

CO JSEM FIRMÁM REÁLNĚ PŘINESL

# Vrátil jsem vedení firem čas a proměnil chaos v proces, který jede sám.

**Případ 1:** B2B servisní firma, tým o 20 lidech, obchod a schvalovací proces.

**Případ 2:** Interim CMO role pro rychle rostoucí vzdělávací firmu.

Jména klientů a citlivé detaily jsou na jejich žádost anonymizované.



**8 až 10 h**

TÝDNĚ UVOLNĚNO VEDENÍ

**Dny na hodiny**

RYCHLEJŠÍ SCHVALOVÁNÍ

**30 lektorů**

SLADĚNO POD JEDEN PROCES

*Karel Petros*

# Malá firma, ale velký provozní uzel u jednoho člověka

Klient je B2B servisní firma s týmem kolem 20 lidí. Firma fungovala dobře navenek, měla zakázky, spokojené klienty, stabilní tým. Uvnitř ale prakticky všechno procházelo přes jednatele, a to i věci, které by zvládl někdo jiný.

- 1 Komunikace mezi týmy byla nejasná.** Informace o rozpracovaných zakázkách a úkolech se ztrácely mezi odděleními. Nikdo neměl jistotu, kdo za co aktuálně odpovídá.
- 2 Veškerá rozhodnutí musela projít přes jednatele.** Od schvalování běžných provozních věcí po úkoly pro vývojáře, nic se nehnulo bez jeho osobního souhlasu, i když šlo často o rutinu.
- 3 CEO firmy osobně dělal obchod.** Firma neměla dedikovaného obchodníka, takže prodej, online i offline, táhl CEO vedle svého vedení firmy. Na strategická rozhodnutí a rozvoj mu nezbýval čas.
- 4 Schvalování úkolů pro vývojáře čekalo dny.** Programátoři posílali úkoly ke schválení jednatelem, který se k nim dostal, až když měl volnou chvíli mezi vším ostatním. Práce se hromadila na čekání, ne na samotném vývoji.

## Typická struktura menší B2B servisní firmy

Přesné jméno a organigram klienta neuvádíme. Jde o typickou podobu firmy této velikosti a oboru, jak ji z trhu znám, aby bylo jasné, kde přesně oba zásahy zabraly.



**Co z toho plyne:** u firem téhle velikosti bývá běžné, že jednatel a CEO jsou dvě různé role, ale rozhodovací návyky se samy nezmění. Úkoly a schvalování dál chodily na jednatele ze zvyku, i když už firma měla člověka, který je mohl řešit. Přesně tenhle typ setrvačnosti oba zásahy rozbily.

## Kompletně sundat prodej z CEO

### ZÁSAH Č. 1

#### Dedikovaný obchodník na online i offline prodej

Místo aby CEO dál dělal obchod vedle vedení firmy, doporučil jsem najmout člověka, který převzal prodej kompletně, jak online poptávky, tak osobní a telefonické jednání s klienty.

- Nový obchodník se zaškolil na produktu a typických námitkách klientů
- CEO zůstal u větších strategických obchodů, ne u běžné poptávkové agendy
- Předání proběhlo postupně, CEO byl první měsíc u klíčových hovorů jako podpora, pak předal plně

CEO dělá obchod  
+ vede firmu



Obchodník dělá prodej  
CEO vede firmu

Výsledek: CEO získal zpět čas na rozhodnutí, která skutečně vyžadují jeho pozici, směřování firmy a klíčové vztahy, ne vyřizování běžných poptávek.

## Appka na míru místo čekání na jednatele

### ZÁSAH Č. 2

#### Jednoduchá appka postavená s pomocí AI

Úkoly, které programátoři posílali ke schválení jednatele, jsme přesměrovali na CEO. K tomu jsme postavili lehkou appku, co celý proces zrychlí a udělá viditelným pro obě strany.

