

НАРЪЧНИК

КАК ДА ПРЕВЪРНЕМ СОЦИАЛНИТЕ И ЕКОЛОГИЧНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА В БИЗНЕС?



Проект „Ученически научни инициативи – предизвикателства за предприемачество“ (УНИПРЕД) се изпълнява с финансовата подкрепа на Столична община – Програма „Европа“ 2021 от сдружение „Алианс за регионални граждански инициативи“ в партньорство с фондация „Каузи“ и 90 СУ „Ген. Хосе де Сан Мартин“



НАРЪЧНИК

КАК ДА ПРЕВЪРНЕМ
СОЦИАЛНИТЕ И ЕКОЛОГИЧНИ
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА В БИЗНЕС?

СЪДЪРЖАНИЕ

1. СЪЩНОСТ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ. ЗАПОЗНАВАНЕ С ЦЕЛИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ООН
2. ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И НАУКА
3. СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО. КАКВО Е ТО И КАК СЕ ПЛАНИРА?
4. БИЗНЕС ПЛАН – ДАЛИ Е ТРУДНО?
5. ПРЕДСТАВЯНЕ НА БИЗНЕС ИДЕЯ. (PITCHING)
6. ДОБРИТЕ ПРИМЕРИ



Проект „Ученически научни инициативи – предизвикателства за предприемачество“ (УНИПРЕД) се изпълнява с финансовата подкрепа на Столична община – Програма „Европа“ 2021 от сдружение „Алианс за регионални граждански инициативи“ в партньорство с фондация „Каузи“ и 90 СУ „Ген. Хосе де Сан Мартин“



ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОЕКТА

Основна цел на проекта е въвеждането на иновативна форма на взаимодействие между общински училища и неправителствени организации за създаването и прилагането на практики за насърчване на предприемачеството, придобиване на умения на 21 век и провокиране на интерес към науката като възможна кариерна пътека за ученици от крайните квартали на Столицата.

Младежката научна предприемаческа борса е инициатива за младите хора в квартал Люлин, която ще направи връзката между социалните и екологични предизвикателства, пред които са изправени обществата ни, и в частност местната общност на квартала, чрез запознаване с Целите за устойчиво развитие и възможностите на обучението по природни науки за преодоляването на тези предизвикателства. Проектът разглежда предприемачеството като поле за развитие на умения на 21 век и начин Целите за устойчиво развитие на ООН да стигнат до младите хора с прилагането на иновативни решения, базирани на науката.

Проектът „Ученически научни инициативи - предизвикателства за предприемачество“ (УНИПРЕД) е симбиоза между основните дейности на трите организации, които са включени в партньорския консорциум. Водещата организация – Алианс за регионални и граждански инициативи, е сред пионерите в България по отношение на обучението в областта на Целите за устойчиво развитие, както и сред активните организации по отношение на работа с уязвими групи в и извън София. Фондация „Каузи“ организира формата предприемаческа борса от 2010 година и сред най-опитните организации в подготовката на стартиращи предприемачи.

Организацията управлява в продължение на 7 години младежки информационно-консултантски център – единствената младежка услуга, финансирана с национални средства.

90 СУ „Ген. Хосе де Сан Мартин“ е иновативно училище, едно от десетте столични училища, реализиращо проект по Национална програма „Изграждане на STEM среда“. Училището се намира в ж.к. Люлин в София и с инициативите и новостите, които въвежда, става все по-привлекателно за местната общност. Училището обучава деца от 1 до 12 клас.

Проектната идея е базирана на възможностите за допълняемост на дейностите на трите организации. Предизвикателствата, пред които е изправено в глобален мащаб човечеството и които засягат качеството на живот на хората в регионален мащаб, намират своите изражения в Целите за устойчиво развитие. Съдържанието на този наръчник и неговата структура отразяват основните въпроси, които систематизират връзката между Целите, науката и предприемаческата идея.

Чрез този наръчник се цели подпомагане на дейността на младежи, които не са имали възможност да се включат в проекта, но имат идеи, които биха реализирали самостоятелно.

За сдружение „АРГИ“



За фондация „Каузи“



За 90 СУ „Ген. Хосе де Сан Мартин“



Скъпи млади хора,

Благодарим за вниманието и желанието да се запознаете със съдържанието на този наръчник. Това означава, че сте готови да поемете отговорност за собственото си бъдеще, както и за това на следващите поколения. Може би ще се наложи да поправяте и последствията от грешките, които нашето поколение допуска.

Създадохме тази програма с надеждата тя да може да помогне да направите онази малка крачка, с която да започнете да работите за собствените си мечти, за света, какъвто си го представяте и както го желаете.

За нас беше чест да работим с онези 20 ученици, които ни позволиха да влезем в естествената им среда в център „раSTEM“ в 90 СУ „Хосе де Сан Мартин“, заедно да разсъждаваме върху глобалните проблеми, а светлите им умове да търсят начини за по-добро здравеопазване, за борба със световния глад и за опазване на живота на Земята и под водата. Благодарим, деца!

А на всички, които тепърва предстои да откриват предизвикателния свят на предприемачеството, желаем неизчерпаема съзидателна енергия!

