

Το πρόγραμμα “You(th)for Cul/Fu(ture)” είναι εμπνευσμένο από νέους και δημιουργήθηκε για τους νέους

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτής της έκδοσης δεν αποτελεί έγκριση του περιεχομένου, η οποία αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων και η επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Creative & cultural entrepreneurship guide



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



PANGYA ULTIMA
development center



2020

Δημιουργική και πολιτιστική επιχειρηματικότητα

I.Περίληψη

II.Λίγα λόγια για το πρόγραμμα

III.Ενθάρρυνε την δημιουργικότητα σου

- Η έννοια της διδασκαλίας δημιουργικότητας
- 9 τρόποι για να αυξήσετε την δημιουργικότητά σας
- πως να ξεπεράσετε το δημιουργικό αδιέξοδο

IV.Ανάλυσε και διάλεξε την καλύτερη επιχειρηματική ιδέα

- Η επιχειρηματική ιδέα
- Ανάπτυξη της επιχειρηματικής ιδέας

V.Βρες την ομάδα/κοινό

VI.Δημιούργησε το επιχειρηματικό σχέδιο

VII.Πούλησε την ιδέα σου

- Pitching
- Elevator Pitch
- Creating a Pitch Deck

VIII.Εφάρμοσε & μεγάλωσε

IX.Οικονομικά

X.Μη τυπική μάθηση

XI. Σύνδεσμοι και πηγές

Εισαγωγή

Φανταστείτε τι θα μπορούσε να εφεύρει ένας επιχειρηματικός με συνδυασμό με δημιουργικές και πολιτιστικές πτυχές. Αυτό θα ήταν ένα μοναδικό μείγμα των ανεξάρτητων τάσεων : Η τέχνη με βάση το περιεχόμενο και την άυλη αξία και την επιχειρηματικότητα ως υποστηρικτής των άυλων αξιών ..

Με αυτό για βάση, και την κοινωνική ευθύνη των επιχειρηματιών, η δημιουργική και πολιτιστική επιχειρηματικότητα πραγματοποιεί μια στρατηγική πολιτιστικής αποστολής ., και αντιμετωπίζει τους κινδύνους για τη δημιουργία ισορροπίας μεταξύ των διαχειριστικών αξιών και της καινοτομίας

Το εγχειρίδιο δημιουργήθηκε στα πλαίσια του προγράμματος της ανάπτυξης ικανοτήτων στους τομείς της νεολαίας “You(th)for Cul/fu(ture)” και δημιουργήθηκε από τους εταίρους s ADVIT Moldova, Youth Association Droni, Development Centre Pangeya Ultima, Youth Education Centre “Fialta”, Youth Mix, CODEC vzw, Geoclube, Asociacio Cultural Tabala, PlanBe, Plan it Be it, Connecting Europe.



Αυτός ο οδηγός σχεδιάστηκε για νέους επιχειρηματίες, εκπαιδευτές, και δεν αφήνει αδιάφορους τους ανθρώπους της δημιουργικής και πολιτιστικής επιχειρηματικότητας.



Λίγα λόγια για το πρόγραμμα



αναπτυγμένη .

Οι άνθρωποι με δημιουργικό μυαλό, που ενδιαφέρονται για τις τέχνες και τον πολιτισμό, δεν είναι καθόλου, ή δεν τους παρέχονται αρκετά μαθησιακές ευκαιρίες για αποτελεσματική διοικητική ηγεσία.

Ενώ η δημιουργική και πολιτιστική επιχειρηματικότητα (Δ/Π-Ε) είναι ένα σενάριο που αναπτύσσουν ευκαιρίες απασχόλησης για τους ήδη υπάρχον εργαζόμενους (όπως νέοι που ενδιαφέρονται για την τέχνη και τον πολιτισμό), είναι ελάχιστα κατανοητή από την νεολαία, ειδικά σε **χώρες της Ανατολής** όπου η πολιτιστική πολιτική μηχανή είναι πολύ μακριά από καλά

Το πρόγραμμα έχει σκοπό να αναπτύξει έναν εκπαιδευτικό καινοτόμο δρόμο για να αναπτύξει την απασχόληση των **NEETs** μέσα από μια δημιουργική και πολιτιστική επιχειρηματική εκπαίδευση. Το πρόγραμμά μας θα προσφέρει δομημένες καινοτόμες προσεγγίσεις για την εκπαίδευση των νέων σχετικά με το πώς να ενσωματώσουν την επιχειρηματικότητα μέσα από την ανάπτυξη δημιουργικών πρακτικών και να φέρει μια δημιουργική προσέγγιση για την δημιουργία νέων κοινωνικών επιχειρήσεων

Μέσα από τις δραστηριότητες του προγράμματος θα στηρίξουμε άνεργους νέους με την ικανότητα να καινοτομήσουν και να τους προσφέρουμε επιχειρηματικές δεξιότητες και τα χαρακτηριστικά για να εμπορευματοποιήσουν τις δημιουργικές και πολιτιστικές γνώσεις. οι λειτουργοί νεολαίας και οι νέοι που θα συμμετέχουν στο πρόγραμμα θα εφοδιαστούν με θεωρητικές γνώσεις στην πολιτιστική οικονομία και στην δημιουργική καινοτομία και θα αναπτύξουν τεχνικές και να αλλάξουν από δημιουργικά μυαλά να γίνουν επιχειρηματικά.

Το έργο έχει τους ακόλουθους συγκεκριμένους στόχους

- να οικοδομήσουν ικανότητα κοινοπραξίας στον τομέα «c / c-e», να επιτρέψουν τη μεταφορά πρακτικών μεταξύ του συνεταιρισμού και την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των χωρών της ΕΕ και της Ανατολικής Εταιρικής Σχέσης Α.Ε.Σ.(EaP) ·
- να δημιουργηθεί περιβάλλον για δικτύωση και να εφοδιαστούν οι εργαζόμενοι των νέων με γνώσεις και ειδικές ικανότητες στην εκπαίδευση «c / c-e» ·
- για τη δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος για τη μεταφορά των γνώσεων σχετικά με το «c / c-e» σε NEETs και να προωθήσουν τις εγκάρσιες δεξιότητές τους, την αίσθηση πρωτοβουλίας και την επιχειρηματικότητα και τη δημιουργική τους

σκέψη;

- για τη δημιουργία περιεκτικού εκπαιδευτικού υλικού - εργαλειοθήκη (toolkit) και διαδικτυακή πλατφόρμα - με ομάδα στόχου: λειτουργούς νεολαίας (youth workers), ενδιαφερόμενους στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και πιθανοί επιχειρηματίες
- προώθηση της κοινωνικής, πολιτιστικής και δημιουργικής επιχειρηματικότητας, της ενεργού συμμετοχής των πολιτών και της μ επίσημη μάθηση σε ευρωπαϊκό επίπεδο και σε χώρες ΑΕΣ ·
- προώθηση των ευρωπαϊκών πολιτικών στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και του Erasmus + στα ΚΑ2
- Συνεργασία για την καινοτομία και την ανταλλαγή ορθών πρακτικών
- Ανάπτυξη ικανοτήτων στον τομέα της νεολαίας σε ευρωπαϊκό επίπεδο και στην ΑΕΣ.



Το κυριότερο αποτέλεσμα είναι να αναπτύξουμε νέα μοντέλα εργασίας με νέους με λιγότερες ευκαιρίες , καινοτόμα εργαλεία και καθοδήγηση η οποία θα βοηθήσει τους νέους να εφαρμόσουν τις δικές τους Δημιουργικές και πολιτιστικές επιχειρηματικές ιδέες .



Ενθάρρυνε την δημιουργικότητά σου

Σε ένα κόσμο με σκοπό το κέρδος, ο όρος στρατηγική έχει γίνει η πιο χρησιμοποιημένη άδεια λέξη. Η στρατηγική πρέπει να είναι μια δημιουργική και ουσιαστική διαδικασία που μας βοηθά να σχεδιάσουμε ένα βιώσιμο μέλλον βασισμένο σε ένα καθαρό όραμα, αξίες και στάσεις. "Αυτός ο σκοπός είναι εφικτός" πράγμα που σημαίνει πως υπάρχει ανάγκη για νέες λύσεις και για άτυπη, μη γραμμική σκέψη η οποία είναι μόνο δυνατή με μια δημιουργική προσέγγιση.

Ας ξεκινήσουμε μαζί "τον εφικτό σκοπό-mission is possible" από την δημιουργικότητα και σιγά σιγά να μάθουμε τρόπους δημιουργικής τόνωσης.



Η έννοια της διδασκαλίας δημιουργικότητας

Ακαδημαϊκοί όπως [E. Paul Torrance](#), αφιέρωσαν την ζωή τους για την προαγωγή δημιουργικότητας στην εκπαίδευση. Ο Torrance αντιμετώπισε μεγάλες αντιστάσεις στην εποχή του σχετικά με την φύση της δημιουργικότητας. Η δημιουργικότητα θεωρείται πως ήταν μια ανυπολόγιστη φυσική ικανότητα.

Torrance αποκαλέστηκε για ρητή διδασκαλία της δημιουργικότητας. Υποστήριξε πως ήταν ειδική δεξιότητα, που απαιτούσε εντατικές οδηγίες. Το έργο της ζωής τους τον οδήγησε να δημιουργήσει τα τεστ Torrance τα οποία χάρις στον κόσμο



Στα σύγχρονα χρόνια, υπήρξε μια στροφή προς την αυξημένη αποδοχή της δημιουργικότητας για όλους τους μαθητές Ένα [TED talk](#) του 2003 από τον Sir Ken Robinson συζητώντας αυτό το θέμα έλαβε πάνω από 5 εκατομμύρια viewers. Συζητήσε πώς τα σχολεία καταπιέζουν την δημιουργικότητα. Αυτός προτείνει ότι το σημερινό μοντέλο μας αφήνει λίγο χρόνο για αποκλίνουσα σκέψη.

Μεγάλο μέρος της ευθύνης για στην απουσία δημιουργικότητας και καινοτομίας οφείλεται στο παραδοσιακό εκπαιδευτικό σύστημα.

Στηρίζεται στην μάθηση με την σωστή απάντηση. Ένα καινοτόμος τρόπος σκέψης χρειάζεται. Ο Robinson έγραψε στον λογαριασμό του στο twitter για μια νέα έρευνα όπου πρότεινε πως το 80% των εκπαιδευτικών που ερωτήθηκαν προτίμησε την δημιουργικότητα να ενταχθεί ως μέρος της εκπαίδευσης.

Με τον ίδιο τρόπο ο [David Hughes](#), ιδρυτής της Decision Labs και καθηγητής στο UNC Chapel Hill, υποστηρίζει ότι η καινοτομία είναι σημαντική ικανότητα για την παγκόσμια οικονομία. Σε σχέση με την δημιουργικότητα στα σχολεία είπε, πως Μεγάλο μέρος της ευθύνης για την απουσία δημιουργικότητας και καινοτομίας οφείλεται στο παραδοσιακό εκπαιδευτικό σύστημα.



Οι περισσότερες πρακτικές δημιουργικών μεθόδων έγιναν εκτός των παραδοσιακών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων από συμβουλευτικές εταιρείες και από άτομα από εταιρείες που εκπαιδεύτηκαν σε δημιουργικές λύσεις προβλημάτων . Τα πανεπιστήμια δεν έχουν αλλάξει πολύ από το 1950 όπου ο διακεκριμένος ψυχολόγος J. P. Guilford στην εναρκτήρια ομιλία του ως πρόεδρος , δήλωσε πως η αμέλεια της εκπαίδευσης στο θέμα της δημιουργικότητας ήταν άθλια.

Στην συνέχεια αυτών των συμβάντων , τα βιβλία είναι 3 χρόνια πίσω από την ημέρα έκδοσής τους. Και τα εκπαιδευτικά συστήματα ήταν οι ήταν οι πιο αργεί στο να εφαρμόσουν την καινοτομία. Έτσι βλέπουμε τα εκπαιδευτικά ιδρύματα χρειάζονται μια ισχυρή δόση δημιουργικότητας επίλυσης προβλημάτων.

 Θέλουμε να σας προσφέρουμε 9 τρόπους τους οποίους βρήκαμε επαρκείς κατά την διάρκεια της έρευνας μας και της πρακτικής μας.

Εννέα τρόποι για να αυξήσετε την δημιουργικότητά σας



1. Περιορίσε τον εαυτό σου

Παρατήρησες ποτέ τον εαυτό σου μετά από ένα δύσκολο πρόβλημα να παίρνεις τον δρόμο “ με την λιγότερη ψυχική αντοχή ” φτιάχνοντας ιδέες που ήδη έχουν ή προσπαθήσει να χρησιμοποιήσουν κάθε πόρο ?



Προτείνουμε να βάλετε αυτο περιορισμούς που μπορεί να ενισχύσουν την δημιουργικότητα , γιατί αναγκάζει τους δημιουργικούς ανθρώπους να λειτουργήσουν εκτός τη ζώνη άνεσής τους. . Ένα από τα πιο διάσημα παραδείγματα ήταν όταν ο Dr. Seuss παρήγαγε το Green Eggs & Ham μετά από ένα στοίχημα που προκλήθηκε από τον εκδότη του να παράγει ένα ολόκληρο βιβλίο με λιγότερες από 50 διαφορετικές λέξεις. Θυμήσου εκείνες τις στιγμές που ήσουν περιορισμένος να γράψεις κάτι μικρό σε μια

φόρμα, όπως το [Instagram bio](#) ή όταν έψαχνες λέξεις για ένα πιασάρικο [Tweets](#).

Μπορεί να σε οδηγήσει σε πολύ δημιουργικές λύσεις . Προσπάθησε να μειώσεις την δουλειά σου κατά ένα τρόπο ώστε να μπορέσεις να δεις τα θετικά του μυαλού σου που θα βρίσκει δημιουργικές λύσεις για να τελειώσεις ένα πρότζεκτ με τις παραμέτρους τις οποίες έθεσες.



2. Επαναπροσδιόρισε το πρόβλημα

Πρόσεξε ποτέ πως οι δημιουργικοί άνθρωποι έχουν την τάση να επαναπροσδιορίζουν το πρόβλημα πιο συχνά από τους λιγότερο δημιουργικούς ανθρώπους? Αυτό σημαίνει , πως αντί να σκέφτονται τον τελικό σκοπό μιας συγκεκριμένης κατάστασης , προσπαθούν να δουν το πρόβλημα από διάφορες οπτικές πριν ξεκινήσουν την δουλειά.

Φαντάσου πως είσαι ένα συγγραφέας που χειρίζεται την στρατηγική μάρκετινγκ για



νεοσύστατες επιχειρήσεις , ο “ εξοπλισμός για κάμπινγκ” είναι ο τελικός στόχος. Το πρόβλημα είναι πως εάν προσεγγίσεις έναν άρθρο με την σκεπτική “ Τι μπορώ να γράψω για να πάρω πολλά σχόλια?” δεν θα δημιουργήσεις κάτι πολύ καλό. Παρόλα αυτά προσπάθησε να θέσεις την ερώτηση με ένα άλλο τρόπο “ τι είδους άρθρα ελκύουν το ενδιαφέρον των ανθρώπων “. Τώρα δεν σκέφτεσαι μόνο τον εαυτό σου αλλά και το κοινό σου , αρχίζεις να έχεις επαφή. Με τέτοια προσέγγιση θα έχεις κάτι πιο αυθεντικό .

