



Προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού και της κοινωνικής καινοτομίας στην ΕΕΚ για τη βελτίωση της πρόσβασης των κωφών εκπαιδευομένων στην αγορά εργασίας

2022-1-PL01-KA220-VET-000086953

ΠΑΚΕΤΟ ΔΙΠΛΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ 3D4DEAF

Ενότητα 2: Κοινωνική επιχειρηματικότητα
Θέμα 4: Καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου



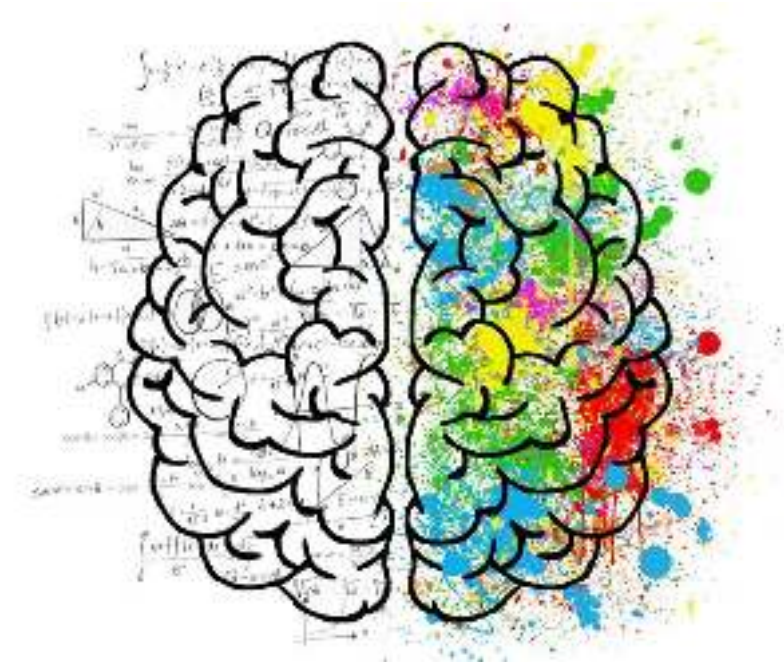
3D4DEAF

ΘΕΜΑ:

Καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου

ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ:

- Τι είναι ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή
- Τι να προσέξετε και τι να αποφύγετε
- Πώς να δημιουργήσετε τον δικό σας καμβά βήμα βήμα



Συντάκτης/-τρια:

PITAGORAS
STOWARZYSZENIE ROZWOJU



Κοινοπραξία έργου



ISTITUTO DEI SORDI
DI TORINO

PITAGORAS
STOWARZYSZENIE ROZWOJU



Emphasys
CENTRE



Περιεχόμενα παρουσίασης



- **Θεματική 1:** Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή
- **Θεματική 2:** Τι να προσέξετε και τι να αποφύγετε
- **Θεματική 3:** Πώς να δημιουργήσετε τον δικό σας καμβά βήμα βήμα

Εικονίδια



Ορισμός



Συμβουλές



Πρόσθετοι πόροι



Δραστηριότητα



Βίντεο



Περιγραφή θέματος

Οι βασικοί στόχοι του θέματος είναι οι εξής:

- η παρουσίαση ενός εργαλείου σχεδίασης ενός επιχειρηματικού μοντέλου:
του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου
- η παροχή βασικών συμβουλών για την εκπόνησή του
- η διαφοροποίησή του από ένα επιχειρηματικό σχέδιο

Θεματική 1: Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή

Στην παρούσα ενότητα
παρουσιάζονται:

ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου
τα στοιχεία του εργαλείου
τα πλεονεκτήματα που προσφέρει



Μαθησιακά αποτελέσματα

Ενότητα: Κοινωνική επιχειρηματικότητα
Θέμα: Καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου

ΓΝΩΣΗ

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ

Θεματική: Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου – εισαγωγή

- | | | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Θεωρητική εισαγωγή στο θέμα• Τι είναι ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου• Από ποια στοιχεία αποτελείται ο καμβάς• Πλεονεκτήματα του καμβά | <ul style="list-style-type: none">• Ανάπτυξη γνώσεων σχετικά με τη διαχείριση εταιρειών• Προσδιορισμός των στοιχείων του καμβά και των πλεονεκτημάτων του | <ul style="list-style-type: none">• Κατανόηση των αρχών και των ιδεών του τρόπου λειτουργίας μιας εταιρείας• Ενημέρωση για τις διάφορες λύσεις επιχειρηματικού σχεδιασμού• Συλλογή πληροφοριών• Ανάπτυξη γνώσεων |
|---|--|---|



Εισαγωγή



Η σύσταση μιας εταιρείας ή η έναρξη οποιασδήποτε επιχείρησης συνεπάγεται πάντα την παρουσίαση ενός σχεδίου δράσης

στο οποίο καθορίζονται τα εξής:

- ✓ σε ποιον τομέα θα εργαστούμε
- ✓ τι θα πουλήσουμε
- ✓ ποιους πελάτες/-ισσες αναζητούμε
- ✓ ποιος θα είναι ο τρόπος λειτουργίας μας
- ✓ τι κέρδη αναμένουμε



Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή

Ωστόσο, η δημιουργία και η υλοποίηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου συνεπάγεται συνήθως την εκτεταμένη τήρηση αρχείων.

Επίσης, η ανάπτυξη της εταιρείας μας επιφέρει επιβαρύνσεις υπό τη μορφή της αύξησης του ρυθμού των εργασιών και της ανάγκης ανταπόκρισης στις δυναμικές αλλαγές της αγοράς και της πραγματικότητας γύρω μας.

Το σύνολο των προβλημάτων που προκύπτουν μπορεί να είναι τόσο εξοντωτικό που να οδηγήσει στην **καθυστέρηση της έναρξης** λειτουργίας ή στην **επιβολή των αναγκαίων αλλαγών** σε μια εν ενεργεία εταιρεία.



Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή

Ένα σωστό επιχειρηματικό μοντέλο θα σώσει μια τέτοια κατάσταση!

Ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) είναι ιδιαίτερα χρήσιμος.

Μπορεί να αντικαταστήσει αποτελεσματικά ένα ογκώδες και χρονοβόρο επιχειρηματικό σχέδιο το οποίο ίσως τελικά να αποδειχθεί άχρηστο ή να αποθαρρύνει πλήρως την ανάληψη δράσης.



Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου;



Ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου είναι ένα οπτικό **πρότυπο 9 στοιχείων** με σκοπό τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού μοντέλου από τη διοίκηση της εταιρείας.

Στην ουσία είναι ένας **καμβάς ζωγραφικής**, πάνω στον οποίο σχεδιάζουμε την εικόνα της επιχείρησής μας.

Αντί για χρώματα, **γεμίζουμε τον καμβά με τις ιδέες** μας και τα οράματα δράσης.

Αποτυπώνουμε έννοιες που θα αποφέρουν απτά αποτελέσματα.



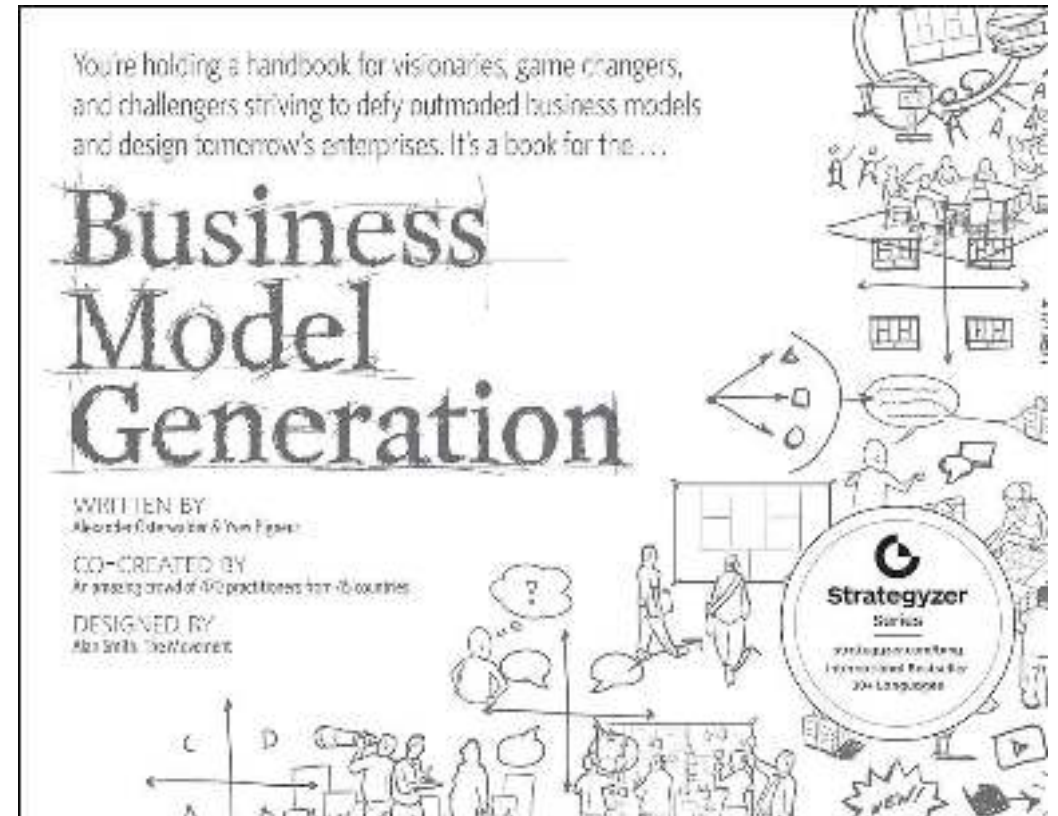
Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή

