

Případová analýza

Projekt ReBox pro vratné obaly

Adam a Petra založili službu vratných přepravních obalů pro menší e-shopy. Adam má zkušenost z logistiky, Petra z obchodu. Tři e-shopy podepsaly nezávazný zájem o pilot. Tým investoval většinu úspor do vývoje vlastního obalu a do vizuální identity. Pilot se o šest týdnů zpozdil, protože dodavatel změnil materiál. Dva e-shopy mezitím požadují jednodušší a levnější variantu.

Adam tvrdí, že firma musí vydržet u původní vize, jinak ztratí důvěryhodnost. Petra navrhuje ruční pilot s běžně dostupnými přepravkami a jedním městem. Adam její návrh označuje za málo ambiciózní. Při prezentaci potenciálnímu investorovi použije Adam prognózu deseti tisíc zásilek měsíčně, která vychází z růstu celého trhu, nikoli ze závazků zákazníků. Investor projeví zájem, pokud zakladatelé získají pět placených pilotů.

Adam poslední měsíc pracuje večer i o víkendech a kontroluje každé sdělení zákazníkům. Petra přestala otevírat téma hotovostní rezervy, protože rozhovor pravidelně končí konfliktem. Oba se shodují, že neúspěch projektu by poškodil jejich profesionální pověst.

Úkol pro skupiny

Skupiny po třech až pěti studentech mají šest minut. Výstupem jsou tři stručná stanoviska. Není cílem diagnostikovat osobnost zakladatelů ani rozhodnout, zda má firma určitě pokračovat.

1. Oddělte v případě fakta, odhady a identitně zabarvená tvrzení.
2. Najděte nejméně tři psychologické mechanismy a u každého uveďte konkrétní pozorovatelný signál.
3. Určete, kde je vhodnější kauzální logika a kde efektivní krok.
4. Navrhněte jeden test předpokladu, limit přijatelné ztráty a bod revize.
5. Uveďte jeden individuální a jeden týmový zásah, které sníží riziko bez potlačení iniciativy.