



KULINARNE NAWIGACJE
AGNIESZKA JASIŃSKA

JAK TWORZYĆ KREATYWNE POMYSŁY NA PRODUKTY I USŁUGI W SWOIM BIZNESIE?

Kreatywne rady, które działają!

KULINARNENAWIGACJE.PL

O MNIE



Agnieszka Jasińska

Kucharz, trener w gastronomii, fotograf, pedagog

Uczę zawodowców oraz amatorów jak gotować inaczej i ciekawiej.

Finalistka Hell's Kitchen Polska. Skończyłam międzynarodowe kursy kulinarny min. we Włoszech w ICI (Italina Culinary Institute) oraz liczne kursy w Polsce. Prowadzę warsztaty kulinarne oraz pokazy gotowania na terenie całej Polski i za granicą.

Zajmuję się fotografią kulinarną i współpracuję z magazynami o tematyce kulinarno-podróżniczej. Wydałam samodzielnie swoją autorką książkę „Kulinarne Nawigacje - wegetariańska kuchnia domowa”.

Jestem trener i pedagogiem. Tworzę kreatywne treści w sieci i na zlecenia prywatnych firm.

poznamy się bliżej

KULINARNENAWIGACJE.PL



ROZDZIAŁY

1 rozdział str 04

Co chcesz wypromować?
Zasada -CO? KTO? DLACZEGO?

2 rozdział str 08

Stwórz slogan produktu

3 rozdział str 13

Co twój slogan może zaoferować?

4 rozdział str 15

Tworzenie połączeń między
markami

5 rozdział str 20

Wybór najlepszych pomysłów



ROZDZIAŁY

6 rozdział str 23

Masz już wszystko czego potrzebujesz

7 rozdział str 25

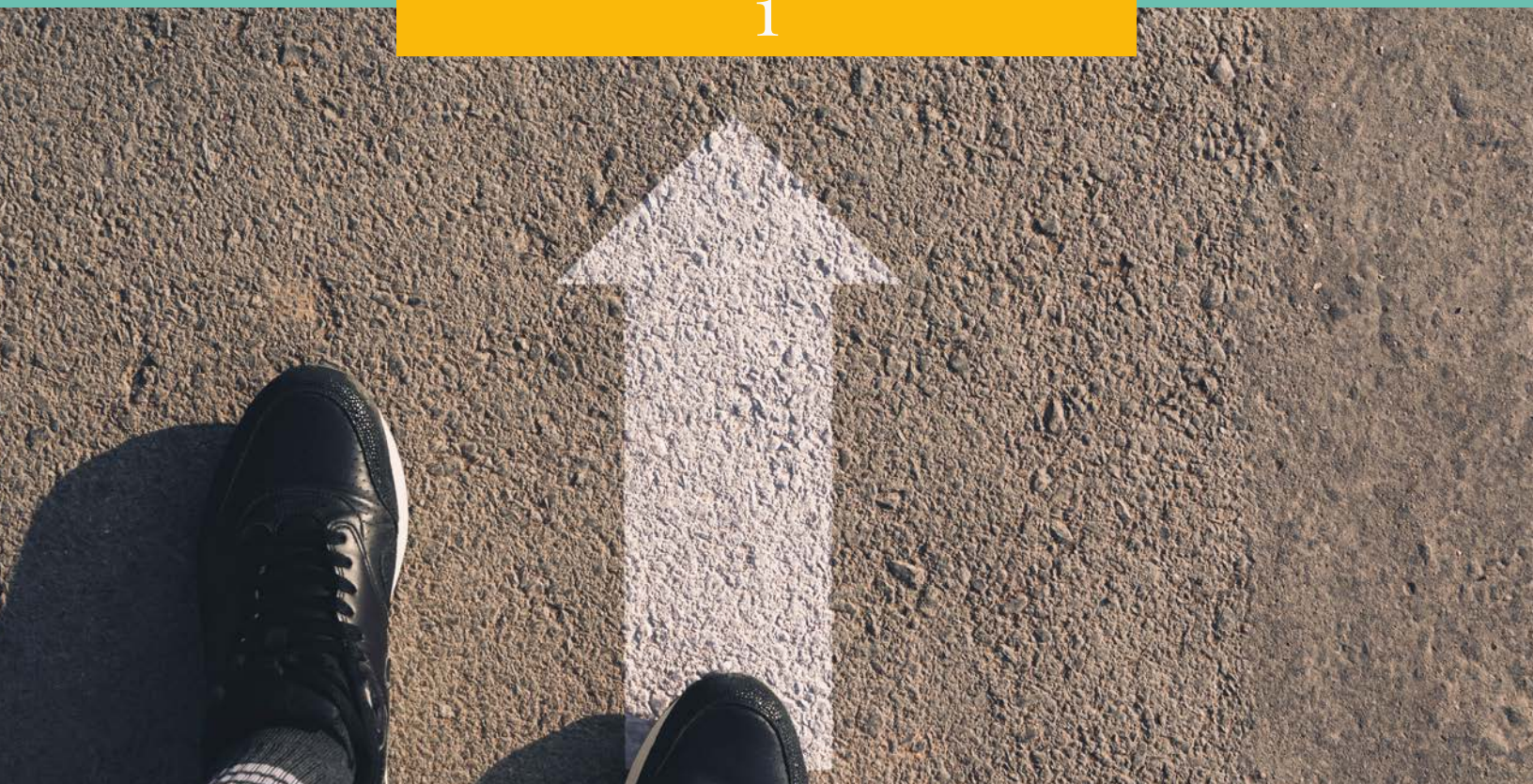
Opowiedz historię swojego produktu

8 rozdział str 27

Co zrobić gdy utkniesz w miejscu?

9 rozdział str 31

Jak wykorzystać rozdziały w tej książce jeszcze inaczej?