Η συγκεκριμένη μέθοδος αναπτύχθηκε από τον **Alexander Osterwalder** και παρουσιάζεται εκτενέστερα στο βιβλίο του:

Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers

(Ανάπτυξη επιχειρηματικών μοντέλων: ένας πρακτικός οδηγός για οραματιστές/-τριες, παίκτες/-τριες που αλλάζουν τους κανόνες του παιχνιδιού, ανθρώπους που αμφισβητούν την καθιερωμένη τάξη των πραγμάτων στον τομέα της επιχειρηματικότητας)

(σε συνεργασία με τον **Yves Pigneur**)



Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή

Ο καμβάς, χάρη στην απλή δομή του, σας δίνει τη δυνατότητα να:

- προσδιορίσετε εύκολα και γρήγορα τα βασικά στοιχεία της λειτουργίας της επιχείρησής σας
- κατανοήσετε τις μεταξύ τους συνδέσεις
- Και τις μεταξύ τους αλληλεπιδράσεις

Το εργαλείο αυτό σας διευκολύνει να:

- **αναπτύξετε** ένα επιχειρηματικό μοντέλο
- **παρουσιάσετε** και να κατανοήσετε τα βασικά στοιχεία μιας εταιρείας
- **καθορίσετε** τις φιλοδοξίες και την στρατηγική της επιχείρησης
- **εντοπίζετε** τα σημεία που χρήζουν αλλαγής και ανάπτυξης

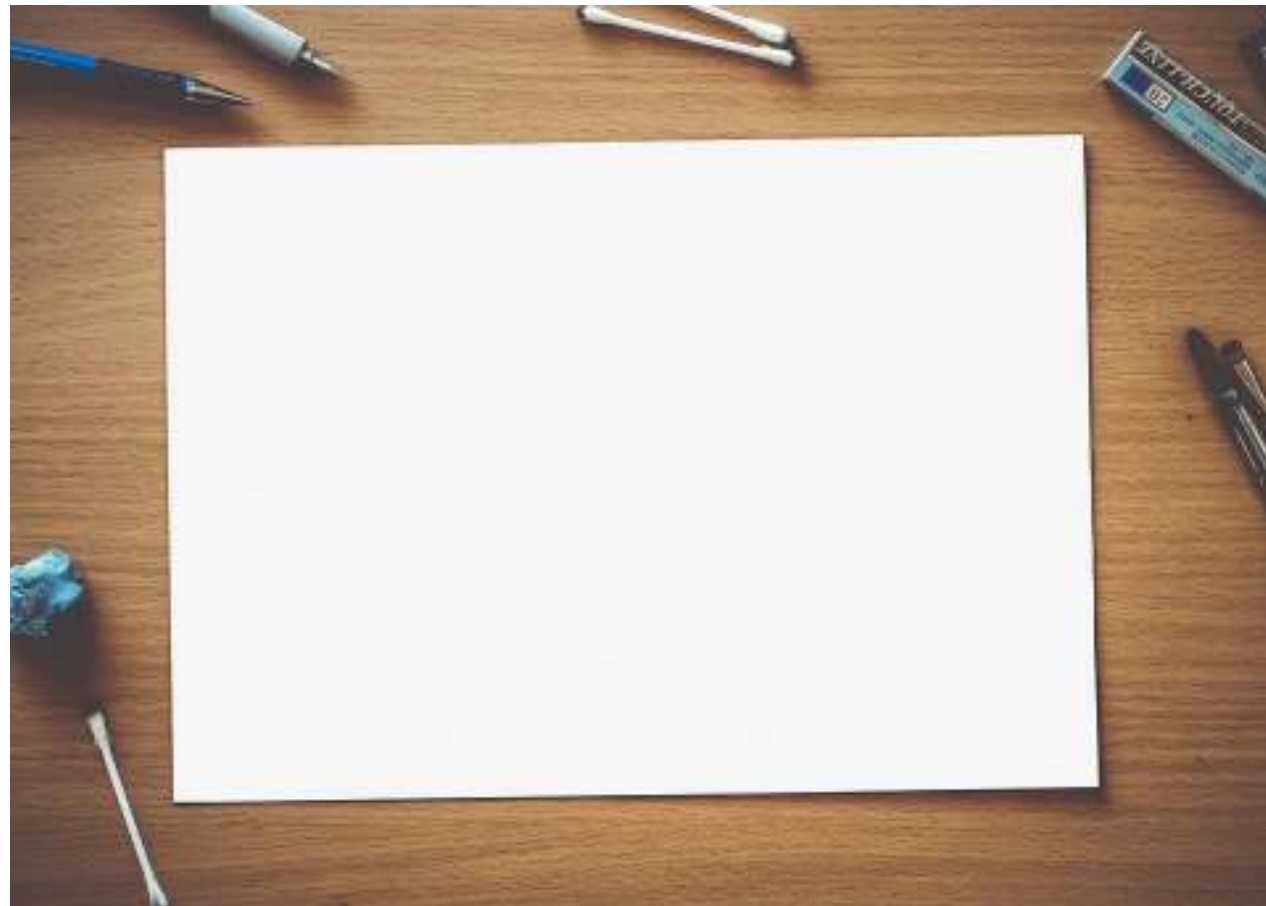
γρήγορα και εύκολα.



Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή

Το μόνο που θα χρειαστείτε είναι:

- ❖ Ένα μεγάλο φύλλο χαρτί
- ❖ Ένα στυλό
- ❖ 45 λεπτά



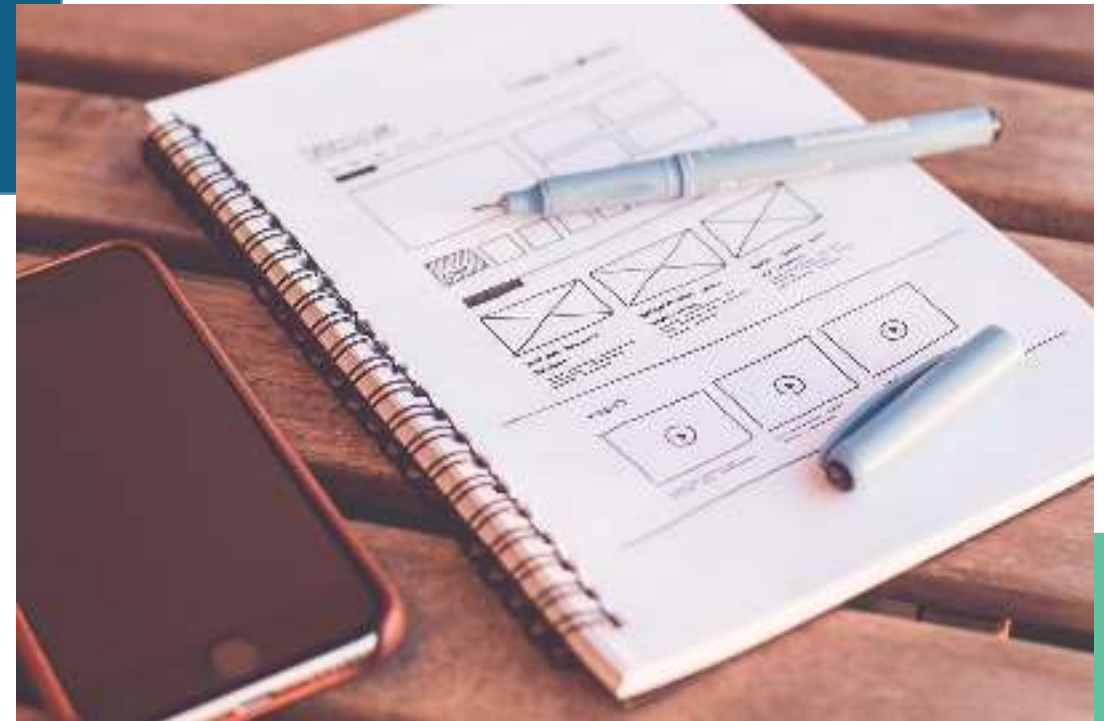
Από ποια στοιχεία αποτελείται;



Οι Osterwalder και Pigneur χωρίζουν το επιχειρηματικό μοντέλο σε **εννέα βασικά πεδία** που συνθέτουν τη διαδικασία παραγωγής κέρδους μιας εταιρείας.

