



Prepreke u razvoju malih i srednjih poduzetnika

Rein Global | stvaramo prilike



Poduzetnici su naši najbolji partneri

Drage poduzetnice i poduzetnici,

u ovoj brošuri dajemo odgovore na česta pitanja koja si naši klijenti postavljaju prije nego što se odluče na temeljitu reorganizaciju tvrtke.

Naše iskustvo nam daje prednost da možemo sagledati tvrtku kao cjelinu i pripremiti je na sveobuhvatne promjene. Pri tome štedimo vrijeme našim klijentima i ne narušavamo tijek tekućeg poslovanja. Od nas dobivaju sve odgovore na jednom mjestu — od analize, definicije problema, do implementacije i praćenja provedbe svih potrebnih aktivnosti.

Cilj nam je stvoriti zdraviju i efikasniju organizaciju koja je sposobna prilagoditi se tržišnim promjenama. Rezultat je i smanjeno rasipanje resursa, samostalno i motivirano osoblje, kvalitetniji i jeftiniji proizvod te naravno razvoj tržišta i veći broj ključnih kupaca.

Prije početka takvog procesa, tvrtka mora imati dobru financijsku bazu i biti spremna na interne promjene kako bi se nove strategije i prakse mogle uspješno implementirati.

Budući da ni najuspješnijim poduzetnicima nije lako sve napraviti samostalno, postoje stručnjaci poput nas koji mogu pomoći u unaprjeđenju poslovanja i sposobnosti prilagodbe tvrtke na buduće izazove.

Radujemo se suradnji s Vama!



Hermina Reicher, MA

direktor Rein Global Hrvatska

Neophodne radnje za brzo unaprjeđenje malih i srednjih tvrtki



Što trebamo učiniti ako tvrtka nema sposobnost prilagodbe?

Tvrtka koja nema sposobnost prilagodbe tržišnim i ekonomskim promjenama zaostajat će za konkurencijom i naći će se u velikim problemima. U takvoj situaciji preporučljivo je prije svega fokusirati se na poboljšanje sposobnosti prilagodbe kako bi se osiguralo da tvrtka može uspješno reagirati na promjene na tržištu i u industriji.

To može uključivati stvaranje fleksibilnog plana poslovanja, unaprjeđenje internih procesa i osposobljavanje zaposlenika za rad u dinamičnom okruženju. Također je važno redovito pratiti tržišne i ekonomske trendove i prilagoditi se njima s ciljem rasta i razvoja poslovanja.

IZAZOVI

smjena generacija

loše financijsko stanje

neiskorišteni potencijal unutar organizacije

loše prakse

NAŠE USLUGE

Dubinska analiza (*due diligence*)

Korporativne strategije

Metode

Operacije



Što ako tvrtka nema dovoljno vlastitih resursa?

Tvrtka koja nema dovoljno kapitala u svim oblicima za provedbu novih inicijativa za unaprjeđenje poslovanja, morat će se fokusirati na optimizaciju postojećih resursa i praksi. Takva tvrtka mora stvoriti detaljan plan poslovanja koji uključuje konkretne korake za poboljšanje učinkovitosti i smanjenje troškova.

Isto tako, to uključuje i redovito praćenje rezultata čime se može utvrditi uspješna provedba plana. Ako je tvrtka u financijski stabilnom stanju, izgledno je da će se odlučiti za dodatna ulaganja u resurse koja će unaprijediti sposobnost tvrtke da provede nove inicijative za unaprjeđenje poslovanja.



ŠTO SU RESURSI?

Resursi u ovom kontekstu se odnose na sva potrebna sredstva za provedbu novih inicijativa za unaprjeđenje poslovanja. To može uključivati financijska sredstva za nove projekte i ulaganja, ljudske resurse (poput dodatnog osoblja ili obuke postojećih zaposlenika), tehničke resurse (poput nove opreme ili tehnologije) i druge resurse (poput prostora ili materijala) koji su potrebni za provedbu planiranih aktivnosti.

Važno je da tvrtka ima dovoljno resursa za provedbu aktivnosti i da ih rasporedi na efikasan način kako bi se postigli željeni rezultati.

Kako ocijeniti jesu li resursi dostatni?

Jedan način da se ocijeni ima li tvrtka dovoljno resursa za provedbu novih inicijativa za unaprjeđenje poslovanja je da se stvori detaljan plan poslovanja koji uključuje sve potrebne resurse i troškove. Nakon toga, tvrtka bi trebala izračunati svoje financijske izvore i usporediti ih s planiranim troškovima kako bi se utvrdilo ima li dovoljno sredstava za provedbu plana.

