



BIZNES 03

Doprecyzowanie pomysłu na biznes

Dlaczego i jak sprawić, by Twój pomysł był bardziej przejrzysty i lepiej dopracowany;
punkt wyjścia dla rozwoju Twojej działalności.

[Rozpocznij kurs >](#)



Warsaw University
of Technology



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

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Target



BIZNES

MODUŁ 3

Doprecyzowanie pomysłu na biznes

Właśnie oceniłeś spójność swojej relacji człowiek-firma i chciałbyś pójść dalej w rozwoju swojego projektu biznesowego. Ta jednostka szkoleniowa jest dla Ciebie. Dowiesz się dlaczego i jak sprawić, by Twój pomysł był bardziej przejrzysty i lepiej zorganizowany. To jest punkt wyjścia dla rozwoju Twojej działalności.

Czego nauczysz się w tym module

- 1 Dlaczego musisz doprecyzować swój pomysł na biznes
- 2 Wykorzystania prostych narzędzi do doprecyzowania swojego pomysłu na biznes (odpowiednio postawione pytania lub mapy myśli)
- 3 Podstawy prezentacji biznesowej



Rozdziały w tym module

1

Dlaczego warto doprecyzować swój pomysł na biznes?

2

Sześć typów pytań, by doprecyzować swój pomysł

3

Doprecyzowanie pomysłu poprzez analizę 8 obszarów

4

Korzystanie z mapy myśli

5

Przedstawienie swojego projektu biznesowego



BIZNES

MODUŁ 3

ROZDZIAŁ 1

Dlaczego warto doprecyzować swój pomysł na biznes?

Doprecyzowanie swojego pomysłu na biznes jest pierwszym krokiem do przejścia od mglistej idei do konkretnego projektu.

Czego nauczysz się w tym rozdziale

- 1 | Dlaczego ważne jest, aby mieć jasny i sformalizowany pomysł na swój projekt biznesowy.
- 2 | Dlaczego pominięcie tego kroku może być szkodliwe dla rozwoju Twojej firmy.



Dlaczego warto doprecyzować swój pomysł na biznes?

Każdy pomysł ma sens, gdy zostanie wyjaśniony. Jeśli jesteś w trakcie tego szkolenia, prawdopodobnie masz jakiś pomysł. Być może wydaje ci się, że Twój pomysł jest już jasny i precyzyjny... Ale czy jesteś tego pewien?



Doprecyzowanie pomysłu

Czy potrafisz odpowiedzieć na te pytania szybko, bez żadnych wątpliwości i wahań?

- Jaki jest Twój projekt i jak zamierzasz odpowiedzieć na potrzeby potencjalnych klientów?
- Jakie są cechy charakterystyczne Twoich klientów?
- Jak wygląda typowy dzień przyszłego przedsiębiorcy?
- Czy planujesz pracować sam czy zatrudnić kilku pracowników ? Ilu i do jakich zadań dokładnie?
- Czy będziesz pracował z podwykonawcami? Jakimi?

Teraz Twój projekt wydaje się chyba nie do końca jasny... dlatego musisz go doprecyzować.

Do tego celu możesz użyć czegokolwiek chcesz: notatnika, karteczek samoprzylepnych, edytora tekstu, arkusza kalkulacyjnego itp.

Twoim głównym celem jest próba odpowiedzi na jak najwięcej pytań, które jesteś w stanie sobie zadać na temat Twojego biznesu.

Ale pamiętaj: nic nie jest ustalone na stałe! Nie martw się, jeśli nie znasz odpowiedzi na wszystkie pytania.

Sam fakt, że potrafisz myśleć o pytaniach, na które nie masz odpowiedzi, świadczy o tym, że wykonujesz świetną pracę.

Nie zapomnij zapisać wszystkich swoich pytań i odpowiedzi.

Doprecyzowanie pomysłu

Doprecyzowanie swojego pomysłu jest również pierwszym krokiem do nauki przedstawiania go innym osobom.

W rzeczywistości, posiadanie jasnego i precyzyjnego projektu biznesowego jest ważne nie tylko dla Ciebie i dla tego, jak będziesz zarządzał etapami tworzenia i rozwijania swojej działalności, ale także dla Twoich interesariuszy.

Na długo przed oficjalnym rozpoczęciem działalności będziesz musiał mówić o niej przed różnymi osobami: potencjalnymi klientami, dostawcami, podwykonawcami itd.