Τα στοιχεία αυτά αφορούν **τέσσερις βασικές επιχειρηματικές κατηγορίες**: πελάτες/-ισσες, προσφορά, υποδομή, χρηματοοικονομική θέση.

Επομένως, ο καμβάς του επιχειρηματικού μοντέλου αποτελείται από τα εξής στοιχεία:



Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή

1. **Πεδίο πελατών/-ισσών**, ήτοι ποια ομάδα πελατών/-ισσών (άτομα και οργανισμούς) θέλουμε να προσεγγίσουμε
2. **Προτάσεις αξίας**, ήτοι τι (προϊόντα και υπηρεσίες) θα προσφέρουμε στους πελάτες/-ισσες.
3. **Κανάλια** (επικοινωνίας, διανομής, πωλήσεων), ήτοι πώς θα προσεγγίσουμε τους πελάτες/-ισσες
4. **Σχέσεις με τους πελάτες/-ισσες**, ήτοι ποια θα είναι η μορφή της σχέσης μεταξύ ημών και των πελατών/-ισσών.



Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή

- 5. Ροές εσόδων**, ήτοι πώς η προσφορά μας θα αποφέρει έσοδα
- 6. Βασικοί πόροι**, ήτοι ποιοι είναι οι πόροι που χρειαζόμαστε (υλικοί και άυλοι) για να λειτουργήσουμε την επιχείρησή μας
- 7. Βασικές δραστηριότητες**, ήτοι ποιες είναι οι βασικές δραστηριότητες που απαιτούνται για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης.
- 8. Βασικοί εταίροι**, ήτοι ποιο είναι το δίκτυο συνεργατών/-ιδών και προμηθευτών/-τριών μέσω του οποίου μπορούμε να λειτουργήσουμε αποτελεσματικά.
- 9. Διάρθρωση κόστους**, ήτοι ποια είναι τα έξοδα που αναλαμβάνουμε για να λειτουργούμε στο πλαίσιο ενός συγκεκριμένου επιχειρηματικού μοντέλου



Τι είναι ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) – εισαγωγή

Η **διαφάνεια 44** περιέχει ένα υπόδειγμα του καμβά - μπορείτε να ανατρέξετε σε αυτό και να το αντιγράψετε σε ένα φύλλο χαρτί μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα!

Όλα τα προαναφερθέντα στοιχεία είναι **αλληλένδετα** και θα πρέπει να διασφαλίσουμε ότι συνδυάζονται και αλληλοσυμπληρώνονται.

Μόνο έτσι εξασφαλίζεται η επιτυχία της εταιρείας μας.

Ποια είναι τα πλεονεκτήματα του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου;



- **Απλή**, κατανοητή και εύχρηστη μορφή
- **Ευπροσάρμοστος** και κατάλληλος για διάφορους κλάδους
- **Γρήγορη** ανάπτυξη ενός προτύπου για το επιχειρηματικό σας μοντέλο και περιγραφή των βασικών αρχών της εταιρείας σας.
- Συγκέντρωση όλων των σημαντικών πληροφοριών για την εταιρεία σας **σε ένα φύλλο χαρτί**. Δομημένη και συνεπής επιχειρηματική σκέψη.



Ποια είναι τα πλεονεκτήματα του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου;



- **Εύκολη τροποποίηση** μεμονωμένων πεδίων, δοκιμή διαφορετικών επιλογών, εντοπισμός και διόρθωση αδυναμιών. Συνεχής ενημέρωση της επιχειρηματικής στρατηγικής σας.
- **Σαφής και διαφανής** ορισμός των βασικών στοιχείων της επιχείρησης, για την αποφυγή κινδύνων και προβλημάτων.



Ποια είναι τα πλεονεκτήματα του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου;



- **Αποτελεσματική** ανάπτυξη της στρατηγικής μάρκετινγκ.
- **Εστίαση στον πελάτη/-ισσα** και στις ανάγκες του/της. Η δημιουργία εξατομικευμένης προσφοράς και η επικέντρωση στον πελάτη/-ισσα είναι καθοριστικής σημασίας.



Θεματική 2: Τι να προσέξετε και τι να αποφύγετε

- Σε αυτή την ενότητα θα μάθετε:
- πρακτικές συμβουλές για την επεξεργασία του BMC
 - πώς να προσδιορίσετε σωστά την επιχείρησή σας
 - τι θα πρέπει να αποφύγετε



Μαθησιακά αποτελέσματα

Ενότητα: Κοινωνική επιχειρηματικότητα
Θέμα: Καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου

ΓΝΩΣΗ

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ

Θεματική: Τι να προσέξετε και τι να αποφύγετε

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Πρακτικές συμβουλές για να ξεκινήσετε να επεξεργάζεστε τον καμβά• Πώς να ορίσετε την επιχείρησή σας• Ποια λάθη πρέπει να αποφύγετε | <ul style="list-style-type: none">• Διαμόρφωση της επιχείρησής σας• Επιλογή του κλάδου δραστηριότητας και των σχετικών προσδοκιών• Προσοχή για πιθανά λάθη και προβλήματα | <ul style="list-style-type: none">• Επίγνωση των προσωπικών πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων• Καθορισμός των προσωπικών αναγκών και των στόχων• Κριτική σκέψη• Φαντασία• Προετοιμασία• Ανάλυση και σχεδιασμός |
|--|---|---|

Πρακτικές συμβουλές για την επεξεργασία του BMC

- **Προετοιμάστε τη γραφική σας ύλη:** μεγάλο φύλλο χαρτί, αυτοκόλλητα χαρτάκια σημειώσεων, στυλό.
- **Καταγράψτε τα 9 βασικά στοιχεία** στο χαρτί και αφήστε χώρο κάτω από το καθένα για την προσθήκη των αυτοκόλλητων σημειώσεων ή/και των ιδεών σας.
- **Μην ξεχνάτε** ότι όλα τα σημεία που παρουσιάζονται είναι αλληλένδετα!



Πρακτικές συμβουλές για την επεξεργασία του BMC

- **Ξεκινήστε καθορίζοντας την ομάδα(/-ες) πελατών/-ισσών σας.** Δώστε ιδιαίτερη προσοχή στους πελάτες/-ισσες, καθώς αυτοί/-ές θα καθορίσουν την επιτυχία της επιχείρησής σας. Ποιοί/-ές είναι; Πώς θα τους προσεγγίσετε; Πώς θα τους διατηρήσετε; Πρέπει να προετοιμάσετε τα πάντα σύμφωνα με τις ανάγκες των πελατών/-ισσών σας!
- Έχοντας προσδιορίσει τους πελάτες/-ισσες και την προσφορά σας θα είναι πιο εύκολο να καθορίσετε την τιμή των προϊόντων/υπηρεσιών σας καθώς και τον τρόπο προσέγγισης και ανάπτυξης σχέσεων με τους πελάτες/-ισσές σας.



Πρακτικές συμβουλές για την επεξεργασία του BMC

- **Μια εικόνα ίσον χίλιες λέξεις.**

Χρησιμοποιείτε διαγράμματα, εικόνες, σχέδια, infographic, αυτοκόλλητα χαρτάκια σημειώσεων κ.λπ. ανάλογα με τις ανάγκες σας.

- **Αποφύγετε τα μακροσκελή κείμενα** – φροντίστε να είστε συνοπτικοί/-ές και ουσιαστικοί/-ές.



Πρακτικές συμβουλές για την επεξεργασία του BMC

- **Συνδυάστε τα στοιχεία**, π.χ. για κάθε πρόταση αξίας (προσφορά), προσδιορίστε την αντίστοιχη ομάδα πελατών/-ισσών και τη ροή εσόδων.
- Εάν έχετε πολλές ομάδες πελατών/-ισσών, **αντιστοιχίστε ένα διαφορετικό χρώμα σε κάθε ομάδα**. Έτσι θα μπορείτε ευκολότερα να ελέγξετε ότι υπάρχει πρόταση αξίας και ροή εσόδων για κάθε ομάδα.
- Βεβαιωθείτε ότι όλα τα στοιχεία στην αριστερή πλευρά του μοντέλου αντιστοιχούν στη δεξιά πλευρά του πίνακα.