Ako je tvrtka u financijski stabilnom stanju, moguće je da će moći raspolagati dodatnim sredstvima. Ako se pak ispostavi da nema dovoljno sredstava, moguće je da će se morati raditi izmjene i prilagodbe raspoloživih resursa. Cilj je u tom slučaju smanjiti troškove ili pronaći dodatni izvor financiranja.

IZAZOVI

manjak kapitala

neorganiziranost

sklonost improvizacijama

nedostatak vizije

NAŠE USLUGE

Strateške analize

Planiranje projekata

Digitalna transformacija

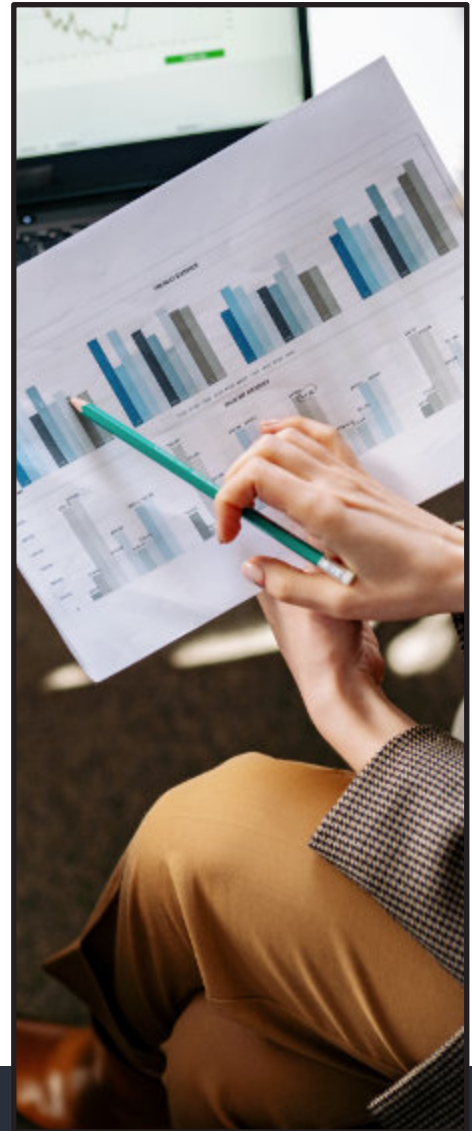


Treba li izraditi analizu dosadašnjeg poslovanja?

Prije nego što se započnu nove inicijative za unaprjeđenje poslovanja, preporučljivo je da se provede detaljna analiza dosadašnjeg poslovanja tvrtke. Analiza bi trebala uključivati ispitivanje financijskog stanja tvrtke, pregled tržišta i konkurencije te procjenu internih procesa i praksi.

Analiza troškova primjerice pomaže tvrtkama u kontroli troškova, utvrđivanjem gdje nastaju troškovi i gdje mogu uštedjeti. Razumijevanjem strukture troškova svojih operacija, tvrtke mogu donositi informirane odluke o tome kako rasporediti resurse, optimizirati procese, smanjiti otpad i poboljšati profitabilnost.

Cilj takvih analiza je utvrditi jače i slabije strane tvrtke te odrediti prioritete za unaprjeđenje poslovanja. Na temelju rezultata analize moguće je razviti detaljan plan poslovanja, koji će uključivati konkretne korake za poboljšanje i postizanje željenih rezultata.



ŠTO JE DETALJAN PLAN POSLOVANJA?

Detaljan plan poslovanja uključuje sve potrebne korake i aktivnosti za provedbu novih inicijativa za unaprjeđenje poslovanja, kao i vremenske okvire za svaki korak. Plan treba uključivati detaljne informacije o resursima potrebnim za provedbu aktivnosti (poput financija, ljudskih resursa, tehničkih resursa, i sl.), kao i troškove za svaki resurs. Plan bi također trebao sadržavati mehanizme za praćenje napretka i procjene rezultata zbog utvrđivanja uspješnosti provedbe i moguće potrebe za revizijom nekog dijela plana.

Cilj detaljnog plana poslovanja je pomoći tvrtki da se organizira i efikasno upravlja novim inicijativama za unaprjeđenje poslovanja te da se postignu željeni rezultati.

Što sadrži analiza tržišta i konkurencije?

Analiza tržišta i konkurencije je proces istraživanja koji se provodi kako bi se dobio uvid u trenutno stanje na tržištu i u dinamičnost konkurencije. Analiza bi trebala uključivati pregled tržišta u cjelini, istraživanje potreba i želja potencijalnih klijenata te procjenu trenutne ponude na tržištu i načina na koji se tvrtka nosi s konkurencijom.