Μην ανησυχείς, εάν μένεις στάσιμος αν εστιάζεις σε γενικά προβλήματα όπως “ τι θα ήταν ωραίο να ζωγραφίσω σήμερα ?. Προσπάθησε να ξανασκεφτείς το πρόβλημα με το να συγκεντρωθείς σε μια πιο ουσιαστική οπτική γωνία. Όπως “

Τι είδους ζωγραφική προκαλεί το αίσθημα της μοναξιάς που όλοι αντιμετωπίζουμε κατά την διάρκεια της καραντίνας ? “



3. Δημιούργησε ψυχολογική απόσταση

Ενώ είναι γνωστό εδώ και καιρό ότι η αποχή από μια εργασία είναι χρήσιμη για την δημιουργία. Φαίνεται επίσης ότι η δημιουργία “ψυχολογικής “ απόστασης μπορεί να είναι ευεργετική . Ατομα που έλαβαν μέρος σε αυτή την έρευνα , ήταν ικανά να λύσουν περισσότερα από δύο προβλήματα όταν τους ζητήθηκε να σκεφτούν για μια εργασία ως κάτι μακρινό αντί να είναι κοντά κατά προσέγγιση προσπάθησε να σκεφτείς κάτι δημιουργικό ως κάτι απόμακρο από την τωρινή σου τοποθεσία. Σύμφωνα με αυτή την έρευνα, αυτό μπορεί να κάνει το πρόβλημα πιο προσιτό και μπορεί να ενθαρρύνει υψηλά επίπεδα σκέψης. Ίσως αυτό είναι ανθρώπινο φαινόμενο, να σπεύδουμε σε μακρινά όνειρα και στόχους .



4. Ονειροπόληση

Αν και η μια έρευνα μετά την άλλη επιβεβαιώνουν πως η ονειροπόληση μπορεί να βοηθήσει στην διαδικασία της δημιουργικής σκέψης και να ξεπεράσετε το άγχος και τις αρνητικές εμπειρίες . Για αυτό, η ονειροπόληση και η επώαση είναι αποτελεσματική για ένα πρότζεκτ που έχετε ήδη επενδύσει πολύ δημιουργικότητά .

Πριν δοκιμάσετε τους ύπνους και την ονειροπόληση ως ευκαιρία για να μην δουλεύετε , να είστε ειλικρινείς με τον εαυτό σας και μην ξεχνάτε να κινηθείτε πρώτα.



5. Βυθιστείτε σε κάτι παράλογο

Πόσο συχνά βρίσκουμε τον εαυτό σας σε περίεργες φαντασιώσεις? Πρέπει να γνωρίζετε πως η έρευνα προτείνει ότι όταν διαβάσεις/βιώνεις κάτι παράλογο ή σουρεαλιστικό , μπορεί να βοηθήσει να ωθήσει την αναγνώριση μοτίβων και την δημιουργική σκέψη. Τα αντικείμενα της συγκεκριμένης έρευνας διαβάζουν Franz Kafka, αλλά ακόμη και ιστορίες όπως η Αλίκη στην Χώρα των Θαυμάτων έχει προταθεί από ψυχολόγους.

Το συμπέρασμα ήταν ότι το μυαλό πάντα ψάχνει τρόπους για να βγάλει νόημα των πραγμάτων που βλέπεις, η σουρεαλιστική /παράλογη τέχνη βάζει το μυαλό σε “overdrive” για ένα σύντομο χρονικό διάστημα, ενώ προσπαθεί να δουλέψει ότι ακριβώς βλέπει και διαβάζει.

Βρες λίγο χρόνο να ανακαλύψεις κάτι καινούργιο και ασυνήθιστο στον τομέα την τέχνης και λογοτεχνίας , όπως ενδιαφέρων ιστορίες όπως [The Last Question](#) από τον Isaac Asimov, [Alice in Wonderland](#) από τον Lewis Carrol ή ψάξε παράλογη τέχνη σε τόπους όπως [r/HeavyMind](#) κα.



6. Ξεχώρισε την δουλειά με την κατανάλωση

Επίσης γνωστό ως το “ απορροφητικό “ αυτή η τεχνική έχει αποδειχθεί πως [βοηθά με τη διαδικασία](#) επώασης και είναι πιο αποτελεσματική από το να προσπαθείς να συνδυάσεις την δουλειά με την δημιουργική σκέψη .

Βγάζει νόημα. Βρισκόμαστε συνήθως σε δύο διαφορετικές καταστάσεις του μυαλού που απορροφάται μια δραστηριότητα και προσπαθούμε να δημιουργήσουμε μια άλλη. Για παράδειγμα όταν σταματήσεις να δουλεύεις και καταναλώνεις περισσότερη έμπνευση με τη μορφή του διαβάσματος και της παρακολούθησης. Μετά από αυτό είσαι γεμάτος έμπνευση και να γυρίσεις στη δουλειά σου γεμάτος ιδέες για το πρότζεκτ σου.



7. Δημιούργησε κατά την διάρκεια μιας ισχυρής διάθεσης

Για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα, η έρευνα έχει επισημάνει την ευτυχία ως την ιδανική κατάσταση για δημιουργία. Πρόσφατα, μια νέα έρευνα στον τομέα της δημιουργικότητας στο χώρο εργασίας σημείωσε αυτό “ η δημιουργικότητα αυξάνεται όταν τα θετικά και αρνητικά συναισθήματα είναι σε υψηλά επίπεδα.

Υποθέτουμε πως ενώ ορισμένες αρνητικές διαθέσεις μπορεί να σκοτώνουν την δημιουργικότητα , δεν είναι τόσο καθολικές όσο οι θετικές διαθέσεις (χαρά. Ενθουσιασμός, αγάπη κα.)μερικές φορές μπορεί να κάνει μια ώθηση για την δημιουργική σκέψη, από το να την αποτρέψει . Δεν θέλουμε να σας βάλουμε σε αρνητική διάθεση για να δημιουργήσετε κάτι, αλλά την επόμενη φορά που βρίσκεται σε μία συναισθηματική κατάσταση, προσπαθήστε να συγκεντρώσετε αυτή την ενέργεια στο να δημιουργήσετε κάτι , το τελικό αποτέλεσμα μπορεί να αξίζει και να είναι απρόσμενο.



8. Κινήσου

Υπάρχει καμία αμφιβολία πως το “ έκανε περισσότερη άσκηση ” είναι μία από τις πιο **επιθυμητές συνήθειες** ολόκληρου του κόσμου ?

Κάποιες έρευνες ακόμη, προτείνουν ότι η άσκηση μπορεί να αυξήσει την δημιουργική σκέψη , λόγω της ικανότητας να κάνει την καρδιά να χτυπά και να βάζει τους ανθρώπους σε μια θετική διάθεση . είναι παρόμοιο με το πώς **άλλες έρευνες** δείχνουν πως το να σκέφτεσαι την αγάπη μπορεί να παράγει περισσότερες δημιουργικές σκέψεις. Δεν είναι κατά ανάγκη η πράξη αλλά η αλλαγή διάθεσης.



Εάν είσαι σταματημένος σε ένα δημιουργικό μονοπάτι και θες να κάνεις ένα διάλειμμα, δοκίμασε την άσκηση καθώς το μυαλό σου είναι υποσυνείδητα στη δουλειά, μπορεί να βοηθήσει να επιταχύνει την “ αχα! ” στιγμή σου.



9. αναρωτήσου “ τι θα μπορούσε να είναι? ”

Σύμφωνα με μια **έρευνα** , γύρω από την διαδικασία **αντιπαραδειγματικής σκέψης**, κοιτάζοντας μια κατάσταση που έχει ήδη συμβεί και ρωτώντας τον εαυτό σου “ τι θα μπορούσε να συμβεί? ” μπορεί να ενισχύσει την δημιουργικότητά σου για ένα σύντομο χρονικό διάστημα.



Πως να σπάσεις το δημιουργικό μπλοκ



Το να αποταθείς σε ένα “ δημιουργικό μπλοκ ” είναι εξαιρετικά απογοητευτικό για τον καθένα, αλλά ειδικά για αυτούς που ασχολούνται με την δημιουργικότητα . υπάρχει ένα συναίσθημα της ανικανότητας όταν χρειάζεται να κάνει πρόοδο με μια ιδέα αλλά δεν την βλέπεις να έρχεται.

Για του υπόλοιπους εμάς , εάν έχεις πήξει με πάρα πολλές επιλογές , ή ακόμη χειρότερα, δεν μπορείς να πλάσεις μια δημιουργική ιδέα εκείνη την στιγμή για να σώσεις την ζωή σου , τα ψυχικά μπλοκ μπορεί πραγματικά να βάλουν ένα

εμπόδιο στη δημιουργική σου προσπάθεια.

Συχνά βρίσκουμε λύσεις όταν ξεφεύγουμε από το πρόβλημα και ερχόμαστε πίσω σε αυτό αργότερα. Απέτυχες ποτέ σε ένα βίντεο παιχνίδι? σίγουρα έκανες πίσω και ήρθες αργότερα και δοκίμασες ακόμη μια φορά , μετά από λίγη ώρα έφτασε στον στόχο και πήρες μια γεύση από την νίκη .

Μετά αναρωτήθηκες “ γιατί δεν το κατάφερε αυτό από την πρώτη φορά? ” είναι λόγω μιας συνθήκης στο μυαλό που ονομάζεται “**επώαση**” , που είναι μέρος των 5 προτεινόμενων σταδίων της δημιουργικότητας.

- 1 Προετοιμασία
- 2 Επώαση
- 3 Υπαινγμός
- 4 Διαφωτισμός
- 5 Επαλήθευση



Το πρόβλημα με αυτά τα στάδια είναι πως το ένα χρησιμοποιείται για να σπάσει μέσα από τον δημιουργικό μπλοκ (Επώαση) είναι κάπως μυστηριώδης και ασαφής , γνωρίζουμε πως το να κάνουμε ένα διάλειμμά είναι μέρος του, αλλά τι άλλο υπάρχει? Ένα πράγμα είναι σίγουρο , και δουλεύει σίγουρα, Γύρω στις 50 ξεχωριστές έρευνες για την Επώαση και την δημιουργικότητα έχουν διεξαχθεί, και πάνω από τα ¾ από αυτές έχουν βρει πως ένα σημαντικές επιπτώσεις (άλλοι βρήκαν μικρότερες επιπτώσεις στην δημιουργικότητα ή στη μη δημιουργικότητα , αλλά αυτό ήταν αναμενόμενο) .

Επιπρόσθετα , μια **έρευνα** αποκάλυψε πως όταν διακόψουν τους ανθρώπους όταν κάνουν κάτι δημιουργικό, είναι πιο πιθανόν να παράγουν δημιουργικές ιδέες όταν συνεχίσουν την το έργο τους εάν τους πει κανείς πως πρέπει να το ξανακάνουν.



Τι σημαίνει αυτό : Αυτούς τους ανθρώπους που τους διέκοψαν την ώρα μιας δημιουργικής εργασίας, και δεν τους είπαν να το κάνουν από την αρχή, ήταν ανίκανοι να παράγουν πολλές δημιουργικές ιδέες. Αντίθετα, σε αυτούς που είπαν να συνεχίσουν το έργο τους, ήρθαν πίσω με περισσότερες δημιουργικές ιδέες .

Ερευνητές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι ίσως

προβλεπόμενα διαλείμματα επιτρέπουν στους ανθρώπους ασυνείδητα να δουλεύουν , με αποτέλεσμα στην “Αχα!” στιγμή όπου όλοι ξέρουμε και αγαπούμε, η οποία έρχεται από το πουθενά .

Αυτό σημαίνει πως καταπολεμώντας το ψυχικό μπλοκ, παίρνει περισσότερο από μια τυχαία διακοπή, και πως οι δημιουργικοί άνθρωποι μπορούν να επωφεληθούν από το να έχουν προγραμματισμένα διαλείμματα όπου έχουν το κίνητρο και γνωρίζουν πως θα αντιμετωπίσουν το πρόβλημα ξανά.



Για να μεγιστοποιήσουμε την αποτελεσματικότητα των περιόδων επώασης και να μας δώσει ώθηση στη στιγμή “Αχα!” προσπάθησε να μην αφήσεις τον εαυτό σου να μην είναι ψυχικά κουρασμένος περνώντας προγραμματισμένα διαλείμματα, για να αφήσει το ασυνείδητο να δουλέψει στο πρόβλημα που έχεις κολλήσει.

Δημιουργικότητα σε ομάδες: Γιατί η ανταλλαγή ιδεών δεν λειτουργεί

Απρόσμενο, σωστά? ΟΙ άνθρωποι σε ομάδες ανταλλαγής ιδεών , έχει βρεθεί από ερευνητές πως παράγουν λιγότερες ιδέες και πιο χαμηλής ποιότητας από το να εργάζεσαι μόνος.



Ορίστε οι λόγοι που οι ερευνητές πιστεύουν αυτό :



Κοινωνική Λούφα : έρευνα στον τομέα της **κοινωνικής λούφας** δείχνει ότι όταν οι άνθρωποι είναι σε ομάδες, είναι λιγότερο πιθανό να δεσμευτούν πλήρως επειδή οι άλλοι θα πάρουν την σκυτάλη.

★ **Παραγωγικό μπλοκάρισμα:** όταν άλλοι άνθρωποι μιλάνε, οι υπόλοιπες ιδέες της ομάδας πρέπει να περιμένουν. Αυτό προκαλεί σύγχυση σε κάποιους ανθρώπους και χάνουν τις ιδέες τους, αποθαρρύνουν τους εαυτούς τους από το να τις αναφέρουν, ή απλά ξεχνούν κάποιες ιδέες που μόλις εμπλούτισαν.

★ **Αξιολόγηση σύλληψης:** Με απλά λόγια, αν και πολλές ομάδες με ιδέες προσπαθούν να αφήσουν την αξιολόγηση μέχρι το τέλος, οι συμμετέχοντες ξέρουν πως άλλοι άνθρωποι θα κρίνουν τις ιδέες τους . όταν είσαι μόνος σου, έχεις περισσότερη ώρα να χτίσεις την ιδέα σου πριν την παρουσιάσεις .



Δεδομένου ότι δεν είναι όλες οι δημιουργικές εργασίες μπορούν να γίνουν μόνες, κάποιον είδους συνεργασίας χρειάζεται για να βεβαιωθείτε πως κάποιος ιδέες θα γίνουν και για να βεβαιωθείτε πως ολόκληρο το γκρουπ νιώθει ότι συμμετέχει στη διαδικασία της ιδέας για να υλοποιηθεί.

Πώς λειτουργεί? Ακολουθεί παλαιότερους κανόνες ,



- ⇒ Μην κριτικάρεις.
- ⇒ Δώσε έμφαση στη ποσότητα .
- ⇒ Συνδύαζε και βελτίωσε ιδέες που παρήχθησαν από άλλους .
- ⇒ Γράψε μια ιδέα που σου έρχεται στο μυαλό .
- ⇒ Πιστεύουμε σε σένα.



Ανάλυσε και διάλεξε την καλύτερη επιχειρηματική ιδέα

Ξεκινώντας μια κοινωνική επιχείρηση είναι δύσκολο. Μπορεί να είναι πολύ επικερδές αλλά στην αρχή θα είναι πολύ δύσκολο. Ο μόνος τρόπος για να επιτύχει η πρωτοβουλία σου , είναι να είσαι παθιασμένος με αυτό που κάνεις . Ακολουθήσε τα όνειρά σου και χρησιμοποίησε την γνώση σου. Το πάθος σου και η γνώσεις σου είναι το καλύτερο μέρος για να ξεκινήσεις διαλέγοντας την καινούρια σου επιχείρηση. Αποδεχτούν την πρόκληση και ακολούθησε τις οδηγίες της ζωής.



Η επιχειρηματική ιδέα

Εκπληρώνοντας την κοινωνική και πολιτιστική υποχρέωση εξαρτάται από μια ισχυρή, βιώσιμη επιχείρηση . Για να φτιάξεις μια επιτυχημένη, βιώσιμη επιχείρηση η πρώτη ιδέα πρέπει να είναι εφικτή και δημιουργική . Κάποιοι μπορεί να έχουν μια υπέροχη ιδέα για επιχείρηση πριν την ξεκινήσουν καν , άλλοι χρειάζονται περισσότερο χρόνο για να παράγουν μια που τους ταιριάζει.

Αυτό το κεφάλαιο θα σας βοηθήσει να καταλάβετε πως να δημιουργήσετε και να αξιολογήσετε μια επιχειρηματική ιδέα.



