



GROW-APP

**Ako zistiť, či aplikácia
môže pomôcť rastu vášho
biznisu!**

Manuál pre podnikateľov, ktorí chcú
prostredníctvom aplikácie zvýšiť tržby, osloviť
nový trh, získať novú cieľovú skupinu alebo
zlepšiť zákaznícku skúsenosť.

Začnime správnymi otázkami...

Tento checklist vám pomôže pozrieť sa na mobilnú aplikáciu nie ako na náklad, ale ako na nástroj rastu.

Cieľom nie je vytvoriť aplikáciu iba preto, „aby firma mala appku“. Cieľom je zistiť, či vám aplikácia môže priniesť merateľný výsledok — viac objednávok, nových zákazníkov, vyššiu lojalitu zákazníkov, opakované nákupy, automatizáciu procesov, úsporu času alebo lepší zákaznícky zážitok.

Martin, co-founder Grow-App





1. Aký hlavný **biznis problém** má **aplikácia vyriešiť**?

...viac predajov, vernejší zákazníci, automatizácia, rezervácie, komunikácia, objednávky, zákaznícka zóna alebo úspora času.

Prečo sa na to pýtame:

Aplikácia má najväčší zmysel vtedy, keď rieši konkrétny obchodný problém. Ak vieme presne pomenovať, čo má zlepšiť, vieme lepšie navrhnuť funkcie, ktoré budú mať reálny dopad na podnikanie, nie iba pekný dizajn.



2. Koľko **zákazníkov alebo používateľov** dnes mesačne **obsluhujete** a koľko by ste **chceli zvládať po zavedení digitálneho riešenia**?

Prečo sa na to pýtame:

Táto otázka pomáha odhadnúť potenciál rastu. Ak dnes firma obsluhuje určitý počet zákazníkov manuálne, aplikácia môže pomôcť zvládnuť väčší objem bez toho, aby bolo nutné úmerne navyšovať tím, čas alebo prevádzkové náklady.



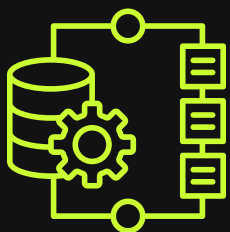


3. **Kde** dnes **strácate** najviac času alebo peňazí?

... komunikácii, predaji, objednávkach, rezerváciách, zákazníckej podpore, administratíve alebo opakovaných manuálnych úlohách.

Prečo sa na to pýtame:

Najlepšie digitálne riešenia často nevznikajú z otázky „aké funkcie chceme“, ale z otázky „kde nám dnes uniká čas alebo peniaze“. Keď nájdeme úzke hrdlo, vieme navrhnuť aplikáciu tak, aby mala priamy vplyv na efektivitu firmy.



4. **Máte** existujúci **web, e-shop, CRM, skladový systém** alebo **interný nástroj**, s ktorým by mala byť **aplikácia** prepojená?

Prečo sa na to pýtame:

Aplikácia by nemala fungovať izolovane, ak už firma používa iné systémy. Prepojenie s webom, e-shopom, CRM, skladom alebo interným nástrojom môže výrazne zlepšiť tok dát, znížiť duplicitu práce a vytvoriť jednotný systém pre zákazníkov aj tím.





5. Akú **hodnotu** má pre vás jeden **opakovaný alebo verný zákazník** počas roka?

Prečo sa na to pýtame:

Pri raste biznisu nie je dôležité iba získať nového zákazníka, ale aj udržať si existujúceho. Ak poznáme hodnotu verného zákazníka, vieme lepšie posúdiť, aký zmysel majú funkcie ako vernostný program, push notifikácie, personalizované ponuky alebo zákaznícka zóna.



6. Ak by aplikácia **zvýšila efektivitu alebo predaj o 10–20 %**, čo by to znamenalo pre váš **mesačný alebo ročný obrat**?

Prečo sa na to pýtame:

Táto otázka pomáha pozeráť sa na aplikáciu cez návratnosť, nie iba cez cenu vývoja. Ak si firma vie predstaviť, čo by znamenalo malé percentuálne zlepšenie v predaji alebo efektívite, ľahšie sa rozhoduje, či má investícia do aplikácie obchodný zmysel.





7. Má byť aplikácia skôr marketingový nástroj, predajný kanál, interný systém, zákaznícka zóna alebo kombinácia viacerých funkcií?

Prečo sa na to pýtame:

Rôzne typy aplikácií majú rôzne ciele. Marketingová aplikácia má budovať vzťah, predajná má generovať objednávky, interný systém má šetriť čas a zákaznícka zóna má zlepšiť servis. Keď určíme hlavný účel, vieme lepšie nastaviť štruktúru aj priority.



8. Aké funkcie by najviac pomohli vašim zákazníkom používať vaše služby častejšie alebo jednoduchšie?

... rýchla objednávka, rezervácia, vernostný program, história nákupov, notifikácie, odporúčania, zákaznícka podpora alebo prehľad služieb.

Prečo sa na to pýtame:

Rast často neprichádza iba z nových zákazníkov, ale z toho, že existujúci zákazníci používajú službu častejšie a pohodlnejšie. Táto otázka pomáha nájsť funkcie, ktoré môžu zvýšiť opakované nákupy, lojalitu alebo spokojnosť zákazníkov.



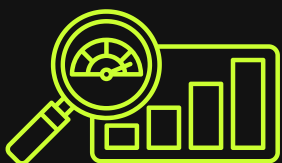


9. Kto bude aplikáciu vo firme spravovať po spustení?

... marketing, obchod, zákaznícka podpora, prevádzka, manažment alebo externý partner.

Prečo sa na to pýtame:

Aplikácia nie je jednorazový projekt, ale živý nástroj. Po spustení bude potrebné pracovať s obsahom, používateľmi, spätnou väzbou, kampaňami alebo dátami. Preto je dôležité vedieť, kto bude mať aplikáciu na starosti aj po jej odovzdaní.



10. Ako budete merať úspech aplikácie?

... počet používateľov, objednávky, rezervácie, opakované nákupy, úspora času, spätná väzba, tržby, aktivita používateľov alebo zníženie manuálnej práce.

Prečo sa na to pýtame:

Úspech aplikácie by mal byť merateľný. Keď si dopredu nastavíme konkrétne ukazovatele, vieme aplikáciu navrhnuť tak, aby podporovala obchodné ciele firmy. Vďaka tomu sa po spustení dá vyhodnotiť, či aplikácia skutočne prináša výsledky.



Čo si odnesiete zo stretnutia?

Aplikácia má zmysel vtedy, keď prináša merateľný výsledok — zarába, šetrí čas, zvyšuje lojalitu zákazníkov alebo zlepšuje firemné procesy.

Na stretnutí sa preto nebudeme pozerieť iba na zoznam funkcií, ale hlavne na to, kde môže aplikácia priniesť najväčšiu hodnotu pre váš biznis.

Spoločne si prejdeme váš aktuálny proces, zákaznícku cestu, možnosti automatizácie a obchodné ciele. Výsledkom bude jasnejšia predstava, či má aplikácia potenciál podporiť rast vašej firmy a aké funkcie by mali mať najvyššiu prioritu.

Máte už v hlave prvé odpovede?

Pošlite nám svoje stručné poznámky alebo náčrty vopred na info@grow-app.sk. Na stretnutí vďaka tomu preskočíme teóriu a pôjdeme rovno k veci.

Nenašli ste odpovede na všetko? Nevadí. Upraceme to spoločne priamo na calle.