Πώς να προσδιορίσετε την επιχείρησή σας;



Μην ανησυχείτε εάν κάνετε τώρα τα πρώτα σας επιχειρηματικά βήματα και δεν έχετε ακόμη μια επιχειρηματική ιδέα!

Μην συγκρίνετε τον εαυτό σας με τους κολοσσούς της αγοράς.
Σίγουρα η επιτυχία τους μπορεί να αποτελέσει πηγή έμπνευσης αλλά μην ξεχνάτε ότι πίσω από αυτήν κρύβονται χρόνια σκληρής δουλειάς.



Πώς να προσδιορίσετε την επιχείρησή σας;

Είναι προτιμότερο να ξεκινήσετε από τοπικό επίπεδο. **Αναλύστε το περιβάλλον σας:**

- Τι είδους άτομα ζουν στην πόλη σας;
- Ποιες είναι οι ανάγκες τους;
- Έχουν κάποια προβλήματα τα οποία οι υφιστάμενες εταιρείες δεν μπορούν να αντιμετωπίσουν πλήρως;
- Ποιες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στην πόλη σας;
- Υπάρχει ζήτηση για κάποιες υπηρεσίες που δεν προσφέρουν ήδη οι υφιστάμενες εταιρείες;

Μήπως, χάρη στην διαδικτυακή σας παρουσία, έχετε εντοπίσει κοινότητες που αναζητούν συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες;



Πώς να προσδιορίσετε την επιχείρησή σας;

Χωρίστε ένα φύλλο χαρτί σε δύο μέρη:

- Στην αριστερή πλευρά σημειώστε όλες τις ερωτήσεις, τις ανησυχίες και τις ελλείψεις που παρατηρείτε το περιβάλλον σας.
- Στη δεξιά πλευρά σημειώστε τα ενδιαφέροντά σας, τις επιχειρηματικές σας ιδέες, τις προτάσεις σας για την επίλυση υφιστάμενων προβλημάτων κ.λπ.

Μπορείτε να συνδέσετε κάποια από τις ερωτήσεις (αριστερά) με κάποια από τις απαντήσεις (δεξιά) που έχετε καταγράψει έτσι ώστε να προκύψει ο κλάδος/τομέας δραστηριότητας στον οποίο μπορείτε να εξελιχθείτε;

Πώς να προσδιορίσετε την επιχείρησή σας;



Είτε αποσαφηνίσατε τώρα τις προσδοκίες σας είτε είχατε εξ αρχής μια καλή ιδέα, ακολουθήστε τις παρακάτω συμβουλές για να την αναπτύξετε:



1. Λάβετε υπόψη την άποψη του πελάτη/-ισσας

✓ δείτε την μελλοντική σας επιχείρηση μέσα από τα μάτια
τους και

✓ Προσπαθήστε να καταλάβετε το περιβάλλον, τις
συνήθειες, τις ανάγκες και τα προβλήματά τους

Πώς είναι η καθημερινότητα ενός πελάτη/-ισσας;
Πού δουλεύει; Πώς περνάει τον ελεύθερό του/της
χρόνο; Ποια είναι τα ενδιαφέροντά του/της;

Ποια προβλήματα και ποιες προκλήσεις αντιμετωπίζει κατά
τη διάρκεια των παραπάνω δραστηριοτήτων;

Τι τον/την δυσκολεύει, τι αποφεύγει, τι απαιτεί μεγάλη
προσπάθεια ή πολύ χρόνο;





Τι όνειρα έχει;

Τι βελτιώνει την ποιότητα ζωής του/της,
ποια οφέλη αναζητά;

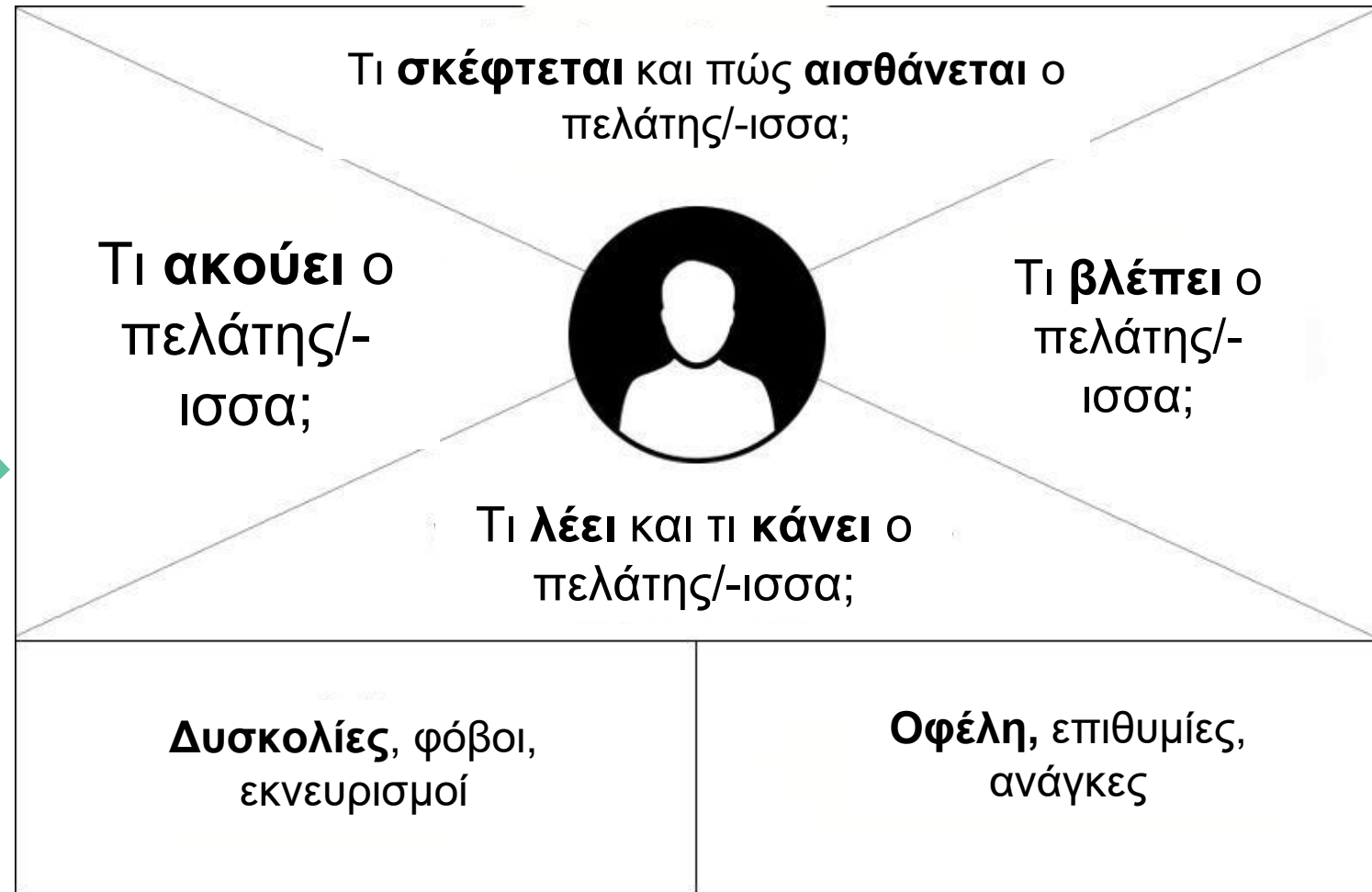
Πώς μπορεί το προϊόν/υπηρεσία που προσφέρετε να τον/την
βοηθήσει;

Θα του/της προσφέρει θετικά συναισθήματα και εμπειρίες;



**Στη διαδικασία αυτή
μπορεί να φανεί χρήσιμο
ένα διάγραμμα
ενσυναίσθησης**







2. **ΕΣΤΙΑΣΤΕ ΣΤΙΣ ΔΙΚΕΣ ΣΑΣ ΙΔΕΕΣ**

(Μην συγκρίνεστε με τον ανταγωνισμό, μην ανατρέχετε στο παρελθόν)

- καταγράψτε όσες περισσότερες ιδέες μπορείτε
- ταξινομήστε τις
- και επιλέξτε αυτές που έχουν προοπτικές υλοποίησης

Η συμμετοχή των συναδέλφων/-ισσών σας στον καταιγισμό ιδεών θα σας ωφελήσει αρκετά.



3. Αφηγηθείτε μια ιστορία

- Δημιουργήστε μια απλή ιστορία όπου ο βασικός χαρακτήρας εκφράζει ένα ενδιαφερόμενο μέρος της εταιρείας σας, π.χ. έναν πελάτη/-ισσα ή έναν εργαζόμενο/-η.
- Χρησιμοποιήστε κατάλληλο οπτικό υλικό (φωτογραφίες, βίντεο, στιγμιότυπα, κινούμενα σχέδια)

Με αυτόν τον τρόπο **θα δημιουργήσετε μια ολοκληρωμένη εικόνα της επιχείρησής σας**, των φιλοδοξιών σας ενώ παράλληλα θα πείσετε ευκολότερα τους πιθανούς επενδυτές/-τριες ή συνεργάτες/-ιδες για την ιδέα σας!