От авторите

СЪЩНОСТ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ. ЗАПОЗНАВАНЕ С ЦЕЛИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ООН

ЗА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ

Едно от най-известните определения на устойчивото развитие е "развитие, което отговаря на нуждите на настоящето, без да се компрометира способността на бъдещите поколения да отговарят на собствените си нужди". Или иначе казано днес трябва да живеем така, че да оставим на следващите поколения свят, в който ще живеят поне толкова добре, колкото живеем ние днес. Устойчивото развитие казва, че трябва да се напредва по-балансирано, да се обръща внимание на трите стълба - социално развитие, екологична устойчивост и икономически просперитет.



ЗА ЦЕЛИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

Целите за устойчиво развитие (*Sustainable Development Goals, SDGs*) са глобалната програма на човечеството за справяне с най-големите предизвикателства, пред кои-



то сме изправени днес—бедността, неравенствата, екологични катастрофи. Те признават, че прекратяването на бедността и другите лишения трябва да вървят ръка за ръка със стратегии, които подобряват здравеопазването и образованието, намаляват неравенството и подтикват към икономически растеж – всичко това, докато се справят с изменението на климата и работят за запазването на океаните и горите.

ЗА ДЕНЯ НА ЕКОЛОГИЧНИЯ ДЪЛГ



Денят на екологичния дълг отбелязва датата, на която човечеството е използвало повече ресурси, отколкото планетата може да генерира за една календарна година. Всяка година той идва все по-рано. През 2021 г. той беше на 29 юли.

Понякога е трудно да си представим какви въздействия имат решенията ни върху състоянието на планетата, върху изменението на климата, загубата на биологично разнообразие, както и за екстремните метеорологични събития. Въпреки това, можем да предприемем стъпки да променим това.

Хората се нуждаят от храна, подслон и отопление (на някои места), за да оцелеят. Екологичните ресурси на нашата планета спомагат за удовлетворението на тези нужди. Екологичният отпечатък измерва потребяването и търсенето от страна на населението на продукти—храни на растителна основа, животновъдство и рибни продукти, гори и дървен материал, пространства за градска инфраструктура и емисиите си на въглероден диоксид от изкопаеми горива, които отиват в атмосферния въздух включително при пътуване.

КАК МОЖЕ ДА ДОПРИНЕСЕМ ЗА ПОСТИГАНЕТО НА ЦЕЛИТЕ?



Целите за устойчиво развитие са важни, променящи света цели, които изискват сътрудничество сред правителствата, международните организации и световните лидери. Изглежда невъзможно среднестатистическият човек да може да окаже въздействие. Да се откаже ли в такъв случай? Не! Промяната започва с всеки. За щастие има някои много лесни стъпки, които всеки може да предприеме и които, биха довели до голямата промяна.

КАКВО МОЖЕ ОЩЕ ДА НАУЧИМ?

УНИЦЕФ И SDGS



ЮНЕСКО И SDGS



GET UP AND GOALS!



ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И НАУКА

Знаете ли, че има силна **ВРЪЗКА МЕЖДУ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКО МИСЛЕНЕ И STEM (НАУКА, ТЕХНОЛОГИЯ, ИНЖЕНЕРСТВО И МАТЕМАТИКА)?** И двете понятия ни насочват към някой, който поема рискове, ангажира се с емпирично обучение, решава проблеми, приема сътрудничеството и използва целия си творчески потенциал. Всеки аспект на STEM има връзка с предприемачеството.

STEM е образователен подход, който използва науката, технологиите, инженерството, изкуствата и математиката като точки за достъп, за насочване на учениците към задаването на въпроси, диалог и критично мислене.

Благодарение на научните познания в днешния свят имаме производство на дрехи от пластмаса, възможност да затопляме водата си чрез слънчеви панели и можем да работим с компютри. Използването на възобновяеми природни ресурси би помогнало за възстановяване на природния капитал. Чрез науката бихме могли да развием своите идеи свързани с постигане на нулеви въглеродни емисии, например, или да създадем възможност да достигнем до отдалечени места, в които да обучаваме млади момичета в училище.

ПРЕПЛИТАНЕТО НА НАУКА И ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ ИДЕИ може да създаде чудесни възможности и да вдъхновява за развитие на иновативни бизнес решения, свързани с повишаването на качеството на живот на цели общности. Предприемачеството е практика, която е свързана с набор от необходими знания, за да бъде открита конкретната ниша. В медицината и инженерството например предприемаческите знания са от изключителна

важност, но трябва те да бъдат подкрепени от биологията, физиката или химията. Един от крайъгълните камъни на предприемачеството е генерирането на бизнес идеи. Един общ метод за генериране на идеи за нови продукти или услуги е да се изработи решение на даден проблем. Намирането на решения на проблемите е основа на всяка област на науката.

ПРЕДПРИЕМАЧЕСКОТО МИСЛЕНЕ подхранва нови идеи. Новите идеи се развиват в изобретения. Изобретенията стават нововъведения, когато са пуснати в употреба. Иновациите бързо се превръщат в нови технологии.

Пример за връзката между предприемачество и наука е достъпът до енергия от възобновяеми източници в Африка, благодарение на BioLite. Близко на половината от планетата липсва чиста, достъпна битова енергия, която да бъде използвана за домакинството. Компанията е открила два потребителски сегмента: домакинства без достъп до електроенергия и потребители, които имат нужда от енергия, за да пребивават на открито (къмпингуване).