1. Γιατί μια επιχειρηματική ιδέα είναι σημαντική ?

Μια επιχειρηματική ιδέα είναι μια έννοια η οποία μπορεί να οδηγήσει σε οικονομικό όφελος και μπορεί να είναι ένα προϊόν ή μια υπηρεσία σε αντάλλαγμα τα λεφτά. Εάν ο σκοπός της επιχείρησης είναι να επίτευξη ένα κοινωνικό σκοπό πέραν από το να είναι δημιουργική και πολιτιστική, μπορεί να αναρωτιέσαι γιατί μια επιχειρηματική ιδέα είναι σημαντική .

Στην πραγματικότητα, η επιχειρηματική ιδέα είναι το θεμέλιο της κάθε επιχείρησης., είναι αναμφισβήτητα πιο σημαντική ακόμη και από την κοινωνική αποστολή αφού η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι πρώτη και κύρια . Είναι η επιχειρηματική ιδέα που διαφοροποιεί μια κοινωνική επιχείρηση από μια φιλανθρωπική . Έχοντας μια πηγή εισοδήματος από εμπορικές δραστηριότητες επιτρέπει στην δημιουργική και πολιτιστική επιχειρηματικότητα να ακολουθήσει την δική της ατζέντα, ανεξάρτητα, χωρίς παρεμβολές από τοπικές ή εθνικές κυβερνήσεις ούτε από άλλες οργανώσεις που ενδέχεται να υποδεικνύουν την κατεύθυνση και τον σκοπό .



2. Παραγωγή ιδεών

Η παραγωγή ιδεών είναι το πρώτο εμπόδιο για να ξεκινήσεις την δική σου επιχείρηση., για αυτό τον λόγο ορίστε κάποιες μεθόδους που θα σε βοηθήσουν.

- ★ **Οικογένεια** - – Συχνά οι επιχειρηματίες βρίσκουν δημιουργικότητα από την οικογένεια τους. Πέρασε λίγο χρόνο μιλώντας με την οικογένεια σου, ρώτησέ τους ερωτήσεις και δες τι θα συμβεί.
- ★ **Φίλοι**- Με τον ίδιο τρόπο, η φίλοι σου μπορεί να είναι το ίδιο σημαντικοί πηγή με την οικογένειά σου.
- ★ **Τι σε ενοχλεί?** – Υπήρξαν φορές τις οποίες ενοχλήθηκες από ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Σκέψου αυτές τις φορές και ρώτα τον εαυτό σου γιατί σε ενόχλησε, μετά σκέψου τρόπους που θα μπορούσε να το κάνει καλύτερο.
- ★ **Ενδιαφέροντα** – Τι ενδιαφέροντα έχεις? Μπορεί ένα από αυτά να είναι κάτι με το οποίο θα κερδίζεις λεφτά και να γίνει επιχείρηση?
- ★ **Ταξίδια** – Τα ταξίδια θα σου δώσουν μια καλύτερη προοπτική του κόσμου και θα αναπτυχθεί ως άτομο . μπορεί να δεις κάτι το οποίο θα λειτουργούν στη χώρα σου ή περιοχή σου, ή μπορεί να συναντηθείς με κάποιον και να ξεκινήσετε μια συνεργασία.



Έχε τα μάτια σου ανοιχτά – Αντίθετα, το να είσαι περισσότερο ενημερωμένος για το τοπικό περιβάλλον, μπορεί να σου δώσει την έμπνευση που χρειάζεται η οποία μπορεί να βρίσκετε μπροστά σου .



Εξέταση των υφιστάμενων υπηρεσιών και προϊόντων — Η καινοτομία προέρχεται από τις ανάπτυξης αντικειμένων καθημερινής χρήσης. Κοίταξε τι υπάρχει γύρω σου και αναρωτήσου , τι μπορώ να κάνω για να καλύτερέψει.



Sleep on it – Συνήθως είμαστε πιο δημιουργικοί όταν κοιμόμαστε. Όταν ξυπνάς το πρωί, γράψε κάτω τι θυμάσαι.



Έρευνα στο διαδίκτυο —έχεις ένα τεράστιο πλούτο γνώσης στα χέρια σου, χρησιμοποίησέ το.

Πάμε να δοκιμάσουμε? Πάρε ένα μολύβι και άρχισε να το φαντάζεσαι

- 1 Γράψε κάτω την επιχειρηματική σου ιδέα, μπορεί να είναι αλλόκοτη όσο την θέλεις
- 2 Ερεύνησε αν μια τέτοια επιχείρηση έχει γίνει πιο πριν ή και αν δεν την έχει κάνει ακόμη κανένας, αν η ιδέα είναι εφικτή
- 3 Εντόπισε τα θετικά αυτής της ιδέας, (είναι πραγματικά χρήσιμη/θα αλλάξει την ζωή των ανθρώπων προς το καλύτερο?) ή είναι κάτι που μπορεί να βελτιώσει υφιστάμενα προϊόντα/επιχειρήσεις ?.
- 4 Γράψε τα μειονεκτήματα αυτής της ιδέας (είναι ακριβό?/η τεχνολογία υπάρχει?)

Ideas	Has the idea been done before? (Y/N)	Advantages or positive impact of this idea	Disadvantages or negative impact of this idea



3. Αξιολόγηση επιχειρηματικής ιδέας

Όταν έχεις την επιχειρηματική ιδέα, είναι σημαντικό να την δεις με περισσότερη λεπτομέρεια και να εξασφαλίσεις ότι είναι βιώσιμο.

Η βιωσιμότητα αφορά τις δυνατότητες των επιχειρήσεων να επιβιώσουν και να διατηρήσουν τα κέρδη πάνω από μια παρατεταμένη χρονική περίοδο. Προκειμένου για μια επιχείρηση να επιβιώσει πρέπει να είναι κερδοφόρα χρόνο με τον χρόνο. Όσο περισσότερο μια εταιρεία μπορεί να παραμείνει κερδοφόρα, τόσο καλύτερη θα είναι η βιωσιμότητά της.

Αυτές είναι 3 ερωτήσεις που μπορείς να ρωτήσεις τον εαυτό σου για να αξιολογήσεις κατα πόσον η ιδέα είναι βιώσιμη

⇒ Τι πρόβλημα προσπαθείς να λύσεις? Πιο είναι το νόημα του προϊόντος σου/υπηρεσίας

⇒ Τι είναι διακριτικό ή νέο σχετικά με το προϊόν ή την υπηρεσία?/Υπάρχει ανταγωνισμός για κάποιον που κάνει το ίδιο πράγμα? Και αν ναι πως είναι η διαφορετική σου προσέγγιση? Όχι, γιατί όχι ?



⇒ Ποιος θα πληρώσει για αυτό που κάνεις? Υπάρχει αγορά για αυτό που προσφέρεις?

Είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι η επιχειρηματική ιδέα που υποστηρίζει μια δημιουργική και πολιτιστική επιχείρηση είναι βιώσιμη και αειφόρα.

ένα δημιουργικό και πολιτιστικό, δεν θα είναι σε θέση να επιτύχει τις δημιουργικές, πολιτιστικές και κοινωνικές φιλοδοξίες εάν δεν είναι σε θέση να υποστηρίξει τον εαυτό της οικονομικά, για αυτό τον λόγο η επιχειρηματική ιδέα είναι αναγκαία για την επιτυχία της κοινωνικής επιχείρησης.



4. Η κοινωνική αποστολή

Τι διαφοροποιεί μια δημιουργική και πολιτιστική επιχείρηση από μια κανονική επιχείρηση είναι ο κοινωνικός σκοπός και η πολιτιστική και δημιουργική αντιμετώπιση.

Θα σε βοηθήσουμε να καταλάβεις τι είναι ο κοινωνικός σκοπός και πως μια κοινωνική επιχείρηση πρέπει να το επιδιώξει για να το αντιμετωπίσει. Επίσης θα συζητήσουμε πως να διαχειριστείτε σχέσεις, ιδίως με δικαιούχους και εταίρους.

Υπάρχει μια σειρά από διαφορετικά κοινωνικά ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι στον κόσμο, εδώ βρίσκονται κάποια παραδείγματα, όταν αναφερόμαστε σε κοινωνικά προβλήματα.



- 👤 Μεγάλοι αριθμοί **προσφύγων** και **μεταναστών**
- 👤 Υψηλά επίπεδα ανεργίας των νέων
- 👤 Γήρανση του πληθυσμού
- 👤 Υψηλά επίπεδα αστέγων

Τα παραπάνω προβλήματα είναι γενικά θέματα που επηρεάζουν πολλές χώρες του κόσμου. Παρόλα αυτά υπάρχουν πολλά κοινωνικά προβλήματα που αντιμετωπίζεις σε τοπικό επίπεδο. Σε αντίθεση με την επιχειρηματική ιδέα, οι περισσότερες κοινωνικές επιχειρήσεις δεν διαλέγουν ένα οποιοδήποτε κοινωνικό θέμα, διαλέγουν ένα με το οποίο έχουν εμπειρία.



Το κοινωνικό ζήτημα είναι η βασική κινητήρια δύναμη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, είναι ο λόγος που υπάρχει και οι λειτουργίες του πρέπει να απευθύνονται στο κοινωνικό πρόβλημα όσο πιο πολύ. Όταν προσδιορίζουμε ένα κοινωνικό ζήτημα, θα πρέπει να εξεταστεί εάν η λύση σου είναι η αντιμετώπιση στην

αιτία ή είναι απλώς ένα σύμπτωμα ενός ευρύτερου προβλήματος. Για παράδειγμα, εάν η κοινωνική σου επιχείρηση παρέχει δεξιότητες κατάρτισης σε άστεγους και πρώην άστεγους για να τους βοηθήσει να βρουν δουλειά, αν και έχει βοηθήσει τους ανθρώπους να ξεφύγουν από τον κύκλο των αστέγων, δεν τους αποτρέπει από το να είναι άστεγοι εξ αρχής.

Παρόλα αυτά για κάποια προβλήματα, θα είναι πολύ δύσκολο να αντιμετωπίσεις την αιτία. Για παράδειγμα, η μεταναστευτική και προσφυγική κατάσταση προκλήθηκε από γεω-πολιτικά γεγονότα. Τα οποία είναι απίθανο να μπορούν να λυθούν. Παρα όλα αυτά, εξακολουθεί να είναι ένα ζήτημα, για το εάν η κοινωνική επιχείρηση μπορεί να βοηθήσει έφερε.



Το σημαντικό είναι να αντιμετωπίσεις την αιτία του προβλήματος όπου είναι εφικτό, αλλά ως αποτέλεσμα να έχει ένα θετικό αντίκτυπο

Social Issue	Business
Homelessness	Tour Guiding Business
Youth Unemployment	Café/Restaurant
Refugees and Migrants	Grocery Store
Disabled Adults	Magazine/Newspaper
Vulnerable Elderly People	Upcycling Shop
Indigenous Populations	Art Gallery

Developing the Business Idea

Μόλις δημιουργήσεις μια επιχειρηματική ιδέα και μια κοινωνική αποστολή, θα πρέπει μετά να εξελίξεις την ιδέα σου και να την μετατρέψεις σε κάτι αληθινό. Για να το κάνεις αυτό, πρέπει να καταλάβεις την αξία αυτού που δημιουργούν.

Η Δ/Π-Ε στηρίζεται στην Τριπλή κάτω Γραμμή για να αξιολογήσει την τιμή που έχουν δημιουργήσει και το αντίκτυπο που είχαν. αυτός είναι ένας άλλος παράγοντας που την διαφοροποιεί από τις κανονικές επιχειρήσεις.

Επιπρόσθετα, προκειμένου να κατανοήσεις τα πρακτικά βήματα πρέπει να δημιουργήσετε την επιχείρησή σου, πρέπει να προσδιορίσετε το όραμά σου, τον σκοπό και βάλτε στον εαυτό σου στόχους.



1. Δημιουργία κέρδους Triple Bottom Line

TRIPLE BOTTOM LINE είναι η πεποίθηση ότι οι εταιρείες θα πρέπει να επικεντρωθούν σε τρεις διαφορετικές κατευθυντήριες γραμμές.

- ★ Το ένα είναι το κέρδος-One is profit – ο παραδοσιακός τρόπος μέτρησης κέρδους ζημίας της κάθε εταιρείας.
Το δεύτερο είναι οι άνθρωποι – ένα μέτρο του πόσο κοινωνικά υπεύθυνη λειτουργία έχει η εταιρεία
- ★ Το τρίτο και τελευταίο είναι ο πλανήτης – πόσο περιβαλλοντικά υπεύθυνη είναι η εταιρεία



Τώρα έχεις μια επιχειρηματική ιδέα. Και εντόπισαν τον κοινωνικό της σκοπό. Τώρα πρέπει να συνδυάζεις όλα αυτά για να δημιουργήσεις μια κοινωνική επιχείρηση για να δημιουργήσεις το Triple Bottom Line profit.

Ορίστε μερικά πετυχημένα σχέδια που έχουν χρησιμοποιηθεί από Δ/Π-Ε

- ✓ **Σταυρωτή αποζημίωση** – μια ομάδα πελατών πληρώνει για την υπηρεσία. τα κέρδη από αυτή την ομάδα χρησιμοποιούνται για την επιδότηση υπηρεσιών για άλλες υπο-εξυπηρετούμενες ομάδες.
- ✓ **Χρέωση για την υπηρεσία** – οι δικαιούχοι καταβάλλουν άμεσα για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που προσφέρει η Δ/Π-Ε.
- ✓ **Απασχόληση και επαγγελματική Εκπαίδευση** – ο κύριος σκοπός είναι να παρέχει μισθούς, ανάπτυξη δεξιοτήτων, και εργασιακή εκπαίδευση.
- ✓ **Αγορά μεσάζοντα** – η Δ/Π-Ε ενεργεί ως μεσάζων, ή διανομέας σε μια διευρυμένη αγορά. Οι δικαιούχοι είναι οι προμηθευτές των προϊόντων και/ή υπηρεσιών που διανέμεται σε μια διεθνές αγορά.
- ✓ **Συνδετής αγοράς** – η Δ/Π-Ε διευκολύνει τις εμπορικές σχέσεις μεταξύ δικαιούχων και νέων αγορών.
- ✓ **Ανεξάρτητη υποστήριξη** – η Δ/Π-Ε προσφέρει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία σε μια εξωτερική αγορά η οποία είναι ανεξάρτητη από τον δικαιούχο και τον κοινωνικό αντίκτυπο. Τα κεφάλαια χρησιμοποιούνται για την υποστήριξη κοινωνικών προγραμμάτων του δικαιούχου.

- ✓ **Συνεταιρισμός** - για κέρδος ή μη κερδοσκοπική επιχείρηση που ανήκει από τα μέλη που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες, παρέχοντας σχεδόν κάθε είδος των αγαθών ή υπηρεσιών. Παρόλα αυτά δεν υπάρχει τίποτα να σε σταματήσει από το να συνδυάσεις ένα ή περισσότερα από αυτά τα σχέδια ή να δημιουργήσεις ένα καινούριο, η Δ/Π-Ε χτίζεται στην καινοτομία.



2. Ανάλυση SWOT

Μάθε τι λειτουργεί καλά και τι όχι τόσο καλά. Ρώτησε τον εαυτό σου που θα πας, πώς μπορεί να φτάσεις εκεί και τι μπορεί να μπει στο δρόμο σου. Υπάρχουν μεγάλα θέματα, θα χρειαστείς μια δυναμική αλλά απλή τεχνική για να σε βοηθήσει [SWOT Analysis](#).

Ας αποκρυπτογραφήσουμε και δούμε προσεκτικά την ανάλυση SWOT. Η λέξη SWOT σημαίνει Πλεονέκτημα (*Strengths*), Αδυναμία (*Weaknesses*), Ευκαιρίες (*Opportunities*) και Απειλές (*Threats*) έτσι μια ανάλυση SWOT είναι μια τεχνική για αξιολόγηση αυτών των τεσσάρων πτυχών για την επιχείρησή σου.