Ποια λάθη να αποφύγετε



Ας σημειώσουμε επίσης
ορισμένα σημεία προς
αποφυγή!



Ποια λάθη να αποφύγετε

- **Μην αποθαρρύνεστε** από λάθη και χαμηλές αποδόσεις. Μάθετε από ό,τι δεν λειτουργήσει και βελτιώνετε συνεχώς τις δραστηριότητές σας
- **Μη σταματάτε να βελτιστοποιείτε** την επιχείρησή σας. Αναλύστε τη λειτουργία σας: αξιολογήστε την κατάσταση, κάντε μικρά βήματα, παρακολουθήστε τα αποτελέσματα



Ποια λάθη να αποφύγετε

- **Μην βάζετε τον εαυτό σας και την επιχείρησή σας στο επίκεντρο.** Φροντίστε να έχετε πάντα στο επίκεντρο τον πελάτη/-ισσα.
- **Αποφύγετε να χαράξετε μια μακροπρόθεσμη στρατηγική.** Δεν μπορείτε να γνωρίζετε τα κέρδη, τη θέση ή τα κανάλια διανομής σας σε πέντε χρόνια. Αντίθετα, μπορείτε να θέσετε τους στόχους και τους τρόπους επίτευξής τους για τον επόμενο μήνα ή τρίμηνο



Ποια λάθη να αποφύγετε

- **Μη φοβάστε την αλλαγή.** Τροποποιήστε το επιχειρηματικό σας μοντέλο εάν αισθάνεστε ότι ορισμένα στοιχεία δεν αποδίδουν. Εάν ένα συγκεκριμένο προϊόν δεν σημειώνει πωλήσεις, τροποποιήστε την προσφορά σας, εάν οι πελάτες/-ισσες προτιμούν να ψωνίζουν διαδικτυακά, πιθανόν να μην χρειάζεστε πολλά φυσικά σημεία πώλησης κ.λπ.
- **Μην βασίζεστε σε πάγιες παραδοχές.** Προσαρμοστείτε στα δεδομένα της αγοράς και παραμείνετε ευέλικτοι/-ες στις αλλαγές που συμβαίνουν γύρω σας



Θεματική 3:

Πώς να δημιουργήσετε τον δικό σας καμβά βήμα βήμα

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται:

- το πρότυπο του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου
- τα βήματα για τη συμπλήρωσή του
- το επιχειρηματικό σχέδιο και ο τρόπος σύνταξής του



Μαθησιακά αποτελέσματα

Ενότητα: Κοινωνική επιχειρηματικότητα
Θέμα: Καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου

ΓΝΩΣΗ

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ










ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ

Θεματική: Πώς να δημιουργήσετε τον δικό σας καμβά βήμα βήμα

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Παρουσίαση του προτύπου του καμβά• Ανάλυση των στοιχείων του και των βημάτων που πρέπει να εκτελούν• Παροχή οδηγιών για τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου | <ul style="list-style-type: none">• Δημιουργία του επιχειρηματικού σας μοντέλου• Προσδιορισμός αναγκών, ευκαιριών, προβλημάτων• Διοργάνωση συζητήσεων• Διαχείριση της ομάδας• Κατανομή αρμοδιοτήτων και τομέων δραστηριοποίησης | <ul style="list-style-type: none">• Δημιουργικότητα και φαντασία• Αναλυτική σκέψη• Λήψη αποφάσεων• Καθορισμός στόχων• Ομαδική εργασία• Επικοινωνία• Ανεξαρτησία• Ανάλυση ευθύνης |
|--|---|---|

Το πρότυπο του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου

Τα στοιχεία του καμβά που παρατίθενται στις διαφάνειες 17-18 διαμορφώθηκαν από τους Osterwalder και Pigneur με την ακόλουθη σειρά:

Βασικοί εταίροι 	Βασικές δραστηριότητες 	Προτάσεις αξίας 	Σχέσεις με τους πελάτες/-ισσες 	Πεδίο πελατών/-ισσών 
	Βασικοί πόροι 		Κανάλια 	
Διάρθρωση κόστους 			Ροές εσόδων 	

Το πρότυπο του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου

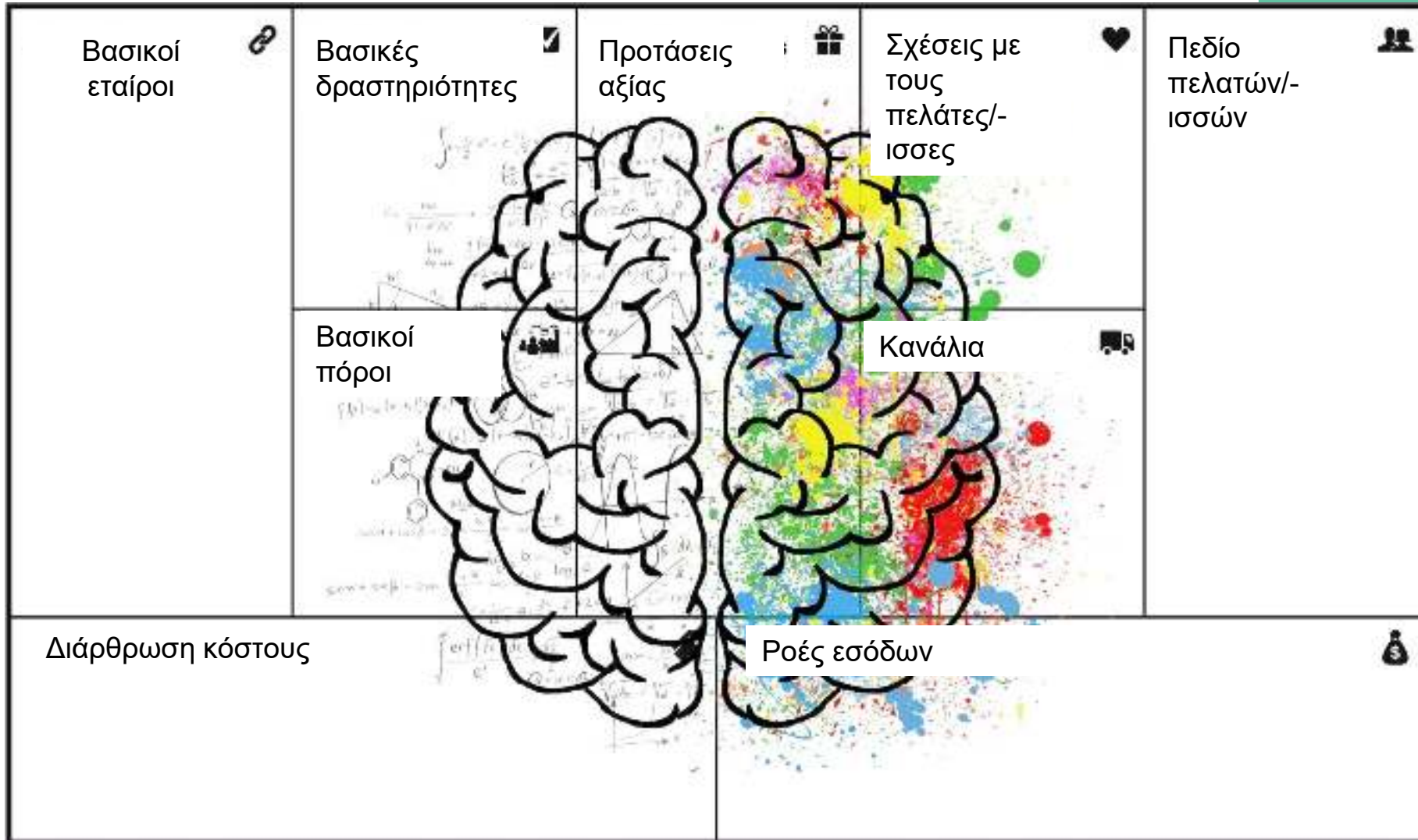
Οι συγγραφείς συγκρίνουν το πρότυπο του καμβά με την αρχή των **ημισφαιρίων του ανθρώπινου εγκεφάλου**:

- το αριστερό ημισφαίριο είναι υπεύθυνο για τη λογική
- το δεξιό ημισφαίριο για τα συναισθήματα

Στον καμβά

- η αριστερή πλευρά αντιστοιχεί στις **επιδόσεις** (δραστηριότητες, εταίροι, κόστος, πόροι)
- η δεξιά πλευρά αντιστοιχεί στις **αξίες** (πελάτες/-ισσες, κανάλια, έσοδα)

Το πρότυπο του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου



Συμπλήρωση του καμβά βήμα-βήμα



Έρθε η ώρα να δημιουργήσετε τον δικό σας καμβά!