Osiąganie celów takich jak:

- Pozyskiwanie pierwszych klientów;
- Negocjowanie odpowiednich warunków dostaw z dostawcami;
- Nawiązywanie obiecujących partnerstw z innymi przedsiębiorcami

zależy w dużej mierze od tego, jak jesteś w stanie przedstawić swój biznes.

Przedstawienie zrozumiałego, jasnego, precyzyjnego i konkretnego planu na biznes jest kluczem do sukcesu w jego rozwoju.

Nie masz pomysłu na biznes?

Zapraszamy do powrotu do jednostki szkoleniowej nr 2 „Relacja człowiek-firma”. Dość często pomysł na biznes jest w dużym stopniu związany z osobistymi motywacjami i zainteresowaniami, takimi jak:

- Twoje osobiste i zawodowe doświadczenia
- Twoje obszary zainteresowań
- Twoje umiejętności
- Twój sposób życia
- Twoje wartości

Praca na tych polach z pewnością pomoże Ci znaleźć odpowiedni pomysł.



Streszczenie rozdziału

1

Jasny pomysł na biznes to brama do efektywnej współpracy z innymi osobami.

2

Osiągnięcie celów biznesowych zależy w dużej mierze od tego, jak dobrze potrafisz przedstawić swoją działalność biznesową.

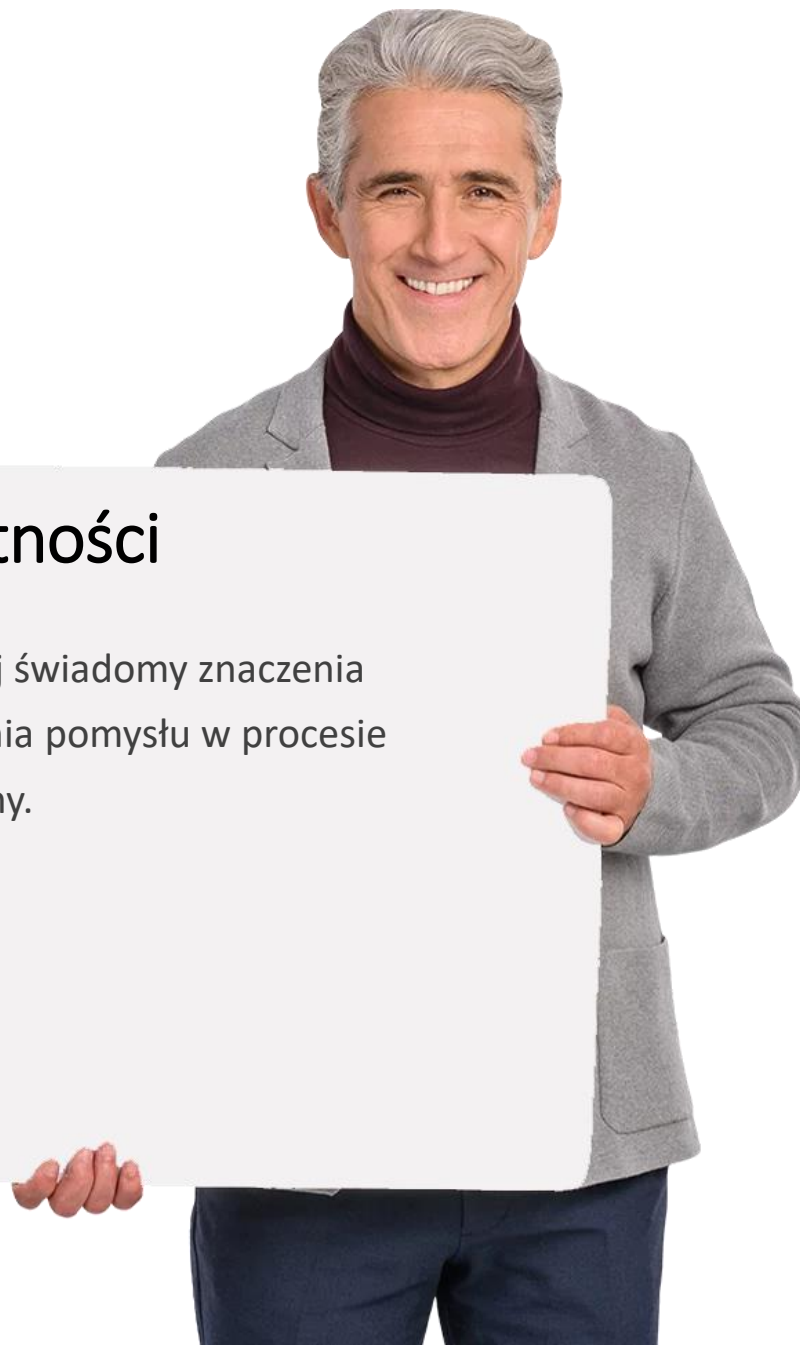
Rozdział zakończony!

