

O czym będzie ten kurs?

Dzisiejszy rynek jest przesycony produktami i usługami. Kupić można dowolną rzecz, zamówić dowolną usługę – zazwyczaj jest to tylko kwestia ceny. Wiele produktów zaspokaja sztucznie wykreowany popyt, odpowiada na sztucznie wykreowane potrzeby. Korporacje każdego roku przeznaczają ogromne kwoty na tworzenie nowych rynków zbytu dla swoich produktów.

Wydawać by się mogło, że w takich warunkach nie można wymyśleć już nic nowego. A może jednak? Co powiecie na elektryczną hulajnogę z rozkładanym panelem słonecznym, umożliwiającym ładowanie? A może wyjątkowa gaśnica, która dzięki specjalnemu wypełniaczowi ugasi każdy możliwy do powstania w domu pożar? Wszystko jest tylko kwestią dobrego pomysłu, kreatywności, znajomości potrzeb klientów.

W kursie tym nauczysz się tworzyć nowe produkty i usługi. Dowiesz się czym się one różnią i jak zarządzać ich produkcją. Pokażę Ci jak zbadać rynek przed wyprodukowaniem prototypu, jak wytworzyć produkt minimalnie przydatny, który zacznie się sprzedawać. Następnie zajmiemy się tematami związanymi z zarządzaniem produkcją, abyś wiedział jak swój produkt wytworzyć najmniejszym możliwym nakładem środków oraz jak rozwijać swoją produkcję, optymalizować procesy.

Dodatkowym atutem tego kursu jest fakt, że niektóre z jego części powstały dzięki przeprowadzonym ćwiczeniom z moimi studentami. Ćwiczenia prowadziliśmy metodą burzy mózgów, wspólnie przedyskutowaliśmy każde zagadnienie i umieściliśmy je w odpowiedziach do zadań. Elementy te zaznaczyłem w kursie **WYTŁUSZCZENIEM** aby je wyróżnić. Uważam, że są ważne, ponieważ są efektem wiedzy i doświadczenia wielu osób, które na co dzień pracują w przedsiębiorstwach różnego typu.

Dla kogo jest ten kurs?

Kurs skierowany jest do wszystkich osób, które w krótkim czasie chcą przyswoić sobie podstawy i główne zasady tworzenia produktów i usług oraz zarządzania produkcją. Przedstawiona w nim wiedza jest dobrana w taki sposób aby połączyć teoretyczne aspekty z doświadczeniami praktyków. Sam jestem praktykiem i doceniam szkolenia, gdzie wiedza przedstawiana jest w przystępny sposób i szybko tak, abym mógł od razu wdrożyć przedstawione zasady w praktyce.

Jeśli:

- Przygotowujesz się do rozmowy kwalifikacyjnej na wymarzone stanowisko
- Jesteś młodym przedsiębiorcą prowadzącym swojego start-upa/ firmę
- Chcesz założyć Start-upa/ firmę jednak nie wiesz co sprzedawać

- Jesteś studentem potrzebującym dodatkowej wiedzy z zakresu zarządzania produkcją, kreowania produktów
- Starasz się o awans i potrzebujesz tej wiedzy już teraz
- Jesteś pracownikiem odpowiedzialnym za tworzenie produktów

To ten kurs jest właśnie dla Ciebie.

Kim jestem?

Nazywam się Adrian Prościak i na co dzień pracuję w międzynarodowej korporacji posiadającej ponad 55 zakładów produkcyjnych na całym świecie. Pracuję w międzynarodowym i multi-kulturowym środowisku prowadząc rozmowy z wieloma narodowościami. Negocjuję kontrakty, prowadzę przetargi, pozyskuje materiały produkcyjne i części do maszyn, niejednokrotnie z różnych zakątków świata.

Dobrze wiem jak ważne jest dotrzymywanie terminów, ponieważ produkujemy w systemie ciągłym – 24/7. W strukturach mojej organizacji wdrażam również systemy optymalizacyjne takie jak LEAN, KAIZEN, czy 5S, jestem też trenerem wewnętrznym.

„Po godzinach” z powodzeniem rozwijam własny biznes. Jestem założycielem i właścicielem marki Drewnoluby (www.drewnoluby.eu), realizuję zlecenia, zatrudniam ludzi, pomagam w sprzedaży i promocji, pilnuję produkcji. Weekendami prowadzę wykłady na Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu i Opolu.

Dlaczego mam kompetencje, by mówić o zarządzaniu sobą w czasie?