Използвайки уникален бизнес модел и наука, наречен Parallel Innovation, екипът на компанията разработва основни енергийни технологии, които са приложими и за двата пазара. След това проектира продукти, уникални за клиентите: соларни лампи и панели, печки, зарядни соларни батерии. Чрез иновативна научна технология компанията е изработила печка, която създава електрическа енергия, чрез изгарянето на дървен материал (бездимна технология) и едновременно с това се използва и за отопление или готвене.

СВЪРЗВАНЕТО НА НАУКАТА И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО Е ЖИЗНЕНОВАЖНО ЗА УСПЕХА НА СТАРТИРАЩИТЕ КОМПАНИИ. За да бъде улеснен напредъкът, STEM обучението в училище може да бъде комбинирано с обученията по предприемачество, за да бъдат създадени наистина иновативни идеи.

Нека сега да опитаме да преминем през няколко етапа на **ВАЛИДИРАНЕ НА НАУЧНИ ИДЕИ**.

Колкото и да е добра една идея от гледна точка на предприемачески потенциал, тя трябва да премине през изпита на науката, за да се знае дали е осъществима.

ПЪРВА СТЪПКА: Схема на влиянията

Вече имате своето бизнес решение, базирано на науката и сега трябва да определим всичките му влияния. Разполагате с лист, върху който за 5-10 минути да опишете всичките му влияния. Помислете към кои науки се отнасят влиянията, за да знаете къде да търсите отговорите, които ще се появяват в процеса на разработване на продукта ви.



Схема на влиянията

ВТОРА СТЪПКА: Формулиране на хипотеза.

Това е предположение, което в хода на работата ще трябва да докажем. Обикновено е „Ако... тогава“. Например „Ако растенията не получават светлина, тогава те умират“.

ТРЕТА СТЪПКА: Планиране и провеждане на проучване

Учениците са насърчени въз основа на описаните влияния, да направят научно проучване на възможността да бъдат реализирани идеите им. В рамките на часа правят план на научно проучване, който включва задължително петте елемента:

- Цел на изследването
- Очакван резултат
- Необходими материали
- Планирани действия
- Провеждане/описание

ПРИМЕР: Хипотезата е „Ако растенията не получават светлина, тогава умират“

1. Цел: Да докажа, че без светлина растенията умират;
2. Очакван резултат: Растенията постепенно да стават слаби и в крайна сметка – да увехнат;
3. Необходими материали: Саксия, растение, почва за засаждане;
4. Планирани действия: Засаждане, поставяне на тъмно място, наблюдение
5. Провеждане/описание: Посадих растението, поставих го на тъмно, поливах го.

СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО. КАКВО Е ТО И КАК СЕ ПЛАНИРА?

СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО е термин, който се отнася до намиране на иновативни решения на социалните проблеми в различни области като образование, околна среда, намаляване на бедността, права на човека и др. Социалните предприятия разработват и прилагат иновации, които решават проблеми на уязвими групи—хора със специални потребности, мигранти, бежанци, жени, жертви на насилие и други. Може да са насочени и към екологични предизвикателства—например намаляване пластмасовите отпадъци в океаните, залесяване и т.н.

Социалното предприемачество е средство за промяна. То използва методи и принципи на бизнеса. Социалните предприемачи, идентифицират социалните проблеми в своята общност и намират решенията им.

Докато целта на бизнес организацията е да генерира печалба за акционерите, целта на една социална организация е да създаде социално въздействие. Успехът на социалния бизнес се измерва с постигнатата промяна.

В България повечето социални бизнеси функционират под формата на нестопански организации (сдружения или фондации), които са известни като „третия сектор“. Има обаче организации, които са регистрирани като търговски дружества (фирми), които обаче също не целят печалба, а социална промяна. Тези организации също се считат за социални проекти и са известни и като „четвъртия сектор“.

Социалното предприемачество подпомага постигането на Целите за устойчиво развитие. Социалните иноватори се справят с някои от най-големите заплахи в света. Характерно за тях е, че ефективно мобилизират различни ресурси и организират партньорства.

Тези партньорства катализират социалната промяна, а тя се улеснява от различни организации като Catalyst 2030, например. Това е глобално движение на социални предприемачи и социални новатори, които търсят постигане на Целите до 2030 г.

В този процес не бива да се пренебрегва и ролята на държавите, тъй като те също са ключов партньор за постигане на Целите.

ПО ОТНОШЕНИЕ НА ПЛАНИРАНЕТО...

Всичко обаче трябва да започне от някъде, най-добре от планирането.

Коя бизнес идея е добра?

- Използва в най-голяма степен уменията на предприемача
- Занимава се с приятни неща
- Съобразена е с реалностите на пазара
- Не е в несъответствие със закона

Изготвянето на план за бизнеса е необходимо, защото дава по-ясна представа в коя посока да бъдат насочени усилията, а и помага в привличането на партньори и спонсори. Хубавото е, че може да бъде променен и адаптиран постоянно с разрастването на бизнеса, според нуждите и с всяка промяна в обстоятелствата.

Един добър бизнес план със социална насоченост трябва да включва:

1. Визия . Как си представяме света?