JAK KORZYSTAĆ Z TEGO PORADNIKA?

Oddaję w Twoje ręce poradnik kreatywnych pomysłów na produkty i usługi, który jest CASE STUDY mojej marki i mojego biznesu z branży kulinarno-gastronomicznej. Każdy tutaj podany przykład został przeze mnie sprawdzony i przetestowany.

Celowo nie stworzyłam kolejnego uniwersalnego poradnika, bo sama ich bardzo nie lubię. Podeszłam do sprawy rzeczowo i chciałabym przeprowadzić Cię krok po kroku przez stworzenie kreatywnych pomysłów w Twojej branży.

Jak to zrobić? Wystarczy, że podmienisz mój przykład z tej książki pod swoją grupę docelową i stworzysz rozwiązania i pomysły, na które może wcześniej nigdy byś nie wpadł. A może byś wpadł, ale znacznie później. Więc po co czekać, skoro można zacząć od razu!

Szczegółowo opisałam tutaj przykłady na slogany, kampanie i opisy produktów, które świetnie sprawdzają się w mojej branży.

W sumie nigdzie jeszcze nie znalazłam tak dokładnego opisu pomysłów biznesowych w kulinariach i gastronomii.

Ebook jest uniwersalny pod tym kątem, że bardzo szczegółowo opisuję moje grupy docelowe. Ale to jest książka dla Ciebie. Bez problemu podstawisz pod opis mojego klienta, opis swojego i stworzysz pod niego model kreatywnych biznesowych pomysłów.

Znajdziesz tutaj bardzo wiele koncepcji i ciekawych rozwiązań, by jeszcze lepiej tworzyć interesujące projekty. Nie musisz od razu wszystkiego wprowadzać. Zacznij krok po kroku rozpisując wszystko na kartce. Przeprowadzę Cię przez ten proces, tak byś wyciągnął z niego najwięcej ile potrafisz.

Ważne, żebyś potraktował tego ebooka jak mini kurs z którym trzeba trochę popracować, a nie tylko go przeczytać.

Do zobaczenia na końcu! W rozdziale 9 zobaczysz jak jeszcze lepiej wykorzystać, to co właśnie trzymasz w rękach.

Zabierzmy się więc do pracy!





CO CHCESZ WYPROMOWAĆ? ZASADA -CO? KTO? DLACZEGO?

Tworząc swój produkt lub usługę musisz sobie zadać 2 pytania

- Dla KOGO jest przeznaczony mój produkt/usługa?
- Jaki problem on rozwiąże?

Nie zawsze to co TOBIE się wydaje rozwiązaniem, jest rozwiązaniem dla Twojego klienta. Zapisz sobie na kartce w tabelce odpowiedzi dotyczące Twojego produktu, który chcesz wprowadzić

Tutaj obowiązuje zasada:

- Co chcę wprowadzić na rynek?
- Kto pokocha mój produkt?
- Dlaczego ktoś ma go kupić?

Wiesz co chcesz wypromować, bo wiesz co chcesz sprzedać, ale jak się za to zabrać?

Co?

- warsztaty kulinarne

Do kogo chcesz kierować swój produkt?

Kto może być potencjalnie zainteresowany twoimi usługami?

Kto?

- kucharze
- amatorzy gotowania
- mamy gotujące dla dzieci
- pracownicy stołówek
- seniorzy
- pracownicy korporacji
- cukrzycy, osoby na diecie
- zainteresowani nowinkami kulinarnymi
- ci co chcą zabłysnąć na imprezie

Zabrakło ci pomysłów? Zrób przerwę i stwórz listę dalej. Zobaczysz, że to działa!

- osoby trenujące i dbające o linię
- dzieci chcące być Master Chefami
- nauczyciele zawodu kucharz (mają obowiązkowe zajęcia doszkalające)



Teraz wybierz **4- 5 grup docelowych KTO** i stwórz dla nich **ROZWIĄZANIE** ich problemu- **DLACZEGO** akurat Twój produkt im pomoże!

Moje 4 grupy docelowe - KTO?

- 1.amatorzy, którzy chcą się rozwijać
- 2.nauczyciele zawodu kucharz
- 3.mamy
- 4.diabetycy, cukrzycy

W czym mój produkt/usługa może im pomóc?
Czyli **DLACZEGO** muszą go/ją mieć?

Moje 4 DLACZEGO?

- 1.ta usługa umożliwi tworzyć im nowe dania i skróci czas ich przygotowania
- 2.ten produkt pozwoli nauczycielom poznać nowe techniki przygotowywania dań
- 3.ta usługa pozwoli mamom rozszerzyć menu ich dzieci
- 4.ta usługa pokaże nowe pomysły na dania z produktów dostępnych w sklepie





STWÓRZ SŁOGAN PRODUKTU

Skoro znasz już powody dla których klient kupi Twoją usługę lub produkt, to jesteś w stanie do tych 4 powodów znaleźć HASŁO które przycągnie jego uwagę.

- **Kto? Amator**

Dlaczego? Ta usługa umożliwi tworzyć im nowe dania i skróci czas ich przygotowania.

