

Typologia rodzajów działalności

- *Produkty materialne*

zabawka, ubranie, samochód

- *Dobra informacyjne*

książka, gazeta, film, program komputerowy,

- *Usługi*

fryzjer, adwokat, konsultant, tłumacz, ekipa remontowa

- *Magazynowanie i dystrybucja*

przewoźnik, firma turystyczna, magazyn

- *Obrót towarowy*

importer, sklep spożywczy, sprzedawca na Allegro

Produkty materialne

- Znaczące koszty stałe (niezależne od tego, ile wyprodukuje)
- Początkowe nakłady na uruchomienie produkcji
- Konieczność fizycznego magazynowania i dystrybucji

Dobra informacyjne

- Oparte na wiedzy, wartościach niematerialno-prawnych
- Wymagają kompetencji
- Znaczący koszt stworzenia, ale minimalny koszt powielania informacji
- Problem piractwa
- Dylemat zaufania w procesie sprzedaży

Usługi

- Niematerialny charakter
- Dostarczanie związane z konkretnymi osobami – firmy próbują standaryzować i wdrażać 'metodyki'
- Problem dla nowej firmy – referencje
- Działalność produkcyjna też może być usługą
- Ewolucja od podwykonawstwa do samodzielności

Magazynowanie i dystrybucja

- Inwestycje w infrastrukturę
- Przychody zależne od procentu sprzedanej powierzchni/wydajności produkcyjnej (capacity)
- Linie lotnicze, firmy przewozowe, turystyczne, magazynowe

Obrót towarowy

- Sieć sprzedaży i kontakty z klientami
- Terminowość dostaw
- Kontrola jakości produktów dostawcy
- Procedury celne, VAT na import
- Nowe kanały sprzedaży – Internet, platformy aukcyjne
- Atrakcyjne źródła dostaw – np. Chiny

Łańcuch wartości

Jaka będzie moja rola w łańcuchu wartości



Wybór rynku docelowego

- Przemysłowy – mniej klientów, bliski kontakt, procedury przetargowe, duże kontrakty, wysokie koszty wejścia/inwestycji
- Konsumencki – rozdrobniony, trudniejszy bezpośredni kontakt, mniejsza wartość pojedynczych transakcji
- Zagraniczny – różnice kosztowe, ale też konieczność obecności za granicą

Skąd czerpać pomysły na biznes?

ŹRÓDŁA POMYSŁÓW, INSPIRACJI

Jak szukać pomysłów, inspiracji?

- Co lubię? Co umiem?

» Na czym można zarobić?



I doświadczenie zawodowe

Doświadczenie z byłych miejsc pracy:

- Znajomość struktury przedsiębiorstw i sposobów działania
- Inny sposób patrzenia na pracowników i relacje z przełożonymi
- Często znajomość branży – umiejętność doboru fachowców – pracowników i współpracowników

II doświadczenia wyniesione z domu rodzinnego

- Rodzinne tradycje biznesowe
- Rodzinne firmy „od pokoleń” – kancelarie prawne, gabinety lekarskie, apteki, firmy budowlane
- Możliwość wykorzystania doświadczeń członków rodziny, „know how”

III kierunkowe wykształcenie

- Ukończone studia, kursy, szkolenia
- Działalność w branży, na której się znamy, posiadamy wiedzę merytoryczną
- Posiadane dyplomy, licencje niezbędne do prowadzenia działalności w niektórych branżach

IV hobby

- Zmiana dodatkowego zajęcia, pasji w źródło dochodów
- Pasjonując się jakimś tematem stajemy się w jego zakresie specjalistami – posiadamy w rezultacie merytoryczną wiedzę
- Pasje sportowe przykładowo przydadzą się w prowadzeniu sklepu sportowego

V cenne sugestie i zmysł obserwatorski

- Pomysł na firmę powstaje w wyniku burzy mózgów - bezpośrednio niespodziewanej wymiany pomysłów swoich i znajomych
- Może powstać również w wyniku obserwacji czynionych w czasie podróży i wyjazdów zagranicznych

VI kopia doskonałości

- Tworzenie firmy jako kopii prowadzonej przez kogoś innego działalności
- UWAGA – z zachowaniem przepisów i norm nie naruszających praw kopiowanej firmy
- Dostosowanie własnej firmy do lokalnych warunków
- Przykład – franczyza

VII nowość na rynku

- Zagospodarowanie niszy rynkowej – zaoferowanie czegoś czego dotychczas na rynku nie było
- Po zidentyfikowaniu zapotrzebowania na produkt/usługę

JAK PRZEKUĆ POMYSŁ W BIZNES

Czy zamieniać pomysł w firmę?

- Źródło utrzymania czy hobby?
- 100% czasu czy dodatkowe działanie?
- Okazja do nauki, zdobycia doświadczenia?
- Zatrudnienie członków rodziny?
- Planowana sprzedaż firmy w przyszłości?
- Wymóg pracodawcy – samodzielna działalność?