Μπορείς να χρησιμοποιείς την ανάλυση SWOT για να αξιοποιήσετε στο έπακρο ό,τι έχεις για τον οργανισμό σου. και μπορείς να μειώσετε τις πιθανότητες αποτυχίας, με την κατανόηση τι σου λείπει και την εξάλειψη των κινδύνων που διαφορετικά θα σε πιάσουν απροετοίμαστο.

Ακόμη καλύτερα, μπορείς να αρχίσεις να δημιουργείς μια στρατηγική που να σε ξεχωρίζει από τους [ανταγωνιστές](#), και έτσι να ανταγωνιστεί με επιτυχία στην αγορά.

S STRENGTHS	W WEAKNESSES	O OPPORTUNITIES	T THREATS
- Things the company does really well - Qualities and characteristics which give you an advantage over the competition - Internal resources such as dedicated and knowledgeable staff - Assets such as capital, intellectual property, etc.	- Things the company lacks - Things the competition does better - Limited resources	- Untapped or underserved markets - Few competitors - Growing demand for your products or services - Positive press/media coverage - Goodwill amongst target audience	- New competition - New industry and/or regulatory standards - Negative press/media coverage - Lack of goodwill

Χρησιμοποίησε τεχνικές ιδεοκαταιγισμού για να χτίσεις μια λίστα από ιδέες για το που βρίσκεται ο οργανισμός σου/ κάθε φορά που συναντάς ένα Πλεονέκτημα, Αδυναμία, Ευκαιρία ή Απειλή, γράψε την κάτω στο κατάλληλο κουτάκι.

Για να διευκρινιστεί πιο τμήμα ανήκει μια ιδέα, θα ήταν βοηθητικό να σκεφτούμε τα Πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες ως εσωτερικοί παράγοντες- δηλαδή, για

να κάνουμε την οργάνωση, την επένδυση, τις διαδικασίες, και τον κόσμο, Σκέψου ευκαιρίες και απειλές ως εξωτερικούς παράγοντες, που προκύπτουν από την αγορά, τον ανταγωνισμό και την οικονομία.



3. όραμα, αποστολή, στόχος

Όπως τις κανονικές επιχειρήσεις, οι κοινωνικές επιχειρήσεις χρειάζονται ένα πλάνο/ Πρέπει να καταλάβεις τι θέλεις να πετύχεις μέσω της κοινωνικής επιχείρησής, και μετά πώς θα φτάσεις εκεί και τι πρακτικά βήματα χρειάζεται για να το πετύχεις.

Για να το κάνεις αυτό, και να δημιουργήσεις ένα πλάνο που μπορείς να ακολουθήσεις, ορίστε 3 πράγματα που πρέπει να γνωρίζεις, το όραμα, την αποστολή και τον στόχο.

- ★ **Το όραμα σου**– το όραμά σου είναι αυτό που ξεχωρίζει την κοινωνική επιχείρησή σου, αυτό δεν πρέπει να είναι πολύ συγκεκριμένο, αλλά περιγράφει τις φιλοδοξίες σου. Ή να σκέφτεσαι το μέλλον, πώς ή γιατί ο κόσμος θα είναι διαφορετικός για το τι θέλει να πετύχει η επιχείρησή σου.
- ★ **Η αποστολή σου**– η αποστολή σου πρέπει να είναι συγκεκριμένη τι ακριβώς προσπαθείς να πετύχεις?



★ **Ο στόχος σου** – ο στόχος σου είναι τα πρακτικά βήματα που χρειάζονται για να πετύχεις την αποστολή σου και να ολοκληρώσεις το όραμά σου . Τι χρειάζεται να κάνεις και σε πιο χρονικό διάστημα?

Οι στόχοι είναι μέρος κάθε πτυχής της επιχείρησης /ζωής και παρέχει την αίσθηση της κατεύθυνσης , κίνητρο, σαφή εστίαση και ξεκάθαρη σημασία. Βάζοντας στόχους για τον εαυτό σου, παρέχεις στον εαυτό σου με ένα στόχο για να πετύχει ..

Ένας SMART στόχος χρησιμοποιείται για να βοηθήσει να καθοδηγήσει τον καθορισμό του στόχου. Είναι ακρωνύμιο και σημαίνει Συγκεκριμένο (*Specific*), *Μετρήσιμο* (*Measurable*), *Εφικτό* (*Achievable*), *σχετικό* (*Relevant*) και *έγκαιρο* (*Timely*).



⇒ **Συγκεκριμένο** - - οι στόχοι που είναι συγκεκριμένοι έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να επιτευχθούν.

Για παράδειγμα, ένας γενικός στόχος μπορεί να είναι “Θέλω ν παίξω μουσική” . ένας πιο συγκεκριμένος στόχος είναι “ θέλω να διδάσκω μαθήματα μουσικής στο τοπικό κέντρο της κοινότητάς μου, και σε ένα χρόνο να διαδώσω την μουσική στον τοπικό πληθυσμό ”

⇒ **Μετρήσιμο** - ένας στόχος πρέπει να έχει κριτήριο την μετρήσιμη πρόοδο. Εάν δεν υπάρχουν κριτήρια, δεν θα μπορέσεις να προσδιορίσετε την πρόοδο σου για να φτάσεις το σκοπό σου.

Για παράδειγμα, στον πιο πάνω στόχο “ θα παραδώσω μαθήματα μουσικής στο τοπικό κέντρο της κοινότητάς μου κατά την διάρκεια του καλοκαιριού για να διαδώσω την μουσική στον τοπικό νεανικό πληθυσμό / . Κάθε εβδομάδα θα έχω τρία μαθήματα”

⇒ **Εφικτό** – ένας στόχος πρέπει να είναι εφικτός. Αυτό θα σε βοηθήσει να καταλάβεις τους τρόπους που μπορείς να το πραγματοποιήσεις και να εργαστείς προς αυτή την κατεύθυνση. Η δυνατότητα επίτευξης αυτού του στόχου πρέπει να τεντωθεί για να σε κάνει να αισθανθείς την πρόκληση , αλλά να διευκρινιστεί αρκετά καλά ώστε πρακτικά να επιτύχει.

⇒ **Οχετικό** - ένας στόχος πρέπει να είναι ρεαλιστικός με τον τρόπο όπου ο στόχος πρέπει να επιτευχθεί ρεαλιστικά , με διαθέσιμους πόρους και χρόνο. Είναι πιθανόν να είναι ρεαλιστικό να πιστέψεις πως θα πετύχει.

⇒ **Έγκαιρο** - ένας στόχος πρέπει να δεσμεύει την ώρα, να έχει δηλαδή μια αρχή και ένα τέλος. Εάν ο στόχος δεν έχει χρονικό περιορισμό δεν θα υπάρξει καμία αίσθηση του επείγοντος και το κίνητρο να επιτευχθεί ο στόχος.

Για παράδειγμα, χτίζοντας στον πιο πάνω στόχο “ θα παραδώσω μαθήματα μουσικής στο τοπικό κέντρο της κοινότητας για να διαδώσει την μουσική στην νέα τοπική γενιά. Κάθε εβδομάδα θα έχω 3 μαθήματα. Το πρώτο μάθημα θα είναι 1^η Ιουνίου 2020”.



Το να είσαι σε θέση να επικοινωνήσεις το Όραμα και την Αποστολή σου είναι ιδιαίτερα σημαντικό όταν αλληλεπιδρούν με πελάτες και πιθανό κοινό. Θα σε βοηθήσει επίσης να προσπαθήσεις να έχεις εταίρους , δεν μπορείς να περιμένεις από αυτούς να είναι πρόθυμοι να εμπλακούν εάν δεν μπορείς να περιγράψεις με ακρίβεια τι προσπαθείς να επιτύχεις.

Βρες την ομάδα/κοινό σου

Ένα από τα μεγαλύτερα λάθη που μπορείς να κάνεις όταν ξεκινάς μια επιχείρηση είναι να προσπαθείς να απευθύνεται έκκληση προς όλους/. Αντί να προσπαθείς να πετύχεις το μάρκετινγκ σε όλους, προσδιόρισε σε ποιους απευθύνεται. Βρίσκοντας το κοινό σου απαιτεί να θέσεις τον εαυτό σου στη δική τους θέση.

Είσαι έτοιμος? τότε ακολούθησε αυτά τα εύκολα βήματα που θα σε βοηθήσουν να απευθυνθείς στο σωστό κοινό και να είσαι πιο επιτυχημένος από ότι θα φανταζόσουν.



1. Κατάλαβε το κοινό σου

Σκέψου το κοινό σου σαν ένα μεγάλο δωμάτιο γεμάτο ανθρώπους που δεν είναι ιδιαίτερα διορατικοί. Αντί αυτού πρέπει να σκεφτείς τα άτομα σε αυτό το δωμάτιο. Μπορείς να το κάνεις αυτό με την δημιουργία μιας περσόνας.

Αυτοί είναι μόνο φανταστικοί χαρακτήρες που αντιπροσωπεύουν την στοχευμένη αγορά.

Όνομα -Μαίρη Στάρκ

Ηλικία - 23

Οικογενειακή κατάσταση : Άγαμη

Παιδιά – όχι

Εκπαίδευση- κολλέγιο

Επάγγελμα – εθελόντρια σε τοπικό ΜΚΟ

Θέση- άνεργη

Που μένει - σε ένα κοινό σπίτι στις παρυφές της πόλης \

Ενδιαφέροντα - ταξίδια, μουσικά φεστιβάλ, και Banksy

Αντιπαθεί - εταιρείες και fast-food εστιατόρια

Ποιες είναι οι ανάγκες της – εργασία στο τομέα της εκπαίδευσης και κουλτούρας

Πιθανόν χρήσης μέσω κοινωνικής δικτύωσης - Facebook & Twitter



Μπορούμε φυσικά να ανακαλύψουμε πιο βαθιά από το παράδειγμα πιο πάνω και να προσθέσουμε μερικές περισσότερες περσόνες στο πλάνο του μάρκετινγκ μας, αλλά με το να προσωποποιούμε το κοινό, πρέπει να αρχίσεις να αισθάνεσαι για το άτομο που θα έρθει σε επαφή μαζί σου με την κοινωνική σου επιχείρηση.



2. Network & research

Έχεις φίλους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι φίλοι σου έχουν φίλους η οποίοι έχουν και αυτοί φίλουςαπευθυνθούν στο δίκτυο σου, και ζήτα τους να καλέσουν φίλους τους στην σελίδα σου . Η διορατικότητα στη σελίδα στο FaceBook ή τα αναλυτικά στοιχεία της Google ([Facebook page insights](#) ή [Google analytics](#)) θα σου δώσουν μεγάλη διορατικότητα για τα δίκτυα που έχεις , για να δεις πως μπορείς να τα εξάγεις και να τα χρησιμοποιήσεις για το δικό σου καλό . Θα χρειαστεί να είσαι λίγο “ύπουλος” και να μάθεις τι κάνουν οι ανταγωνιστές σου, σε ποιους μιλάτε, πως μιλάνε και τι κάνουν διαφορετικό



3. Κάνε διαφορά στις ζωές τους

Να είσαι ξεκάθαρος στο τι σερβίρεται στο τραπέζι. Γιατί ένας πελάτης να έρθει σε σένα από το να πάει σε έναν ανταγωνιστή?

Είναι τα ανώτερης ποιότητας προϊόντα ή υπηρεσίες, υπάρχει κάτι που χρειάζεται να ανακαλύψει? Έχεις κάποια επιπρόσθετα προϊόντα που προσφέρεις και οι αντίπαλοί σου δεν προσφέρουν?

Εάν είδες ένα **κενό στην αγορά**, γίνε το άτομο που θα το αντιμετωπίσει και να το προσαρμόσεις το μήνυμά σου. Μην πέσεις στην παγίδα του να μην έχεις κάτι καινούριο ή μοναδικό επειδή δεν θα μπορείς να ανταγωνιστεί με μια πιο εγκαθιδρυμένη επιχείρηση



4. Περιεχόμενο

Κάνε το περιεχόμενό σου σχετικό με τον πελάτη. Άσε το να απαντήσει τις ερωτήσεις από το να παρέχεις γενικές πληροφορίες χωρίς αξία. Γνωρίζοντας το εκπαιδευτικό και επαγγελματικό υπόβαθρο σου , καθώς είναι καλό να γνωρίζεις, πως δεν θα βοηθήσει στο να κάνει την ζωή της πιο εύκολη .

Παρακολούθησε τις δημοσιεύσεις σου και δεσ τι αρέσει και τι δεν αρέσει. Υπάρχουν πολλά διαδικτυακά εργαλεία που μπορείς να χρησιμοποιήσεις για να το κάνεις αυτό, συμπεριλαμβανομένου του Google analytics. Μόλις μάθεις τι αρέσει να βλέπει και να διαβάξει ο κόσμος , μπορείς να προσαρμόσεις τις μελλοντικές δημοσιεύσεις κατάλληλα.



5. Έρευνα

Μην υποθέσεις πως γνωρίζεις τι θέλουν οι άνθρωποι. Μάθε από αυτούς, συμπεριέλαβε τους στη διαδικασία, άρχισε συζητήσεις που θα οδηγήσουν σε μεγάλες ιδέες, που θα χρησιμοποιήσεις για να κάνεις την διαδικτυακή σου ύπαρξη πιο δυνατή και πιο σχετική .

Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσεις εργαλεία όπως [clickinsights](#), [survey monkey](#). Μπορείς να προγραμματίσεις emails για να στέλνονται στους συνδρομητές σου κάθε 2 μήνες ή τριμηνιαία, ζητώντας άμεσες ερωτήσεις, όπως σε τι θα ήθελα να λαμβάνουν περισσότερες πληροφορίες ή σε ποιους τομείς .



6. Κίνησε το ενδιαφέρον των ακολουθών σου

Ένα πράγμα το οποίο κάνει τους ανθρώπους να διαγράφουν είναι η έλλειψη δέσμευσης με τον ιδιοκτήτη της ιστοσελίδας.. Βεβαιώσου ότι μπορείς να παρακολουθεί στενά την ιστοσελίδα και να απαντάς σε ερωτήσεις και σχόλια . Να συμμετέχεις σε σχετικές ομάδες, μπορεί να πάρει πολλά με την εμπλοκή σου με διαφορετικό κοινό. Θα σου δώσει μια καλύτερη κατανόηση για το τι ακριβώς θέλουν. Κάνε μικρές έρευνες σε ενδιαφέρων πράγματα ακόμη και αν δεν σχετίζονται με την επιχείρησή σου. Το θέμα είναι να κρατήσεις το ενδιαφέρον του κόσμου στη σελίδα σου.



7. μείνε ενημερωμένος

έχεις πάρει χρόνο στο να γνωρίζεις το κοινό σου και να ετοιμάσεις ένα καλό υλικό για να κρατήσεις τον ενδιαφέρον στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης .Θυμήσου να δημιουργήσεις ένα υλικό το οποίο να εστιάζει στις ανάγκες και στα ενδιαφέροντα. Κάνε μια λίστα με συχνές ερωτήσεις που απέσπασαν από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα μηνύματα. Πές τους πως η καινοτομία σου μπορεί να τους βοηθήσει σε οτιδήποτε τους ανησυχεί θέλουν να ξέρουν πως το προϊόν θα τους κάνει την ζωή πιο εύκολη και όχι πόσο καλές προδιαγραφές έχει το προϊόν.

Τέλος, οδήγησέ τους σε μια "πράξη" για παράδειγμα να γραφτούν στο κανάλι σου στο YouTube ή να σε ακολουθήσουν στο Instagram. Με αυτό τον τρόπο θα μπορείς να χτίσεις μια κοινότητα στα μέσα [κοινωνικής δικτύωσης](#) και να έχεις περισσότερο κόσμο .



Δημιούργησε το επιχειρηματικό πλάνο

“τα πλάνα είναι άχρηστα, αλλά ο προγραμματισμός είναι το πάν.”