Например в началото Microsoft формулират визията си така:

„Да има компютър на всяка бюро“

2. Мисия. Защо съществува вашият бизнес?

Четири „М“ на мисията:

<i>Memorable</i>	<i>Manageable</i>	<i>Measurable</i>	<i>Motivational</i>
Запомняща се	Управляема	Измерима	Мотивираща

Ето два примера за формулировка на мисия:

„Един ден всички деца в страната да имат еднакви възможности за качествено образование“

„Да образова лидери, които ще направят света по-добър“

3. Теория на промяната

Това е обосновката, която свързва мисията със стратегията, т.е. това, което искате да постигнете, с реалните действия, които трябва да предприемете. Следват следната логическа верига:

Ресурси Дейности Продукти Резултати Въздействие

4. Кой са вашите клиенти и какви са техните нужди;
5. Как ще им давате това, от което имат нужда (описание на продукта или услугата);
6. Какво е вашето „специално предложение“ (*value proposition*);
7. Каква структура на управление планирате да създадете;
8. От какви партньори имате нужда;

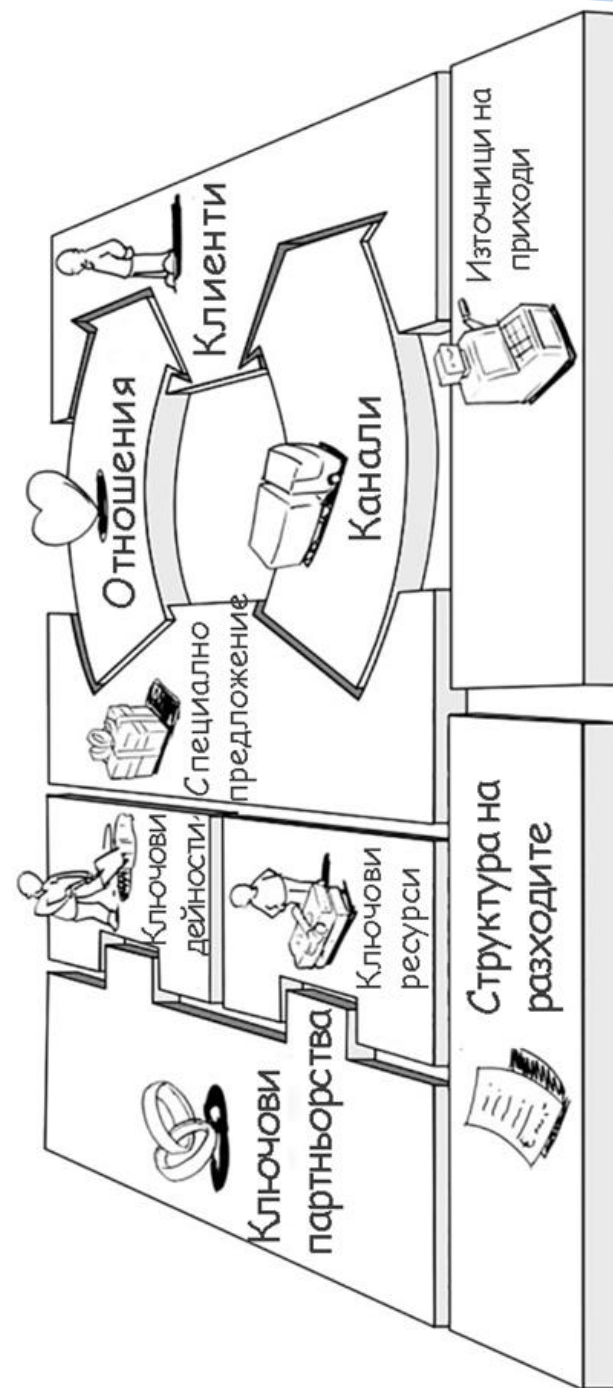
НАКЪДЕ ЩЕ РАЗВИВАШ ТВОЯ БИЗНЕС?

Това е въпросът, който трябва да си задаваш през цялото време. Бизнес стратегията, която ще разпишеш подробно, ще дава отговор на този въпрос.

КАК ИЗМЕРВАМЕ СОЦИАЛНОТО ВЛИЯНИЕ?

Традиционният бизнес мери успеха си в постигнати печалби. Социалният бизнес обаче се различава по това, че го измерва като въздействие, промяна и подобряване на средата. За целта трябва да се избераат подходящи индикатори—брой хора, които са имали полза от бизнеса, установени партньорства, привлечени средства или друго.

КАНАВА НА БИЗНЕС МОДЕЛ



*Канавата се попълва от дясно наляво

Клиенти

Тъй като става дума за социално предприемачество, могат да бъдат разделени на две основни групи – клиенти (тези, които плащат) и бенефициенти (тези, които се ползват от услугите или от събрани средства, ключовата дума е *benefit*).

Канали

Описват се каналите, чрез които ще се достига до клиентите/бенефициентите.

Отношения

Описват се дали ще има пряк контакт с клиентите/бенефициентите, дали ще се ползват дистрибутори, дали ще комуникира по телефон, интернет, непосредствено на място.