- Prowadzę wykłady i ćwiczenia z zakupów i zaopatrzenia na Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu
- W firmach produkcyjnych pracuję od 2014 roku
- Korzystam z wiedzy, którą zdobyłem w branży automotive oraz budowlanej
- Prowadzę też własny start-up i wiem jak ważna jest optymalizacja kosztowa i procesowa

Jakie mam wyniki?

- Średnia ocen moich studentów nigdy nie jest niższa niż 4,5

[Kup książkę](#)

- Nauczam logistyki i zarządzania od ponad 5 lat
- Z powodzeniem wdrażam projekty optymalizacyjne u swoich pracodawców
- Miałem przyjemność pracować w teamie uruchamiającym nowy zakład produkcyjny od zera.
- Dzięki zastosowaniu zasad opisanych w tym kursie mój start-up obniżał ceny produktów trzykrotnie w okresie pandemii i późniejszego kryzysu gospodarczego.
- W ciągu swojej kariery zawodowej stworzyłem ponad 300 produktów

Lekcja 1. Produkt i usługa.

Zagadnienia poruszone w lekcji 1 :

1. Pojęcie produktu
2. Rodzaje produktów
3. Formy produktu
4. Cechy produktu
5. Klasyfikacje produktów
6. Wyrób a usługa

Pojęcie produktu

Produkt można zdefiniować jako dobro fizyczne (przedmiot), usługę (świadczenie), osobę, organizację, ideę lub miejsce zawierające w sobie cechy, które jednostki lub organizację uznają jako niezbędne.

Produkt według koncepcji marketingowej to zespół cech i właściwości które mogą służyć do zaspokojenia konkretnych potrzeb przez potencjalnego nabywcę, użytkownika, właściciela produktu lub osobę doświadczającą możliwości korzystania z produktu.

Produktem może być wszystko to, co można zaoferować na rynku nabywcom i co jest w stanie zaspokoić ich określoną potrzebę lub pragnienie.

Produktem więc, nazwiemy każde dobro fizyczne lub usługę, które możemy wyprodukować lub stworzyć w sposób powtarzalny lub jednorazowo, i zaoferować je finalnemu odbiorcy za określoną cenę.

Rodzaje produktu

Dobra konsumpcyjne – celem nabycia jest ich konsumpcja, dobra te mogą być przetwarzane w celu dalszego zużycia przez konsumenta, jednak nie sprzedaje się ich (np. chleb, płyn do naczyń, mięso na rosół)

Dobra przemysłowe – po zakupie są w dalszym ciągu przetwarzane, aby powstały z nich inne dobra, które będzie można sprzedać konsumentom. (metalowa blacha do wycięcia formatek, półprodukty do wytworzenia wełny skalnej, rura stalowa do cięcia i wykorzystania w produkcji)

Rodzaje produktów – dobra konsumpcyjne

1. Produkty powszednie – nie potrzebujemy o tych produktach informacji, są kupowane przy okazji, nabywamy je bez wysiłku w łatwy sposób, ponieważ są odpowiednio wyeksponowane. Wyróżniamy:

- produkty podstawowe - kupujemy je systematycznie, nie zastanawiamy się nad ich zakupem
- produkty impulsywne - nabywane są pod wpływem impulsu, nie planujemy wcześniej ich zakupu, ale widząc je w sklepie odczuwamy nagłą chęć ich posiadania.
- produkty szczególnej potrzeby – potrzebne niespodziewanie, ważna przy ich nabyciu jest jakość, miejsce i czas, a nie cena.

2. Produkty wybieralne – ich zakup dokonywany jest w drodze wyboru. Konsumenti odwiedzają różne miejsca podobnej branży, aby porównać jakość, funkcjonalność i ceny produktów.

- produkty homogeniczne (identyczne) – klient przy wyborze takich samych produktów kieruje się ceną i wybiera tańszy produkt.
- produkty heterogeniczne (niehomogeniczne, nie są takie same) – pod względem stylu, estetyki, jakości, itp.

3. Produkty luksusowe (kupowane w szczególnych okolicznościach) – zakupu takich produktów dokonuje się odpowiedzialnie po uprzednim przemyśleniu.

4. Produkty niepostrzegane (nabywane bez wcześniejszego planowania) - konsumenci nie postrzegają wielu produktów, ponieważ nie są im potrzebne w danym momencie lub ich nie znają

5. Produkty nieznanne;

6. Produkty znane lecz niepostrzegane.