Gratulacje! Udało Ci się ukończyć ten rozdział!

Nabyte umiejętności

1

Jesteś bardziej świadomy znaczenia doprecyzowania pomysłu w procesie tworzenia firmy.



Co dalej?

Teraz możesz powtórzyć ten rozdział lub kontynuować naukę, klikając na jeden z poniższych przycisków:

Powtórz

Kontynuuj





BIZNES

MODUŁ 3

ROZDZIAŁ 2

Sześć typów pytań, by doprecyzować swój pomysł

Sześć typów pytań pomoże Ci doprecyzować swój pomysł. W tym rozdziale dowiesz się, jak je zadawać.

Odnoszą się one do pytań z języka angielskiego, 5 W oraz 1 H: What? Why? Where? Who? When? How?

Czego nauczysz się w tym rozdziale

- 1 | Doprecyzowania swojego pomysłu na biznes, używając podstawowych typów pytań.



Sześć typów pytań, by doprecyzować swój pomysł

Stawianie odpowiednich pytań to podstawa zarządzania projektami. Jest to proste narzędzie, które pomaga pamiętać o najważniejszych zadaniach, jakie należy wykonać, podejmując się realizacji projektu.

Odpowiedzi na te proste pytania dostarczą Ci ważnych informacji na temat Twojego pomysłu na biznes.

W dziennikarstwie historię uważa się za kompletną tylko wtedy, gdy zawiera odpowiedzi na 6 poniższych pytań.



Sześć podstawowych typów pytań

- **Kto** jest bohaterem historii? (Who?)
- **Jaka** jest historia? (What?)
- **Kiedy** to się stało? (When?)
- **Gdzie** to się stało? (Where?)
- **Dlaczego** tak się stało? (Why?)
- **Jak** to się stało? (How?)

Oczywiście, każde słowo pytające może być użyte w różnych kontekstach i wielokrotnie powtórzone.



Sześć podstawowych typów pytań

Oto przykład powtórzeń z „**Jaki/Jaka/Jakie**” (What):

- Jaki jest mój projekt? Jaka jest wartość dodana mojego projektu? Jakie są mocne strony mojego projektu? Jakie są słabe strony?...

Przykład z „**Dlaczego**” (Why):

- Dlaczego klienci mieliby kupować mój produkt? Dlaczego uważam, że cechuje się czymś więcej w porównaniu do konkurencji? Dlaczego konkurencja nie może się tym pochwalić?

Dzięki sześciu słowom pytającym możesz zadawać tysiące pytań, które sprawią, że Twój biznes stanie się bardziej zrozumiały i klarowny.





- Kompetencje
 - Środki (pieniądze, sprzęt...)
 - Klienci
 - Potrzeby
 - Zasoby ludzkie
 - Cele
 - Pragnienia
 - Przeszkody
 - Wartość dodana
 - Oczekiwania
 - Zagrożenia
 - Organizacja
 - Konkurenci
 - Mocne strony
 - Słabe strony
 - Ograniczenia
 - Możliwości
 - Miejsce
 - Regulacje
 - Okoliczności
 - Rozwój
 - Ceny
 - Wartości
 - Zaopatrzenie
 - Marketing
 - Produkty i usługi
 - Kwalifikacje
 - Warunki sprzedaży
 - Czas
- I WIELE WIĘCEJ**

Typowe pytania „Jakie...?”

- Jakie są moje mocne strony? Jakie są mocne strony mojej konkurencji?
- Jakie są moje słabe strony? Jakie są słabe strony mojej konkurencji?
- Jaka jest wartość dodana moich produktów/usług? Jaka jest wartość dodana produktów/usług mojej konkurencji?
- Jakie są moje cele osobiste i biznesowe?
- Jakie są moje umiejętności i motywacje?
- Jakie są zwyczaje konsumpcyjne, potrzeby i oczekiwania moich klientów?
- Jakie są cechy moich produktów/usług?
- Jaka jest etyka mojego biznesu?