Ξεκινήστε με τα στοιχεία που θα πρέπει να εξεταστούν πρώτα.

Χρησιμοποιήστε τις βοηθητικές ερωτήσεις για συζήτηση ή αναστοχασμό



Συμπλήρωση του καμβά βήμα-βήμα

1. **Τμήματα πελατών/-ισσών**, ποια ομάδα πελατών/-ισσών (άτομα και οργανισμούς) θέλουμε να προσεγγίσουμε

- Ποιοι/-ες θα επωφεληθούν από την προσφορά μας;
- Για ποιους θέλουμε να παράγουμε;
- Ποιες είναι οι ανάγκες και τα ενδιαφέροντα της ομάδας-στόχου μας;



2. Πρόταση αξίας, τι (προϊόντα και υπηρεσίες) θα προσφέρουμε στους πελάτες/-ισσες

- Τι θέλουμε να δημιουργήσουμε;
- Ποιες ανάγκες θέλουμε να καλύψουμε;
- Πώς θα διαφοροποιηθούμε από τον ανταγωνισμό;



3. **Κανάλια** (επικοινωνίας, διανομής, πωλήσεων), πώς θα προσεγγίσουμε τους πελάτες/-ισσες και θα διαθέσουμε την προσφορά μας

- Άμεσες πωλήσεις;
- Διαδίκτυο;
- Φυσικά καταστήματα;



4. Σχέσεις με τους πελάτες/-ισσες, τι είδους σχέση θα έχουμε με τους πελάτες/-ισσες

- Παρέχουμε προσωπική υποστήριξη;
- Εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών;
- Αυτοεξυπηρέτηση;
- Συν-δημιουργία;
- Εκπαίδευση;



5. **Ροές εσόδων**, πώς η προσφορά μας θα αποφέρει έσοδα

- Ποιες ροές θα εκμεταλλευτούμε (πωλήσεις περιουσιακών στοιχείων, συνδρομές, χρηματοδοτική μίσθωση, αδειοδότηση, διαφήμιση);
- Τι τιμολόγηση θα ορίσουμε (σταθερή ή μεταβλητή ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς);



6. **Βασικοί πόροι**, ποιους πόρους χρειαζόμαστε (υλικούς και άυλους) για τη λειτουργία της επιχείρησής μας

- εγκαταστάσεις, οχήματα, εξοπλισμός, σημεία πώλησης
- επωνυμία, τεχνογνωσία
- καταρτισμένοι/-ες υπάλληλοι
- οικονομικοί πόροι



7. Βασικές δραστηριότητες, ποιες είναι οι βασικές δραστηριότητες που απαιτούνται για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης

- σχεδιασμός, κατασκευή και διανομή προϊόντων
- επίλυση προβλημάτων
- λειτουργία πλατφόρμας ή/και δικτύου πωλήσεων



8. Βασικοί εταίροι, ποιο είναι το δίκτυο συνεργατών/-ιδών και προμηθευτών/-τριών μέσω του οποίου μπορούμε να λειτουργήσουμε αποτελεσματικά

- ο Ποιος/-α θα πρέπει να θεωρείται βασικός συνεργάτης/-ίδα της επιχείρησης;
- ο Ποιους συνεργάτες/-ιδες θα επιλέξουμε για να μειώσουμε το κόστος των εργασιών μας;
- ο Ποιες δραστηριότητες θα τους αναθέσουμε;
- ο Ποιους πόρους θα αποκομίσουμε από τους συνεργάτες/-ιδες;



9. Διάρθρωση κόστους, ποια έξοδα αναλαμβάνουμε για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης

Η διάρθρωση επηρεάζεται από τους εξής παράγοντες:

- πάγια έξοδα (μισθοί, ενοίκια, συντήρηση εγκαταστάσεων)
- μεταβλητό κόστος (κατ' αναλογία προς τα παραγόμενα αγαθά/παρεχόμενες υπηρεσίες)
- οικονομίες κλίμακας (συνδέονται με αύξηση του όγκου παραγωγής, π.χ. μαζικές αγορές=τιμές χονδρικής πώλησης)
- οικονομίες πεδίου εφαρμογής (συνδέονται με την επέκταση της επιχείρησής σας)



Συμπλήρωση του καμβά βήμα-βήμα



Να θυμάστε ότι όλα τα παραπάνω στοιχεία πρέπει να αλληλεπιδρούν και να αλληλοσυμπληρώνονται.

Αναλύστε τους μεταξύ τους συσχετισμούς

Εντοπίστε τα δυνατά και τα αδύναμα σημεία
του επιχειρηματικού σας μοντέλου

Συμπλήρωση του καμβά βήμα-βήμα

Τέλος **αναρωτηθείτε** τα εξής:



- ✓ Είναι το επιχειρηματικό σας μοντέλο επεκτάσιμο;
Μπορείτε να επεκταθείτε;
- ✓ Το επιχειρηματικό σας μοντέλο επιτρέπει την παραγωγή επαναλαμβανόμενων εσόδων;
- ✓ Το επιχειρηματικό σας μοντέλο δημιουργεί ένα πλεονέκτημα και εξασφαλίζει την προστασία έναντι του ανταγωνισμού;

Συμπλήρωση του καμβά βήμα-βήμα

- Τώρα **γνωρίζετε** τι είναι ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου, τα επιμέρους συστατικά του καθώς και τον **τρόπο αξιοποίησής του**.
- Μπορείτε πλέον να τον δημιουργήσετε **μόνοι/-ες σας** ή στα πλαίσια μιας **ομάδας**.
- Ο καμβάς μπορεί να χρησιμοποιηθεί κατά την έναρξη μιας επιχείρησης όπως και κατά τη λειτουργία της, με σκοπό την ανάλυση της κατάστασής της και την εφαρμογή πιθανών αλλαγών.
- Το μόνο που σας περιορίζει είναι η **φαντασία** σας!

...και πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;



Έχουμε ήδη γνωρίσει το είδος, τη μορφή και τα πλεονεκτήματα του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου (Business Model Canvas).

Αλλά σε τι διαφέρει από ένα επιχειρηματικό σχέδιο;



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

- Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα **πιο λεπτομερές, επίσημο έγγραφο**, το οποίο μπορεί να αποτελείται ακόμα και από εκατοντάδες σελίδες.
- Περιγράφει τη στρατηγική της εταιρείας, το όραμα του διευθύνοντος/-ουσας συμβούλου, τον τρόπο υλοποίησης του επιχειρηματικού μοντέλου, τον προϋπολογισμό, τη μελλοντική οικονομική θέση (προβλεπόμενος ισολογισμός) και τις δραστηριότητες της εταιρείας.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

- Περιέχει λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με την αγορά, τον ανταγωνισμό, την ανάλυση SWOT (δυνατά, αδύναμα σημεία, ευκαιρίες, απειλές) και τη στρατηγική μάρκετινγκ καθώς και τα επιχειρησιακά και οικονομικά σχέδια.
- Συνήθως χρησιμοποιείται για την προσέλκυση επενδυτών/-τριών ή χρηματοδότησης.
- Επαληθεύει το επιχειρηματικό μοντέλο με ακριβέστερες εκτιμήσεις και ποσοτικά δεδομένα.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Συνοψίζοντας:

- **Ο καμβάς** επικεντρώνεται στην παρουσίαση των στοιχείων του επιχειρηματικού μοντέλου με γραφικό και κατανοητό τρόπο
- ενώ **το επιχειρηματικό σχέδιο** παρέχει μια αναλυτική περιγραφή της επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων των στόχων και των στρατηγικών, των αναλύσεων αγοράς και ανταγωνισμού, των επιχειρησιακών και οικονομικών σχεδίων.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Πώς ακριβώς συντάσσεται ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Ο κυβερνητικός ιστότοπος για τις επιχειρήσεις

[biznes.gov.pl](https://www.biznes.gov.pl)

περιέχει έναν αναλυτικό οδηγό με παραδείγματα σχετικά με την κατάρτιση ενός επιχειρηματικού σχεδίου:

<https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00173>



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Μην ξεχνάτε:

- Το επιχειρηματικό σχέδιο προορίζεται για τον εαυτό σας και την επιχείρησή σας, επομένως μπορείτε να χρησιμοποιήσετε οποιοδήποτε πρότυπο ή ακόμα και να δημιουργήσετε τη δική σας διάταξη.
- Το πιο σημαντικό είναι να συμπεριλάβετε τις πληροφορίες και τα δεδομένα που θα σας επιτρέψουν να αξιολογήσετε τις προοπτικές της επιχειρηματικής σας ιδέας.
- Όταν προετοιμάζετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο που απευθύνεται σε κάποιο εξωτερικό ίδρυμα από το οποίο ζητάτε την χρηματοδότηση και την ανάπτυξη της επιχείρησής σας, ελέγξτε εάν το εν λόγω ίδρυμα διαθέτει κάποιο δικό του πρότυπο. Εάν ναι, θα πρέπει να το χρησιμοποιήσετε.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