Slogan

- Rozwiń swoje umiejętności kulinarne i zdobądź kolejny level w kuchni
- Zostań kucharzem w swoim domu na miarę Gordona Ramseya (wpisz autorytet jaki chcesz)
- **Kto? Nauczyciele zawodu kucharz**

Dlaczego? Ten produkt pozwoli im poznać nowe techniki przygotowywania dań

Slogan

- Podnieś swoje kwalifikacje zawodowe i bądź najlepszym profesjonalistą
- Poznaj nowe techniki gotowania i podnieś swoje kwalifikacje zawodowe



- **Kto? Mamy**

Dlaczego? Ta usługa pozwoli kobietom rozszerzyć menu ich dzieci

Slogan

- Przygotuj szybkie i smaczne posiłki z warzyw i owoców
- Udowodnij swojemu dziecku, że warzywa nie zabijają :)
- Pokaż dziecku nowe smaki i zdobądź nowy poziom kulinarny

- **Kto? Diabetycy, cukrzycy**

Dlaczego? Ta usługa pokaże nowe pomysły na dania z produktów dostępnych w sklepie

Slogan

- Dania bez cukru, też mogą być smaczne
- Ugotuj coś nowego z produktów dostępnych w każdym sklepie



Wybierz teraz slogan który NAJBARDZIEJ będzie odpowiadał na potrzeby twoich klientów. Ja wybrałam:

- **Rozwiń swoje umiejętności kulinarne**

Wykorzystaj teraz 4 zmysły i opisz jak postrzegasz swój wybrany slogan

1. Co widzisz gdy o nim myślisz?
2. Co słyszysz, gdy go wypowiadasz?
3. Co czujesz dotykiem?
4. Co czujesz węchem?



Co możesz zobaczyć (myśląc o rozwijaniu umiejętności kulinarnych?)

- piękne dania
- owoce i warzywa na talerzu



Co możesz usłyszeć?

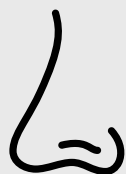
- skwierczenie na grillu
- rozmowy przy stole





Co czujesz dotykiem?

- teksturę musu
- chrupkość krakersa
- sypką mąkę



Co czujesz węchem?

- zapach przypraw
- aromat dania
- strach czy się uda

Dzięki temu ćwiczeniu jeszcze lepiej wiesz jak pobudzić zmysły swojego klienta, by produkt sprostał jego oczekiwaniom.

To ćwiczenie również pomaga w stworzeniu grafiki/plakatu informującego o wydarzeniu.

Znając zmysły masz możliwość dotrzeć jeszcze lepiej z przekazem graficznym do swojej grupy docelowej.





CO TWÓJ SLOGAN MOŻE ZAOFEROWAĆ?

Ten krok pokazuje niesamowite możliwości jakie daje Twój produkt. Tutaj zbierzesz listę wszystkich pomysłów związanym ze SLOGANEM na:

- newslettery
- produkty
- usługi
- wydarzenia

Jeżeli połączysz swoje DLACZEGO z pobudzeniem 4 ZMYŚLÓW które związane są z Twoim sloganem to stanie się magia!

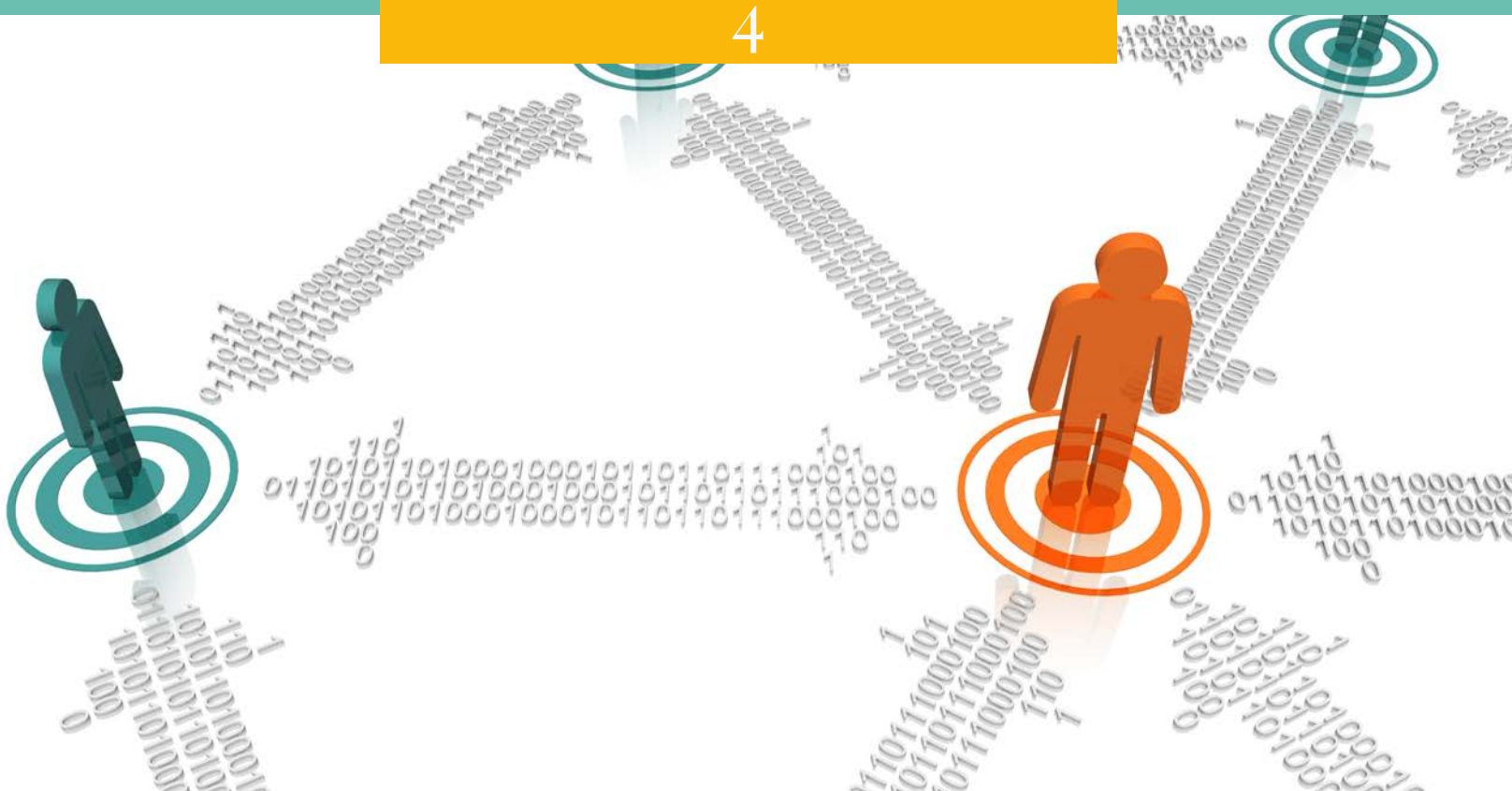
SLOGAN

Rozwiń swoje umiejętności kulinarne

Co możesz z tym zrobić?