Typowe pytania „Kto...?”

- Kto jest moim konkurentem?
- Kto jest moim klientem?
- Kto jest moim dostawcą/usługodawcą?
- Kto jest moim podwykonawcą?
- Kto jest moim wspólnikiem?
- Kto jest moim współpracownikiem?
- Kto jest moim partnerem instytucjonalnym?



Typowe pytania „Dlaczego...?”

- Dlaczego zdecydowałem się na stworzenie tego biznesu?
- Dlaczego ludzie mieliby być zainteresowani kupnem moich produktów/usług?
- Dlaczego moje produkty/usługi różnią się od tych oferowanych przez konkurencję?
- Dlaczego moja etyka pracy jest spójna z oczekiwaniami klientów?
- Dlaczego moje umiejętności, mocne strony i motywacje są wystarczająco silne, aby prowadzić firmę?
- Dlaczego moja oferta jest konkurencyjna?
- Dlaczego moja strategia marketingowa jest odpowiednia dla branży mojego biznesu?



Typowe pytania „Gdzie...?”

- Gdzie będę kupował moje produkty/usługi?
- Gdzie będę sprzedawał swoje produkty/usługi?
- Gdzie będę promował swoją firmę?
- Gdzie będę przechowywał moje produkty?



Typowe pytania „Kiedy...?”

- Kiedy będę kupował surowce (częstotliwość zakupów)?
- Kiedy będę sprzedawał swoje produkty/usługi (pory roku i godziny otwarcia)?
- Kiedy będę promował swoją firmę?



Typowe pytania „Jak...?”

- Jak planowana jest organizacja zasobów ludzkich?
- Jak zaplanowany jest łańcuch dostaw moich produktów?
- Jak zaplanowana jest moja kampania promocyjna?
- Jak zaplanowany jest mój plan działań w zakresie rozwoju handlowego?
- Jak wycenić moje produkty/usługi?
- Jak dotrzeć do klientów?



Sześć podstawowych typów pytań

W pierwszym załączniku możesz znaleźć przykład z sześcioma podstawowymi typami pytań dla projektu biznesowego.

Przykład ten nie jest oczywiście wyczerpujący. Zachęcamy do samodzielnej próby w oparciu o własne pytania.





Czy wiesz, że?

Nie oczekuje się od Ciebie odpowiedzi na wszystkie pytania.

Głównym celem tego ćwiczenia nie jest udzielenie precyzyjnej odpowiedzi na te pytania, ale wygenerowanie jak największej liczby pytań, które poszerzą Twoje horyzonty na temat Twojego pomysłu na biznes.

Streszczenie rozdziału

1

Odpowiedzi na te proste pytania stanowią solidną podstawę dla Twojego pomysłu na biznes.

2

Generowanie jak największej liczby pytań, aby poszerzyć swoje horyzonty na temat swojego biznesu, jest najlepszym sposobem na doprecyzowanie swojego pomysłu.