Dwight D. Eisenhower

Ας λάβουμε υπόψη την φράση του Αμερικανού στρατηγού, και ως καλή συμβουλή να αναπτύξουμε μαζί ένα επιτυχές σχεδιασμό μιας μελλοντικής κοινωνικής και πολιτιστικής επιχείρησης. Θέλουμε να σου προσφέρουμε το περίγραμμα για ένα επιχειρηματικό σχέδιο ως οδηγό για έρευνα, σχεδιασμό και γράψιμο μιας κοινωνικής και πολιτιστικής επιχείρησης.



Οι πιο κάτω ενότητες παρέχονται ως οδικός χάρτης για το πλάνο. Τα περισσότερα επιχειρηματικά πλάνα περιλαμβάνουν το καθένα από αυτά τα τμήματα, αν το μήκος και η ποσότητα της λεπτομέρειας διαφέρει σχετικά με την φύση της επιχείρησης, την πολυπλοκότητα του οργανισμού καθώς και τον σκοπό του ακροατηρίου για το σχέδιο.



Περίληψη

Η περίληψη περιέχει τις πιο σημαντικές πληροφορίες για τους αναγνώστες που πρέπει να κατανοήσουμε και να υποστηρίξουμε την έννοια αλλά όχι απαραίτητα τις λεπτομέρειες του πλάνου

- Οργανωτική περιγραφή
- Επιχειρηματική ιδέα
- Περιγραφή Αγοράς
- Πρόταση αξίας, ή ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Βασικοί παράγοντες επιτυχίας
- Οικονομικές επισημάνσεις και απαιτήσεις κεφαλαίου



Σκοπός

Μια κοινωνική και πολιτιστική επιχείρησης πρέπει να έχει ξεκάθαρο σκοπό, όραμα και πρόταση αξίας, τις οποίες έχουμε συζητήσει πιο πάνω. Κάποιες συμπεριλαμβάνουν την θεωρία της αλλαγής. Η ρύθμιση για τον σκοπό είναι ένα κρίσιμο ερώτημα.

- Οργάνωση αποστολής κα/ή δήλωση οράματος.
- Σχέση κοινωνικής επιχείρησης από τον σκοπό του οργανισμού ή ξεχωριστό σκοπό για την επιχείρηση.



Υπόβαθρο και δομή

Αυτή η ενότητα συνοψίζει την ιστορία του οργανισμού και προγραμματίζει πως η επιχείρηση θα εφαρμόσει μέσα σε έναν μεγάλο οργανισμό.

Η φόρμα θα πρέπει να ακολουθεί την λειτουργία και την νομική δομή που θα πρέπει να υποστηρίξει τους σκοπούς και τις δραστηριότητες της επιχείρησης.

- Συνοπτική περιγραφή, συμπεριλαμβανομένων πλαισίου και προγραμμάτων
- Πως η επιχείρηση θα είναι δομημένη στην οργάνωση
- Νομική δομή και διακυβέρνηση (συμβούλια, συμβουλευτικές επιτροπές, υποβολή εκθέσεων)



Άνθρωποι

Οι άνθρωποι που εμπλέκονται είναι πολύ σημαντικοί, ιδιαίτερα για τους επενδυτές και δωρητές

- Βασικό προσωπικό
- Σύμβουλοι
- Υποστηρικτές/συνεργάτες
- Οργανωτικοί πίνακες
- Σχέδιο ανθρώπινου δυναμικού



Ανάλυση Αγοράς

Η ανάλυση αγοράς είναι η καρδιά του επιχειρηματικού σχεδίου και συχνά δεν εξερευνήσετε όταν σχεδιάζεις μια κοινωνική επιχείρηση. Η καλή έρευνα είναι αναγκαία για να κατανοήσεις τους πελάτες και πως η επιχείρηση θα επιτύχει το κενό και την ζήτηση της αγοράς.

- Περίληψη τρέχουσας κατάστασης της αγοράς
- Στόχος αγοράς και πελατών
- Χαρακτηριστικά πελατών



Ανταγωνιστική Ανάλυση

Αυτή η ενότητα περιγράφει τους ανταγωνιστές, κερδοσκοπικούς και μη, και την πρόταση αξίας ή το πλεονέκτημα αγοράς της επιχείρησης.

- Βασικοί Ανταγωνιστές
- Ανταγωνιστικές υπηρεσίες/προϊόντα
- Κίνδυνοι και ευκαιρίες στην ανταγωνιστική αγορά?
- Ειδική περιγραφή ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων/ αξία προτεινόμενου προϊόντων ή υπηρεσίας



Υπηρεσίες

Είναι μια περίληψη του προϊόντος ή της υπηρεσίας που θα ικανοποιήσει την ζήτηση στην αγορά. Δεν χρειάζεται να περιλαμβάνει αναλυτική περιγραφή, τιμές ή άλλα υλικά.

- Περιγραφή υπηρεσίας/προϊόντος
- Τοποθέτηση υπηρεσίας/προϊόντος
- Μελλοντικές υπηρεσίες/προϊόντα



Μάρκετινγκ και Πωλήσεις

Αυτή η ενότητα θα περιγράψει πως ο οργανισμός θα φτάσει στην στοχευμένη αγορά και πως θα μετατρέψει αυτές τις προοπτικές σε πελάτες που πληρώνουν.

- Στρατηγική Μάρκετινγκ
- Τακτική πωλήσεων
- Διαφήμιση, δημόσιες, σχέσεις και προσφορές
- Περίληψη προβλέψεων για τις πωλήσεις



Λειτουργίες

Αυτή είναι η ενότητα "Πώς να", περιγράφει την δημιουργία και την παράδοση του προϊόντος/υπηρεσίας της επιχείρησης.

- Δομή διαχείρισης
- Σχέδιο στελέχωσης και βασικό προσωπικό
- Εξυπηρέτηση πελατών / στρατηγική και πλάνο
- Απαιτούμενες εγκαταστάσεις, συμπεριλαμβανομένου εξειδικευμένου εξοπλισμού / βελτιώσεις

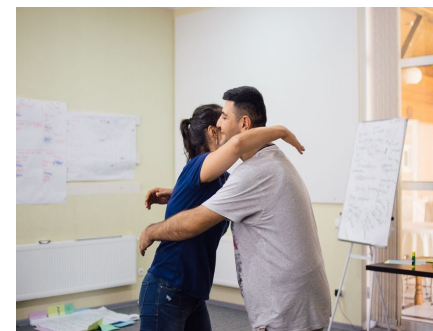


Αξιολόγηση και εκτίμηση

Στις περισσότερες κερδοσκοπικές επιχειρήσεις μετρούν την επιτυχία τους σε οικονομικά αποτελέσματα. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις στο triple bottom line. Θυμάσαι ?

Αυτή η ενότητα περιγράφει τους παράγοντες που θα αξιολογήσουν την εκτίμηση και επιτυχία της επιχείρησης.

- Ποσοτικοί οικονομικοί στόχοι
- Ποσοτικοί στόχοι
- Παρακολούθηση και αξιολόγηση





Χρηματοδοτικό σχέδιο και προβλέψεις

Το οικονομικό τμήμα περιλαμβάνει **προβολές για τα έσοδα** και τα έξοδα για τουλάχιστον 3 χρόνια . σε αυτή την ενότητα δίνει με λεπτομέρειες για το αρχικό κόστος το εξοπλισμού, την απογραφή, την αγορά και την στελέχωση.

Αυτές οι απαιτήσεις μπορούν να χρηματοδοτηθούν από εισφορές και χορηγήσεις της επιχείρησης.



- Αρχικό κόστος και επενδύσεις εξοπλισμού/τεχνολογίας
Απαιτήσεις και πηγές κεφαλαίου
- Έσοδα και έξοδα προβολής
- Περίληψη ταμειακών ροών ή προβολής
- Υποθέσεις και σχόλια



Ρίσκο

Λεπτομερής καταγραφή μεγάλων κινδύνων και για το πως να τους μετρήσεις. Πάντα δειχνει δυνατές λύσεις για κινδύνους που αναφέρθηκαν

- Εξωτερικοί κίνδυνοι
- Εσωτερικοί κίνδυνοι



Πούλησε την ιδέα σου

Καμιά φορά δεν είναι αρκετό ένα καλό όραμα ή ιδέα, θα πρέπει να εφαρμόσει άλλα απαραίτητα βήματα και αξιολογήσεις για να μετατρέψει αυτά σε μια μετρήσιμη επιτυχία.

Στην εποχή της σαρωτικής ενημερωτικής αφθονίας, η προσοχή των ανθρώπων δεν μπορεί να εστιάστεί σε όλη την ποικιλία αλλά το μυαλό των ανθρώπων προστατεύει σε ένα επιλεκτικό τρόπο την υπερφόρτωση.

Η ιεράρχηση συμβαίνει συχνά συνειδητά, αλλά με τον καιρό γυρίζει υποσυνείδητα και ως εκ τούτου είναι μια αλήθεια που θα κάθε επιχειρηματίας θα πρέπει να αντιμετωπίσει.
– υπάρχει μόνο ένα περιορισμένο ποσοστό ανθρώπων οι οποίοι μπορεί να ενδιαφέρονται για μια προσφορά ανάλογα με την τρέχουσα κοινωνική κατάσταση, την συναισθηματική κατάσταση ή άλλες συγκυρίες.



Ένα από τα πρώτα πράγματα που πρέπει να κάνετε για έναν επιχειρηματία όταν θα μετατρέπεις την ιδέα σε πράξη είναι να κατανοήσεις την ομάδα που θα επηρεαστεί και τις ομάδες που θα συνεργαστούν για να πραγματοποιηθεί η ιδέα,

Αυτό συνεπάγεται να μελετηθεί το κοινωνικό περιβάλλον., τις ανάγκες των πελατών ή χορηγών . Πρέπει να θυμηθείς πως η κάθε ιδέα θα πρέπει να επιλύσει κάποιο πρόβλημα και πρέπει συνεχώς να αναρωτιέσαι τι πρόβλημα υπάρχει για να το αντιμετωπίσει η δική σου επιχείρησης. Για κοινωνικούς επιχειρηματίες η ευτυχία μετρίεται με το κοινωνικό όφελος που δημιουργεί η επιχείρηση .



σας συμβουλευουμε να ξεκινήσετε από την έρευνα στον τομέας σας. Η ιδέα σου εξαρτάται από την μοναδικότητα , την καινοτομία και την σχετικότητα του σκοπού της . Μίλησε με εμπειρογνώμονες που γνωρίζεις αυτοπροσώπως ή μέσω δουλειάς, και μάθε τα τελευταία νέα της βιομηχανίας.

Πρέπει να έχεις απαντήσεις στις πιο κάτω ερωτήσεις

- ➡ Έχει υλοποιήσει κάποιος την ιδέα μου? Εάν δεν ήταν επιτυχημένη, εμένα είναι καλύτερη εκδοχή?
- ➡ τι άλλες λύσεις υπάρχουν στην υλοποίησή της. Πόσο μεγάλο είναι το κοινό?
- ➡ Νιώθω γεμάτος δουλεύοντας για αυτό τον σκοπό?



Εκτός από τη μελέτη της ιδέας σου και του κοινού σου θα πρέπει να έχεις την γνώση στο συγκεκριμένο θέμα ούτως ώστε να μπορείς να το παρουσιάσεις την ιδέα με ένα ελκυστικό τρόπο στους μελλοντικούς πελάτες. Το τελευταίο είναι πολύ σημαντικό και παραλείποντας το μπορεί να οδηγήσει τις καλές ιδέες σε υποτιμημένες ιδέες.

Για αυτό τον λόγο υπάρχουν αρκετές τεχνικές τις οποίες πρέπει να τελειοποιήσεις για να μπορείς να παρουσιάσεις τις ιδέες σου καλύτερα, αλλά θα παρουσιάσουμε τον “Λόγο”



Pitching

το να σκεφτείς μια καλή ιδέα είναι δύσκολο, αλλά το να πείθεις τους άλλους είναι δυσκολότερο. Σε πολλούς τομείς το να πεις μια ιδέα σε κάποιον με την δύναμη να το κάνει ονομάζεται pitch. Λογιστικές ιδέες, στρατηγικές εφαρμογής, κινηματογραφικά σενάρια, επιχειρηματικά πλάνα, οργανωτικές αλλαγές, όλα αυτά έχουν γίνει pitched από ένα άνθρωπο σε κάποιον άλλο.



Ο χρόνος είναι σημαντικός

Όσο πιο λίγο χρόνο πάρει ο λόγος σου τόσο το καλύτερο. Μια καταπληκτική ιδέα δεν σημαίνει τίποτα εκτός και αν μπορείς να την μετατρέψεις σε μερικές στιγμές απόλυτης δύναμης. Όσο πιο συνοπτική τόσο πιο αποτελεσματική.



Μετάτρεψε τον λόγο σου σε ιστορία

Η αφήγηση είναι μια επιστημονικά αποδεδειγμένη μέθοδος για να συλλάβει την προσοχή του ακροατηρίου / εξάλλου κάνει τον λόγο σου αξέχαστο.



Εξήγησε καθαρά τι είναι το προϊόν σου

Δείξε στους μελλοντικούς επενδυτές μια φωτογραφία ή δώσε τους το πραγματικό προϊόν να το χρησιμοποιήσουν.



Εξήγησε ακριβώς τι ξεχωρίζει το προϊόν σου/υπηρεσία



Εξήγησε ακριβώς πιο είναι το κοινό σου

Χρησιμοποίησε δημογραφικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά για να εντοπίσεις τους πελάτες σου. Δείξε στους επενδυτές μια εικόνα του πελάτη μαζί με τα σχετικά δεδομένα.



Να είσαι ενθουσιώδης

Μια καλή τεχνική για να αυξήσετε την ενέργειά σου είναι να προσθέσεις 50% περισσότερη ενέργεια από αυτήν που νιώθεις άνετα. Ο άγριος ενθουσιασμός δεν θα σκιάσει τον εκλεπτυσμό σου, την διορατικότητα, την ακεραιότητα και τον ρεαλισμό σου αλλά θα τα ενισχύσει.



Να είσαι καλά

Μπορείς να κρίνεις ένα άτομο με το πως φαίνεται. αυτό ίσως να είναι άδικο αλλά δεν μπορείς να ξεπεράσεις την ανθρώπινη φύση



Δοκίμασε τον λόγο σου

Ναι, ακόμα μια φορά



Να είσαι έτοιμος να απαντήσεις σε ερωτήσεις



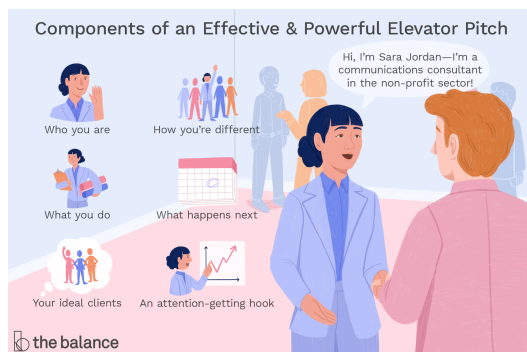


Elevator Pitch

Σημαντικό στη δραστηριότητα του κάθε επιχειρηματία δεν είναι μόνο η ικανότητα του να παρουσιάζει μια ιδέα ή ένα προϊόν αλλά και να παρουσιάζει καλά τον εαυτό σου. Αυτό είναι χρήσιμο όταν χτίζεις δεσμούς με πιθανόν χορηγούς ή πελάτες.

Στην ουσία είναι ένας λόγος σχετικά με εσένα, ποιος είσαι τι κάνεις και τι θέλεις να κάνεις (εάν ψάχνεις δουλειά).

Ο λόγος elevator pitch είναι ένας τρόπος να μοιράσεις την εμπειρία σου γρήγορα και αποτελεσματικά με ανθρώπους που δεν σε ξέρουν.



