

Informativni dan

»JP MLADI 2021/2022«

Predstavitev metod dela

Urnik

- 13:00 Začetek, predstavitev poziva in “administrativna” vprašanja
- 13:10 Metode dela ZUIP (Blaž Zupan)
- 14:20 Metoda dela JA (Maja Juršič)
- 14:50 Odmor
- 15:00 Predstavitev dela ZUIP in Q/A (Janez Gorenc, Nina Vovko)
- 16:30 Predstavitev dela na projektih JA in Q/A (Peter Kurnik)
- 17:00 konec

Posnetki informativnega dne

Predstavitev metod: https://www.youtube.com/watch?v=f4Nkr_K7ogw

Predstavitev JA: <https://www.youtube.com/watch?v=xo-0H0VaoPM>

Predstavitve dobre prakse:

<https://www.youtube.com/watch?v=qXOd-n32ZIE>

Kontakti

Spirit (Sandra Stermšek): mladi@spiritslovenia.si

Janez Gorenc: janez.gorenc@gimnm.org

Nina Vovko: nina.vovko@os-center.si

Peter Kurnik: peter.kurnik@scsl.si

Maja Juršič: maja.jursic@jaslovenija.si

Blaž Zupan: blaz.zupan@ef.uni-lj.si

Povezave

Metodologija [Z USTVARJALNOSTJO IN INOVATIVNOSTJO DO PODJETNOSTI](#)

[Kreativne naloge](#) za mlade

[Canvas](#)

Lean startup (knjiga [Delaj vitko](#))

[Razne podjetniške povezave](#)

[Entrecomp](#) model

[Vodič za učitelje podjetništva](#) (v ANG)

Metode dela:

ZUIP, d.School (oblikovalsko razmišljanje oz. Design Thinking)

Canvas

Lean startup

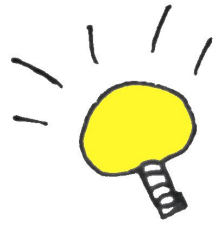
- Kreativnost = nova/drugačna/presenetljiva zamisel
- Inovativnost = kreativnost + uresničenost
- Podjetnost = sposobnost ustvarjanja vrednosti
- Podjetništvo = podjetnost + poslovni model = prepoznavanje in preverjanje priložnosti