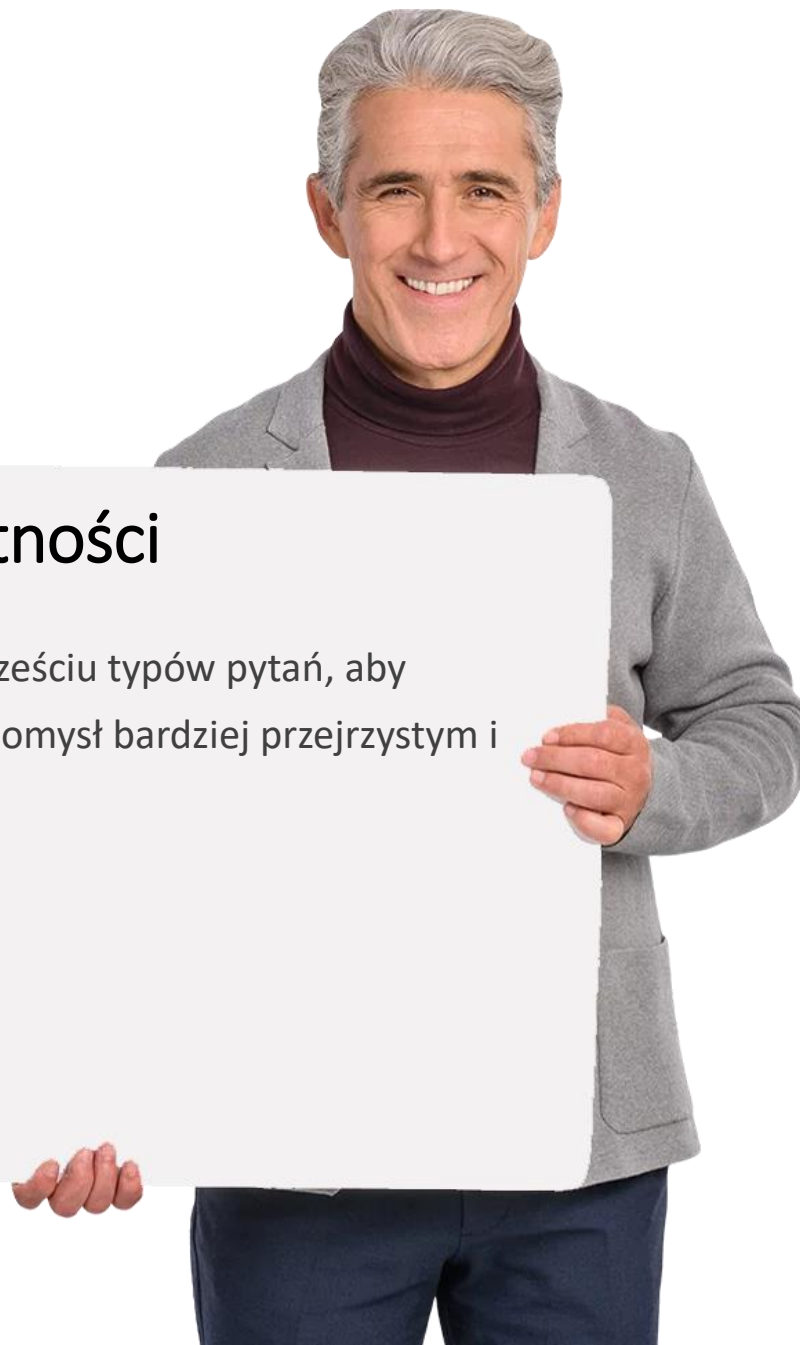
Rozdział zakończony!

Gratulacje! Udało Ci się ukończyć ten rozdział!

Nabyte umiejętności

1

Możesz użyć sześciu typów pytań, aby uczynić swój pomysł bardziej przejrzystym i zrozumiałym.



Co dalej?

Teraz możesz powtórzyć ten rozdział lub kontynuować naukę, klikając na jeden z poniższych przycisków:

Powtórz

Kontynuuj





BIZNES

MODUŁ 3

ROZDZIAŁ 3

Doprecyzowanie pomysłu poprzez analizę ośmiu obszarów

Rozpatrzenie pomysłu w ramach każdego z wybranych obszarów jest kolejną metodą, którą możesz zastosować oprócz sześciu typów pytań, aby jeszcze bardziej doprecyzować swój pomysł.

Czego nauczysz się w tym rozdziale

- 1 Zidentyfikowania omawianych obszarów.
- 2 Wykorzystywania zidentyfikowanych obszarów do uszczegółowienia swojego pomysłu na biznes.



Doprecyzowanie pomysłu poprzez analizę 8 obszarów

Aby doprecyzować swój pomysł na biznes, możesz wykorzystać sześć podstawowych typów pytań, które właśnie zobaczyliśmy i/lub możesz również wykorzystać podejście związane z analizą ośmiu wybranych obszarów



8 różnych obszarów

Wyodrębniamy 8 obszarów związanych z Twoim pomysłem na biznes:

1. Ty
2. Twoje produkty/usługi
3. Twoja logistyka i organizacja: sklep, magazyn, pracownicy...
4. Twoi klienci
5. Twoi konkurenci
6. Twoi partnerzy: dostawcy, podwykonawcy...
7. Regulacje
8. Kontekst: polityczny, społeczny, technologiczny, ekonomiczny, demograficzny



Wspólne słowa

Od slajdu 36 do 43 znajdziesz wiele wypunktowanych zwrotów.

Tak jak na slajdzie 19, Twoim celem jest stworzenie połączenia pomiędzy słowami określającymi wybrane obszary a wypunktowanymi zwrotami.

Na przykład na slajdzie 36 jest to słowo „Ty”. Niektóre wypunktowane zwroty dotyczą umiejętności, celów lub potrzeb.

Twoim celem jest połączenie słowa „Ty” z tymi zwrotami, aby doprecyzować swój pomysł.