- Appka vypadá a chová se jako firemní nástroj, ne jako cizí systém nalepený zvenku
- Posílá notifikace o nových úkolech ke schválení, takže se nic neztratí v mailu ani ve Slacku
- IT tým si appku spravuje sám, včetně dat, která do ní vstupují, žádná trvalá závislost na externím dodavateli
- Postavena rychle díky AI nástrojům, nešlo o měsíce vývoje, ale o týdny

Úkol čeká na jednatele  
dny



Schvaluje CEO  
přes appku, hodiny

Jednatel tím získal čas na věci, které skutečně vyžadují jeho roli: obchodní vztahy, financování a směřování firmy, místo schvalování jednotlivých vývojářských úkolů.

## Dva zásahy, jeden společný efekt

Obě změny mířily na stejnou věc, sundat z vedení firmy práci, kterou nemusí dělat vedení, a dát jim čas na práci, kterou dělat musí.

- ✓ **Jednatel přestal být úzkým hrdlem pro schvalování úkolů.** Appka udělala proces viditelný a rychlý, bez čekání na volnou chvíli mezi poradami.
- ✓ **CEO přestal osobně táhnout obchod.** Prodej běží dál i ve dnech, kdy CEO řeší něco jiného. Dřív to znamenalo, že poptávky čekaly.
- ✓ **Odhadem 8 až 10 hodin týdně** se u vedení firmy přesunulo od rutiny zpět k práci, která posouvá firmu dál: obchodní vztahy, strategie, růst.
- ✓ **Appka zůstala firmě.** Nepřestane fungovat, až skončí spolupráce, protože IT tým si ji spravuje sám.

**Pro srovnání, z oborových dat:** studie digitalizace schvalovacích procesů běžně ukazují zkrácení doby schvalování ze 3 až 5 dní na hodiny, úsporu v řádu desítek hodin měsíčně a pokles chybovosti o desítky procent. Přesně tímhle směrem šly i změny popsané výše. Čísla u konkrétního klienta neuvádíme, ale trend odpovídá tomu, co se v oboru běžně vidí.

Konkrétní čísla a jméno klienta neuvádíme na jeho žádost. Odhad úspory času vychází ze zpětné vazby klienta po zavedení obou změn.

## Marketingové vedení pro rychle rostoucí vzdělávací firmu

Tady jsem nebyl externí konzultant, ale na čas přímo součástí vedení. Firma učí lidi pracovat s AI a rostla rychle, jenže marketing tomu tempu nestíhal. Nastoupil jsem jako interim CMO a převzal jsem ho jako celek, ne jen jednu kampaň.

- 1 Marketing neměl pevný proces.** Kampaně vznikaly narychlo, podle toho, co bylo zrovna potřeba, ne podle plánu.
- 2 Spolupráce s externisty nebyla koordinovaná.** Zadání pro grafiky a copywritery i jejich schvalování probíhalo nahodile, bez pevných termínů a odpovědností.
- 3 Akce se plánovaly na poslední chvíli.** Workshopy a vzdělávací akce neměly opakovatelný postup, každá se organizovala trochu jinak.
- 4 Chyběl jasný schvalovací proces pro obsah.** Nebylo jednotně dané, kdo a v jakém pořadí schvaluje, co jde ven pod jménem firmy.
- 5 Financování projektů jako nový web bylo neudržitelné.** Práce na věcech typu redesign webu se táhla s dlouhými hluchými místy, protože rozpočet a priority se neřešily dopředu, ale průběžně.

## Typická struktura rostoucí vzdělávací firmy

Přesný organigram klienta neuvádíme. Jde o typickou podobu vzdělávací firmy v tomhle růstovém stádiu, jak ji z trhu znám.



**Externí spolupráce:** Smartemailing (e-mailový marketing), Mioweb (web a copy), designér, brand specialista a samostatný externista na technické řešení. Žádný z nich nebyl součástí interního týmu, každý fungoval jako oddělená dodávka bez společné koordinace.

**Co z toho plyne:** u vzdělávacích firem v růstové fázi bývá marketing často „přílepek“ k obchodu nebo k jednomu ze zakladatelů. Funguje to, dokud je objem akcí a kampaní malý. S 30lidovým lektorským týmem a pěti různými externisty bez společné koordinace to vydrží jen do první větší kolize termínů.