Kreativnost = zasnoval sem sistem za 3x hitrejšo izdelavo sladoleda

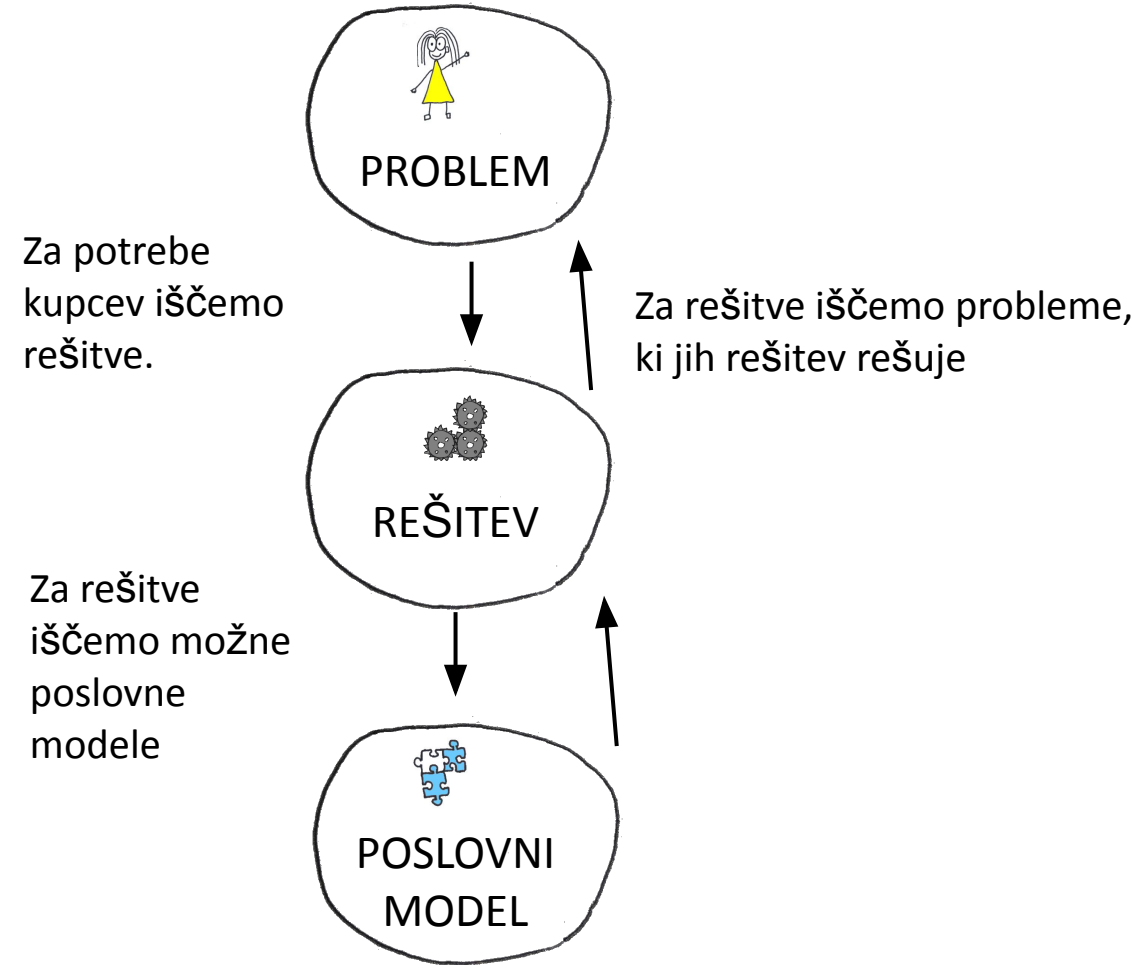
Inovativnost = izdelal sem ga, naredil sladoled, ki je enako dober kot običajen

Podjetnost = ustanovil sem sladoledarsko društvo, da ga bodo uporabljali še prijatelji, predstavil sem ga na sejmu in iščem načine, kako bi spremenil sladoledarsko industrijo

Podjetništvo = prodal sem 100 kosov in razvijam podjetje



KAJ JE TO IDEJA?