„Специално предложение“ (*value proposition*)

Стъпки при създаването на специалното предложение



Как звучи специалното предложение

“За [клиентите], които [нужди X], нашият [продукт/услуга] предлага [решение], което [ползи]”

За [работещите родители], които [нямат време за готвене всеки ден] нашата [бърза доставка през мобилно предложение] предлага [възможност за винаги прясна домашна храна], което [им спестява време и усилия].

Ключови дейности

Какво трябва да се направи, за да се реализира продукта/услугата – да се изработи прототип, да се тества с потребители, да се разработи онлайн магазина, сайта и т.н.

Ключови ресурси

Описва се с какво разполагаме в момента и какво още трябва да се набави. Всички видове ресурси – човешки, финансови, технологични.

Ключови партньори

Особено когато става дума за социално предприемачество, партньорството е изключително важно, затова трябва да се опишат всички партньорства, които са налични в момента, както и тези, които тепърва ще трябва да се формират.

Структура на разходите

Описание за какво ще са необходими пари, описание по пера

Източници на приходи

Откъде ще идват средствата за финансиране на бизнеса – продажби, дарения, проекти...

ДА ВИДИМ ОТНОВО РАЗЛИКАТА МЕЖДУ ТРАДИЦИОНЕН И СОЦИАЛЕН БИЗНЕС

СОЦИАЛЕН vs. ТРАДИЦИОНЕН		
	СОЦИАЛЕН БИЗНЕС	ТРАДИЦИОНЕН БИЗНЕС
ЦЕЛ	Полза за обществото	Печалба
УПРАВЛЕНИЕ	Колективно	Ограничено
РЕСУРСИ	КОМБИНИРАТ ЧАСТНИ И ОБЩЕСТВЕНИ РЕСУРСИ	ИЗПОЛЗВАТ ОСНОВНО ЧАСТНИ РЕСУРСИ
ПЕЧАЛБА	ИНВЕСТИРА СЕ ОБРАТНО В ДЕЙНОСТИ С ОБЩЕСТВЕНА ПОЛЗА	РАЗПРЕДЕЛЯ СЕ МЕЖДУ СОБСТВЕНИЦИТЕ

БИЗНЕС ПЛАН – ДАЛИ Е ТРУДНО?

ПЛАНИРАНЕ НА БИЗНЕСА

Кратко описание на идеята за бизнес

Все отнякъде трябва да се започне. Ето го нашето начало – да изберем с какво искаш и можеш да се занимаваш. Изправен си пред следния избор:

Производство

Т.е. от суровини и материали да произведеш материални продукти – стоки, като в процеса използваш работници, машини, инструменти и енергия. Ако трябва да сме честни това е най-рисковата сфера на бизнес, която освен това изисква и най-голяма първоначална инвестиция за закупуване или наемане на земя, сгради, машини, съоръжения, технологично документирание, запас от суровини и материали.

Услуги

Твоята дейност няма да има материална форма, а е свързана с задоволяване на определени нужди на хората или на фирмите. Обикновено услугите не са свързани с големи инвестиции в началото, а материалите биха могли да се закупят след получаване на поръчките. В тази сфера на бизнес най-важният ви ресурс са хората и техният потенциал.

Основният проблем, който може да срещнеш при започване на такъв тип бизнес, е дългият период от време, в който ще трябва да работиш за името си с надеждата, че все някога то ще започне да работи за теб.

Същност на продукта/услугата

Продуктът или услугата задоволяват дадена потребност. В зависимост от тяхната трайност продуктите се разделят на - стоки за краткотрайна употреба и стоки за дълготрайна употреба.

Много е трудно да създадеш изцяло нов продукт и трябва да знаеш, че той не е плод на магическо съвпадение или неповторимо вдъхновение, а продължителен процес, който включва няколко взаимосвързани етапа:

1. Генериране на идеи;
2. Подбор на идеи;
3. Разработване и тестване на замисъла;
4. Разработване на маркетингова стратегия;
5. Бизнес анализ;
6. Разработване на продукта като прототип

Новите продукти могат да се разделят на няколко вида:

- ⇒ Продукт нов за света, който е новосъздаден и въведен на пазара;
- ⇒ Нови продуктови линии—продукти, които за пръв път се появяват на установения пазар;
- ⇒ Допълнения към съществуващи продуктови линии;
- ⇒ Подобрения или преоценка на съществуващи продукти;

Описанието и оценката на продуктите се прави главно от гледна точка на твоите клиенти –тяхната полза, изгода и предимство.

Твоят продукт/услуга е в сърцето на твоя бизнес. За да се добие ясна представа какво точно ще предлагаш на пазара, можеш да попълниш и опишеш в следващата таблица всички свои продукти.

НЕ ЗАБРАВЯЙ ДА ОПИШЕШ

Предназначението и областта на използване на продукта/услугата

Функционалните характеристики

Особености и експлоатация /употреба

Пазарни предимства

МОЖЕ ДА СЕ ПРИЛОЖИ СКИЦА, СНИМКА ИЛИ РИСУНКА

ДЯЛ В % ОТ ОБОРОТА					
ХАРАКТЕРИСТИКА					
НАИМЕНОВАНИЕ					
ПРОДУКТ/УСЛУГА					
№					

ОБЩО 100 %

ОЩЕ В НАЧАЛОТО Е ДОБРЕ ДА ИМАШ ОТГОВОР НА ВЪПРОСИТЕ

Абсолютно нов ли е твоят продукт или е подобрена версия на нещо, което вече съществува?