Na temelju rezultata analize, tvrtka bi trebala razviti strategiju za prilagodbu na tržištu i poboljšanje svoje pozicije u odnosu na konkurenciju. Analiza tržišta i konkurencije može pomoći tvrtki da prilagodi svoju ponudu potrebama i željama potencijalnih klijenata te da se pozicionira na način koji će joj omogućiti da se izdvoji od konkurencije.

IZAZOVI

manjak podataka

nepoznavanje tržišta

nejasna slika tvrtke

NAŠE USLUGE

Dubinska analiza (*due diligence*)

Istraživanje i obrada tržišta

Strategije poslovnih jedinica



Kako postaviti osnovne digitalne metode komunikacije sa svojim kupcima?

Web stranica

Dobro dizajnirana i informativna web stranica može pomoći tvrtkama da steknu kredibilitet i povjerenje kod potencijalnih kupaca. Web stranica bi trebala potencijalnim kupcima pružati vrijedne informacije o proizvodima, uslugama i mogućnostima tvrtke, pomažući im da donesu informirane odluke.

Online trgovine

Kupci rado obavljaju transakcije brzo i učinkovito, a web trgovine im to olakšavaju jednostavnim pristupom svojim proizvodima. Tako je moguće i proširiti doseg tvrtke izvan dosadašnjih geografskih ili industrijskih granica.

Otvaranjem web trgovine, odnosno automatiziranjem procesa poput obrade narudžbi i plaćanja, tvrtke mogu značajno smanjiti i operativne troškove.

E-mail kampanje

E-mail kampanje usko su povezane s drugim online kanalima, a mogu se koristiti za stvaranje novih potencijalnih klijenata. Putem newslettera koji nude informacije o novima proizvodima ili uslugama, promocijama i personaliziranim ponudama, tvrtke mogu privući potencijalne klijente i pretvoriti ih u kupce.

Isto tako, mogu se koristiti i za izgradnju i održavanje odnosa s postojećim kupcima. Prikupljanje podataka i analiza rezultata daju važne uvide za optimizaciju kampanja i prodajnih strategija.





Društvene mreže

Stvaranjem i dijeljenjem sadržaja na društvenim mrežama, tvrtke povećavaju svoju vidljivost i privlače nove potencijalne klijente. Sam odabir društvenih mreža ovisi o ciljanoj publici tvrtke. Ovi kanali omogućavaju direktnu komunikaciju s kupcima, kao i vrlo ciljano oglašavanje.

Odgovarajući na upite, rješavajući probleme i pružajući vrijedan sadržaj, tvrtke mogu izgraditi povjerenje kod svojih kupaca. Mogu prikupiti i podatke o ponašanju i željama kupaca te steći bolji uvid u svoju ciljanu publiku i optimizirati strategiju prodaje.

Društvene mreže poput Linkedina služe kao platforma za povezivanje s drugim tvrtkama i profesionalcima u industriji. Uključivanjem u rasprave, dijeljenjem informacija i izgradnjom odnosa, B2B tvrtke mogu tako proširiti svoju mrežu i prepoznati nove poslovne prilike.

IZAZOVI

odsustvo digitalnih oblika komunikacije

zastarjele internetske stranice

digitalno oglašavanje

komunikacija s krivom publikom

NAŠE USLUGE

Istraživanje i obrada tržišta

Korisnička podrška

Digitalna transformacija



Kako osigurati visokokvalitetne usluge i proizvode?

Visokokvalitetne usluge i proizvodi mogu se osigurati na način da se stvore standardi kvalitete i da se redovito provode kontrole kako bi se utvrdilo da li se ti standardi poštuju. To može uključivati stvaranje unutarnjih pravilnika i procedura, kao i provedbu redovitih pregleda i testiranja. Tako tvrtke mogu biti sigurne da se proizvodi i usluge isporučuju prema specifikacijama i da zadovoljavaju visoke standarde kvalitete.

Također je važno da se zaposlenici osposobe za rad prema tim standardima te da se pruži podrška i motivacija za njihovo stalno unaprjeđenje. Osiguravanjem visokokvalitetnih usluga i proizvoda, tvrtka može poboljšati svoju reputaciju i privući nove klijente preko preporuka postojećih zadovoljnih klijenata.