IDEJA = nepreverjene PREDPOSTAVKE



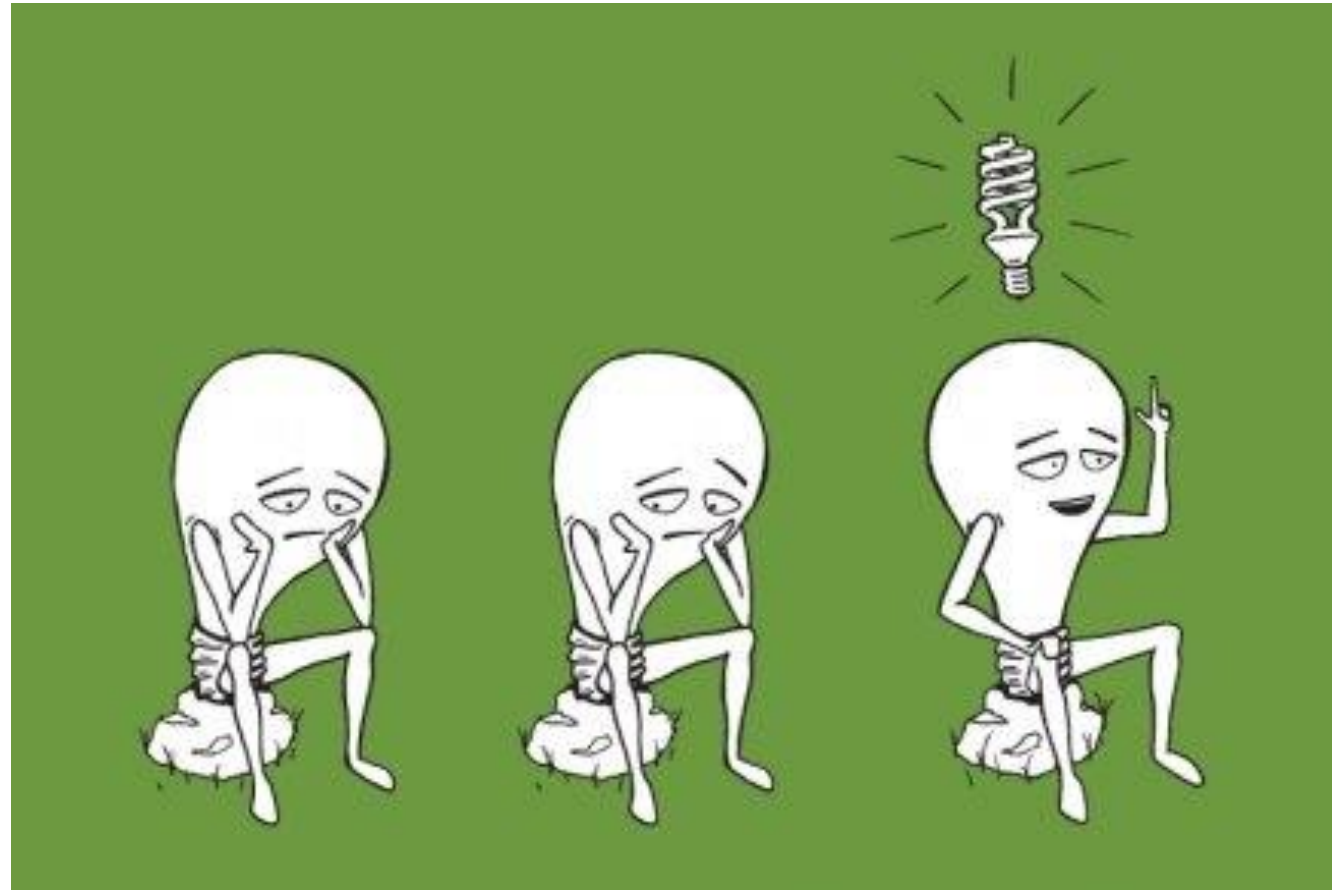
Predpostavka pa je mati je vseh napak!



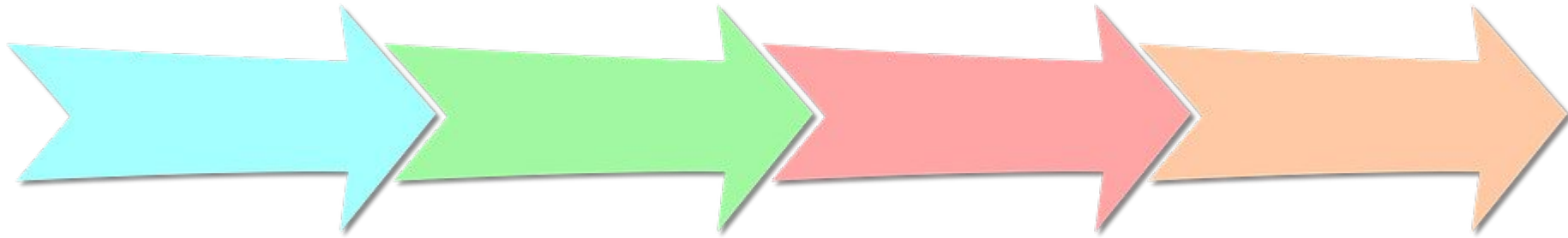
Vsaka nepreverjena predpostavka, na podlagi katere razvijate projekte, močno zvišuje tveganje.