- ebook z przepisami/ trikami
- przewodnik po miejscach do jedzenia
- przepisy różnych kultur
- mapy z restauracjami
- dania dla par
- daty targów spożywczych
- przewodnik miejski po jedzeniu w okolicy
- zastosowanie przypraw
- jedzenie w ciemności
- gotowanie sposobem na rozmowę bez słów
- ciekawe wydarzenia kulinarne
- przepisy na spotkania z przyjaciółmi
- nowinki sprzętów kuchennych
- uświadomienie na planetę i klimat
- pamiętniki kulinarne/notesy
- aplikacja/ nawigacja na nowe miejsca
- wymiar edukacyjny- nowe techniki gotowania
- historia dań i jedzenia
- klub wspólnego gotowania
- szerzenie kultury swojej kuchni
- produkty śmiertelne – co w kuchni może zabić





TWORZENIE POŁĄCZEŃ MIĘDZY MARKAMI

Stew Jobs powiedział, że "kreatywność to tylko połączenie rzeczy".

Użyj dowolnej marki jaką LUBISZ (z innej branży niż Twoja) i stwórz z nią jak najwięcej skojarzeń. Możesz wybrać dowolną markę, zobaczysz, że z każdą marką to zadziała.

Ja wybrałam markę IKEA i spisałam wszystko, co jest z nią związane, i co przychodzi mi do głowy.

IKEA- skojarzenia

1. Szwecja
2. klopsy
3. supermarket
4. DIY meble
5. kolory flagi niebieski+ żółty
6. Ukraina
7. instrukcje rysunkowe
8. nazwy szwedzkie
9. krótkie nazwy produktów
10. meble, sofy, naczynia kuchenne
11. małe części do skręcania, klucz w zestawie
12. eko
13. lego dla dorosłych
14. różne pokoje

Do każdego punktu związanego z Ikea, stworzyłam skojarzenia związane z moją usługą/ produktem.

Sprawdź sam jakie to proste i zrób to samo na bazie marki którą lubisz!



warsztaty kulinarne vs. skojarzenia IKEA

1. rozwijanie przez gotowanie- nie amator a profesjonalista
2. jedno danie wiele możliwości
3. zbuduj smak dania (baza kulinarna)
4. przepis krok po kroku jak gotować
5. charakterystyczny kolor dania inspirowany miejscem
6. wkraczasz do innego świata- ścieżka kulinarna do celu
7. instrukcje rysunkowe
8. stwórz nowe nazwy dań
9. krótkie nazwy produktów
10. przestań siedzieć na sofie, ugotuj coś dobrego
11. cała seria produktów warsztatowych (torby, książki, przyprawy)
12. gotowanie z odpadków
13. gotuj z rodziną
14. gotowanie dzieje się już w Twojej wyobraźni



ŹRÓDŁA INSPIRACJI

Gdy mam już wybrany produkt lub usługę to szukam dookoła siebie inspiracji, które pomagają mi zbudować ścieżkę tworzenia pomysłów na:

- hasła
- slogany
- produkty pomocnicze lub uzupełniające

Moje źródła do rozbudowania bazy pomysłów

- Bollywood
- album z przepisami i zdjęciami dań ze skandynawi
- rośliny w moich mieszkaniu



CO POWSTAJE Z TYCH INSPIRACJI?

Co może mnie nakierować na stworzenie briefa lub produktu dla mojego klienta?

Tutaj zbieram pomysły zupełnie przyziemne, ale również puszczam wodze fantazji adekwatnie do moich wybranych źródeł inspiracji.

- naturalne produkty w kuchni
- zielen poprawia nastrój
- każdy warsztat jest inny jak roślina/ liść
- twarze pokazujące emocje po zjedzeniu
- nowe mieszanki przypraw
- pamiątki z podróży/ album z liśćmi
- podróż z kimś
- opowiadanie historii przez danie
- stworzenie albumu kulinarnego z warsztatów
- każdy przepis do nowy rozdział
- gotowanie rozgrywające się w przyszłości
- każda przygoda rozpoczyna się w innej kuchni
- kulinarna podróż do aromatycznego Bollywood
- zbieranie doświadczeń kulinarnych jak filmów
- latające garnki/ latający dywan w filmie





WYBÓR NAJLEPSZYCH POMYSŁÓW

Doszliśmy do miejsca, gdzie masz mnóstwo notatek i jeszcze więcej możliwości. Teraz przyszedł czas by wybrać **NAJLEPSZE** pomysły związane z Twoim produktem.

Wiem, jesteś przywiązany do wszystkiego co napisałeś, bo spędziłeś na tym mnóstwo czasu (mi dojście do tego momentu zajęło 5 godzin). Pora natomiast wybrać to, co zasługuje, by pokazać to ŚWIATU.

Ale zanim to pokażesz, to potrzebujesz świata by ci pomógł!

Pokaż swoje pomysły KOMUŚ i zapytaj go/ich o opinię.

To bardzo, bardzo ważny moment. Ty zupełnie inaczej patrzysz na swój biznes i swoje produkty. Osoby z zewnątrz postrzegają pewne rzeczy zupełnie inaczej i będą dla Ciebie świetnym drogowskazem.

Co jest ważne na tym etapie?