- Μην αντιγράφετε υπάρχοντα επιχειρηματικά σχέδια. Το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να είναι καλά μελετημένο, να έχει αναπτυχθεί σωστά και, κυρίως, να ανταποκρίνεται στην επιχειρηματική σας ιδέα. Ένα σχέδιο που έχει αντιγραφεί από τρίτους δεν θα σας προετοιμάσει κατάλληλα για τη λειτουργία της δικής σας επιχείρησης.
- Όταν δημιουργείτε το επιχειρηματικό σας σχέδιο, ατενίστε το μέλλον. Σκεφτείτε πώς θέλετε να αναπτύξετε την επιχείρησή σας (μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα), πώς θέλετε να διαμορφώσετε την επωνυμία σας και να αναπτύξετε τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Ακολουθεί μια επισκόπηση των **βημάτων**
που πρέπει να ακολουθήσετε για να
προετοιμάσετε το δικό σας
επιχειρηματικό σχέδιο:

Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Πρώτο βήμα: τι θέλετε να πουλήσετε

Σχεδιασμός και καθορισμός:

- Ποια θα είναι η πηγή των εσόδων σας;
- Τι είδους υπηρεσίες ή προϊόντα σκοπεύετε να πουλήσετε και κατά πόσο αυτά θα ενδιαφέρουν τους πελάτες/-ισσές στην σημερινή πραγματικότητα της αγοράς;
- Ποιο θα είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που θα σας διαφοροποιήσει στην αγορά;
- Πόση ζήτηση υπάρχει για το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρετε;
- Πώς θα προσεγγίσετε το κοινό της επιχείρησής σας; Πώς το κοινό θα μάθει γι' αυτήν; Πόσο συχνά θα προβαίνετε σε αυτές τις ενέργειες;



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Δεύτερο βήμα - γνωρίστε τον πελάτη/-ισά σας

Απαντήστε στην ερώτηση: Σε ποιους/-ες επιθυμείτε να προσφέρετε την υπηρεσία ή το προϊόν σας;

- Σε μεμονωμένα άτομα; Αν ναι, προσπαθήστε να προσδιορίσετε τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά τους, για παράδειγμα την ηλικία, το εισόδημα, το επάγγελμα, τον τόπο κατοικίας τους.
- Σε εταιρείες; Εάν ναι, προσδιορίστε το μέγεθός τους (μικρή, μεσαία, μεγάλη). Ποιο είναι το επιχειρηματικό τους προφίλ; Σκεφτείτε ποια άτομα της εταιρείας πρέπει να προσεγγίσετε (για παράδειγμα: τον υπεύθυνο/-η παραγωγής, προμηθειών, πωλήσεων, μάρκετινγκ).
- Μπορείτε να χωρίσετε τους πελάτες/-ισσες που μοιράζονται παρόμοια χαρακτηριστικά σε κατηγορίες.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Τρίτο βήμα - προγραμματίστε τις πωλήσεις σας

- Υπολογίστε σε πόσους/-ες και σε ποιους/-ες θέλετε να πουλήσετε τα προϊόντα (υπηρεσίες) σας και σε τι τιμή για τους τρεις πρώτους μήνες, σε έξι μήνες, σε εννέα μήνες, σε ένα χρόνο και σε δύο χρόνια.
- Σε αυτό το βήμα, αξιοποιήστε τις πληροφορίες από το πρώτο βήμα (περιγραφή του προϊόντος ή της υπηρεσίας) όπως και από το δεύτερο βήμα (περιγραφή του πελάτη/-ισσας).
- Είναι οι πελάτες/-ισσές σας μια ομοιογενής ομάδα ή θα πρέπει να χωριστούν σε υποομάδες και να καταρτιστεί ένα ελαφρώς διαφορετικό σχέδιο πωλήσεων για την καθεμία;
- Μπορείτε να καταρτίσετε το σχέδιο πωλήσεων σε οποιαδήποτε μορφή σας εξυπηρετεί, όπως για παράδειγμα σε ένα φύλλο Excel.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Τέταρτο βήμα - γνωρίστε τον ανταγωνισμό

- Διερευνήστε τον ευρύτερο περίγυρο της εταιρείας σας και μελετήστε πώς λειτουργούν οι δυνητικοί ανταγωνιστές/-τριές σας

(Να θυμάστε ότι οι ανταγωνιστές/-τριές σας δεν είναι μόνο οι εταιρείες που προσφέρουν ακριβώς το ίδιο πράγμα αλλά και εκείνες που παρέχουν μια διαφορετική υπηρεσία που καλύπτει μια παρόμοια ανάγκη των πελατών. Π.χ. στους ανταγωνιστές/-τριες μιας εταιρείας συσκευασμένων γευμάτων διατροφής περιλαμβάνονται άλλες εταιρείες τροφοδοσίας καθώς και τοπικά εστιατόρια ή παντοπωλεία.)

- Θα πρέπει να αποκτήσετε όσο το δυνατόν περισσότερες γνώσεις σχετικά με την αγορά και το περιβάλλον στο οποίο θέλετε να δραστηριοποιηθείτε. Αυτό θα σας βοηθήσει να εκτιμήσετε αν έχετε πιθανότητες να ενταχθείτε στην αγορά και να αναπτύξετε την επιχείρησή σας.
- Υπολογίστε την πιθανότητα μετακίνησης κάποιων πελατών/-ισσών στην επιχείρησή σας καθώς και πόσους νέους/-ες πρέπει να προσελκύσετε. Με βάση αυτόν τον υπολογισμό επαληθεύστε τις προβλέψεις σας για τον αριθμό των πελατών/-ισσών και την πιθανή κατηγοριοποίησή τους.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Πέμπτο βήμα - ποιος θα είναι ο επιχειρηματικός σας εταίρος

- Σκεφτείτε ποιος θα είναι ο σημαντικότερος επιχειρηματικός σας εταίρος, δηλαδή ο βασικός σας προμηθευτής/-τρια ή εργολάβος.
- Οι εργολάβοι και οι προμηθευτές/-τριες αποτελούν έναν κρίσιμο παράγοντα, διότι η ποιότητα των προϊόντων ή των πρώτων υλών και η έγκαιρη παροχή των υπηρεσιών που προσφέρουν θα αντανακλάται στην προσφορά σας. Η οικονομική ευρωστία, η ποιότητα της παρεχόμενης εργασίας και ο βαθμός δέσμευσης του προμηθευτή/-τριας και του/της εργολάβου θα καθορίσουν την επιτυχία της επιχείρησής σας.
- Καθορίστε προσεκτικά τα κριτήρια επιλογής των προμηθευτών/-τριών σας. Για παράδειγμα, αν θέλετε να πουλήσετε διαιτητικά προϊόντα, ένα κριτήριο επιλογής θα μπορούσε να είναι το εάν ο προμηθευτής/-τρια είναι πιστοποιημένος/-η για βιολογική παραγωγή ή ο χρόνος παράδοσης των πρώτων υλών.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Έκτο βήμα - υπολογίστε το κόστος

- Σκεφτείτε πόσο θα σας κοστίσει η έναρξη της επιχείρησης αλλά και η λειτουργία της σε μηνιαία βάση.
- Το κόστος εξαρτάται από τις προδιαγραφές της επιχείρησης.
- Κατά την έναρξη μιας επιχείρησης, οι επιχειρηματίες συνήθως καταβάλουν τις εξής δαπάνες: υλικό, λογισμικό και εγκατάστασή του, εμπορεύματα, ενοίκιο χώρων ή αποθήκης, προκαταβολή για την ενοικίαση χώρων/γραφείων/αποθήκης, προσαρμογή χώρων (ανακαίνιση και εξοπλισμός), άδειες ή εγκρίσεις, κατασκευή ιστοσελίδας, διαφημιστικές δραστηριότητες.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

- Όσο πιο αξιόπιστα είναι τα δεδομένα, τόσο πιο αξιόπιστοι και ρεαλιστικοί θα είναι οι υπολογισμοί σας.
- Αξίζει να βασίζετε τους υπολογισμούς σας κυρίως σε απαισιόδοξα σενάρια, ιδίως όταν προβλέπετε τα οικονομικά της εταιρείας σας. Θα πρέπει να γνωρίζετε ότι θα προκύψουν προβλήματα στην πορεία και ότι πιθανόν δεν θα ικανοποιήσετε το 100% των προβλέψεών σας.
- Η ύπαρξη αποθεματικού είναι ιδιαίτερα σημαντική. Υπολογίστε τα πάντα προσεκτικά, διενεργήστε πολλαπλές αναλύσεις και εντοπίστε τις αδυναμίες
- **Φροντίστε** να συμπεριλάβετε ένα ποσό για πιθανές πρόσθετες δαπάνες στο επιχειρηματικό σας σχέδιο (αποθεματικό κόστους).