Защо хората ще потърсят твоя продукт/услуга?

Може би защото....

- ⇒ Ще бъде по-евтин от другите;
- ⇒ Предлагаш по-добра доставка и сервизно обслужване;
- ⇒ По-екологичен е;
- ⇒ По-достъпен е за местните клиенти
- ⇒ Има добри потребителски качества

Кои продукти или услуги липсват или не достигат до твоя пазар, но хората биха ги ползвали?

Какво можеш да направиш, за да подобриш качеството на продукт или услуга, които вече присъстват на пазара?

Какви по-добри условия за обслужване на клиентите ще предложиш?

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ПРОДУКТА/УСЛУГАТА

След подробното описване на продуктите и услугите, е добре да се направи сравнителна оценка, за да се определят предимствата спрямо предлаганите се на пазара.

ЗАЩО КЛИЕНТИТЕ ЩЕ ПРЕДПОЧЕТАТ ТВОЯ ПРОДУКТ/УСЛУГА? ЗАЩОТО.....

- ⇒ Това е нов продукт/услуга;
- ⇒ Подобен, усъвършенствен и модернизирани е;
- ⇒ Има по-добри потребителски свойства и полезност;
- ⇒ Е по-достъпен;

ВЪЗ ОСНОВА НА ТЕЗИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ПРОДУКТА/УСЛУГАТА СЕ ОПИТАЙ ДА ФОРМУЛИРАШ СВОЯТА ПРОДУКТОВА СТРАТЕГИЯ.

ПАЗАР НА ПРОДУКТА/ УСЛУГАТА

Няма по-голям коректив от пазара. За да провериш дали идеята ти за бизнес има пазарен шанс, е необходимо да определиш кои са основните му характеристики:

- ⇒ Какъв тип е пазарът, на който ще продаваш—свободен или с ограничена конкуренция
- ⇒ Какъв вид е пазарът—стоков, индустриален или потребителски—пазар на труда, пазар на услуги?
- ⇒ Какви са териториалните граници на пазара—локален, регионален, национален, международен?
- ⇒ Коя е твоята потребителска група - възраст, пол, платежоспособност, образование, професия, религия, социално положение, хоби?
- ⇒ Какъв пазарен дял прогнозираш, какъв е относителния дял на продажбите на твоите продукти от общия обем на продажбите на тези продукти на територията на твоя пазар?

Проучванията на пазара са доста скъпи, но има и бюджетни варианти:

- ⇒ Свързване с потенциални клиенти за събиране на мнения за продукта/услугата
- ⇒ Анализиране на информация за продажбите на подобен продукт или услуга
- ⇒ Проучване на мненията на търговци, приятели, познати
- ⇒ Вслушване в личния опит или интуиция

ТЕХНОЛОГИЯ

Ако идеята е свързана с производство, много ясно и точно трябва да се опише технологията която ще бъде използвана, машините, съоръженията, материалите, инструментите, които са необходими.

НА ПЪРВО МЯСТО Е РЕШЕНИЕТО

Пред всеки работоспособен човек стоят два житейски избора: да бъде наемен работник или да осъществява собствен бизнес.

Предприемачът на собствен риск решава да извършва търговска дейност, срещу което се надява да реализира печалба.

КАКВО УМЕЯ ДА ПРАВЯ?

Помисли какво умееш да правиш най-добре. Владееш занаят, имаш изяви способности, разбираш от наука, инженерство, поправяш уреди, добър търговец си и т.н.

Важно е обективно да прецениш възможностите си, за да откриеш кое е това нещо, което ти носи печалба.

КАКВА ДА БЪДЕ ЦЕНАТА?

Да умееш да ценообразуваш правилно е важно за ефективните продажби на продукта или услугата ти. В никакъв случай цената ти не трябва да е по-ниска от разходите, които си направил за производство.

Може да използваш два начина за формиране на цената:

- ⇒ Направи груба сметка на производствената цена като включиш и твоята печалба и отстъпката за търговците. Така ще се получи ориентировъчната цена.
- ⇒ След това сравни цената на подобни продукти или услуги, след това определи цената—по-ниска или равна на другата.
- ⇒ Накрая сравни двете цени, за да видиш дали е изгодно за теб да произвеждаш този продукт или тази услуга.

ПРЕДСТАВЯНЕ НА БИЗНЕС ИДЕЯ. (PITCHING)

ELEVATOR PITCH (РЕЧ В АСАНСЬОРА) е кратко представяне на идея за продукт, услуга, или проект. Представянето е наречено така заради мястото, в което се представя: един асансьор време (да речем, 30 секунди или 100-150 думи).

Терминът обикновено се използва, когато един предприемач търси рисков инвеститор, за да получи финансиране. Рисковите инвеститори често преценяват за качеството на една идея и екип на базата на качеството на краткото представяне, и така бързо да разчистват лошите идеи.

ШЕСТ ВЪПРОСА, НА КОИТО " ELEVATOR PITCH " ТРЯБВА ДА ОТГОВОРИ:

1. Какъв е вашият продукт или услуга?

