



Příběh Corpis Maps

aneb diverzifikujeme produktové portfolio v době pandemie

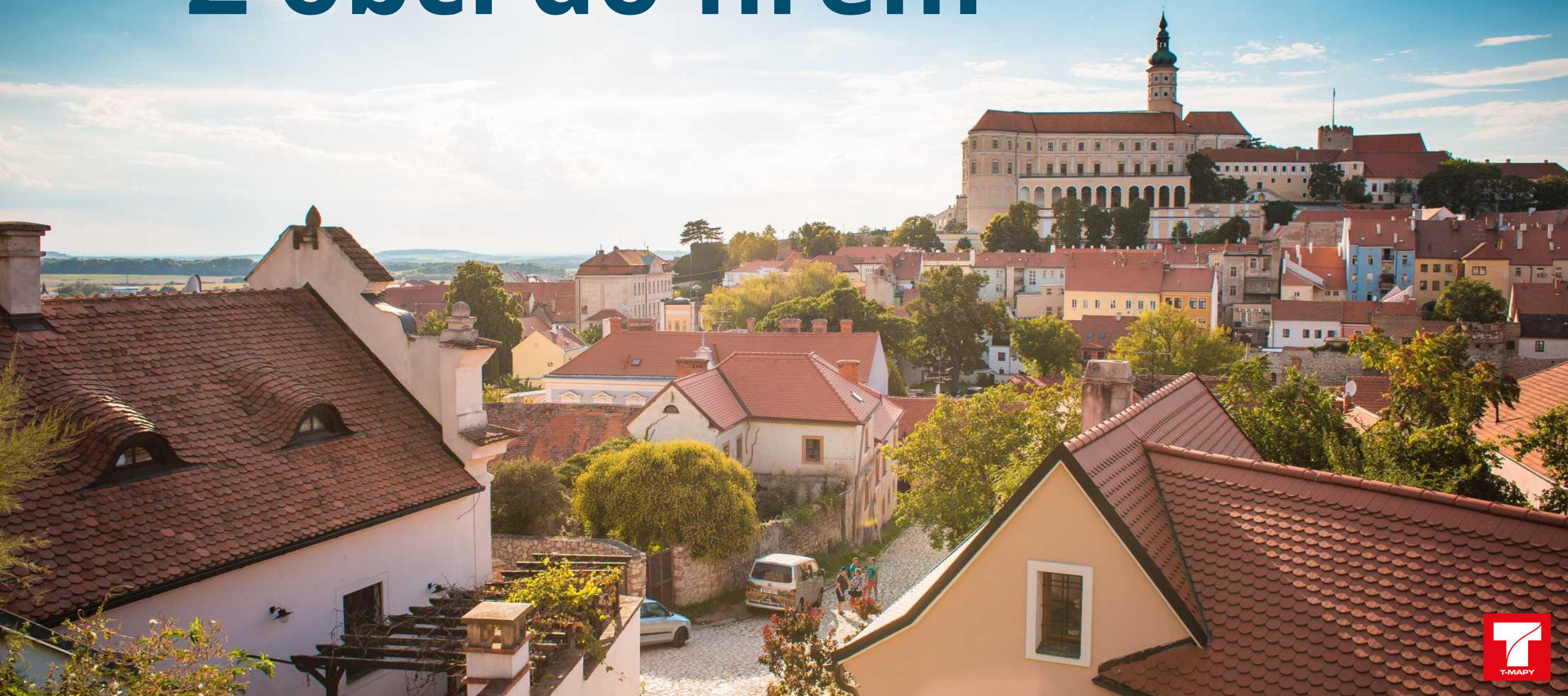


Marek Lesák





Jaroslav Poláček

Z obcí do firem



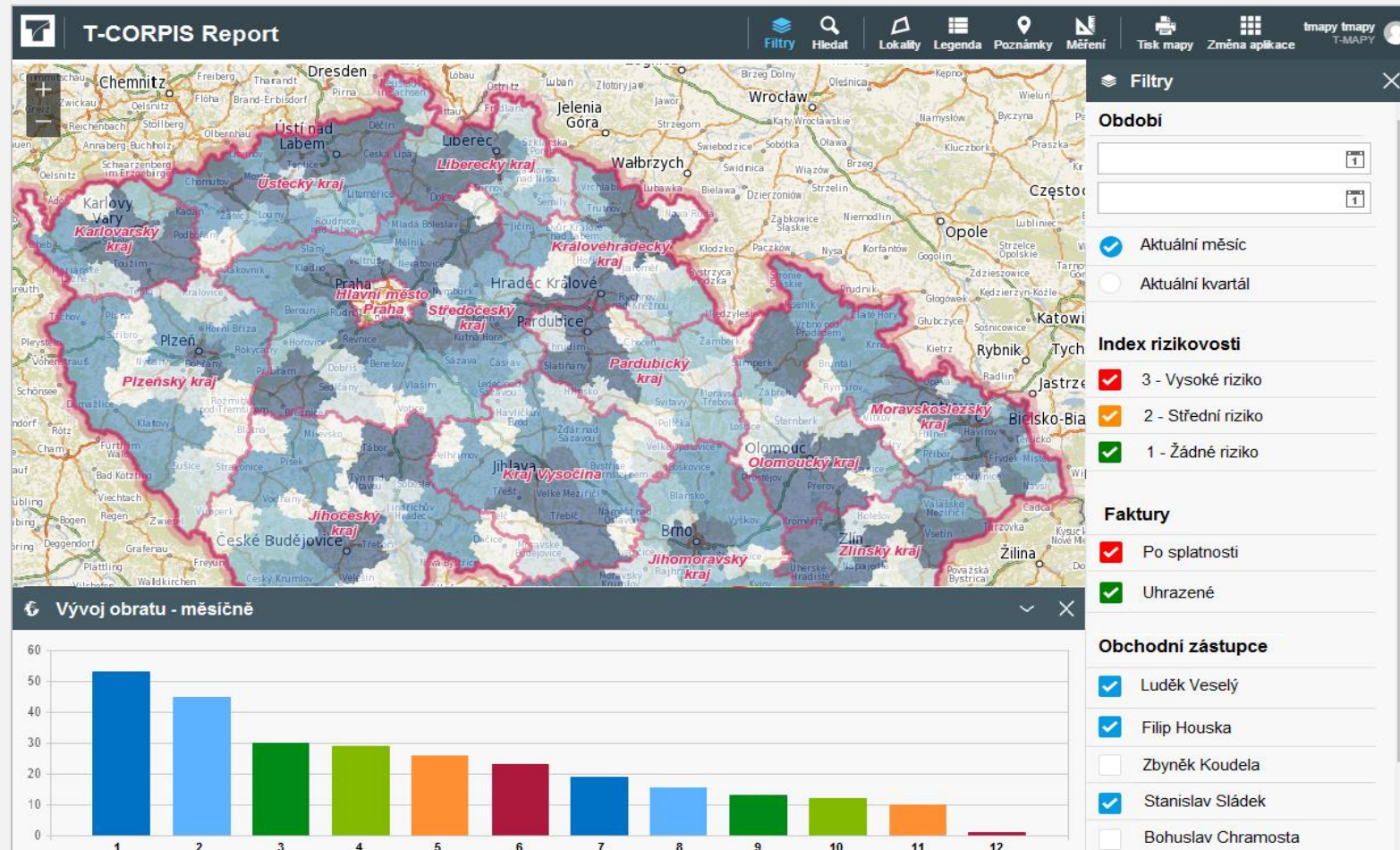
Rozdíly veřejné správy a B2B

	Veřejná správa	B2B
Délka obchod. procesu	1 - 3 roky	Týdny - měsíce
Kritéria výběru	Cena	Přínosy
Marketing	Konzervativní	Kreativní
Platební morálka		
TOP webový prohlížeč	Internet Explorer	Chrome

