem vám krok za krokem ukázal, jak je důležité stanovovat si správné cíle. A že v dnešní době nestačí nastavit SMART cíle! SMARTEEST+ CÍLE jsou o cílech dnešní doby, o cestě v dnešní době, o lidech v dnešní době. Nové parametry ekonomické, emocionální, technologické, sociální a pozitivní umožňují lidem být úspěšnější na cestě, umožňují být prospěšnější, umožňují žít své hodnoty, žít vědomě a radovat se života každý den.

SHRNUTÍ - Jak uspořádat úspěšný webinář?

Chcete li uspět při pořádání webinářů, chcete li uspět v čemkoliv musíte znát své "PROČ?" To je první podstatná podmínka. Musíte vědět kam jdete a proč tam jdete. Musíte mít nastavený svůj cíl.

Aby dosažení cíle - váš úspěch byl předpokladatelný - musíte postupovat systematicky a metodicky. Když si nastavíte SMARTEEST+ CÍLE budete vědět kam jdete, proč tam jdete, s kým tam jdete a zároveň budete vědět co se vám povedlo a co vás ještě čeká.

SMARTEEST+ CÍLE mi pomohly vytvářet ziskové webináře a online projekty.

Doporučuji jít krok za krokem a začít prvním malým krokem - jít do akce.

KDO JSEM?

TOMÁŠ GŘEŠEK

Jsem lektor, mentor a kouč.

Zaměřuji se na rozvoj firem, a protože jsem přesvědčený, že to **nejdůležitější ve firmách jsou lidé**, tak se primárně zaměřuji na rozvoj osobnosti a týmů v těchto firmách.

Vystudoval jsem vysokou školu – obor mikrotechnologie.

Ihned po sametové revoluci jsem začal podnikat. Začal jsem jako OSVČ.



Pak jsem založil firmu ELEKTRO MAR. V této firmě jsem pracoval postupně jako projektant, projekt manažer, ředitel marketingu, předseda představenstva. Firmu jsem dovedl k úspěšné fúzi s firmou SIEMENS.

Jelikož mám rád nové výzvy a svobodu, opustil jsem lukrativní manažerský post v nadnárodním koncernu a opět jsem vstoupil na volnou nohu. Od roku 2000 se věnuji poradenství pro firmy a řízení podnikatelských projektů.

Jako zakladatel coworkingového (www.LoveCoWork.cz) centra v Opavě jsem pomáhal místním podnikatelům vytvářet nové partnerství a hledat nové příležitosti například pomocí „mastermind skupin“ a projektu ZASTAVME SE.

Své podnikatelské a manažerské zkušenosti jsem se rozhodl předávat dál – podnikatelům, firmám menším, středním, i těm velikosti SIEMENS. Založil jsem proto rodinnou poradenskou firmu EDUWAY.

Mé znalosti, a především zkušenosti mi byly skvělými odrazovými můstky při tvorbě řady mých úspěšných vzdělávacích programů.

K nejúspěšnějším patří ŠKOLA MISTRŮ - Leadership pro výrobní manažery a LEAN V KOSTCE. LEAN V KOSTCE je unikátním propojením gamifikace se systémem projektového vzdělávání s dopadem do praxe.

Jsem propagátorem online podnikání, a proto jsem založil inspirativní projekt PRODUKTIVNÍ PODNIKÁNÍ, který na principech BALANCED SCORECARD pomáhá podnikatelům a manažerům pracovat produktivně - s minimálním úsilím dosahovat skvělých výsledků.



V projektu PRODUKTIVNÍ PODNIKÁNÍ se můžete rozvíjet v těchto oblastech – DOSAHOVÁNÍ CLŮ, ŘÍZENÍ ZMĚN, EFEKTIVNÍ KOMUNIKACE, ROZVOJ SILNÝCH STRÁNEK, OPTIMALIZACE A AUTOMATIZACE PROCESŮ, NÁSTROJE ONLINE PODNIKÁNÍ a dalších.



Metody nekopíruji – metody vytvářím.

Jsem autorem metody SMARTEEST+, kterou jsem implementoval ve stovkách firem. Řada z nich je pravidelně zařazována do žebříčku TOP100 firem v ČR, jako například: MITAS, FOXCONN CZ, JOHN CRANE SIGMA, WALMARK, ŠKOFIN, CZ LOKO, ČMŽO elektronika...)

Vydal jsem tištěnou knihu SMARTEEST+ CÍLE.

Jsem autorem řady online projektů – JAK SI NASTAVIT CÍLE, ZASTAVME SE, LEADER PRODUKTIVITY, ŘÍZENÍ ZMĚN, ÚSPĚŠNÝ PRODEJNÍ WEBINÁŘ a další.

Podílel jsme se na projektech mé ženy – ZÁZRAČNÉ BACHOVKY, 10 KROKŮ K SEBELÁSCE, UČENÍ BEZ STRESU.

Při práci s klienty postupuji metodicky a spojuji různé metody a přístupy (koučink, mentoring, poradenství, školení, online školení) podle potřeb klienta.

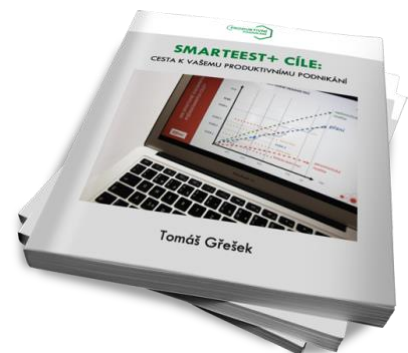
Vytvořil jsem „vzdělávací“ metodu EDUWAY a podle ní jsme nazvali i naši rodinnou firmu.