Nie wkurzaj się, jeśli większość Twoich genialnych pomysłów nie spodoba się otoczeniu. Oni nie negują Ciebie i Twojej kreatywności tylko patrzą na to z użytkowego punktu widzenia.

To oni mają odpowiedzieć DLACZEGO mieliby kupić Twoją usługę/ produkt! Daj im szansę wypowiedzieć się w tej kwestii.



JAK TO BYŁO U MNIE?

Gdy tworzyłam nazwę swojego bloga, rozpisałam w początkowej fazie 20 nazw na kartce papieru. Potem wybrałam właśnie 4 najlepsze i poprosiłam o zdanie moich najbliższych. Nazwa została wybrana większą ilością głosów.

Gdy nie byłam pewna jaki tytuł dać mojej samodzielnie wydanej papierowej książce, przygotowałam na początku 7 propozycji jej tytułów. Potem wybrałam 2 najlepsze i znów poprosiłam o zdanie moich najbliższych. Do mojej wersji "Kulinarne Nawigacje- kuchnia wegetariańska", moja przyjaciółka dodała "Kulinarne Nawigacje- wegetariańska kuchnia domowa" i to było coś na co sama nie umiałam wpaść. A takie to wydaje się teraz oczywiste!

Przy tworzeniu okładki do mojej książki nie byłam pewna co do kolorystyki i layout. Poprosiłam graficzkę o przygotowanie trzech wersji. Gdy to było gotowe, na moich mediach społecznościowych wrzuciłam grafikę trzech okładek i poprosiłam moich obserwatorów o pomoc w podjęciu decyzji. To oni ostatecznie podjęli za mnie decyzję.





MASZ JUŻ WSZYSTKO CZEGO POTRZEBUJESZ

W tym rozdziale zbierzemy w całość wszystko to, co stworzyłeś do tej pory. Stworzymy produkt/usługę, który będzie odpowiadał na potrzeby Twojego klienta.

CO MÓWIĄ LUDZIE, KTÓRZY TWORZĄ PRODUKTY?

- produkt ma być TRAFNY
- produkt ma być PROSTY
- produkt ma być WYJĄTKOWY

Pora teraz by z tych wszystkich DOBRYCH pomysłów stworzyć ŚWIETNY POMYSŁ!

Mając usługę – **WARSZTAT KULINARNY**
Stworzyłam SLOGAN – **Rozwiń swoje
umiejętności kulinarne**
Kierowany do KTO? – **AMATORZY**

Wyrzucam na tym etapie wszystkie inne rozwiązania, które towarzyszyły innym grupom docelowym, by skupić się najbardziej na tej grupie, która wg. mnie jest najlepszą grupą moich produktów.

Dzięki wszystkim kreatywnym pomysłom tworzę hasła, które zastosuję w opisach i postach mojego produktu/ usługi.

1. gotowanie jako wejście do innego świata lub sposób na poznanie świata (inspiracja Bollywood)
2. poznaj unikatowość produktów świata i połącz je sam na warsztacie (nawiązanie do roślin)
3. stwórz swoją własną historię kulinarną (album ze skandynawi)
4. poznaj sprzęty, które pomogą ci gotować (ułatwienie pracy)
5. zrób krok do przodu i wejdź na nową drogę kulinarną (mapa i podróże)





OPOWIEDZ HISTORIĘ SWOJEGO PRODUKTU

Nasza droga kreatywnego myślenia dobiegła prawie do końca. Teraz pozostało stworzyć historię Twojego produktu/ usługi i opowiedzieć oraz pokazać ją światu.

Jak to wygląda w moich przypadku? Zapraszam Cię w moją podróż.

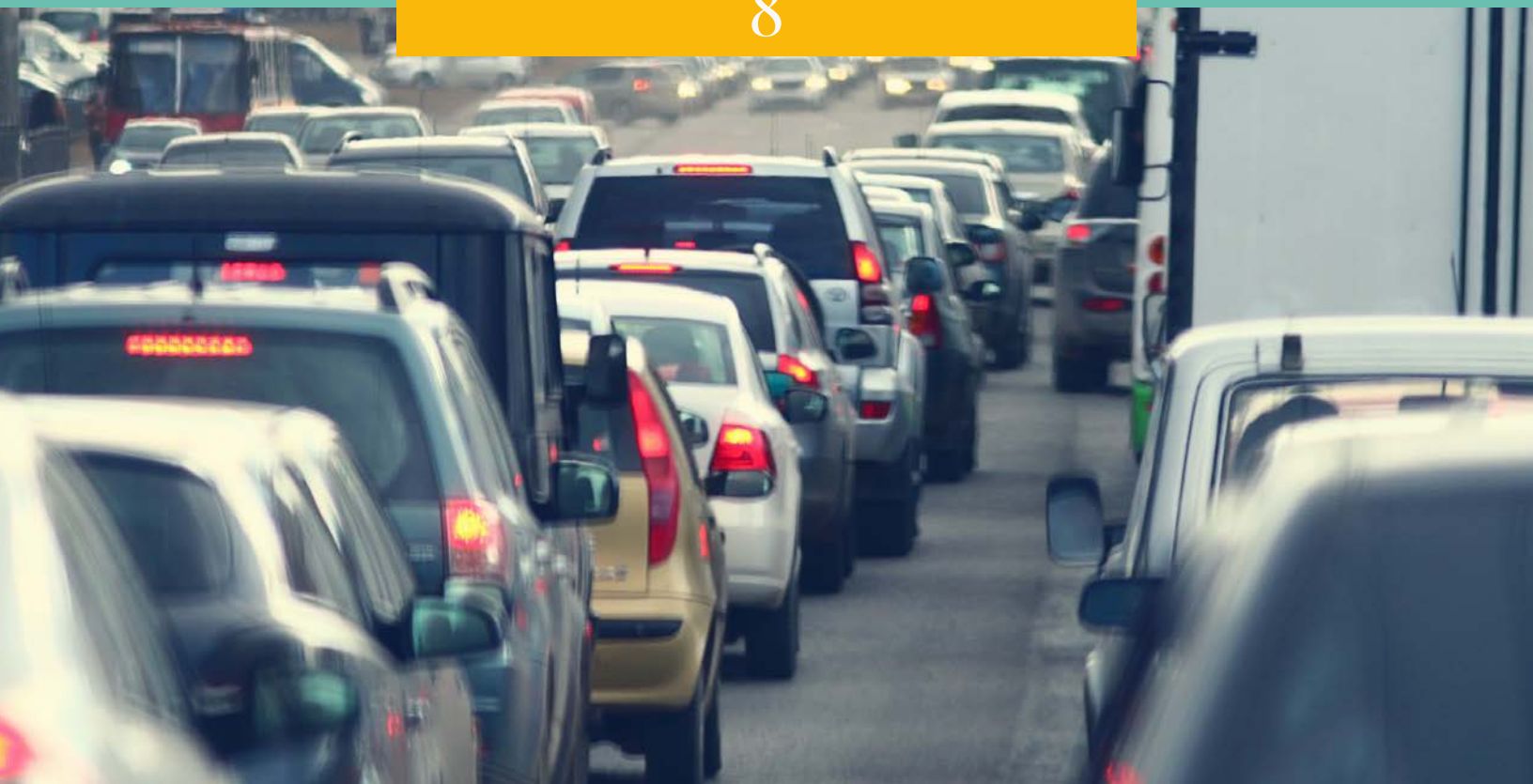
Warsztaty kulinarne kieruję do osób, które zaczynają swoją podróż z gotowaniem, ale również do tych którzy już sobie obrali swoją ścieżkę, tylko czasem potrzebują na niej drogowskazu, który doprowadzi ich do upragnionego celu.