## Marketing jako opakovatelný proces

### ROZSAH ROLE

#### Kompletní marketingové vedení na dobu určitou

- Nastavil jsem opakovatelný proces pro plánování a schvalování kampaní, od nápadu po spuštění
- Zavedl jsem jasný schvalovací proces pro obsah, aby bylo jednoznačné, kdo co schvaluje a v jakém pořadí
- Postavil jsem landing pages pro akce AI Akademie v několika městech (Praha, Plzeň) i pro online formát, aby se nemusela stránka stavět od nuly pokaždé znovu
- Nastavil jsem e-mailové sekvence na registraci a připomínky k akcím, aby to neběželo ručně přes jednoho člověka
- Zkoordinoval jsem spolupráci mezi lektorským týmem a pěti externisty (Smartemailing na e-mailing, Mioweb na web a copy, designér, brand specialista a technický řešitel), kteří dříve fungovali jako oddělené dodávky bez společné koordinace
- Nastavil jsem pravidla pro financování projektů jako redesign webu, aby práce neměla dlouhé hluché čekání na rozpočtové rozhodnutí uprostřed realizace

### KONKRÉTNÍ VÝSTUP

#### Prodejní cesta s produkty pro různě velký rozpočet klienta

Pro HR místnost jsem postavil nabídku, co pokrývá zákazníka od první drobné koupě až po plnou zakázku, ne jeden produkt za jednu cenu:

- AI HR Prompt Pack: 490 Kč
- HR šablonový balíček: 990 Kč
- Skupinový workshop: 2 990 Kč
- 1:1 konzultace (90 min): 3 500 Kč
- HR Sprint: 5 990 Kč
- HR & AI implementace: od 15 000 Kč

Cílem nebylo udělat jednu povedenou kampaň, ale nastavit systém a nabídku, které fungují i poté, co interim role skončí.

## Z nahodilého marketingu opakovatelný proces

- ✓ **Kampaně přestaly vznikat narychlo.** Firma získala jasně daný postup od nápadu po spuštění, který zvládne použít i bez mé přítomnosti.
- ✓ **Akce AI Akademie se opakovaly ve třech formátech** (Praha, Plzeň, online) podle stejného nastaveného postupu, ne pokaždé znovu vymyšlené od nuly.
- ✓ **Registrace a připomínky na akce běžely automaticky** přes nastavené e-mailové sekvence, ne ručně přes jednoho člověka.
- ✓ **Firma měla nabídku pro celé rozpětí klientů**, od 490korunového produktu po zakázku v řádu desítek tisíc, se stejnou marketingovou infrastrukturou v pozadí.
- ✓ **Spolupráce s externisty přestala být zdrojem zpoždění.** Zadání a schvalování obsahu mají jasná pravidla a termíny.

**Pro srovnání, z oborových dat:** personalizované a automatizované e-mailové sekvence mají podle dostupných studií citelně vyšší otevíratelnost než hromadné kampaně a u dobře nastavené uvítací nebo reaktivační série běžně tvoří 20–40 % tržeb z e-mailingu, i když jde jen o menšinu odeslaných zpráv. To je přesně důvod, proč dávalo smysl automatizaci u registrací na akce nastavit, ne to dál dělat ručně.

Jméno klienta neuvádíme na jeho žádost. Popis role, produktů a cen odpovídá skutečnosti.

Případová studie · Karel Petroš

# Tvoje diagnostika bude o **tvé** firmě.

Každá firma má jinou verzi stejného problému. Jinde je to obchod, jinde schvalování, jinde marketing bez procesu. Postup je ale u všech stejný, jde v jasném pořadí, ne naopak.

1

## Hlubková diagnostika

Projdeme tvůj výsledek z quizu a firmu do hloubky: procesy, rozhodování, data. Zjistíme přesně, kde ztrácíš nejvíc kapacity, ne jen obecně, kde by mohl být problém.

2

## Jasně doporučení a akční plán

Dostaneš konkrétní priority, co řešit první, druhé a třetí, s odhadem času a odpovědností. Žádná obecná doporučení, ke kterým by sis musel sám domýšlet další krok.

3

## Návrh AI a appky na míru, pokud to dává smysl

Teprve na pevném základu navrhujeme, kde AI, automatizace nebo appka na míru firmě skutečně pomůže. Ne jako první věc, kterou zkusíme, ale jako krok, který navazuje na to, co diagnostika ukázala.

[Zarezervovat hovor →](#)