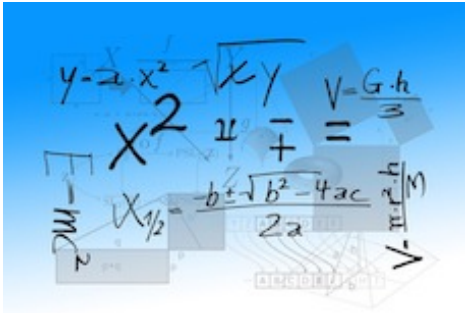


Jak zabít podnikatelský záměr špatným odhadem trhu

<https://www.adol.cz/blog-jak-zabit-podnikatelsky-zamer-spatnym-odhadem-trhu/>



Při schůzkách s klienty i s partnery často dojdeme k diskuzi na téma odhadnutí obchodního potenciálu určitého byznysu, nového projektu nebo postupu. Bohužel často se v odhadech rozcházíme a mě mrzí, že jsem často mnohem opatrnější než oni a připadám si jako skeptik, který někomu „bere hračky“. V mnoha takových případech se v praxi ukázalo, že odhady a očekávání klienta byly až naivní. Rád bych vás dnes seznámil s postupem, který tito lidé aplikovali na svůj podnikatelský záměr

a který je za mě velice rizikový.

Je dobré říci, že se vždy jednalo o projekty z naší branže – tedy investování nebo spekulace do nemovitostí. Zde mám výhodu v tom, že se v oboru již pár let pohybuji a díky práci v ADOLu jsem již takových odhadů slyšel mnoho. Navíc o tom, jak jsem „dobrý plánovač“ já osobně vypovídá i příběh Monitordražeb.cz, který měl být za 2 roky v černých číslech, což se nám povedlo až o pár let později...

Vždy, když slyším tento způsob výpočtů tržního potenciálu, vzpomenu si na jednoho známého řečníka. Ten v jednom ze svých vystoupení přesně tento přístup podnikatelů zmiňuje. Video je sice v angličtině, ale je velice zajímavé a praktické. Tím člověkem není nikdo jiný než Guy Kawasaki, který byl dlouholetým evangelistou Apple. Ve videu rozebírá mnohem více věcí, ale já si vždy vzpomenu právě na tuto konkrétní pasáž. Ve videu výpočet potenciálu uvádí na příkladu výrobce krmení pro psy ([odkaz na video Guy Kawasaki - 10 chyb které dělají podnikatelé](#)) Já jsem převedl tento příklad právě na nemovitosti.

Jak někteří lidé počítají tržní potenciál

Klasický případ odhadu tržního potenciálu, o kterém hovořím (čísla jsou smyšlená)... Hodlám investovat do zadlužených nemovitostí. V Praze je 100 tisíc bytů, v průměru každý 10. člověk v republice má exekuci. To znamená 10 tis. bytů v exekuci. Pokud všem lidem pošlu dopis, že koupím jejich nemovitost s úspěšností 5%, je to 500 bytů. Pokud se dohodnu s každým 5. majitelem, je to 100 bytů na výkup. Pokud na každém bytě mohu vydělat 300 tis. Kč, je to zisk 30 mil. Kč. Super. Pojdme do toho... Navíc je to jenom Praha, co potom potenciál v celé republice.

Co mě v tomto případě napadá? Z praxe se ptám:

- Kdo řekl, že je v Praze 100 tis. bytů?
- Jsou všechny exekuce tak velké, aby lidé museli byt hned prodávat?
- Úspěšnost 5% na rozesílce mi mohla fungovat u zemědělské půdy, ale bude fungovat u bytů v exekuci?
- Při průměrné ceně bytu 5 mil. Kč musím mít k dispozici kapitál 500 mil. Kč – mám je?
- Co odečíst obchody, které udělá konkurence, co ztrátové obchody atd.
- Kdo to všechno odpracuje?
- Koupil jsem už někdy v životě byt v exekuci?

Uvedený příklad se určitě dá zobecnit na různé typy byznysů, ať už někdo plánuje vyrábět kola, šít oblečení, prodávat úvěry apod.

Možná ještě jeden příklad z jiné branže. Kdysi jsem viděl počítat byznys plán na prodej jedné online služby pro právníky. Služba sice byla zajímavá, ale podnikatel počítal tržní odhad z počtu advokátů dle počtu členů České advokátní komory. Podnikatelský záměr počítal s tím, že pokud firma získá "jen" 10% trhu, bude to výnosný byznys. Jenže se nepočítalo s tím, že je potřeba produkt vyrobit, doručit právníkům, přesvědčit tuto poměrně konzervativní komunitu, že jej mají používat, donutit k platbě... A pak také vše stihnout v dostatečně krátkém čase, protože jste startup, máte 2 obchodníky na celou republiku a investici na rok života.

Počítejte od zdola nahoru

Mně se líbí postup, kdy se naopak počítá od zdola nahoru. U příkladu bytů v exekuci bych asi postupoval následovně. Nejdříve bych se zamyslel, zda vlastně umím koupit nemovitost. Divili byste se, kolik lidí chce vstoupit do nového byznysu a dělá kalkulace bez základních znalostí trhu. A to opět nemluvím o naší branži, ale obecně o podnikání. Pak bych si vyzkoušel koupit a vlastně fakticky vyřešit nákup nemovitosti v exekuci. I kdybych si měl koupit podíl na nějakém pozemku za pár tisíc korun. Jen na zkoušku.

Dalším krokem je marketing. Jak vlastně lidi oslovit? Dopisem nebo je raději navštívit? Na malém vzorku si můžete vyzkoušet jak lidé reagují, proč o vaši nabídku mají zájem či naopak. Můžete také otestovat úspěšnost vaší kampaně, ze které pak lze odhadnout nároky na kapitál a lidi. Sice to zabere určitý čas, ale je lepší začít postupně, než ve velkém, proinvestovat peníze a zjistit, že daná metoda nefunguje.

No a pokud dojdete až do tohoto stádia a pořád věříte, že byznys model má smysl a je dobře naplánovaný a jste ho schopni řídit, nezbyvá než se opřít do většího marketingu. V tuto chvíli jste již pravděpodobně objevili min. 10 různých problémů, se kterými jste původně nepočítali. Ty vás určitě donutili přehodnotit vaše původní odhady a již stojíte pevněji na svých nohou.

Dobrá rada ušetří čas i peníze

Pokud se pouštíte do byznysu, kde si nejste jisti, ptejte se lidí, kteří zkušenosti již mají. Ne všichni se s vámi o ně podělí, ale zkuste to. Dobrá rada ušetří mnoho času, energie i peněz.

Pokud se hodláte pustit do nákupu nemovitostí ať už nezadlužených, nemovitostí v exekucích, dražbách či insolvencích, zkuste se zeptat nás. Na blogu nenajdete úplně vše. Zejména naši obchodníci, kteří se s investory a spekulanty setkávají na denní bázi, vám pár nápadů a tipů rádi pustí i zdarma.