Tak naprawdę umiejętność dobrego gotowania jest jak podróż. Kraje, które wydają nam się nieznane, po ich odkryciu zaskakują smakami i aromatami. Ich zdobycie daje Ci szansę na odkrycie kolejnych poziomów na kulinarnej mapie Twoich umiejętności.

Przyjdź na warsztat, naucz się gotować i stwórz swoją własną książkę z przepisami, które zaskoczą Twoich bliskich. Nie ma nic cudowniejszego niż wspólna uczta przy stole suto zastawionym własnocześnie przygotowanymi daniami.

Bazuję tylko na naturalnych produktach, które osobiście przywożę ze swoich podróży, tak by jeszcze bardziej pokazać ci mój kulinarne świat.





CO ZROBIĆ GDY UTNIESZ W MIEJSCU?

To nie jest tak, że wszystkie pomysły przychodzą w mgnieniu oka. Częściej właśnie nie dzieje się nic i wtedy czuję głównie frustrację i blokadę.

Jak sobie z nią radzę?

JAK SIĘ ODBLOKOWAĆ?

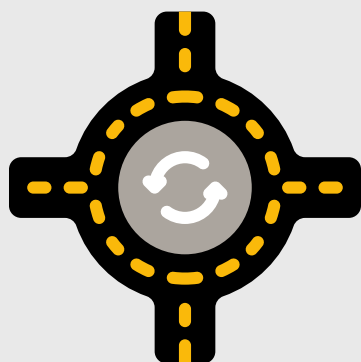
- Odejdź od problemu

Wiem, brzmi to banalnie, ale to na prawdę działa. Gdy tworzę pomysły na warsztat, a dokładnie menu warsztatowe często chcę **BARDZIEJ** niż bardzo i nic mi z tego nie wychodzi.

Weź kąpiel, idź na spacer, wsiądź na rower lub zrób sobie ulubiony trening. Aktywność fizyczna powoduje, że więcej tlenu jest transportowane z krwią do mózgu i wtedy nagle przychodzą do głowy pomysły, które były zablokowane.

Kiedy towarzyszy ci MAŁE utknięcie

Przy małym utknięciu pomaga zasada **RONDA**. ważny jest ruch, który spowoduje, że z niego zjedziesz.

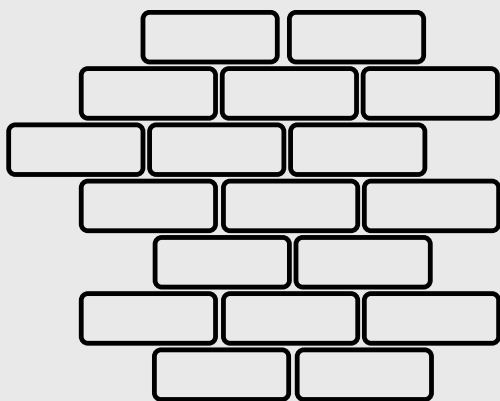


Żeby z tego ronda ruszyć, a nie kręcić się ciągle w kółko, przypomnij sobie swój SLOGAN który stworzyłeś na początku i spróbuj dzięki temu zjechać w dowolną stronę.

Jeśli to nie pomoże, to spróbuj znaleźć nowe pomysły do swojego SLOGANU które ukierunkują Twoje myślenie.

Kiedy towarzyszy ci **DUŻE** utknięcie

Tutaj działa zasada, którą nazywam **PRZEBIJ ŚCIANĘ**. To nic innego jak zrobienie czegoś totalnie głupiego i od czapy.



Wsiądź do pociągu lub autobusu i pojedź kilka stacji w nieznanym kierunku. Pójdź na film do kina, którego nigdy byś świadomie nie wybrał. Poruszanie się w sferze rzeczy nam nieznanych powoduje, że mózg zaczyna zupełnie inaczej pracować!