IZAZOVI

proizvodi neujednačene kvalitete

nedostatak metoda

rasipanje resursa

manjak pravilnika i procedura

nedovoljno osposobljeni zaposlenici

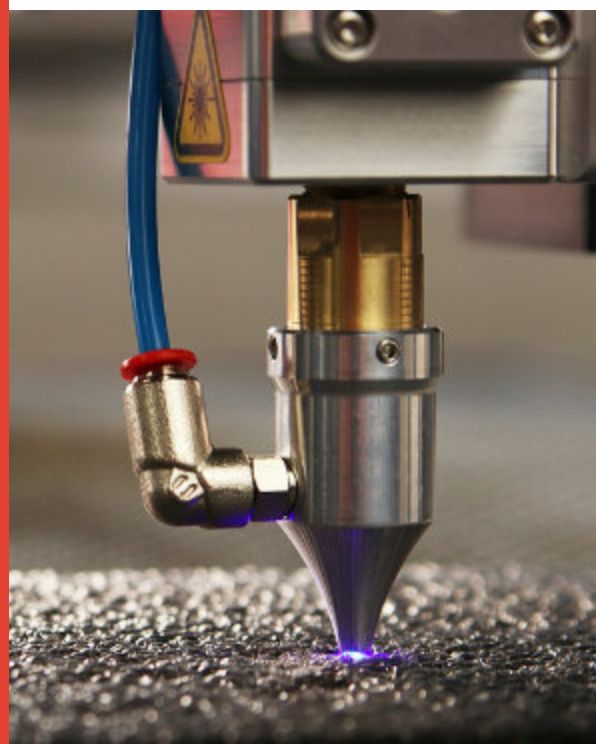
NAŠE USLUGE

Kvaliteta

Proizvodnja

Energetska učinkovitost

Razvoj novog proizvoda



Kako unaprijediti internu organizaciju i upravljanje radom?

Iznimno je bitno stvoriti jasne planove i ciljeve za svaki dio poslovanja tvrtke. To može uključivati osmišljavanje detaljnog plana poslovanja i internih pravilnika, kao i redovito praćenje rezultata i napretka u ispunjavanju ciljeva. Važno je i osigurati da su svi zaposlenici u tvrtki dobro informirani o ciljevima i da im se pruži podrška i motivacija za rad prema tim ciljevima.

Dobra interna organizacija i upravljanje radom mogu pomoći tvrtki da poveća učinkovitost i smanji troškove, što može poboljšati poslovanje i zadovoljstvo zaposlenika i klijenata. Osim toga, dobro upravljanje radom može pomoći tvrtki da se brže prilagodi promjenama na tržištu, kao i novim situacijama i izazovima. Unaprjeđenje interne organizacije i upravljanja radom zahtijeva planiranje, motivaciju i posvećenost, ali ima dugoročne pozitivne učinke na poslovanje i uspjeh tvrtke.

IZAZOVI

neorganiziranost

nedostatak internih pravilnika

nejasno postavljene ciljeve

nemotivirani zaposlenici

NAŠE USLUGE

Organizacijski razvoj

Strategije poslovnih jedinica

Implementacija i praćenje



Kako se povezati s drugim partnerima?

Povezivanje s lokalnim zajednicama

Povezivanje s lokalnim zajednicama može se ostvariti sudjelovanjem u različitim događanjima i aktivnostima u lokalnom okruženju. To može biti uključivanje u dobrotvorne akcije i humanitarne projekte, kao i sudjelovanje na sajmovima i događanjima vezanim za poslovanje ili zajednicu.

Također je važno da tvrtka otvori komunikaciju i mogućnost suradnje s drugim tvrtkama i institucijama u lokalnoj zajednici te da se pruži podrška i pomoć ukoliko je to potrebno. Takva lokalna povezivanja mogu pomoći tvrtki da izgradi pozitivnu reputaciju i dobije podršku zajednice, što može pozitivno utjecati na poslovanje i uspjeh tvrtke.



Povezivanje s poslovnim partnerima (B2B)

Jedan način povezivanja tvrtki s poslovnim partnerima su sudjelovanja na poslovnim sajmovima i događanjima gdje se mogu upoznati s potencijalnim partnerima i predstaviti svoje proizvode i usluge. Istovremeno je važno redovito pratiti tržište i istraživati potencijalne prilike za suradnju s drugim tvrtkama.

Povezivanje s poslovnim partnerima može se ostvariti i putem preporuka od strane postojećih poslovnih partnera ili putem online platformi za poslovnu suradnju. Kada se poslovna suradnja ostvari, važno je osigurati redovitu komunikaciju i postići dobro razumijevanje i povjerenje između partnera. Povezivanje s poslovnim partnerima može pomoći tvrtki da proširi svoju ponudu i poboljša svoje poslovanje.

IZAZOVI

nedostatak informacija

manjak povjerenja

nedovoljno vremena za istraživanje

loše održavanje postojećih odnosa

NAŠE USLUGE

Istraživanje i obrada tržišta

Upravljanje lancem nabave



Prevladavanje prepreka: znanje, vrijeme i iskustvo

Što ako tvrtke nemaju potrebna znanja?