Na przykład, połączenie „Ty” z „Umiejętnościami” = "Jakie są twoje umiejętności?" lub połączenie „Ty” z „Potrzebami” = "Jakie są twoje potrzeby?".

Weźmy teraz przykład ze slajdu 37, „**Produkty i usługi**” połączone z "Wartością dodaną" = "Jakie są wartości dodane Twoich produktów/usług?" lub "Jaka jest wartość dodana produktów/usług Twojej konkurencji?".

I tak dalej.

Słowa powszechnie kojarzone z „Tobą”

- Umiejętności
- Motywacje
- Ograniczenia osobiste
- Cele
- Potrzeby
- Pragnienia
- Sieć
- Kwalifikacje
- Doświadczenia
- Wartości i etyka pracy



Słowa powszechnie kojarzone z „Produktami i usługami”

- Cechy szczególne / właściwości
- Wartość dodana
- Ceny
- Koszty
- Jakość
- Ilość
- Strategia dostaw
- Strategia handlowa
- Strategia promocji



Słowa powszechnie kojarzone z „Logistyką i organizacją”

- Strategia dostaw
- Przechowywanie
- Zarządzanie pracownikami
- Polityka zakupu
- Wynajem/kupno pomieszczeń



Słowa powszechnie kojarzone z „Klientami”

- Oczekiwania
- Potrzeby
- Zwyczaje/nawyki
- Ograniczenia
- Możliwości zakupowe
- Przeciętna zawartość koszyka
- Częstotliwość zakupów
- Profile: wiek, płeć, kategoria społeczno-zawodowa...



Słowa powszechnie kojarzone z „Konkurencją”

- Cechy szczególne / właściwości
- Wartość dodana
- Ceny
- Koszty
- Jakość
- Ilość (wyprodukowana/sprzedana w ciągu tygodnia/miesiąca/roku)
- Strategia dostaw
- Strategia handlowa
- Strategia promocji
- Wartości i etyka pracy



Słowa powszechnie kojarzone z „Partnerami”

- Cechy szczególne / właściwości
- Wartość dodana
- Ceny
- Koszty
- Jakość
- Ilość
- Polityka zaopatrzenia
- Polityka handlowa
- Zainteresowanie współpracą z Tobą



Słowa powszechnie kojarzone z „Przepisami”

- Normy higieniczne
- Normy dostępności
- Normy bezpieczeństwa
- Normy zapobiegania pożarom/ewakuacji
- Wymaganie dyplomu/świadectwa
- Wymaganie autoryzacji



POLICIES

Lorem ipsum dolor sit amet, te pri facete nostrud, et eum
iriure option numquam. Eu vix populo efficiendi.

Słowa powszechnie kojarzone z „Kontekstem”

- Orientacja polityczna (przychylny stosunek do Twojej działalności/ branży?)
- Zmiany technologiczne (ryzyko zmiany? konieczne inwestycje dostosowawcze?)
- Charakterystyka społeczno-gospodarcza (np. stopa bezrobocia?)
- Zmiany demograficzne (np. depopulacja? starzenie się społeczeństwa?)



Streszczenie rozdziału

1

Istnieje 8 obszarów, nad którymi możesz pracować, aby doprecyzować swój pomysł na biznes.

