



# ROZBIEHAČSKÁ OPTIKA



Väčšina ľudí vníma nápad ako poklad, ktorého objavenie je viac-menej vecou náhody alebo horlivého aktívneho snaženia. Aktívne hľadanie končí po pár googleniach alebo diskusiou na tému „na čom by sa dalo zarobiť“. Vo väčšine prípadov to nikam nevedie, takže ostáva len čakať, že príde nečakaná inšpirácia na miliónový nápad. Existuje lepší spôsob - nápady aktívne nevyhľadávať, ale pasívne si ich všímať.

Ako si začať všímať nápady? Je to jednoduché. Stačí si nasadiť rozbiehačskú optiku „problémy sú príležitosti“. Ak okolo seba uvidím problém, chápem, že ide o prezlečenú príležitosť. Príležitosť, že mi niekto, koho problém trápi, zaplatí za jeho vyriešenie.

***Toto je zaujímavý problém... Aká platená služba by ho vyriešila?***



Ako je možné, že si zatiaľ týmto spôsobom „neobjavil“ žiadne nové nápady? Všetkým problémom v tvojom okolí je viac než dosť! Odpoveď je jednoduchá. Cieľene si sa o ne nezaujímal a nerozmýšľal si štýlom: „Aha, toto je zaujímavý problém, aká platená služba by ho vyriešila?“ Vo všeobecnosti platí, že si všímame to, na čo sa zameriavame. Presne tak je to aj s nápismi, stačí sa na ne zamerať a začať si ich všímať.

Skús si to sám. Nasad' si rozbiehačskú optiku a začni si všímať vo svojom živote situácie, ktoré ti komplikujú život. Začni sa na tieto „problémy“ dívať ako na „prezlečené príležitosti“. Rozmýšľaj, aké riešenie by sa ti páčilo. Aký produkt, aká platená služba by mala podľa teba existovať? Začni takto zbierať nové nápady. Garantujem ti, že s rozbiehačskou optikou rozpoznáš pri minimálnej snahe aspoň 1 nový nápad každý mesiac.

Problém	Príležitosť
Čo mne alebo iným komplikuje život?	Aká platená služba alebo produkt by ho vyriešili?
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Nemusíš riešiť len svoje problémy. Začni viac počúvať svojich priateľov a známych v momentoch, keď sa budú na niečo sťažovať. Ber to ako cvičenie. Ako študuješ cudzí jazyk, trénuješ alebo sa učíš variť, tak pracuj na svojej rozbiehačskej optike. Všimol som si, že všetci úspešní podnikatelia ju majú veľmi silno vyvinutú. Majú tak mnoho voľných nápadov a rozbiehajú ten, ktorý považujú za najlepší.



Väčšina úspešných biznisov vnikla, pretože ich zakladatelia riešili vlastný problém.

- ✓ Už v úvode si čítal príbeh, ako vznikol Buffer. Jeho zakladateľ Joel riešil vlastný problém, ako jednoducho rozplánovať uverejňovanie príspevkov na Twitteri.
- ✓ Drew Houston „dostal“ nápad na Dropbox, keď si v roku 2007 niekoľkokrát zabudol USB disk a nemohol počas cestovania pracovať na svojom laptope.
- ✓ Takisto Nick Woodman získal prvotnú inšpiráciu pre svoje Go Pro kamery v roku 2002, keď nenašiel riešenie, ako profesionálne zachytiť zážitky zo surfovania.
- ✓ Na Slovensku takto vznikol nápoj pre pokojný spánok „Good Night Drink“. Jeho autor mal problém – vlastný strach z lietania. Premenil ho na príležitosť a vymysleli s manželkou „anti-energetický nápoj“, ktorý vás upokojí a umožní vám celý let príjemne prespať.

## INŠPIRUJ SA EXISTUJÚCIMI NÁPADMI

Pri hľadaní nápadov sa inšpiruj existujúcimi nápadmi. Začni googliť cez obrázky a vyskúšaj aj [stumbleupon.com](http://stumbleupon.com) a [pinterest.com](http://pinterest.com) v oblasti tvojich záujmov. Hľadaj existujúce neokukané „wow“ nápady. Keďže už fungujú, majú premyslený biznis model, nemusíš vymýšľať všetko od nuly. Ponechaj časti, ktoré sú vymyslené dobre a pridaj malú inováciu.

Michal takto natrafil na e-shop, kde predávajú všetko fialové. Ako by mohol tento koncept inovovať? Vymyslel e-shop ponúkajúci nábytok podľa farieb, aby návštevník hneď našiel, čo sa k sebe farebne hodí. Spomenul si totiž na problém, ktorý mu spomínal jeho brat. Chceli s manželkou zariadiť spálňu zeleno-čiernej kombinácii a dlho hľadali vhodný kus farebného nábytku.

Takisto Monika našla model prenájmu pekných kúskov oblečenia formou pravidelných zásielok. Keďže rada číta, napadla jej možnosť vytvoriť zásielkový prenájom zaujímavých kníh a časopisov s možnosťou následného odkúpenia. Čiže úplne rovnaký koncept, len s knihami.