Jaki powinien być pomysł?

- Oryginalność – wyróżnik spośród istniejących biznesów
- Wartość dodana generowana przez biznes
- Innowacyjność

- INNOWACYJNOŚĆ nie jest tożsama z technologią

Innowacyjność

4 poziomy innowacyjności
(biznesu/produktu/usługi)

- Procesowa
- Produktowa
- Organizacyjna
- Marketingowa

Pozycja startowa

Decyzja – zakładamy własną działalność gospodarczą:

- Gdzie jestem? – czy jestem gotowy?
- Jakie mam zasoby?
- W którą drogę chcę iść? – domena, branża
- Dokąd chcę iść? – cele działalności (zaspokojenie potrzeb, zysk, sprzedaż pomysłu)
- Którędy? – model biznesowy, pozycjonowanie
- Jak szybko? – skala działania

Od pomysłu do biznesu

Analiza morfologiczna pomysłu biznesowego

1) Budowa przestrzeni

Lista atrybutów – np. rynek docelowy, region, model biznesowy, segment cenowy, sposób dostarczenia, materiał, kształt, kolor, zastosowanie produktu

Opcje dla każdego z atrybutów – rozłączne

2) Zasady kombinatoryki

Np. 3 rynki docelowe, 5 form produktu, 3 segmenty cenowe = 45 możliwych pomysłów biznesowych

Analiza morfologiczna

- łączy w sobie pierwiastek intuicyjny i analityczny
- metoda kombinatoryczna stanowiąca swoisty symulator wyobraźni.
- stworzona przez szwajcara Fritza Zwicky'ego w latach 40-tych XX wieku podczas amerykańskich badań w dziedzinie rakiet
- analiza wszystkich możliwych rozwiązań problemu

Fazy i etapy analizy

Faza 1 – rozpoznanie problemu

etapy:

wytyczenie problemu

definiowanie problemu

Faza 2 – Analiza problemu np. burza mózgów

etapy:

identyfikacja parametrów problemu

poszukiwanie możliwych stanów parametrów

Faza 3 – synteza problemu

etapy:

budowa tablicy morfologicznej

redukcja przestrzeni morfologicznej - w wyniku redukcji macierzy otrzymujemy połączenia parametrów zasługujące na uwagę

Od pomysłu do biznesu

- Analiza morfologiczna
- Przykład: Zimowy wyjazd w góry

PARAMETRY	1	2	3
Okres wyjazdu	przed sezonem	ferie	po sezonie
Dojazd	autokar	samochód	pociąg
Organizacja	indywidualnie	znajomi	biuro podróży
Miejsce docelowe	Polska	Słowacja	Alpy
Długość wyjazdu	weekend	7 dni	14 dni
Liczba wyjeżdżających	sam	z 2 połową	ze znajomymi
Koncentracja	zwiedzanie	jazda na nartach	imprezy

Ćwiczenie

- Przeprowadź analizę morfologiczną dla nowego modelu telefonu komórkowego

Czy pomysł jest dobry?

TEST WINDY

- dotyczy zwięzłej i przekonującej prezentacji i pozycjonowania oferty
- zwykle jedno-dwa zdania

Podstawowe pytania:

- 1) Dla kogo jest przeznaczony produkt? (grupa klientów)
- 2) Jaki problem rozwiązuje? (problem)
- 3) Do jakiej kategorii produktów należy? (kategoria)
- 4) Co wyjątkowego oferuje? (wyróżnik)
- 5) Jakie ma alternatywy? (konkurencja/substytuty)

Czy pomysł jest dobry?

- TEST WINDY – przykład

Dla [grupa klientów], którzy cierpią na [problem], oferujemy [kategoria].

W przeciwieństwie do [konkurencja/substytuty] umożliwiamy [wyróżnik].

Dla osób które chcą obejrzeć wybrany przez siebie film w jakości HD, które nie mają czasu odwiedzić wypożyczalni DVD, oferujemy obejrzenie filmu na ekranie ich telewizora.

W przeciwieństwie do wypożyczalni DVD, z których filmy należy osobiście odebrać, umożliwiamy pobranie filmu bez wychodzenia z domu.

Czy pomysł jest dobry?

- **ĆWICZENIE**

Zaproponuj unikalne rozwiązanie w formie „Testu Windy” dla:

- Zakładu kosmetycznego
- Tworzenia stron internetowych
- Myjni samochodowej

Pamiętaj o tym, że będąc przedsiębiorcą ostatni stracisz pracę w swojej firmie. Sam zdecyduj co bardziej Ci odpowiada - etat czy własna działalność

Pamiętaj jednak, że dużo łatwiej jest budować własny biznes od najmłodszych lat, bo kiedy założymy rodzinę wtedy o wiele trudniej zrezygnować z etatu!!