



Izziv B1: Pripovedovanje zgodb

Kratka predstavitev ideje

Podjetnostna kultura

Priročnik za dijake



Delovni list 1: Vprašanja za delo v parih

V parih ali manjših skupinah odgovorite na naslednja vprašanja. Zapišite primere, s katerimi boste podprli svoje odgovore, in bodite pripravljeni na izmenjavo s preostankom razreda.

1. Zakaj ti je všeč ta poslovna ideja? Kateri vidik/-i so po tvojem mnenju preiščeni in edinstveni?

2. Ali meniš, da bi ta ideja imela možnosti za uspeh, če bi bila ponovno predstavljena na prostem trgu v današnjem času? Zakaj da oziroma zakaj ne?

3. Kaj poslovno idejo naredi uspešno? Ali meniš, da je mogoče uspeti le z domiselnimi idejami? Zakaj da oziroma zakaj ne?

4. Kateri drugi elementi, ki jih že poznaš, predstavljajo napovedne dejavnike za uspeh določene poslovne ideje?

5. Kaj meniš, da je bolj pomembno za uspeh? Dobra poslovna ideja ali trden trajnostni poslovni model? Je morda pomembno oboje? Pojasni in utemelji svoj odgovor.

Izziv B1: Pripovedovanje zgodb

Izzivi podjetnosti za mlade





Delovni list 2

Sestanek marketinškega oddelka



PROGRAM

DATUM: 25. junij 2015, ob 9.30

KRAJ: Sejna soba, 3. nadstropje

Osebe, prisotne na sestanku:

Člani upravnega odbora, potencialne stranke, skupine zaposlenih iz marketinškega oddelka

1. Lansiranje novega/-ih izdelka/-ov:

- kratka predstavitev ideje – predstavitev rezultatov marketinške skupine;
- časovna omejitev predstavitev: **1 minuta** na skupino.

2. Merila za odločanje; elementi kratke predstavitve ideje:

- naziv podjetja, izdelka/storitve, logotip in slogan;
- opis izdelka in/ali storitev (ceni se raba izrazov, kot so trajnosten, okolju prijazen, družbeno odgovoren);
- Kaj je tvoj edinstveni prodajni predlog? (Kdo so tvoji konkurenti/zakaj je tvoj izdelek/storitev poseben/-a?);
- marketinška strategija; 4 P-ji (proizvod (product), cena (price), lokacija (place), promocija (promotion));
- ciljna skupina;
- tržni potencial;
- dodatne informacije.

3. Razprava o nadaljnjem postopku:

- ocena predstavitve izdelka;
- vrednotenje kratkih predstavitev idej s strani članov upravnega odbora;
- razprava o rezultatih.

4. Dogovor o strategijah za promocijo našega izdelka in kratko pisno poročilo za izvršnega direktorja

5. Razno

Zapisnik vodila: IKA



Delovni list 3

Pripravimo enominutno predstavitev ideje

Prodajni pristop je mogoče pripraviti na mnogo načinov, tukaj pa je podan en, ki ga lahko upoštevaš pri pripravi kratke predstavitve ideje, ki traja največ eno minuto.

1. korak Kaj je tvoj cilj in kdo je tvoje občinstvo?

Razmisliti moraš o tem, čemu podajaš predstavitev. Ali skušaš prodati izdelek/storitev potencialnim poslovnim angelom? Ali pa preprosto želiš pritegniti nove stranke? Namen tvojega prodajnega pristopa bo narekoval način, kako boš idejo predstavil.

2. korak Na tem mestu navedi naziv svojega podjetja, izdelka/storitve in/ali slogan.

3. korak Opiši svoje podjetje, izdelek oziroma storitev.

S čim se ukvarjaš? Tukaj jedrnato in s pomočjo opisnega besednjaka opiši svoje podjetje, izdelek oziroma storitev. Pomembni priljubljeni izrazi so trajnosten, okolju prijazen, družbeno odgovoren itd.

4. korak Prepoznavaj svojo ciljno skupino (starost, izobrazba, geografska lokacija itd.) ter tržni potencial.