Опишете накратко какво продавате. Не навлизайте в подробности.

2. Кой е вашият пазар?

Опиши на кого продаваш, какъв тип индустрия например би се заинтересувал от твоя продукт.

3. Какъв е вашият модел на приходи?

По-просто казано – как очакваш да печелиш пари.

4. Кой стои зад фирмата?

Инвеститорите често казват „Залагай на жокея, а не на коня“. Разкажи им за своя екип, кой седи зад идеята.

5. Коя е вашата конкуренция?

Мислиш, че нямаш. Замисли се пак. Успешната конкуренция само доказва, че твоят бизнес модел и успешен.

6. Какви са вашите конкурентни предимства?

Но да развиваш бизнес в условията на успешна конкуренция не е достатъчно. Трябва да умееш успешно да разказваш защо твоята идея е по-добра от конкуренцията – по-добър канал за дистрибуция, иновативна технология, ключови партньори...

КАКВО ТРЯБВА ДА СЪДЪРЖА ЕДИН "ELEVATOR PITCH" :

1. "Примамка": Твърдение или въпрос, който събужда интереса на слушателя.

2. Представяне в 150-225 думи: Толкова е продължителността на возенето с асансьор (60 секунди).

3. Страст: Инвеститорите очакват енергия и всеотдайност от предприемачите.

Заявка: В края на своето представяне трябва да поискате нещо. Искате ли визитна картичка, за да планирате пълно представяне, или за представяне на допълнителни препоръки?

ПЕРФЕКТНИЯТ ELEVATOR PITCH

Това е умение за представяне, което всеки човек, занимаващ се с бизнес, трябва да владее

Едно от най-важните неща, които бизнесмените – особено собствениците, трябва да умеят, е да говорят на останалите за бизнеса си. Да можеш да синтезираш уникалните аспекти на своя продукт или услуга в няколко изречения е начин да предизвикаш внимание в събеседника си. Elevator Pitch е сред най-ефективните методи за привличане на нови клиенти и партньори. И дори и да не правите своята презентация в асансьора, а в заседателната зала, отделете време да оформите краткото представяне, с което ще привлечете вниманието на аудиторията.

БЪДИ В КРАК С ВРЕМЕТО

Всеки бизнес се променя и се развива. И вашето представяне трябва да се променя заедно с него. Дори и да имаш най-креативното лого, най-силния слоган, най-лъскавите брошури и модерен сайт, ако краткото ти представяне не е в крак с времето, пропускаш един от най-важните елементи на изграждането на марката.

Ти познаваш идеята си по-добре от всеки друг. Какво те отличава от конкуренцията? Какви са предимствата на стоките и услугите ти и как ще се развиват в бъдеще?

на информацията, акцентите, които ще поставиш, са различни за бизнес ангелите, банките и инвеститорите, за потенциалните партньори и клиенти.

Например това, което е било ефективно в миналото с аудиторията, свикнала да консумира печатна реклама, ще отегчи до смърт съвременната публика, живееща в динамиката на интернет. В такъв случай – ако планираш да променяш печатните си материали, защо да не направиш същото и с краткото си представяне.

НЯКОЛКО ПОХВАТА

- Напиши на хартия краткото си представяне по няколко различни начина. Опитай да стигнеш до 10-20. Не редактирай, първата стъпка е да започнеш да генерираш идеи – странни, невъзможни, нелепи или дори глупави. На този етап това няма значение.
 - Напиши кратък текст, описващ какво правиш за хората. Ако е необходимо, историята може да бъде и по-дълга. Важното е да имаш усещането, че рисуваш картина с думи.
 - Опиши точно целта си – дали искаш да продаваш, да получиш подкрепа за идеята си или нещо друго.
 - Напиши 10 неща, които трябва да направиш, за да постигнеш целта си.
 - Запиши гласа си. Добре е да се чуеш сам, преди да те чуят другите.
 - Върни се към това, което написа на хартия по-късно през деня или на следващия ден.
 - Отдели добрите идеи и думите, които най-точно описват идеята ти. След това се опитай от тях да съставиш цели изречения. След последната редакция подставянето ти трябва да е влязло в рамките на 30-60 секунди.
- Вече имаш готово кратко представяне, което обаче задължително трябва да развиваш и усъвършенстваш.

КАК ДА НАПРАВИМ ДОБРО ПЪРВО ВПЕЧАТЛЕНИЕ ЗА 90 СЕКУНДИ

Първото впечатление е решаващо при всяка среща без значение дали става въпрос за бизнес или в личните отношения. Ще имате възможност да го направите само веднъж, затова дайте всичко от себе си, без да се натрапвате или да прекалявате.

1. Облечи се според ситуацията, без да се натрапваш.
2. Говори ясно: Представи себе си кратко. Бъди конкретен, когато описваш съдържанието на проекта си, услугите или продуктите, които смяташ да предлагаш.
3. Организирай въстъпителните думи.
4. Използвай често името на лицето, с което разговаряш: Експертите твърдят, че е необходимо да използваме името на лицето, с което говорим, най-малко три пъти по време на разговор (в началото, средата и края)
5. Информирай другия, не продавай.
6. Бъди себе си.
7. Бъди приветлив, енергичен, ентузиазизиран, любопитен и изобретателен.
8. Изпращай правилни сигнали - с лице, тяло и глас.
9. Запознай се с езика на тялото. Той действа и на подсъзнателно ниво и правилните знаци може да ти отворят много врати.
10. Използвай контакт с очите. Експертите съветват да поддържате непрекъснат контакт с очите за 3-5 секунди.
11. Бъди добър слушател като в същия момент не се притеснявай да изразяваш и своето мнение.
12. Нека другото лице бъде център на вниманието: Слушай, като че ли наистина го мислиш. Кимай често. Задавай отворени въпроси.
13. Последващи: Вземи си визитка и изпрати лична бележка за последващи действия.