Mockup



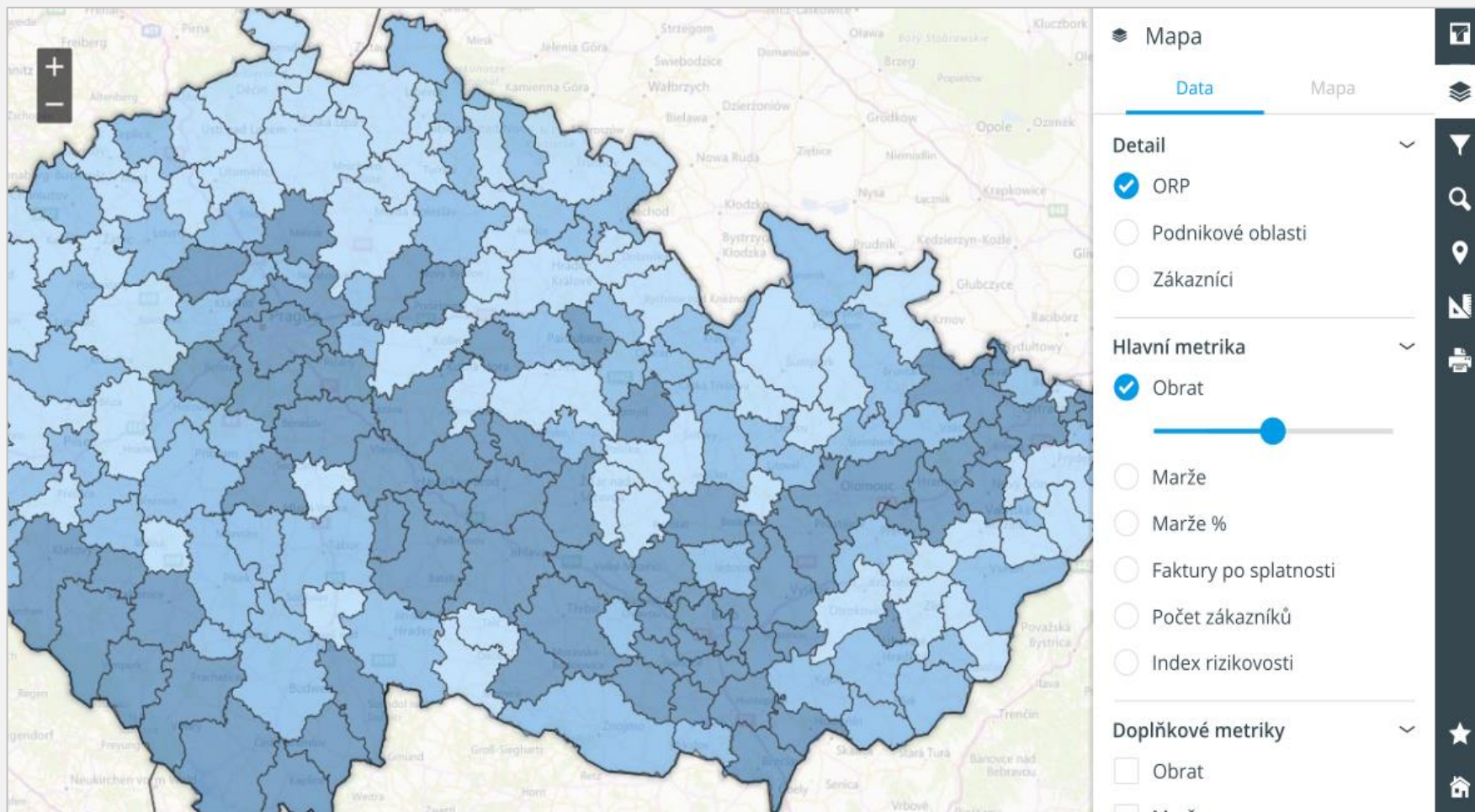
hodiny

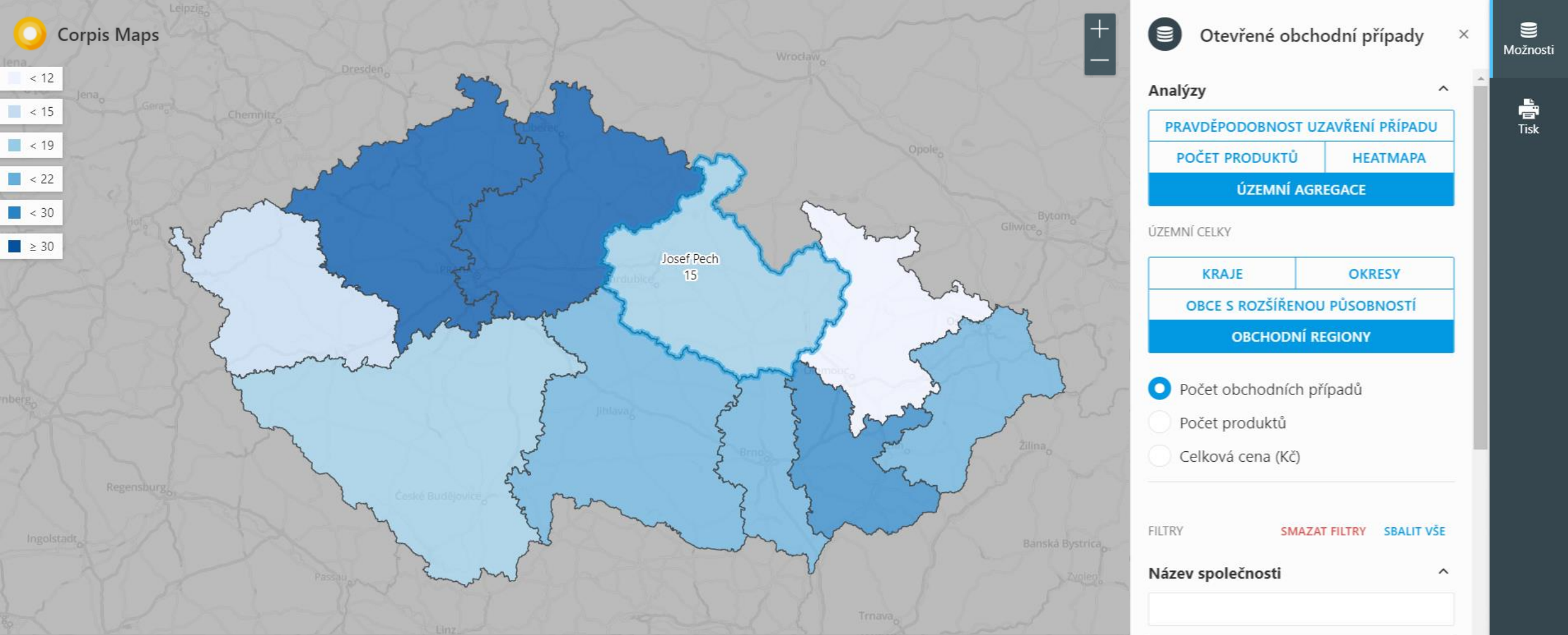


Prototyp a validace



dny





Otevřené obchodní případy

Analýzy

- PRÁVĚPODOBNOST UZAVŘENÍ PŘÍPADU
- POČET PRODUKTŮ
- HEATMAPA
- ÚZEMNÍ AGREGACE**

ÚZEMNÍ CELKY

- KRAJE
- OKRESY
- OBCE S ROZŠÍŘENOU PŮSOBNOSTÍ
- OBCHODNÍ REGIONY**

- Počet obchodních případů
- Počet produktů