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Έβδομο βήμα - πώς θα εξασφαλίσετε τα χρήματα για την έναρξη της δραστηριότητάς σας;

- Αφού υπολογίσετε πόσα χρήματα θα χρειαστείτε για την έναρξη της επιχείρησής σας, προσδιορίστε τις πηγές από τις οποίες θα τα αντλήσετε. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν: ίδια κεφάλαια, δανειοδότηση, πίστωση, χρηματοδότηση από τον ΟΑΕΔ, άλλες επιχορηγήσεις...
- Όποια πηγή και αν επιλέξετε, ελέγξτε λεπτομερώς τους όρους χρηματοδότησης και προγραμματίστε το κόστος που συνδέεται με την άντληση του κεφαλαίου και την αποπληρωμή του. Αξίζει να προσδιορίσετε προσεκτικά τις ανάγκες σας, ώστε να μην επωμιστείτε ένα υπερβολικό οικονομικό βάρος και να αποφύγετε μια κατάσταση κατά την οποία θα έχετε ελάχιστα χρήματα για να αναπτύξετε και να διευθύνετε την επιχείρησή σας.
- **Προσοχή!** Οι δόσεις δανείων ή πιστώσεων πρέπει να συγκαταλέγονται στις σταθερές δαπάνες του επιχειρηματικού σας σχεδίου.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Όγδοο βήμα - έχετε επαρκείς γνώσεις;

- Αναλύστε τις ικανότητές σας. Μάθετε ποιες ικανότητες διαθέτετε, ποιες ικανότητες στερείστε και αν είστε σε θέση να τις αποκτήσετε.
- Συμπεριλάβετε τις πιθανές δαπάνες που σχετίζονται με την απόκτηση επαγγελματικών προσόντων στο επιχειρηματικό σας σχέδιο. Ανάλογα με το επίπεδό σας, το κόστος αυτό ορίζεται είτε ως εφάπαξ κόστος εκκίνησης είτε ως μεταβλητό κόστος.
- **Προσοχή!** Ορισμένες δραστηριότητες προϋποθέτουν την ύπαρξη συγκεκριμένων προσόντων που είναι απαραίτητα για την έναρξη της επιχείρησής σας. Ελέγξτε αν η δραστηριότητα που σκοπεύετε να ασκήσετε απαιτεί κάποιο έγγραφο (πιστοποιητικό, άδεια) που να αποδεικνύει τα προσόντα σας.
- Εάν η επιχείρησή σας απαιτεί προσόντα τα οποία δεν διαθέτετε, θα πρέπει να προσλάβετε τους κατάλληλους/-ες υπαλλήλους.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Χρονοδιάγραμμα δραστηριοτήτων

- Εφόσον έχετε συλλέξει όλες τις πληροφορίες, προχωρήστε στην κατάρτιση ενός χρονοδιαγράμματος δραστηριοτήτων.
- Ο προγραμματισμός των δραστηριοτήτων σας σε βάθος χρόνου είναι το κλειδί για την επίτευξη των στόχων σας. Οργανώνει τις εργασίες και διευκολύνει τον έλεγχο της εκτέλεσης του σχεδίου. Ένα σωστά δομημένο χρονοδιάγραμμα δραστηριοτήτων είναι επίσης μια μέθοδος επαλήθευσης της επιχειρηματικής σας ιδέας και εντοπισμού κινδύνων που δεν είχατε παρατηρήσει προηγουμένως.
- Το χρονοδιάγραμμα πρέπει να είναι απλό και σαφές και να αποτυπώνει τις λογικές σχέσεις μεταξύ των δραστηριοτήτων
- **Προσοχή!** Θέστε ρεαλιστικές προθεσμίες. Σκεφτείτε αν αξίζει να προβλέψετε πρόσθετο χρόνο για κάποιες καταστάσεις για την περίπτωση απρόβλεπτων γεγονότων, μειώνοντας έτσι τους πιθανούς κινδύνους.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Πιο συγκεκριμένα, το **χρονοδιάγραμμα** θα πρέπει να αναφέρει τα εξής:

- την ημερομηνία έναρξης της επιχείρησης
- τις σημαντικότερες εργασίες με τη σειρά με την οποία πρέπει να εκτελεστούν
- το άτομο που είναι υπεύθυνο για κάθε εργασία
- την ημερομηνία έναρξης και ολοκλήρωσης της εργασίας
- τα ορόσημα ή σημεία ελέγχου, για να διασφαλίζεται η λειτουργία σύμφωνα με το σχέδιο

Προσοχή! Πάντα να ελέγχετε σε ποιο στάδιο ολοκλήρωσης βρίσκεστε τη δεδομένη στιγμή. Βεβαιωθείτε ότι αυτό που έχετε προγραμματίσει έχει υλοποιηθεί.



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Συντάξτε το επιχειρηματικό σχέδιο!

- Το επιχειρηματικό σας σχέδιο είναι ουσιαστικά έτοιμο: έχετε μια ιδέα, πολλά δεδομένα, και λόγους για να το υλοποιήσετε. Φροντίστε να καταγράψετε τα πάντα! Αυτή είναι η στιγμή κατά που θα βάλετε επιτέλους όλες τις πληροφορίες σε τάξη, θα τις επαληθεύσετε για άλλη μια φορά με τις γνώσεις που αποκτήσατε στα επόμενα στάδια και θα προβείτε σε τυχόν τροποποιήσεις που κρίνετε απαραίτητες
- Τα επόμενα στοιχεία του επιχειρηματικού σχεδίου είναι ουσιαστικά τα αποτελέσματα της προηγούμενης προσπάθειάς σας που αποτυπώνονται στο χαρτί: έρευνα και επαλήθευση πληροφοριών αλλά και προγραμματισμός δαπανών και δραστηριοτήτων.
- Το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να επιβεβαιώνει ότι η ιδέα σας είναι καλή και έχει πραγματικές προοπτικές επιτυχίας. Εάν πιστεύετε ότι το αποτέλεσμα αυτής της εργασίας είναι σπουδαίο ήρθε η ώρα να ξεκινήσετε!



Πώς να δημιουργήσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Όπως μπορείτε να δείτε, όταν δημιουργείτε ένα επιχειρηματικό σχέδιο κάνετε σχεδόν το ίδια βήματα με τη δημιουργία ενός καμβά επιχειρηματικού μοντέλου.

Η διαφορά έγκειται στην προσέγγιση της συλλογής πληροφοριών: πρέπει να είναι πιο ακριβείς, να περιγράφονται με λεπτομέρεια και να τεκμηριώνονται με συγκεκριμένα δεδομένα.

Συγκεντρώστε λοιπόν τις σκέψεις σας,

σηκώστε τα μανίκια

και πιάστε δουλειά!

Παραπομπές

Μπορείτε να βρείτε περισσότερες χρήσιμες πληροφορίες εδώ :

- Alexander Osterwalder, Yves Pigneur - Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers
- Jacek Pucher - Jak przygotować dobry Business Model Canvas (<https://www.parp.gov.pl/publications/publication/jak-przygotowac-dobry-business-model-canvas>)
- Jak przygotować biznesplan (<https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00173>)

Οι φωτογραφίες που χρησιμοποιήθηκαν στην παρουσίαση προέρχονται από τον ιστότοπο: <https://pixabay.com>



Μείνετε σε επαφή μαζί μας



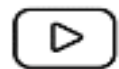
<https://3d4deafproject.eu/>



@3d4deaf



@3d4deaf



@3d4deaf



Funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται είναι αποκλειστικά του συντάκτη/-τριας και δεν αντανακλούν εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΕΑ).
Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο ΕΑΕΕΑ δεν φέρουν καμία ευθύνη γι' αυτές.



www.3d4deafproject.eu



Το παρόν έγγραφο μπορεί να αντιγραφεί, να αναπαραχθεί ή να τροποποιηθεί σύμφωνα με τους παραπάνω κανόνες. Επιπλέον, πρέπει να γίνεται σαφής αναφορά στους συντάκτες/-τριες του εγγράφου και σε όλα τα ισχύοντα τμήματα της δήλωσης Περί δικαιωμάτων Πνευματικής Ιδιοκτησίας.

Με την επιφύλαξη κάθε νόμιμου δικαιώματος. © Copyright 2023 3D4DEAF