И най-важното – усмихвай се!

ПРИМЕР ЗА ДОБЪР PITCHING МОЖЕ ДА ГЛЕДАТЕ ТУК:



ДОБРИТЕ ПРИМЕРИ

ЕКРАНАН ЧЕТЕЦ ЗА НЕЗРЯЩИ

В Гьоте-институт България благодарение на БГ Асист, всички литературни произведения (включително вестници и списания) са достъпни за хора с нарушено зрение. Новите четящи устройства за хора със зрителни увреждания правят възможен достъпът до информация на хора със зрителни проблеми.



CURFFEE

ЧАШАТА, КОЯТО МОЖЕШ ДА ХАПНЕШ С КАФЕТО СИ!

Curffee е създадена от изцяло натурални съставки. Чашата е напълно чист продукт, без ГМО продукти, изкуствени оцветители, подсладители или консерванти. И е произведена чрез 100% екологичен процес. Устойчива и вкусна алтернатива на пластмасовите и хартиени чаши и няма нужда от рециклиране.

СПАСЯВАНЕ НА ПЧЕЛНИТЕ СЕМЕЙСТВА БЛАГОДАРЕНИЕ НА ТЕХНОЛОГИИТЕ
POLLENITY

Българският стартап, който разработва "умни устройства", които наблюдават пчелните кошери. Чрез устройството буквално се влиза в кошера посредством много близко устройство за наблюдение на пчелите. Чрез устройството се регистрират голям брой параметри, като например — температура и влажност. Българското устройство разполага с микрофон, чрез който се слуша жуженето на пчелите, което от своя страна предотвратява загубите на насекоми заради болест, вредители и др.



БЪЛГАРСКИ ПРОЕКТ Е ФИНАЛИСТ В THE VENTURE

ИНОВАТИВЕН И СОЦИАЛЕН ПРОЕКТ ARTHESIS

Компанията работеща в сферата на 3D принтирането променя живота на хората, чрез създаването на дигитално принтиране на протезно прикритие. Българският стартап отговоря положително на социалните и екологичните предизвикателства пред света. Чрез 3D технологията се принтира протезно прикритие, което покрива протезата, за да изглежда естетически и красива. 3D принтерът използва специален материал, който е лек, но изключително издръжлив. Възможен е богат избор на различни дизайни.



ОЦЕНЯВАНЕ НА ПРИРОДНИЯ ОТПЕЧАТЪК НА МОДНИ АРТИКУЛИ НА ПРОДУКТОВО НИВО И НЕУТРАЛИЗИРАНЕТО МУ

Impakt_ID е технология, която успява да изчисли емисии на всеки произведен и закупен продукт и позволява въглеродното му неутрализиране в реално време. Impakt_ID си партнира с пет от най-големите модни компании в света и работи по премахването на въглеродните им емисии, включително и ретроактивно. Компанията е основана от българка. От лятото на 2020 година екипът създава и бански от рибарски мрежи излезли от употреба.



САМОСТОЯТЕЛНО УЧЕНЕ БЛАГОДАРЕНИЕ НА НОВИ ТЕХНОЛОГИИ В ИНТЕРАКТИВНА ПЛАТ-ФОРМА

„Уча.се“ е онлайн платформа с уроците за училище, която се стреми да ги представя на разбираем и интересен език. Сайтът покрива 97% от учебния материал за учениците от 1. до 12. клас. Към 2021 г. в сайта и приложението на Уча.се има над 23 000 видео урока, теста и преговора с мисловни карти, които покриват 97% от материала, изучаван в училище. Уроците са изгледани над 85 000 000 пъти от над 1 000 000 регистрирани ученици, учители, родители и студенти.



НАРЪЧНИК

КАК ДА ПРЕВЪРНЕМ СОЦИАЛНИТЕ И ЕКОЛОГИЧНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА В БИЗНЕС?

София, 2022

Издаден с финансовата подкрепа на Столична община—Програма „Европа“ 2021

БЕНЕФИЦИЕНТИ: СДРУЖЕНИЕ „АЛИАНС ЗА РЕГИОНАЛНИ ГРАЖДАНСКИ ИНИЦИАТИВИ“ (АРГИ), ФОНДАЦИЯ „КАУЗИ“, ЧОСУ „ХОСЕ ДЕ САН МАРТИН“

МНЕНИЯТА И ЗАКЛЮЧЕНИЯТА, ИЗРАЗЕНИ В ТОЗИ МАТЕРИАЛ, НЕ ПРЕДСТАВЛЯВАТ ОФИЦИАЛНО СТАНОВИЩЕ НА СТОЛИЧНА ОБЩИНА.