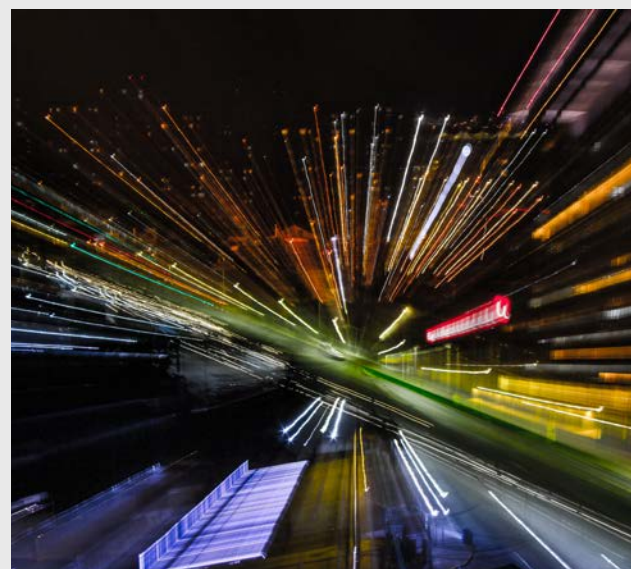


Jeżeli rozbicie ściany nic nie pomogło, to pozostaje rozwiązanie, którą nazywam **ATAKIEM NUKLEARNYM** (wiem, w obecnym czasie słaba nazwa, ale wymyśliłam ją dużo wcześniej, więc nie będę tego zmieniać).



Wróć do innego KTO? I zacznij całą pracę od nowa. Widzisz...sama myśl, że masz to przechodzić od początku może spowodować, że nagle twoja blokada minie sama! I wszystko wróci do normy.

Jeśli nie, to na prawdę wróć do innego KTO i stwórz nową ścieżkę dla Twojego produktu lub usługi. Tak też się czasem dzieje. Może to nie było tak SUPER pomysłem jak ci się wydawało?





JAK WYKORZYSTAĆ ROZDZIAŁY W TEJ KSIĄŻCE JESZCZE INACZEJ?

Każdy z tych rozdziałów **ZAWSZE** pomaga mi w różnych kwestiach. Jeśli nie chcesz akurat wprowadzać nowego produktu na rynek, to zapewne wciąż poszukujesz nowych pomysłów na treści lub bonusy, które przyciągną Ci nowych obserwatorów.

Teraz napiszę Ci w jakich tematach i sprawach pomagają mi poszczególne rozdziały.

ROZDZIAŁ 1

Gdy wysyłam zapytanie ofertowe o współpracę to za każdym razem tworzę unikatową ofertę swojej firmy. Sprawdzam czym firma się zajmuje i KTO jest jej klientem. W takich współpracach biznesowych powinno być zawsze tylko dwóch wygranych.

1. **JA** – bo dostanę za to wynagrodzenie
2. **Klienci** mojego klienta – bo rozwiązałam ich problem

O tym warto pamiętać przy tworzeniu oferty! Twoja propozycja nie ma zaspokoić potrzeb firmy do której wysyłasz maila. Ona ma zaspokoić potrzeby **KLIENTA TEJ** firmy, tak by marka sprzedała więcej swoich produktów i usług.

Dlatego rozdział 1 zawsze pomaga mi przy pisaniu każdej oferty.



ROZDZIAŁ 2

Przy tworzeniu tematu warsztatu kulinarnego albo oferty live cookingu, przeważnie slogan jest pierwszym zdaniem rozpoczynającym opis mojej usługi.

To zawsze pomaga by ruszyć do przodu z dokładniejszym opisem czego można się spodziewać po danym warsztacie lub pokazie.

Dlatego rozdział 2 ułatwia mi pisanie nagłówków i treści do produktów.



ROZDZIAŁ 3

Ten rozdział pomaga mi w tworzeniu tematów na bloga, treści do newsletterów oraz nowych mini produktów, które mają przyciągnąć nowego lub obecnego klienta do mojej marki lub nabycia nowego produktu w sklepie.

Zawsze gdy nie wiem o czym napisać na Instagramie lub blogu lub nie wiem o czym wspomnieć w newsletterze, to zaglądam do tego rozdziału i mam rozwiązanie swojego problemu.

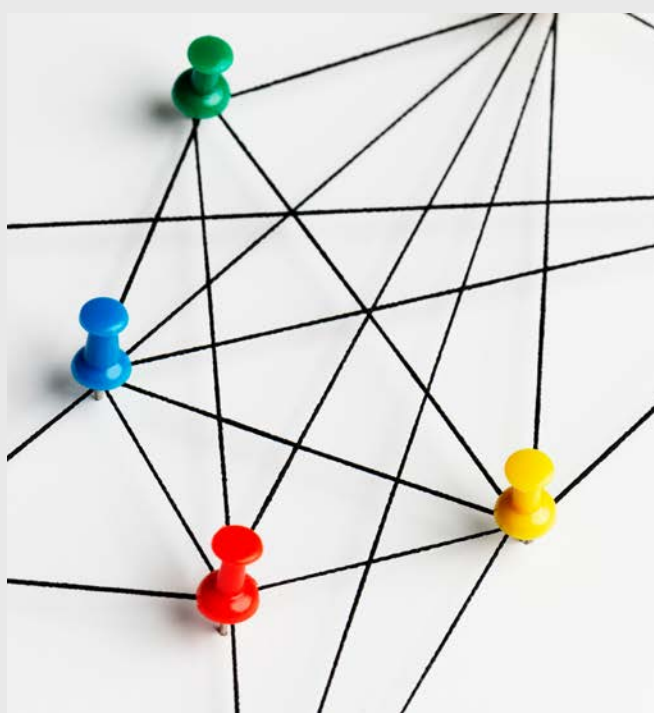
Dlatego rozdział 3 ułatwia mi tworzenie nowych treści i rozbudowywanie pomysłów na mini produkty.