INOVIRANJE NI DOGODEK ALI STVAR TRENUTNEGA NAVDIHA

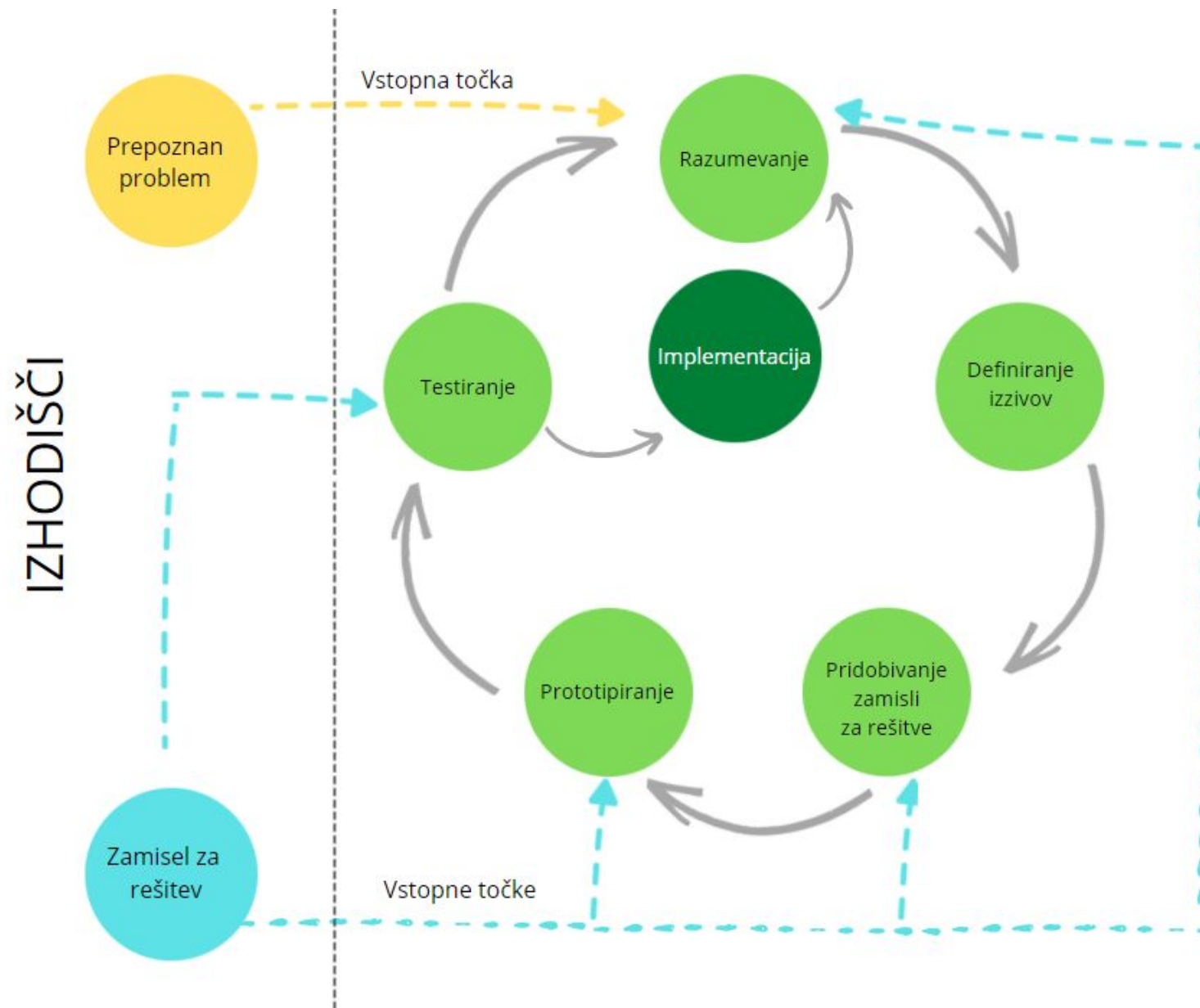


JE PROCES



OBLIKOVALSKO RAZMIŠLJANJE

DESIGN THINKING



ORODJA

Spoznavanje uporabnikov

Intervju, opazovanje, ankete, foto- video- dnevniki, ...