- ✓ **Ο προσωπικός σου λόγος πρέπει να είναι σύντομος**
Μείωσε τον λόγο σου σε 30-60 δευτερόλεπτα-αυτός είναι ο χρόνος για έναν λόγο, δεν χρειάζεται να περιλαμβάνει ολόκληρη την ιστορία εργασίας σου ή τους στόχους σταδιοδρομίας σου. Πρέπει να είναι μικρός για το ποιος είσαι και τι κάνεις.
- ✓ **Πρέπει να είσαι πειστικός**
Εάν και είναι μικρός λόγος, ο προσωπικός σου λόγος πρέπει να είναι αρκετά συναρπαστικός για να προκαλέσει τον ακροατή να ενδιαφερθεί στην ιδέα σου/ μοίρασε τις ικανότητές σου. Ο προσωπικός σου λόγος θα πρέπει να εξηγήει ποιος είσαι και τι ικανότητες έχεις.
- ✓ **Δοκίμασε, δοκίμασε, δοκίμασε**
Ο καλύτερος τρόπος για να νιώθεις άνετα με τον προσωπικό σου λόγο μέχρι η ταχύτητα και ο λόγος να είναι φυσικά και να μην ακούγονται μηχανικά.

- ✓ **Να είσαι ευέλικτος**
Δεν θα περάσεις από συνέντευξη για μια συγκεκριμένη θέση, και χρειάζεται να είσαι ανοιχτόμυαλος και ευέλικτος. Είναι η ευκαιρία σου να κάνεις μια μεγάλη εντύπωση με ένα πιθανό εταίρο.
- ✓ **Επισήμανε τον στόχο σου**
Δεν είναι ανάγκη να γίνει συγκεκριμένος. Mention your goals. Ένας υπερβολικά στενευμένος στόχος δεν είναι χρήσιμος αφού ο λόγος που θα χρησιμοποιηθεί σε πολλές περιπτώσεις και με πολλούς διαφορετικούς τρόπους και ανθρώπους. Αλλά να θυμάσαι να λες για το τι ψάχνεις.
- ✓ **Γνώρισε το κοινό σου και μίλα σε αυτούς**
Σε μερικές περιπτώσεις χρησιμοποιώντας συγκεκριμένη ορολογία μπορεί να είναι ισχυρή κίνηση-καταδεικνύει την γνώση σου τη βιομηχανία. Αλλά να είναι πολύ προσεκτικός εάν χρησιμοποιούμε την ορολογία στον λόγο σου, ειδικά εάν μιλάς σε κάποιον που δεν είναι εξοικειωμένος με τους όρους. Δες αυτό το [παράδειγμα](#).
- ✓ **Να έχεις μια επαγγελματική κάρτα έτοιμη**
Εάν έχεις μια [επαγγελματική κάρτα](#), δώσε την στο τέλος της συζήτησης ως ένας τρόπος για να συνεχιστεί ο διάλογος. Εάν δεν έχεις μπορείς να χρησιμοποιήσεις το κινητό σου για να μοιράσεις τα στοιχεία επικοινωνίας σου.

Κατά την διάρκεια της πρακτικής σου, δώσε σημασία στα παρακάτω. Αυτά είναι συχνά λάθη, προσπάθησε να τα αποφύγεις

- ✗ Αποτυχία σύνδεσης με το κοινό
- ✗ Δεν μπαίνεις στο θέμα
- ✗ Διαφανείς φλυαρίες
- ✗ Υποτίμηση του τι πραγματικά είναι το "σύντομο"
- ✗ Να δείχνεις πολλά οικονομικά στοιχεία
- ✗ Μην δείξεις πως ο ανταγωνισμός δεν είναι σημαντικός





Δημιούργησε ένα Pitch Deck

Α pitch deck είναι μια σύντομη παρουσίαση, συνήθως χρησιμοποιώντας PowerPoint, Keynote ή Prezi, που χρησιμοποιείται για να παρέχει στο κοινό μια γρήγορη επισκόπηση της έννοιας του επιχειρηματικού πλάνου. Συνήθως χρησιμοποιείτε αυτό το pitch deck πρόσωπο με πρόσωπο ή σε διαδικτυακές συναντήσεις με πιθανούς επενδυτές, πελάτες, εταίρους και συνιδρυτές.

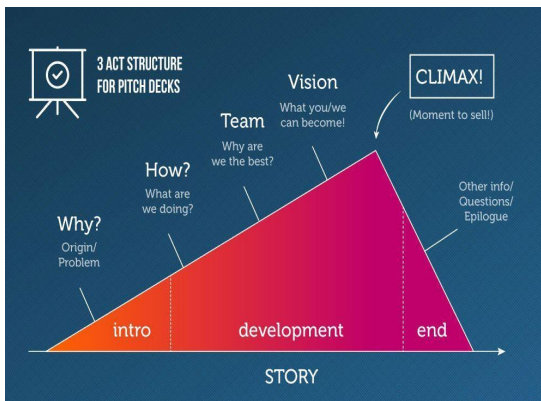
Το περιεχόμενο του Pitch Deck:

- 1 Πες μια ιστορία
- 2 Μην έχεις μπερδεμένες σελίδες
- 3 Να είσαι πρακτικός στο μέγεθος

Η δομή του Pitch Deck:

- 1 Η παρουσίαση πρέπει να περιέχει 10-15 σελίδες το πιο πολύ.
- 2 Όταν κάνεις την ομιλία, η συζήτηση είναι σημαντικότερη από την παρουσίαση.
- 3 Καθόρισε τον χρόνο σου για να σου επιτρέπει συζητήσεις κατά την διάρκεια της παρουσίασης.

Το περίγραμμα Pitch Deck:



Ιδέα (1 σελίδα)
 Πρόβλημα (1-3 σελίδες)
 Λύση (1-2 σελίδες)
 Επιχειρηματικό μοντέλο (1-2 σελίδες)
 Ανταγωνισμός (1 Σελίδα)
 Πλάνο Μάρκετινγκ (1 σελίδα)
 Ομάδα (1 σελίδα)
 Μέλλον (1 σελίδα)
 Λεφτά (1-2 σελίδες)

Υλοποίησε και μεγάλωσε

Πιθανότατα γνωρίζεις ότι για να βοηθήσει την πρωτοβουλία σου να αναπτυχθεί και να καινοτομήσει, είναι σημαντικό να παρακολουθείς διάφορες βασικές πτυχές της επιχείρησής σου. Η ανάγκη για μέτρηση είναι πιο εμφανής ήταν μια νέα επιχείρηση είναι σε ανταγωνισμό με τον εαυτό της. αυτός είναι και ο καλύτερος ανταγωνισμός για δύο κυρίως λόγους.

Πρώτον, το να τα πηγαίνεις καλύτερα από τον προηγούμενο χρόνο είναι σημάδι ανάπτυξης

- ✓ Δεύτερον, ο αυτό-ανταγωνισμός είναι το τέλειο κίνητρο για αυτό-κίνητρο.
- ✓ Οι πιο στοιχειώδεις ερωτήσεις που διασχίζουν το μυαλό μας, όταν σκεφτόμαστε τις μετρήσεις είναι το γιατί και το πώς. Σε καλούμε να απαντήσετε αυτές τις ερωτήσεις πριν ξεκινήσουμε.



➡ Γιατί πρέπει να μετρήσω?

Αν δεν είσαι σίγουρος τι να νικήσεις για να γίνεις καλύτερος, τι ανταγωνίζεσαι? χρειάζεται ένα σημείο αναφοράς για την μέτρηση της προόδου.

Ένας δείκτης απόδοσης στο τέλος κάθε έτους είναι το καλύτερο σημείο αναφοράς για τον επόμενο, λαμβάνοντας συνεχώς μια αυξανόμενη νέα επιχείρηση.

➡ Τι πρέπει να μετρήσω?

Υπάρχουν πολλοί λόγοι που δρουν ως δείκτες προόδου. Μπορούν να ταξινομηθούν κάτω από την κατηγορία **Βασικών δεικτών απόδοσης**





Τα οφέλη χρησιμοποιώντας KPIs

Η Ρύθμιση και παρακολούθηση των KPIs μπορούν να σε κρατήσουν σε καλό δρόμο. Εάν τα έχεις ορίσει σωστά, θα αντανakλούν τα πιο σημαντικά στοιχεία της επιχείρησής σου τώρα.

Για κάθε μια από τις εργασίες στη λίστα σας, μπορείς να αναρωτηθείς πως αυτό θα συμβάλει για να χτυπήσει ένα από τα KPIs, α και να ιεραρχηθούν ανάλογα. Μπορείς να βεβαιωθείς ότι έχεις δαπανήσει ένα μεγάλο μέρος του χρόνου σου σε εργασίες που θα έχουν ένα έμμεσο αποτέλεσμα σε κάτι που είναι αρκετά σημαντικό για την επιχείρησή σου.



Διάλεξε τα KPIs σύμφωνα με τους στρατηγικούς στόχους

Ας ξεκινήσουμε λοιπόν αναφορικά με το επιχειρηματικό σου πλάνο. Ακόμη και το πιο άτυπο επιχειρηματικό πλάνο πρέπει να έχει μια καθαρή λίστα με στρατηγικούς στόχους. Ξεκινώντας με αυτήν την **λίστα** και εξελίσσοντας τα KPIs ώστε να αντανakλούν κάθε μια στις περιοχές με την μεγαλύτερη σημαντικότητα. Το βρετανικό, μη κυβερνητικό Jisc τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, παρέχει **μια χρήσιμη λίστα** για να αναρωτηθείς ώστε να ρυθμίσεις τα KPI.

Ορίστε μια μικρή εκδοχή αυτής της λίστας

- ⇒ Τι ερωτήσεις ελπίζεις να απαντήσεις μέσω των KPIs?
- ⇒ Αυτές οι ερωτήσεις συνδέονται άμεσα με τους στρατηγικούς στόχους που υπάρχουν στο επιχειρηματικό πλάνο?
- ⇒ Μαζεύεις πληροφορίες που απαιτούνται για να απαντήσετε αυτές τις ρωτήσεις ή εστιάζουν απλά στα δεδομένα που ξέρεις πως είναι εύκολα να συλλέξεις
- ⇒ Μαζεύεις ασήμαντες πληροφορίες
- ⇒ Πώς και πόσο συχνά θα παρακολουθείς την πρόοδο των KPIs?

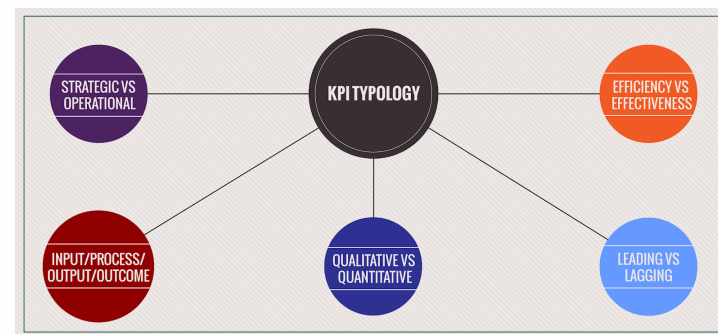


Δες το άρθρο που βρίσκεται πιο πάνω σύνδεσμο για ολόκληρη την λίστα με τις ερωτήσεις. Αλλά σημείωσε πως κάποιες είναι πιο κατάλληλες σε μεγαλύτερες εταιρείες και πρέπει να εφαρμοστούν στην δική σου δημιουργική και πολιτιστική κληρονομιά.



Διαφορετικοί τύποι KPIs

Τι τύποι KPIs υπάρχουν? Μπορείς να ακολουθήσεις ότι θέλεις, και οι τύποι θα είναι διαφορετικοί για κάθε επιχείρηση.



★ Ποιοτική και Ποσοτική

Αυτή είναι ίσως η πιο δημοφιλής προσέγγιση για τον καθορισμό των KPIs. Συνήθως οι δείκτες KPIs που μετρούν προσωπικά χαρακτηριστικά και αντιλήψεις θεωρούνται ποιοτικές ενώ οι υπόλοιπες είναι ποσοτικές.

★ Ηγετικό vs Υστέρηση

Αυτή η τυπολογία φαίνεται αλληλεξάρτηση μεταξύ KPIs. Σε αυτή την περίπτωση, η διαχώριση μεταξύ της ηγεσίας και της υστέρησης των KPI εξαρτάται από το περιεχόμενο. “Η ηγεσία” αναφέρεται στα KPIs που μπορούν να επηρεάσουν μελλοντικές αξίες ενώ η Υστέρηση συμπεριλαμβάνει KPIs που δείχνουν παλιές επιδόσεις.

★ Απόδοση και Αποτελεσματικότητα

Αυτές οι κατηγορίες είναι χρήσιμες για την κατανόηση σημαντικών διαστάσεων της διαδικασίας. Η αποτελεσματικότητα εξετάζει κατά πόσον τα επιθυμητά αποτελέσματα προέκυψαν ενώ η αποδοτικότητα δείχνει πόσο καλά χρησιμοποιείται ο χρόνος, η προσπάθεια και το κόστος για τα επιθυμητά αποτελέσματα.

★ εισαγωγή, διαδικασία, παραγωγή και αποτέλεσμα

Αναπτύσσοντας μια αξία ανάλυσης ροής για κάθε στόχο, παρέχει περισσότερες γνώσεις για μέτρηση του. KPI. Σχετικά KPIs μπορούν να προσδιοριστούν για κάθε από τα 4 στάδια (εισαγωγή, διαδικασία, παραγωγή και αποτέλεσμα).

Αυτή η ανάλυση ροής δημιουργεί αρκετά KPIs που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να παρακολουθήσουν την επίτευξη του κάθε στόχου.

★ Στρατηγική vs λειτουργικότητα

KPIs βασίζονται στο οργανωτικό επίπεδο ανάλογα με τον αντίκτυπο που έχουν και εξαρτώνται σε ένα μεγάλο βαθμό από το περιεχόμενο.

★ Δημόσιο και εσωτερικό

KPI δημοσιεύεται για ένα ευρύ κοινό ή αναφέρεται μόνο μεταξύ του οργανισμού. Στην πράξη, αναγνωρίζοντας την ύπαρξη των τύπων KPI, παρέχει πληροφορίες πως τα KPIs συμπεριφέρονται σε διαφορετικά πλαίσια και διαστάσεις που μπορούν να μετρηθούν για τον ίδιο στόχο.



Εργαλεία λογισμικού

- 1 Asana
- 2 Dasheroo
- 3 Databox
- 4 Handy KPI
- 5 Inetsoft



Οικονομικά

Η επιχειρηματικότητα ακούγεται συναρπαστική έτσι δεν είναι?



Το να είσαι κάτοχος και να λειτουργείς μια επιχείρηση είναι ένα όνειρο που γίνεται πραγματικότητα. Αλλά θα πρέπει να μείνεις σταθερά γειωμένος στην πραγματικότητα. Εάν θέλεις να επιτύχει Έτσι και αλλιώς μια επιχείρηση πρέπει να είναι κερδοφόρα, που σημαίνει πως οι επιχειρηματίες πρέπει να γνωρίζουν πως να διαχειρίζονται τα οικονομικά και τον προϋπολογισμό αποτελεσματικά.

Δεν έχει σημασία τι είδους εταιρεία έχεις ο έλεγχος των οικονομικών θα σε βοηθήσει να αποφύγεις απώλειες και να αναπτύξετε την επιχείρησή σου πιο γρήγορα.



Προϋπολογισμός και επιχειρηματικό πλάνο

Εδώ είναι ένας αριθμός με οφέλη για την καταγραφή του προϋπολογισμού της επιχείρησής, συμπεριλαμβανομένου να είσαι καλύτερος να:

- ☐ Διαχειριστείς τα χρήματά σου αποτελεσματικά
- ☐ Διαθέσεις κατάλληλους πόρους τα πρότζεκτ
- ☐ Πληροίς τους στόχους σου
- ☐ Βελτιώσεις την λήψη αποφάσεων
- ☐ Προσδιορίσετε προβλήματα πριν αυτά συμβούν
- ☐ Σχεδιάσεις το μέλλον
- ☐ Αυξήσεις το κίνητρο του προσωπικού σου



Δημιουργία προϋπολογισμού

Δημιουργία, παρακολούθηση και διαχείριση ενός προϋπολογισμού είναι κλειδί για την επιτυχία της επιχείρησής. Θα πρέπει να σε βοηθήσει να κατανέμεις τους πόρους όπου αυτό είναι απαραίτητο, έτσι ώστε η επιχείρησή σου να είναι κερδοφόρα

και επιτυχημένη. Δεν πρέπει να είναι πολύπλοκο. Πρέπει να δουλέψεις τι θα κερδίσεις και τι θα ξοδέψεις την περίοδο του προϋπολογισμού.