ROZDZIAŁ 4

To mój ulubiony rozdział! Gdy poszukuję pomysłów co mogę dać innym, zawsze stawiam przed oczami sobie inną markę i odpowiadam sobie na pytanie **"Co ta marka daje innym?"**. To takie proste, ale nie ukrywam, że trudno mi było na to długo wpaść. Dla każdej cechy lubianej marki potrafię znaleźć swój odpowiednik dla produktu.

Dlatego rozdział 4 pomaga mi znaleźć pomysły na jeszcze bardziej inowacyjne rozwiązania jakie daje mój produkt!



ROZDZIAŁ 5

Pracując sama i nie zatrudniając nikogo, często miałam problem z konfrontacją moich pomysłów, bo nie miałam ich po prostu z kim przegadać. Uważałam, że to co wymyśliłam jest najlepsze na świecie i miałam duży problem z krytyką.

Gdy otworzyłam swój umysł trochę szerzej i zaczęłam pytać innych o zdanie to zrozumiałam, że:

- inni nie chcą dla mnie źle mówiąc swoje zdanie
- mają prawo widzieć to inaczej
- ja nie będę użytkownikiem mojego produktu
- jest w końcu kierowany do INNYCH

To spowodowało, że zaczęłam tworzyć więcej lepszych produktów i usług spełniających potrzeby moich klientów i ich klientów!

Dlatego rozdział 5 pomaga mi podejmować ostatecznie te trudniejsze decyzje związane z efektem końcowym produktu lub usługi.



ROZDZIAŁ 6

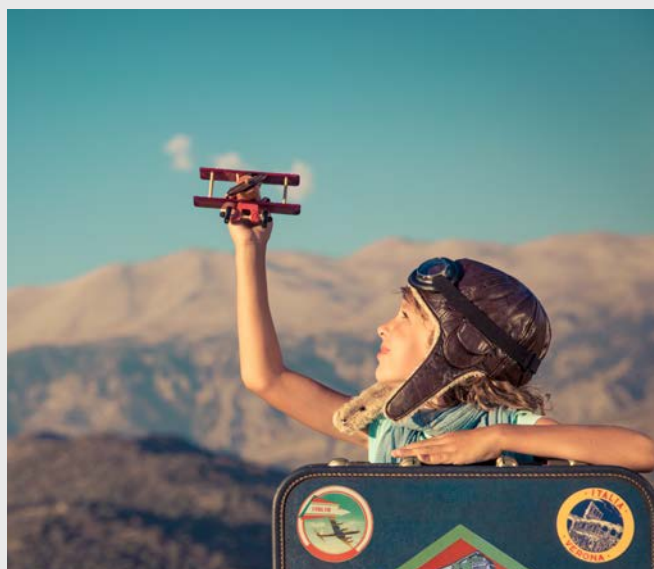
Tutaj nauczyłam się, że pójdę dopiero dalej, gdy pozbędę się wszystkich niepotrzebnych bagaży w mojej podróży.

Zrozumiałam, że do jednego plecaka można wsadzić tylko te najpotrzebniejsze rzeczy i one pozwolą mi przetrwać ale również mieć radość z tej podróży.

Gdybym napakowała do niego to wszystko co mam w domu w szafie, nie przesłabym nawet 1 km. Ugięłabym się pod ciężarem swoich własnych rzeczy i nigdzie bym nie dotarła.

Dlatego rozdział 6 uczy mnie, żeby należy dopasować produkt/ usługę najlepiej jak potrafię pod kogoś, bo wtedy jest większa szansa, że zostanie ona kupiona.

Jesli coś jest do wszystkiego, to jest do niczego lub nikogo.



ROZDZIAŁ 7

Tutaj wchodzę w zadania i zasady storytellingu, by produkt się dobrze sprzedał. Dobre historie zawsze sprzedają, jeśli są kierowane do odpowiedniej grupy ludzi.

Wiedząc czego potrzebują moi odbiorcy i jaki problem mam rozwiązać, wiem jaka będzie historia mojego produktu.

Dlatego rozdział 7 pozwala mi dopasować produktu do mojego odbiorcy.



ROZDZIAŁ 8

Ten rozdział utwierdza mnie w przekonaniu, że nigdy nie ma sytuacji bez wyjścia. To też nauczyło mnie, by zawsze szukać rozwiązania nawet tam gdzie wg. mnie nie ma prawa go być.

Otwartość umysłu i obserwacja świata pozwala mi wyjść z każdego ronda, a jak nie umiem znaleźć zjazdu to włączam duży czerwony guzik i zaczynam od początku.

Rozdział 8 jest wisienką na torcie. Udowadnia, że jeśli nie umiesz znaleźć wyjścia, wyjdź wejściem. Każdy problem ma jakieś rozwiązanie!



ODE MNIE



Agnieszka Jasińska

Dziękuję, że tu dotarłeś. Miej zawsze pod ręką tego ebooka jeśli dopadnie cię kreatywne dno, choć liczę, że po jego przeczytaniu już nigdy to się nie wydarzy!

Mając w swoich TOP 5 Gallupa

- Aktywator
- Elastyczność
- Komunikatywność
- Osiąganie
- Bliskość

Nawet mi się zdarza nie mieć pomysłu, jak stworzyć nowy produkt lub usługę. To nic złego! Próbuje, ćwicz i twórz swoje połączenia, a nowe pomysły i powiązania nigdy Cię nie opuszczą!

Znajdziesz mnie:



[@kulinarnenawigacje](#)



[Kulinarne Nawigacje](#)



[@Kulinarne Nawigacje](#)



[Agnieszka Jasińska](#)

*Ściskam Cię mocno
Agnieszka Jasińska*

KULINARNENAWIGACJE.PL