- Celková cena (Kč)

FILTRY SMAZAT FILTRY SBALIT VŠE

Název společnosti

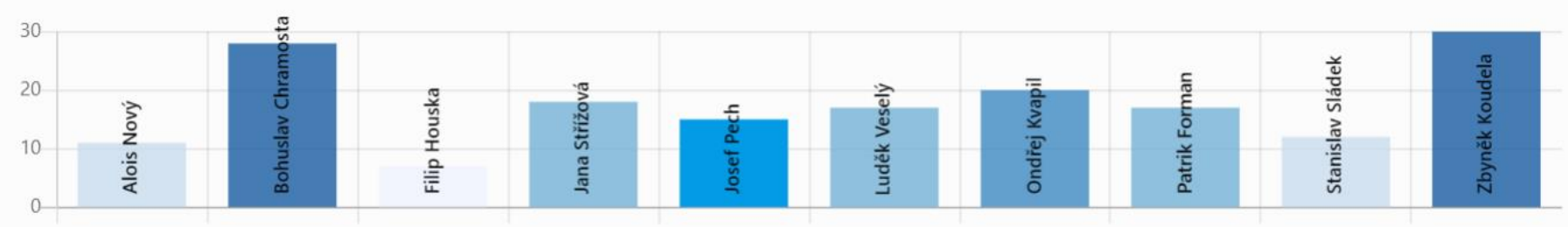
Obchodní zástupce


- Typ zákazníka
- Stávající 140
 - Potenciální 35

Pravděpodobnost uzavření případu

- 10% 10

Graf



FU  K!

OKR + 118 %



Na cestě

OKR a cíle



Fail fast

Agilita i mimo vývoj SW



Ambiciózní cíle



Zaměření na potřebu



Corpismaps

www.corpismaps.com