Άρχισε ρωτώντας αυτές τις ερωτήσεις

- ➡ Ποιες είναι οι προβλεπόμενες πωλήσεις για την περίοδο του προϋπολογισμού? Να είσαι ρεαλιστικός – εάν υπερεκτιμάς θα προκαλέσεις προβλήματα στο μέλλον.
- ➡ Ποιο είναι το άμεσο κόστος πωλήσεις – Πχ κόστος υλικών , συστατικά, εργάτες για να κάνουν το προϊόν ή την υπηρεσία Τι είναι το πάγιο ή τα γενικά έξοδα?
- ➡ Θα πρέπει να ξεχωρίσετε το σταθερό κόστος από τα γενικά έξοδα κατά τύπους.



Pro Forma Business Budget			
Expense Category	Planned Expense	Actual Expense	Variance
Building Rent / Lease	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Equipment Rent / Lease	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Product / Material			
Coffee	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Marketing Expenses			
Brochure	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Website	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Business Cards	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Advertising	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Administrative Expenses			
Fax/Copies	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Postage	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Office Supplies	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Sales Expenses			
Mileage	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Parking	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Operating Expenses			
Utilities	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Insurance	\$0.00	\$0.00	\$0.00

Η επιχείρησή σου μπορεί να έχει διαφορετικού τύπου έξοδα και ίσως χρειαστεί να μοιράσεις τον προϋπολογισμό ανά τμήμα. Μην ξεχάσεις να προσθέσεις πόσα χρειάζεται να πληρώσεις τον εαυτό σου και να συμπεριλάβεις το ένα ποσό για τον φόρο.

Όταν κάνεις τον προϋπολογισμό πρέπει να το ακολουθείς πιστά , αλλά μπορείς να το αλλάξεις όπου χρειάζεται.

Επιτυχημένες επιχειρήσεις έχουν συχνά ένα τροχάιο προϋπολογισμό , έτσι ώστε να υπάρχει ένας συνεχώς προϋπολογισμός πχ. Για ένα χρόνο εκ των προτέρων .

Αποφάσισε πόσους προϋπολογισμούς χρειαζόσαι. Πολλές μικρές επιχειρήσεις έχουν ένα γενικό προϋπολογισμό το οποίο καθορίζει πόσα χρήματα είναι αναγκαία για την λειτουργία της επιχείρησης την τρέχουσα περίοδο=συνήθως για ένα χρόνο.

Καθώς η επιχείρηση μεγαλώνει, ο συνολικός προϋπολογισμός λειτουργίας είναι πιθανόν να αποτελείται από πολλές επιμέρους προϋπολογισμούς, όπως το μάρκετινγκ ή πωλήσεις.



Τι χρειάζεται να συμπεριλαμβάνει ο προϋπολογισμός

★ Προβλεπόμενη ταμειακή ροή

Τα οικονομικά σου αντικατοπτρίζουν την μελλοντική σου ρευστότητα σε μια μηνιαία βάση . Ο προϋπολογισμός με αυτό το τρόπο είναι ζωτικής αξίας για μια μικρή επιχείρηση αφού μπορεί να εντοπίσει τυχόν δυσκολίες που μπορεί να έχεις. Θα πρέπει να επανεξετάζεται τουλάχιστον σε μηνιαία βάση.

★ Κόστος

Τυπικά, η επιχείρησή σου θα έχει τρία είδη κόστους

- ➡ **Σταθερό κόστος**- στοιχεία όπως, ενοίκιο, μισθοί και κόστος χρηματοδότησης
- ➡ **Μεταβλητές δαπάνες**-συμπεριλαμβανομένων των πρώτων υλών και υπερωριών
- ➡ **Έξοδα κεφαλαίου**- αγορές υπολογιστών , εξοπλισμού, εγκαταστάσεων , για παράδειγμα

Για την πρόβλεψή του κόστους, μπορεί να βοηθήσει να δούμε τα περσινά αρχεία και να επικοινωνήσουμε με τους προμηθευτές .

★ Έσοδα

Οι προβλέψεις πωλήσεων και εσόδων συνήθως βασίζονται σε ένα συνδυασμό της ιστορίας των πωλήσεων σου και το πόσο αποτελεσματικά αναμένεις τις μελλοντικές σου προσπάθειες να είναι. Χρησιμοποιώντας τις πωλήσεις και τις προβλέψεις δαπανών , μπορείς να ετοιμάσεις προβλεπόμενα κέρδη για τους επόμενους 12 μήνες Αυτό θα σε βοηθήσει να αναλύσετε τα περιθώρια και άλλους βασικούς δείκτες όπως την επιστροφή των επενδύσεων.





Χρησιμοποίησέ τον προϋπολογισμό σου για να μετρήσεις την απόδοσή σου

Αν βασίσεις τον προϋπολογισμό σου πάνω στο επιχειρηματικό σχέδιο θα δημιουργήσεις ένα οικονομικό πλάνο δράσης. Αυτό μπορεί να βοηθήσει σε διάφορες χρήσιμες λειτουργίες, ειδικά αν δεις τον προϋπολογισμό ως μέρος του χρονιαίου προϋπολογισμού.

Ο προϋπολογισμός σου μπορεί να εξυπηρετήσει ως



- Ένας δείκτης του κόστους και εσόδων που συνδέονται με κάθε μια από τις δραστηριότητες.
- Ένας τρόπος για την παροχή πληροφοριών και υποστήριξη αποφάσεων διαχείρισης όλο τον χρόνο.
- Μέσα παρακολούθησης και ελέγχου της επιχείρησής .

★ Συγκριτική αξιολόγηση επιδόσεων

Συγκρίνοντας τον προϋπολογισμό σας από έτος σε έτος μπορεί να είναι ένας εξαιρετικός τρόπος αξιολόγησης απόδοσης της επιχείρησής σας-μπορείτε να συγκρίνετε τα προβλεπόμενα στοιχεία , για παράδειγμα, με προηγούμενες χρονιές και να μετρήσετε την απόδοση. Μπορείτε επίσης να συγκρίνετε τα στοιχεία για τα προβλεπόμενα κέρδη και ανάπτυξη με αυτά από άλλες εταιρείες του ίδιου τομέα, ή με διαφορετικές πτυχές της επιχείρησής σου.

★ Βασικοί δείκτες απόδοσης

Για να ενισχύσεις την απόδοση της επιχείρησής σου θα πρέπει να κατανοήσεις και να παρακολουθήσεις τους βασικούς "οδηγούς" της επιχείρησής σου-ένας οδηγός είναι αυτό που έχει μεγάλο αντίκτυπο στην επιχείρησή σου. Οι 3 βασικοί οδηγοί για τις περισσότερες επιχειρήσεις είναι

Πωλήσεις ➡ κόστος ➡ κεφάλαιο



Τυχόν τάσεις που οδηγούν σε προβλήματα ρευστότητας ή πτώση κερδοφορίας, θα εμφανιστούν σε αυτά τα στοιχεία σε σύγκριση με τον προϋπολογισμό σας και τις προβλέψεις . μπορούν επίσης να βοηθήσουν να εντοπίσεις τα προβλήματα από την αρχή εάν υπολογίζονται σε σταθερή βάση.



Αναθεώρησε τον προϋπολογισμό σου τακτικά

Για να χρησιμοποιήσεις τον προϋπολογισμό σου αποτελεσματικά χρειάζεται να τον αναθεωρείς τακτικά . αυτό είναι αλήθεια εάν η επιχείρησή σου μεγαλώνει και σκοπεύεις να κινηθείς σε νέες περιοχές.

Χρησιμοποιώντας ανανεωμένους προϋπολογισμούς σου επιτρέπει να είσαι ευέλικτος και σε αφήνει να χειριστείς τις ροές χρημάτων και να προσδιορίσετε τι χρειάζεται να επιτευχθεί την επόμενη περίοδο προϋπολογισμού.

★ Το πραγματικό εισόδημα

Κάθε μήνα σύγκρινες το πραγματικό εισόδημα με τις πωλήσεις προϋπολογισμού:

- ➡ Ανάλυσε τους λόγους για τους οποίους υπάρχει έλλειμμα.
- ➡ Λαμβάνοντας υπόψη για ένα ιδιαίτερα υψηλό κύκλο εργασιών σε σύγκριση με το χρονοδιάγραμμα του εισοδήματος με τις προβλέψεις και έλεγξε ότι ταιριάζουν.
- ➡ Αναλύοντας αυτές τις παραλλαγές θα σας βοηθήσει να ρυθμίσετε τον μελλοντικό προϋπολογισμό με μεγαλύτερη ακρίβεια και θα σου επιτρέπει επίσης τα λάβεις δράση όπου χρειάζεται .



★ Πραγματικές δαπάνες

Έλεγε τακτικά την πραγματική δαπάνη έναντι του προϋπολογισμού σου. Αυτό θα σε βοηθήσει να προβλέψεις τις μελλοντικές δαπάνες με καλύτερη αξιοπιστία.

Πρέπει :



⇒ Να δεις πως το σταθερό κόστος διαφέρει από τον προϋπολογισμό-συνήθως το μεταβλητό κόστος ρυθμίζεται σύμφωνα με τον όγκο πωλήσεων προσαρμόζεται.

⇒ Ανάλυσε οποιοδήποτε λόγο για αλλαγές στην σχέση μεταξύ κόστους και κέρδους.

⇒ Ανάλυσε οποιαδήποτε διαφορές ως προς τον χρόνο των δαπανών με τον έλεγχο των προμηθευτών και τους όρους πληρωμής.



Χρήσιμα πρότυπα προϋπολογισμού και εργαλεία λογισμικού

- **Simple Budget Worksheet Template** είναι ένα εύκολο πρότυπο για να οργανώσεις τον προϋπολογισμό και τις ταμειακές ροές
- **Weekly Budget Planner Template** είναι μια πιο λεπτομερές έκδοση για τους επιχειρηματίες που θα σε βοηθήσει να έχεις υπόψη σου τις δαπάνες σε εβδομαδιαία βάση
- **Small Team Budget Template** είναι ένα σύστημα για εκείνους τους επιχειρηματίες που ήδη έχουν ομάδα και χρειάζονται ένα πιο αναλυτικό προϋπολογισμό
- **Project Budget Template** είναι μια μεγάλη προσθήκη για τον σχεδιασμό και τον έλεγχο του προϋπολογισμού και πως να ανταπεξέλθεις με αυτό

- **Event Management Project Tracker Template** είναι ένα καλό εργαλείο για να παρακολουθείτε τα έξοδα της εκδήλωσής σας και να βλέπετε με αναλυτικότητα τον προϋπολογισμό
- **Expense Tracker Orange Template** είναι ένα προκαθορισμένο πρότυπο για να ελέγξεις τα έξοδα της επιχείρησής σου, και τα φανταχτερά χρώματα είναι μια ευχάριστη απόσπαση προσοχής
- **Personal Budget Template** θα σε βοηθήσει να χωρίσεις τα επιχειρηματικά από τα προσωπικά οικονομικά σας, και θα σε βοηθήσει να οργανωθείς καλά
- **Cash Flow Statement Blue Template** αυτό είναι ένα επίσημο επιχειρηματικό πρότυπο για τους επιχειρηματίες, που έχει σχεδιαστεί να εντοπίζει τα οικονομικά
- **Financial Report Template** δημιουργείται ως επι το πλείστον για φορολογικούς σκοπούς και σίγουρα θα μειώσει το στρες την φορολογική περίοδο



- 1 YNAB
- 2 Personal capital
- 3 Quick Books
- 4 Wave
- 5 Mint

Μη τυπική μάθηση

Έφυγαν οι μέρες που ο εκπαιδευτής εξαρτώνται αποκλειστικά από την μέθοδο παράδοσης του μαθήματος . στις μέρες μας εκπαιδευτής πρέπει να συνδυάζει έναν αριθμό από εργαλεία για τραβήξει όλους τους συμμετέχοντες στο πρόγραμμα και να κρατήσει το κίνητρό τους μέχρι το τέλος του προγράμματος.

Οι συμμετέχοντες επίσης ψάχνουν ένα καινοτόμο και διαδραστικό τρόπο μάθησης παρά τις μονότονες διαλέξεις.

- ★ Τα παιχνίδια είναι ένα εργαλείο που αυξάνεται στις μέρες μας.
- ★ Τα παιχνίδια ενθαρρύνουν την αλληλεπίδραση μεταξύ εκπαιδευτή και συμμετέχοντα Ένα παιχνίδι ως το σπάσιμο του πάγου θα βάλει τον συμμετέχοντα σε μία θέση άνεσης και ασφάλειας.
- ★ Τα παιχνίδια μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να αποδείξουν υπάρχουσες τάσεις συμπεριφοράς (επικοινωνία, δυναμική της ομάδας, ηγεσία) και για να δημιουργηθούν νέες ικανότητες (διαπραγμάτευση, αναλυτική σκεπτική) .
- ★ Τα παιχνίδια μπορούν να βαστούν χρήσιμα όταν το πρόγραμμα είναι μεγάλο σε διάρκεια.



Τα επίπεδα προσοχής πέφτουν από ένα σημείο και μετά. Χρησιμοποιώντας παιχνίδια στο ενδιάμεσο θα φέρει κίνηση και δραστηριότητα και θα επαναφέρει την ενέργεια και τον ενθουσιασμό. Τέλος τα παιχνίδια μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να υλοποιήσουν νέες μεθόδους μάθησης/ αυτό θα βοηθήσει τους συμμετέχοντες να διατηρήσουν το θέμα για πολύ καιρό και ουσιαστικά να κατανοήσουν τη διαδικασία και να την εφαρμόσουν στον εργασιακό τους χώρο.



«Masterpiece»

- ➡ **Στόχος :** μαθαίνοντας πως να δουλεύουμε μαζί, εμπέδωση γνώσεων σχετικά με ένα θέμα μετά την θεωρητική εισαγωγή
- ➡ **Αριθμός συμμετεχόντων:** 20-30.
- ➡ **Χρόνος :** 30-60 λεπτά .
- ➡ **Υλικά :** αρκετό χώρο
- ➡ **Παραδείγματα θεμάτων :** Σύντομος λόγος, ξεκίνημα νέας επιχείρησης στοχευμένο κοινό, χρηματοδότηση, επιχειρηματικότητα.
- ➡ **Βήματα :**

1. αυτή η άσκηση γίνεται για να βοηθήσει τα άτομα να απομνημονεύσουν στην γνώση για συγκεκριμένα θέματα. Πρέπει να γίνεται μετά που θα εξηγήσει ο εκπαιδευτής το θέμα και οι συμμετέχοντες θα το καταλάβουν οι συμμετέχοντες είναι χωρισμένοι σε ομάδες 4-5 ατόμων.
2. στην κάθε ομάδα δίνεται ένα όνομα που σχετίζεται με την θεματική (για παράδειγμα ‘‘ κοινωνική επιχειρηματικότητα ή το όνομα ενός από τους στόχους βιώσιμης Ανάπτυξης) Τ ονόματα θα είναι κρυφά από τις άλλες ομάδες.
3. κάθε ομάδα έχει καθήκον να απεικονίσουν τις ιδέες του θέματος και να κάνουν ένα γλυπτό με τα σώματά τους και να μείνετε ακίνητοι. Οι ομάδες έχουν 10 λεπτά για να ετοιμάσουν τα γλυπτά τους.
4. οι ομάδες είναι στο ίδιο δωμάτιο και κάθε ομάδα , η μια μετά την άλλη, παρουσιάζει το γλυπτό. Είναι σημαντικό για τους συμμετέχοντες να μην γνωρίζουν το θέμα από πριν και να χρειαστεί να μαντέψουν.
5. Στο τέλος δίνουν μια λίστα με όλα τα θέματα στους συμμετέχοντες και τα εξηγούν.