Ako tvrtke nemaju potrebna znanja za unaprjeđenje poslovanja mogu se obratiti stručnjacima ili vanjskim savjetnicima za pomoć i podršku. Takvi stručnjaci mogu pružiti provjerene informacije i stručne savjete te pomoći u razvoju plana za unaprjeđenje poslovanja.

Osim toga, male tvrtke se mogu obrazovati i educirati o novim trendovima i tehnologijama vezanim za poslovanje te ih primijeniti u radu. Suradnja s drugim tvrtkama i stručnjacima također može pomoći u dijeljenju iskustava i razmjeni dobrih praksi. U svakom slučaju, važno je osigurati da se tvrtka razvija i napreduje te da se stalno prilagođava promjenama na tržištu.



RADIMO ZAJEDNO

Tijekom prvog intervjua s našim potencijalnim klijentima procijenjujemo koliko smo kompatibilni jer ćemo tako lakše izgraditi uspješni odnos. Kod odabira klijenata uzimamo u obzir i preporuke naše mreže suradnika.

Ako ocijenimo da možemo učinkovito raditi zajedno, svojim klijentima ćemo kao bonus istražiti na koje se sve **natječaje EU-a** mogu prijaviti kako bi postigli svoje ciljeve.

Što ako tvrtke nemaju vremena?

Stručnjaci mogu preuzeti određene aktivnosti vezane za unaprjeđenje poslovanja te pomoći u raspoređivanju resursa i vremena na efikasniji način. Također, tvrtke mogu preispitati svoje poslovne procese i pronaći načine da ih učine učinkovitijim i bržim, što će im omogućiti da iskoriste svoje vrijeme na najbolji mogući način.

Važno je da tvrtke pronađu balans između provedbe unaprjeđenja poslovanja i obavljanja redovnih poslovnih aktivnosti te da osiguraju da se unaprjeđenje provede na efikasan i uspješan način.

IZAZOVI

nedostatak znanja

nedostatak vremena

manjak iskustva

KONTAKTIRAJTE NAS

Dogovorite Vaš sastanak s našim stručnjacima za razvoj malih i srednjih poduzeća i počnite rješavati izazove Vašeg poslovanja uz našu pomoć.

Javite nam se na:

office@rein.global ili +385 1 2395 283



12 koraka za unaprjeđenje poslovanja

- 1** Provesti detaljnu analizu dosadašnjeg poslovanja tvrtke kako bi se utvrdile jače i slabije strane te odredili prioritete za unaprjeđenje
- 2** Razviti detaljan plan poslovanja koji uključuje sve potrebne korake i aktivnosti za provedbu inicijativa za unaprjeđenje poslovanja, kao i vremenske okvire i resurse potrebne za njihovo ostvarivanje
- 3** Osigurati dovoljna financijska sredstva za provedbu plana i rasporediti resurse na efikasan način
- 4** Izraditi strategiju za povećanje online prisutnosti putem društvenih mreža i optimizacije web stranice za pretraživanje te se promovirati putem oglašavanja
- 5** Stvoriti standarde kvalitete za usluge i proizvode te redovito provoditi kontrole kako bi se osiguralo da se ti standardi poštuju
- 6** Unaprijediti internu organizaciju i upravljanje radom tako da se stvore jasni planovi i ciljevi te da se redovito prati njihovo ostvarivanje

- 7** Osposobiti zaposlenike za rad prema standardima kvalitete i pružiti im podršku i motivaciju za rad prema ciljevima tvrtke
- 8** Redovito pratiti rezultate i napredak u ostvarivanju planova i ciljeva te revidirati i prilagoditi plan ako je to potrebno
- 9** Stvoriti mehanizme za praćenje zadovoljstva klijenata i zaposlenika te reagirati na njihove potrebe i sugestije
- 10** Redovito se obrazovati i pratiti nove trendove i tehnologije vezane za poslovanje te ih primjenjivati u radu tvrtke ako imaju potencijal da poboljšaju poslovanje
- 11** Suradivati s drugim tvrtkama i stručnjacima kako bi dijelili iskustva i razmjenjivali informacije o dobrim praksama i inovacijama
- 12** Povećati angažman zaposlenika i klijenata te ih uključiti u procese unaprjeđenja poslovanja kako bi se stvorila kultura stalnog unaprjeđenja i inovacija u tvrtki



Rein Global d.o.o.

Barutanski breg I 11

10 000 Zagreb

Republika Hrvatska

+385 1 2395 283

office@rein.global

rein.global/hr/