Co je to EDUWAY? E je jako education – tedy učení se. D je development – tedy rozvoj. U je understanding – tedy pochopení. WAY je cesta – cesta je cíl. S našimi klienty jsme na společné cestě – cestě růstu a rozvoje. Pomáháme klientům se učit, tak aby se rozvíjeli a pochopili univerzální principy života a podnikání a byli úspěšní a šťastní na jejich cestě životem při dosahování jejich cílů a naplňování jejich posláních.

Rád i Vám pomohu na Vaší cestě naplnit Vaše cíle.

Úspěšný den Vám přeje

Tomáš Gřešek



REFERENCE

Strategické řízení, řízení obchodu, řízení změn pro firmy:

IPO, SCHWAN COSMETICS, KOBLA, LOSTR, EMOS, ABEX SUBSTRÁTY, DŘEVOTRUST, OPTYS, BLOCK, MORA GORENJE, VAGONKA DŘEVO, SALVATOR STŘECHY, JOHN CRANE SIGMA, PRŮMYSLOVÁ KERAMIKA, KRMÍM KVALITNĚ a další.

Realizace rozvoje lidských zdrojů a manažerských a obchodní dovedností ve firmách:

Sazka, Walmark, SMOZA, Vítkovice válcovny trub, Demos trade, Autojas cz, Witzenmann, Dvořák lesy, sady, zahrady, Romotop, Technoprojekt, Hutní projekt, Lokel, IndustryEU, Cloverleaf, Feropol, Abex Substráty, Opavia LU, HPF Clean, TRUMF International, RWE, ČEZ, Bekaert Bohumín, BONATRANS, BorsodChem MCHZ, Česká správa sociálního zabezpečení, DIGIS, ED systém, Feron, FINIDR, Krnovské opravny a strojírny, L.A.B. Industries, LASSELSBERGER CZ, Monlycke Health Care Klinipro, MORApplast, OKD, OPTYS, OSRAM Bruntál, VOP 025 Nový Jičín, UNEX, Borcad, Jäkl Karviná, HP LAK, LANEX, AUTOPAL, VISTEON, ČMŽO elektronika, FORTEMIX a další



Škola mistrů a řízení efektivní výroby (LEAN MANAGEMENT) pro firmy:

Vítkovice válcovny trub, Jäkl Karviná, Bekaert Bohumín, Keravit, Hayes Lemmerz Autokola, VOP 025 Nový Jičín, Witzenmann, Kazeto, OPTYS, MORApplast, ROBE show lighting, UNEX. MORAVSKÉ ŽELEZÁRNY, ČSAD KARVINÁ, MORA – GORENJE, UNIGEO, Brose, JOHN CRANE SIGMA, FOXCONCZ, HOBES, KOS, HDO, PLASTICO, RETIS GROUP, ŠKOFIN, ČMŽO, TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY, PODRAVKA, STOECKLIN, STIVAL AUTOMOTIVE, NIVEKO, CZ LOKO, LAPP KABEL, MITAS, SMITHS MEDICAL a další.

Věřím, že v mých aktivitách najdete široké spektrum podnětů pro zefektivnění své práce a rovněž podněty pro svůj osobní rozvoj.

PROHLÁŠENÍ

Tento materiál je informačním produktem a není návod na zaručená řešení.

E-book je postaven na mých osobních zkušenostech a může být pro čtenáře inspirací.

Čtenáři a uživatelé tohoto materiálu jsou si vědomi, že jakékoli použití informací z tohoto materiálu nezaručuje samo o sobě dosažení uživatelem očekávaných výsledků. Výsledky (úspěchy i neúspěchy) jsou závislé na svobodném jednání uživatelů a čtenářů.

Autor za ně nenese žádnou zodpovědnost. V tomto materiálu můžete najít i informace o produktech nebo službách třetích osob. Tyto informace jsou pouze doporučením a vyjádřením mého svobodného názoru.

Tímto chci poděkovat všem klientům, kteří mi umožnili dělat to, co mě baví.

Jakékoliv šíření nebo poskytování třetím osobám bez souhlasu autora je zakázáno.

Děkuji za pochopení a respektování tohoto sdělení.



POZNÁMKY



TESTY PRO PODNIKATELE

TEST TYPOLOGIE FOKUS NAJDETE NA WEBU [ZDE](#)

Stačí kliknout na obrázek ↓



Nebo fotoaparátem z mobilu naskenovat QR KÓD ↓



<https://www.produktivnipodnikani.cz/testy-pro-podnikatele/>



<https://www.produktivnipodnikani.cz/webinare/webinar-efektivni-komunikace/webinar-efektivni-komunikace-zaznam-prodej/>

ONLINE KURZY PRO VÁŠ RŮST

Online kurzy najdete [ZDE](#)



Všechny tyto kurzy jsou součástí KLUBU PRODUKTIVNÍHO PODNIKÁNÍ.

PŘIPRAVUJEME



KLUB PRODUKTIVNÍHO PODNIKÁNÍ

Informace o klubu najdete na stránce [ZDE](#)

<https://www.produktivnipodnikani.cz/pp-prihlaseni-a-registrace/>





TOMÁŠ GŘEŠEK

www.produktivnipodnikani.cz

www.tomasgresek.cz

www.eduway.cz