«Mission (IM)possible»

- ⇒ **Σκοπός:** μαθαίνοντας να δουλέψουν μαζί, σπάσιμο πάγου , επίλυση προβλήματος
- ⇒ **Αριθμός συμμετεχόντων :** 5-30.
- ⇒ **Χρόνος :** 60 λεπτά (εξαρτάται από τον αριθμό καθηκόντων)
- ⇒ **Υλικά :** κινητό τηλέφωνο, πρόσβαση στο διαδίκτυο
- ⇒ **Βήματα:**



1. Αυτή η άσκηση βοηθά τους ανθρώπους να επιλύσουν τα προβλήματα τους μαζί και να ανακαλύψουν τον χώρο.
2. Οι συμμετέχοντες πρέπει να είναι μοιρασμένοι σε μικρότερες ομάδες κάθε συμμετέχοντα λαμβάνει μια κοινή καθηκόντων.
3. Η ομάδα θα βρεθεί στο ίδιο δωμάτιο και κάθε ομάδα η μια μετά την άλλη, θα παρουσιάσει τα καθήκοντα που υλοποίησε.
4. Στο τέλος οι συμμετέχοντες μοιράζονται τα συναισθήματά τους.

Παραδείγματα καθηκόντων

- ☐ Βγάλε μια ομαδική φωτογραφία και ανέβασε την στο FB
- ☐ Κάντε μια ανθρώπινη πυραμίδα και βγάλτε φωτογραφία
- ☐ Χορέψτε ένα παραδοσιακό χορό με ντόπιους
- ☐ Ζωγράψτε τον δρόμο για το πιο κοντινό κατάστημα/τράπεζα/ταχυδρομείο
- ☐ Δημιούργησε το την λέξη ERASMUS+ με ανθρώπους και βγάλε μια φωτογραφία
- ☐ Βγάλε φωτογραφία με 10 ντόπιους
- ☐ Μάθε πως να χαιρετάς στα Μολδαβικά /Γερμανικά/Ιταλικά
- ☐ Γράψε ένα ποίημα για την πρώτη ημέρα
- ☐ Βγάλε φωτογραφίες επιχειρήσεων στην περιοχή
- ☐



«Λύσε το !»

- ⇒ **Στόχος :** για ενθάρρυνση νεων να σκεφτούν σαν επιχειρηματίες
- ⇒ **Αριθμός συμμετεχόντων :** 5- 20 συμμετέχοντας μοιρασμένοι σε μικρότερες ομάδες
- ⇒ **Χρόνος:** 60 λεπτά
- ⇒ **Υλικά.** αυτοκόλλητα, στυλό, χαρτί, μαρκαδόροι, κολητική ταινία
- ⇒ **Βήματα:** Κάθε ομάδα πρέπει να σκεφτεί συγκεκριμένα προβλήματα που υπάρχουν στις κοινωνίες τους και να βρουν πιθανές επιχειρηματικές ιδέες και λύσεις

1. οι 20 συμμετέχοντες πρέπει να μοιραστούν σε ομάδες των 4^{ων}. Κάθε ομάδα πρέπει να περάσει 10 επτά σκέφτονται ιδέες μεταξύ τους , να σκέφτονται καταστάσεις προβλήματα, ανάγκες (της κοινωνίας, της τοπικής κοινότητας) που θα μπορούσαν να λύσουν μέσω μιας επιχείρησης (μάζεμα λεφτών) θα βάλουν τις ιδέες τους στο χάρι, όσες πιο πολλές.

2. Κάθε ομάδα θα διαλέξει 3-4 ιδέες, που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν στην ιδέα της κοινωνικής επιχείρησης , η μιας επιχείρησης με κοινωνικό αντίκτυπο βασισμένο σε αυτά τα κριτήρια : πηγές (ανθρώπινες και υλικές) ανάγκη για επίλυση του προβλήματος, το προϊόν το οποίο σκέφτηκαν, τον αγοραστή/πελάτη του προϊόντων ή του οικονομικού στοιχείου .

3. αναλύοντας τις ιδέες, ολόκληρη η ομάδα πρέπει να καθίσουν μαζί'ι σε ένα κύκλο και να παρουσιάσουν τις ιδέες που διάλεξαν . Θα πρέπει να συζητήσουν τα προβλήματα και πιθανές λύσεις ; να αποφασίσουν ποιες είναι οι καλύτερες επιλογές να διαλέξουν.





«ο Λόγος των ιδεών»

- ⇒ **Στόχος :** να ενθαρρύνει τους νέους να σκεφτούν σαν επιχειρηματίες σε ένα τρόπο για επίλυση προβλημάτων , να παρουσιάζουν τις ιδέες τους ξεκάθαρα και ικανοποιητικά
- ⇒ **Αριθμός συμμετεχόντων:** 1-99
- ⇒ **Χρόνος :** 60 λεπτά.
- ⇒ **Υλικά :** αυτοκόλλητα, στυλό, χαρτί, μαρκαδόροι
- ⇒ **Βήματα:**



1.η ομάδα θα πρέπει να μοιραστεί σε 6 υπό-ομάδες σύμφωνα με τον τύπο της δημιουργικής ιδέας που είχαν. Κληρονομιά, τέχνη, μέσα μαζικής επικοινωνίας, κοινωνική δημιουργικότητα, κα

2.κάθε συμμετέχοντας θα συζητήσει της επιχειρηματική ιδέα σε ομάδες 3-7 ατόμων και θα την επικυρώσει , και μετά η καλύτερη από τις 7 που ετοιμάστηκαν θα παρουσιαστούν στην ομάδα με σχετικά σχόλια .

3.Το θέμα γράφτηκε και το κοινό εντοπίστηκε και δημιουργήθηκε ένα γράφημα για να παρουσιαστεί στο κόσμο.



«Διαφήμιση. Πώληση»

- ⇒ **Σκοπός :** ενθάρρυνε τους νέους να σκεφτούν ως επιχειρηματίες και να προωθήσουν μια ιδέα/προϊόν, να σκεφτούμε δημιουργικά. πως να βιντεογραφησεις και να παρουσιάσεις το βίντεο
- ⇒ **Αριθμός συμμετεχόντων** 5-40 (μοιρασμένοι σε μικρότερες ομάδες)
- ⇒ **Χρόνος :** 60-80 λεπτά
- ⇒ **Υλικά :** αυτοκόλλητα, στυλό, χαρτί, μαρκαδόροι, κολλητική ταινία, κα υλικά

Βήματα:



1. οι συμμετέχοντες πρέπει να πάρουν 3-4 αντικείμενα από το κουτί (στο κουτί μπορεί να υπάρχει οτιδήποτε-μαρκαδόροι, ομπρέλα, σοκολάτα, τηλέφωνο, σημειωματάριο κα)
2. ο σκοπός της κάθε ομάδας είναι να ετοιμάσουν μια διαφήμιση (με τα αντικείμενα που μάζεψαν)
3. παρουσιάζουν το βίντεο και προωθούν το προϊόν τους



«τι βλέπεις?»

- ⇒ **Στόχος :** ενθάρρυνε συμμετέχοντες να αναπτύξουν δημιουργικό τρόπο σκέψης για τις κοινωνικές επιχειρήσεις και την κοινωνική οικονομία
- ⇒ **Αριθμός συμμετεχόντων** 10-15 (ομάδες των 5)
- ⇒ **Χρόνος** 60-90 λεπτά
- ⇒ **Υλικά** . αυτοκόλλητα, στυλό, χαρτί, μαρκαδόροι, κολλητική ταινία κα
- ⇒ **Βήματα**

1. οι συμμετέχοντες πρέπει να είναι χωρισμένοι σε ομάδες με μέγιστο αριθμό 5.
- 2.κάθε ομάδα παίρνει τον ίδιο φάκελο με 10 διαφορετικές φωτογραφίες. Οι φωτογραφίες αντιπροσωπεύουν διάφορες πτυχές της κοινωνικής οικονομίας.
3. κάθε ομάδα πρέπει να διαλέξει 3 από τις 10 φωτογραφίες και να αναπτύξουν μια ιστορία για την κοινωνική οικονομία ή επιχείρηση συνδυασμένη με τις φωτογραφίες που διάλεξαν .
4. κάθε ομάδα πρέπει να παρουσιάσει την ιστορία που δημιούργησε με την βοήθεια των φωτογραφιών .
5. κάθε ένας πρέπει να δώσει ένα σχόλιο στις ιστορίες. Ο στόχος είναι να δημιουργηθεί μια ανοιχτή συζήτηση για τις ιδέες που αναπτυχθηκαν.



Βοηθητικές ιστοσελίδες για νέους επιχειρηματίες

UnLtd

Κορυφαίος πάροχος για την υποστήριξη των κοινωνικών επιχειρήσεων και διαθέτει το μεγαλύτερο δίκτυο στον κόσμο. Δίνουν πόρους σε εκατοντάδες ανθρώπους κάθε χρόνο μέσα από το πρόγραμμα βραβείων . η UnLtd επενδύει απευθείας προσφέροντας βραβεία για χρηματοδότηση , συμβουλές, δικτύωση και πρακτική υποστήριξη .

Prince's Trust

<http://www.princes-trust.org.uk/>

προσφέρει πρακτική και οικονομική υποστήριξη σε νέους ανθρώπους , και τους βοηθά να αναπτύξουν ικανότητες, αυτοπεποίθηση και κίνητρο, που θα τους επιτρέψει να προχωρήσουν σε εργασίες, εκπαίδευση και κατάρτιση . Το πρόγραμμα επιχειρήσεων προσφέρει λεφτά και στήριξη για να βοηθήσεις νέους επιχειρηματίες να ξεκινήσετε μια επιχείρηση.

Rockstar Youth

<http://www.rockstarstartup.co.uk/>

Rockstar Youth είναι κομμάτι της Rockstar Group, της πιο μεγάλης επιχείρησης για μέντορες στο Ηνωμένο Βασίλειο. Η Rockstar Youth έχει συντάξει μια αγορά με κορυφαία προγράμματα για νέους επιχειρηματίες με ηλικίες 18-30 χρονών, για να τους στηρίξει για την δημιουργία επιχειρήσεων και για περαιτέρω επιτάχυνση και επένδυση. μέσω αυτής της διαδικασίας οι νέοι επιχειρηματίες γίνονται πιο έμπειροι, με ένα δίκτυο αι μια βιώσιμη επιχείρηση.

Newable

<https://www.newable.co.uk/>

προσφέρει Δάνεια πάνω από £500, σε πολλαπλάσια των £500. Θα λάβετε δωρεάν υποστήριξη για να ετοιμάσεις την αίτησή σου , και στήριξη από μέντορες όταν αρχίσεις τις συναλλαγές/ Θα πρέπει να είσαι 18 και άνω , να θέλεις να ξεκινήσεις επιχείρηση στο HB, να ζεις και να έχεις μόνιμη διεύθυνση στο HB ή να ζεις μόνιμα και να δουλεύεις στο HB για να μπορείς να πάρεις αυτό το δάνειο. GLE χρειάζεται να ξέρει αν είναι το μόνο δάνειο που θα κάνεις αίτηση με ένα πρόχειρο δανείων.

Elevation Networks

<http://www.elevationnetworks.org/>

Προσφέρει σε επιχειρηματίες που μένουν στο HB την ευκαιρία να χρηματοδοτήσει την επιχείρησή τους . για να κάνεις αίτηση χρειάζεται να είσαι πάνω από 18 χρόνων και η επιχείρησή σου λιγότερο από ένα χρόνο.

Start Up Direct

<http://startupdirect.org/>

Start Up Direct προσφέρει χορηγίες και στήριξη σε επιχειρήσεις που βασίζονται στην Αγγλία. Όλοι οι δανειολήπτες θα έχουν πρόσβαση σε δωδεκάμηνη καθοδήγηση, εργαστήρια , εκδηλώσεις δικτύωσης, γραμμή βοήθειας, ένα προς ένα εκπαίδευση για επιχειρήσεις και εκπτώσεις από παγκόσμιους εταίρους.

Small Business Centre

<http://smallbusinesscentre.org.uk/>

παραδίδει αμερόληπτες και πρακτικές υπηρεσίες υποστήριξης συμπεριλαμβανομένου εργαστήρια για πλάνο επιχείρησης, μαθήματα κατάρτισης, ένα προς ένα συμβουλές και δάνεια. Προσφέρει δάνεια για νεοσύστατες επιχειρήσεις και δάνεια για μικρές επιχειρήσεις με έδρα το Λονδίνο.

Startup Nation

Startup Nation προσφέρει επιχειρηματικές συμβουλές από ανθρώπους που το έχουν κάνει και γίνει επιχειρηματίες και έχουν την επιχείρηση για να το αποδείξουν. Η ιστοσελίδα έχει συμβουλές για κάθε πτυχή του πως να δημιουργήσεις μια νεοσύστατη επιχείρηση.

Lateral Action

για δημιουργικούς τύπους, όπως γραφίστες, συγγραφείς υπάρχουν κάποιες δυσκολίες όταν θέλουν να κάνουν την δική τους επιχείρηση. Lateral Action προσφέρει συμβουλές για αυτούς που έχουν στοχευμένα πεδία.

Freelance Switch

FreelanceSwitch έχει όλες τις πληροφορίες για ελεύθερους επαγγελματίες-επιχειρηματικές συμβουλές , ιδέες για να μένεις παραγωγικός και άλλα πολλά. Ακόμη και αν ο τίτλος είναι για ελεύθερους επαγγελματίες, υπάρχουν αρκετές πληροφορίες για οποιοδήποτε που τρέχει την δική του επιχείρηση.

Young Entrepreneur

ο Young Entrepreneur εστιάζει στις λεπτομέρειες που οι νέοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν όταν ξεκινούν μια επιχείρηση. Έχει επίσης και κάποια προφίλ νέων επιχειρηματιών.

Small Business Labs

δεν είναι εύκολο να προβλέψεις τις τάσεις που θα επηρεάσουν μια μικρή επιχείρηση. Αλλά η Small Business Labs βοηθά τους επιχειρηματίες να καταλάβουν τι έρχεται μετά.

SCORE

εάν χρειάζεσαι κάποιον μέντορα από ένα επιχειρηματία που τα έχει περάσει όλα, η SCORE σε βοηθά να βρεις μέντορα . ο οργανισμός είναι μια απίστευτη πηγή από δωρεάς επιχειρηματικές συμβουλές.

Freelancers Union

Η Freelancers Union προσφέρει μια μεγάλη λίστα από πηγές για ελεύθερους επαγγελματίες – και η Ένωση αυτή περιλαμβάνει μια μεγάλη ποικιλία από επιχειρηματίες και ελεύθερους επαγγελματίες. Ανάμεσα στις πληροφορίες, μπορείς να βρεις σε αυτή την ιστοσελίδα επιλογές για ασφάλεια υγείας που δεν χρειάζονται δαπάνες από άλλους υπαλλήλους.

Entrepreneur

για μια μεγάλη συλλογή πληροφοριών για το πως να ξεκινήσεις και να βάλεις σε λειτουργία την επιχείρησή σου.

Women Entrepreneur

(Γυναίκα επιχειρηματίας) μια καλή πηγή για γυναίκες που ψάχνουν να γίνουν επιχειρηματίες.

About.com Entrepreneurs

About.com προσφέρει τακτικά ενημερωμένες πηγές για την επιχειρηματικότητα. Έχει συνδέσμους σε όλου του είδους πηγές όπως και αλλού στο διαδίκτυο

Entrepreneurship.org

Το Entrepreneurship.org τρέχει από το ίδρυμα Ewing Marion Kauffman το οποίο προσφέρει παγκόσμιες πηγές για επιχειρηματίες.