Za koga je tvoj izdelek kot nalašč? Kdo so tvoje stranke? Kakšen tržni potencial imaš pri teh strankah? Gre za tržni potencial na lokalni, nacionalni ali mednarodni ravni? Zakaj?

5. korak Sporoči svoj edinstveni prodajni predlog.

Kaj je tisto, kar tvoje podjetje, izdelek oziroma storitev dela tako edinstveno? Odgovor na to vprašanje zahteva tržno analizo, s pomočjo katere boš spoznal svoje konkurente (če ti obstajajo) in ugotovil, kaj je tisto, zaradi česar si poseben.

6. korak Pritegni svoje občinstvo z vprašanjem.

To vprašanje lahko izhaja iz marketinške strategije 4 P-jev (proizvod (product), cena (price), lokacija (place), promocija (promotion)). Oblikuj odprto vprašanje, na katerega lahko odgovoriš sam s 4 P-ji.

7. korak Zaključi predstavitev.

V tem delu ponovi svoj edinstveni prodajni predlog in vse morebitne dodatne informacije o svojem podjetju, izdelku ali storitvi, zaradi katerih so posebni. Poleg tega ponovno izrazi svoj tržni potencial in ciljno skupino. Predstavitev zaključi z domiselno izjavo ali sloganom, ki se bo občinstvu vtisnila v spomin.

ZDAJ PA SE LOTI VAJE!



Delovni list 4

Učiteljevo/vrstniško vrednotenje

Merila	Opombe	Točke 1=šibko 5=močno
Naziv podjetja/izdelka/storitve, logotip in slogan		
Opis izdelka		
Edinstveni prodajni predlog		
Marketinška strategija 4P (proizvod, cena, lokacija, promocija)		
Prepoznana ciljna skupina		
Prepoznan tržni potencial		
Dodatne informacije		
Predstavitvene veščine		
Predstavitvena gradiva		
Upravljanje s časom		

Izziv B1: Pripovedovanje zgodb

Izzivi podjetnosti za mlade



Skupaj



Delovni list 5

Končno samovrednotenje

Svojo uspešnost oceni tako, da v ustreznem stolpcu obkrožiš primerno število smeškov.

Znam se spopasti z morebitno konkurenco pri opravljanju nalog.	☺	☺☺	☺☺☺
Znam razložiti različne možnosti financiranja svojih idej.	☺	☺☺	☺☺☺
Znam prepoznati priložnosti in jih izkoristiti.	☺	☺☺	☺☺☺
Sposoben sem opaziti etične dileme.	☺	☺☺	☺☺☺
Želim prispevati k v prihodnost usmerjenemu ekološko in družbeno ozaveščenemu vedenju v poslovnem svetu in družbi.	☺	☺☺	☺☺☺
Sposoben sem kakovostne komunikacije z drugimi.	☺	☺☺	☺☺☺
Pri skupinskih odločitvah znam prevzeti pobudo in prepričati ostale člane skupine.	☺	☺☺	☺☺☺
Sposoben sem timskega dela in znam izkoristiti svoje individualne veščine.	☺	☺☺	☺☺☺
Sposoben sem se domisliti idej za učinkovito trženje.	☺	☺☺	☺☺☺
Zavedam se tveganj in zmorem sprejeti odgovornost za svoja dejanja.	☺	☺☺	☺☺☺
Znam predstaviti poslovno idejo.	☺	☺☺	☺☺☺



DELOVNI LIST 6

ZAKLJUČNA SAMOREFLEKSIJA

1. Ali meniš, da bi lahko po tem izzivu bolje predstavil poslovno idejo?

2. Katere so tri stvari, ki si se jih najbolj naučil v tem izzivu?

3. Ali meniš, da bi ti učenje o podajanju kratkih predstavitev ideje lahko pomagalo pri veččinah javnega nastopanja?

4. Ali imaš po tem izzivu več ali manj strahu pred nastopanjem pred občinstvom?
Zakaj več oziroma zakaj manj?