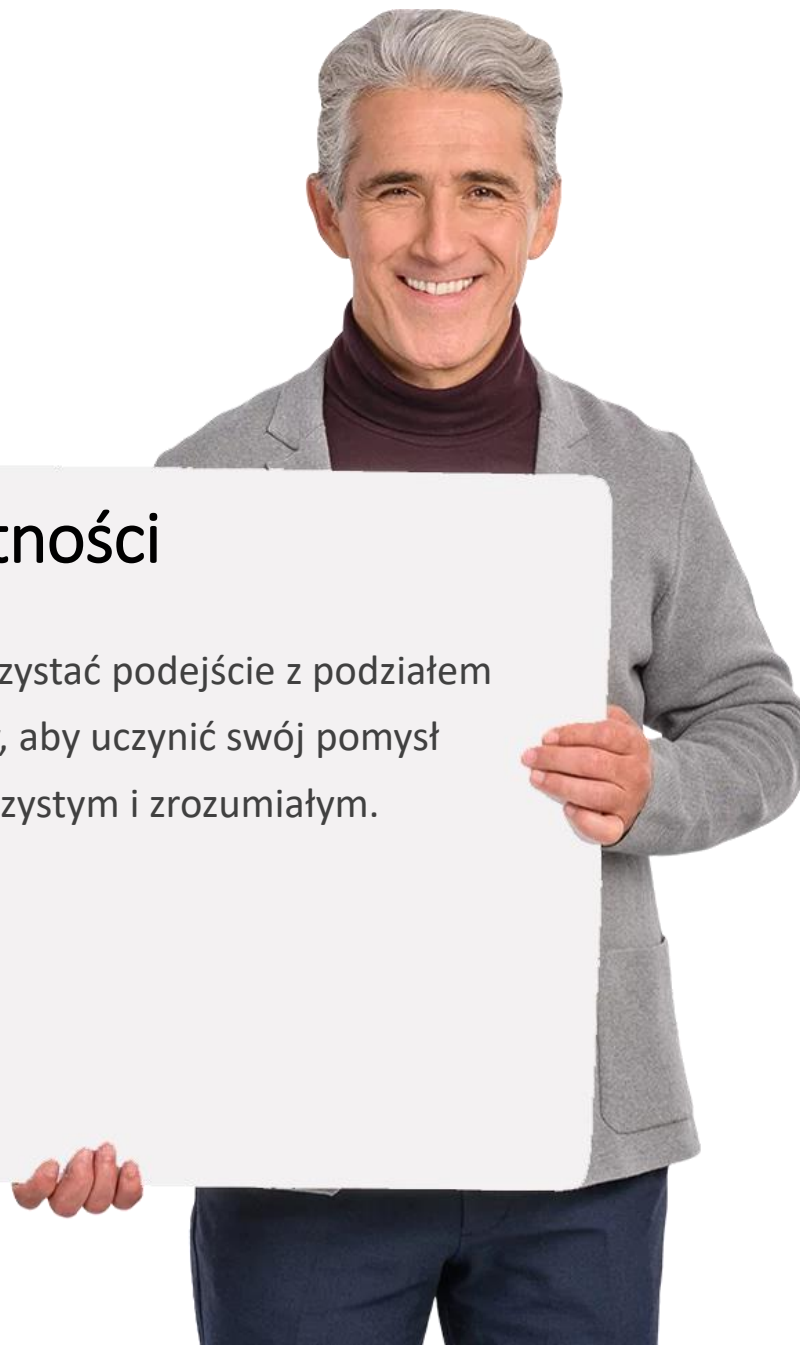
Rozdział zakończony!

Gratulacje! Udało Ci się ukończyć ten rozdział!

Nabyte umiejętności

1

Możesz wykorzystać podejście z podziałem na 8 obszarów, aby uczynić swój pomysł bardziej przejrzystym i zrozumiałym.



Co dalej?

Teraz możesz powtórzyć ten rozdział lub kontynuować naukę, klikając na jeden z poniższych przycisków:

Powtórz

Kontynuuj





BIZNES

MODUŁ 3

ROZDZIAŁ 4

Korzystanie z mapy myśli

Mapa myśli jest narzędziem wizualnym, które może pomóc Ci w bardziej szczegółowym doprecyzowaniu Twojego pomysłu na biznes. W tym rozdziale dowiesz się, jak z niej korzystać.

Czego nauczysz się w tym rozdziale

- 1 Czym jest mapa myśli.
- 2 Jak wykorzystać ją do doprecyzowania swojego pomysłu na biznes.



Korzystanie z mapy myśli

Niezależnie od tego, czy korzystasz z sześciu podstawowych typów pytań, podejścia z podziałem na 8 obszarów, czy też obu, teraz prawdopodobnie masz wystarczająco dużo elementów, aby zacząć dopracowywać swój projekt.

Możesz użyć notatnika, edytora tekstu, karteczek samoprzylepnych lub czegokolwiek innego.

Istnieje jednak ciekawe narzędzie, które z pewnością może Ci pomóc: mapa myśli.