Brainstorming

Prototipiranje

Skiciranje, igranje vlog, makete, 3D printanje, ...

CANVAS

<p>Problemi</p> <p>Naštajte, katere probleme rešujete kupcem/uporabnikom.</p> <p>Id najbolj pomembnega (tistega, za katerega rešitev so pripravljeni plačati največ) navzdol. Mislite ali veste, da so to problemi? Kako ste se prepričali, da so to res problemi ter kako pomembni in razširjeni so (glej "Eksperimenti" spodaj)?</p>	<p>Rešitve</p> <p>Kater element/funkcionalnost vašega izdelka ali storitve rešuje katerega od naštetih problemov. Kako boste (ste) to dokazali?</p>	<p>Predstavitev</p> <p>V enem stavku opišite vaš izdelek ali storitev tako, da bodo ključne koristi razumljive potencialnemu uporabniku.</p>	<p>Prednosti ekipe in konkurenčne prednosti</p> <p>Naštajte vse, v čemer ste res dobri, vrhunski. Kar vas potencialno lahko ločuje od konkurence. Na primer posebna znanja ali izkušnje, posebna tehnologija, poznanstva in podobno. Vse, kar ni enostavno pridobiti, kopirati in kar boste lahko uporabili pri razvoju svojega projekta.</p>	<p>Uporabniki/Kupci</p> <p>Kdo so najverjetnejši kupci/uporabniki? Je kupec (plačnik) hkrati tudi uporabnik? Še posebej pazite na to, če delate B2B. Ali obstaja več segmentov (skupin) potencialnih kupcev/uporabnikov? Po čem se razlikujejo? Zakaj? Kakšne dokaze imate za vse te navedbe?</p>
---	--	---	--	--

<p>I-letni plan</p> <p>Kakšni so vaši cilji, želje, načrti? Kako boste merili, ali dosegate cilje?</p>	<p>Prodajne in trženjske aktivnosti</p> <p>Katere načine trženja (da kupci/uporabniki izvedo za vas) in katere prodajne kanale (kjer se zgodi menjava rešitve za denar) boste uporabljali? Zakaj? Ali boste za različne segmente uporabljali različne načine trženja in prodaje? Kako vaša konkurenca prodaja svoje rešitve? Kako prodajajo rešitve podobni ponudniki na drugih trgih? Katere kanale (lahko) uporabljate?</p>
---	--

<p>Eksperimenti</p> <p>Katere eksperimente s (potencialnimi) kupci/uporabniki boste naredili, da boste potrdili obstoj problema in koristnost rešitve? Z eksperimenti zbirate tudi ideje za nadaljnji razvoj rešitve. Ključne dileme:</p> <p>Obstoj problema? Koristnost rešitve? Ciljna skupina? Cena? Kanali?</p>	<p>Ključni informatorji in oprema</p> <p>Kdo so ljudje, ki imajo morda za vas pomembne informacije, izkušnje, znanja in vam tako pohitrijo razvoj projekta? Naštete s kom vse boste govorili, koga vse boste prosili za pomoč. Kakšno opremo (npr. stroji, prostori) potrebujete za razvoj izdelka/storitve? Kje jo boste dobili?</p>
--	--

<p>Struktura stroškov in financiranje</p> <p>Kaj vse potrebujete za razvoj rešitve? Kakšni so predvideni stroški razvoja? Kakšni so stroški prodaje? Kako boste financirali razvoj in prodajo?</p>	<p>Potencialni viri prihodkov</p> <p>Komu in na kakšne načine (lahko) zaračunavate za vaš izdelek ali storitev? Katere alternativne poslovne modele lahko uporabite?</p>
---	---

Povzetek...