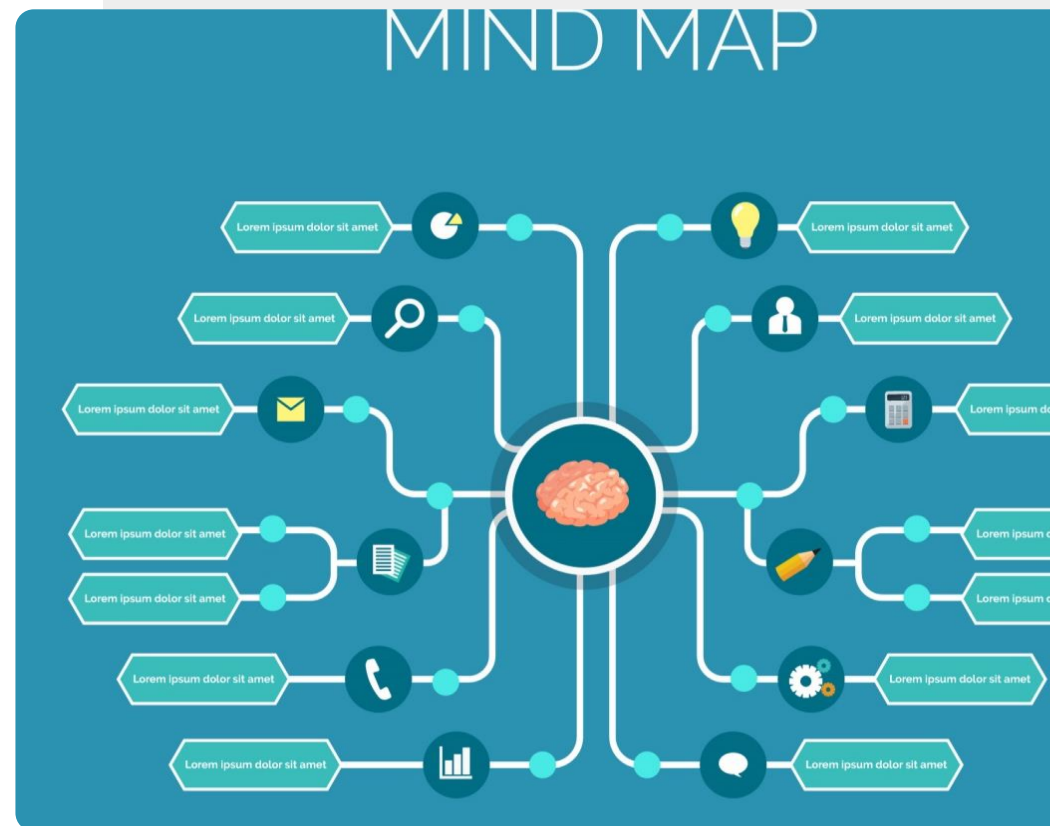
Czym jest mapa myśli?

Mapa myśli to diagram, na którym informacje są przedstawiane wizualnie jako gałęzie odchodzące od głównego tematu.

W rzeczywistości, dzięki swojej wizualnej konstrukcji, mapa myśli może umożliwić Ci uchwycenie złożonych pomysłów.

Mapy myśli przypominają drzewa:

- Temat = pień drzewa
- Główne idee/myśli = środek korony drzewa
- Pomysły pomocnicze = pozostałe gałęzie



Jak zbudować mapę myśli?

Oto prosta metodologia budowania mapy myśli:

- Na początku zdefiniuj centralne pole z tematem, które może być słowem lub obrazem, który go reprezentuje.
- Następnie połącz swoje główne idee z tematem używając kolorów. Twoje główne idee mogą być reprezentowane przez obrazy, słowa kluczowe, symbole, cokolwiek co przyjdzie Ci do głowy.
- Potem połącz pomysły pomocnicze z ideami głównymi w taki sam sposób, w jaki połączyłeś idee z tematem
- I tak dalej.



Korzystanie z mapy myśli

W drugim załączniku dzielimy się z Tobą modelem mapy myśli do doprecyzowania pomysłu na biznes.

Możesz przeglądać ([wersja PDF](#)) i oczywiście modyfikować ([wersja DOC](#)) ten model, aby lepiej pasował do Twojego pomysłu i Twojej osobowości.

Jeśli jesteś zainteresowany tym narzędziem, możesz pobrać za darmo oprogramowanie XMind tutaj: <https://www.xmind.net/download/>.

Po pobraniu będziesz mógł otworzyć załącznik i zmodyfikować go lub stworzyć nowy model.



Zobacz model
mapy myśli EN
(PDF)

Pobierz model
mapy myśli EN
(DOC)

Pobierz program
XMind

Streszczenie rozdziału

1

Mapa myśli to diagram, na którym informacje są przedstawiane wizualnie jako gałęzie odchodzące od głównego tematu.

2

Użycie mapy myśli pomaga zwizualizować pomysł na biznes.

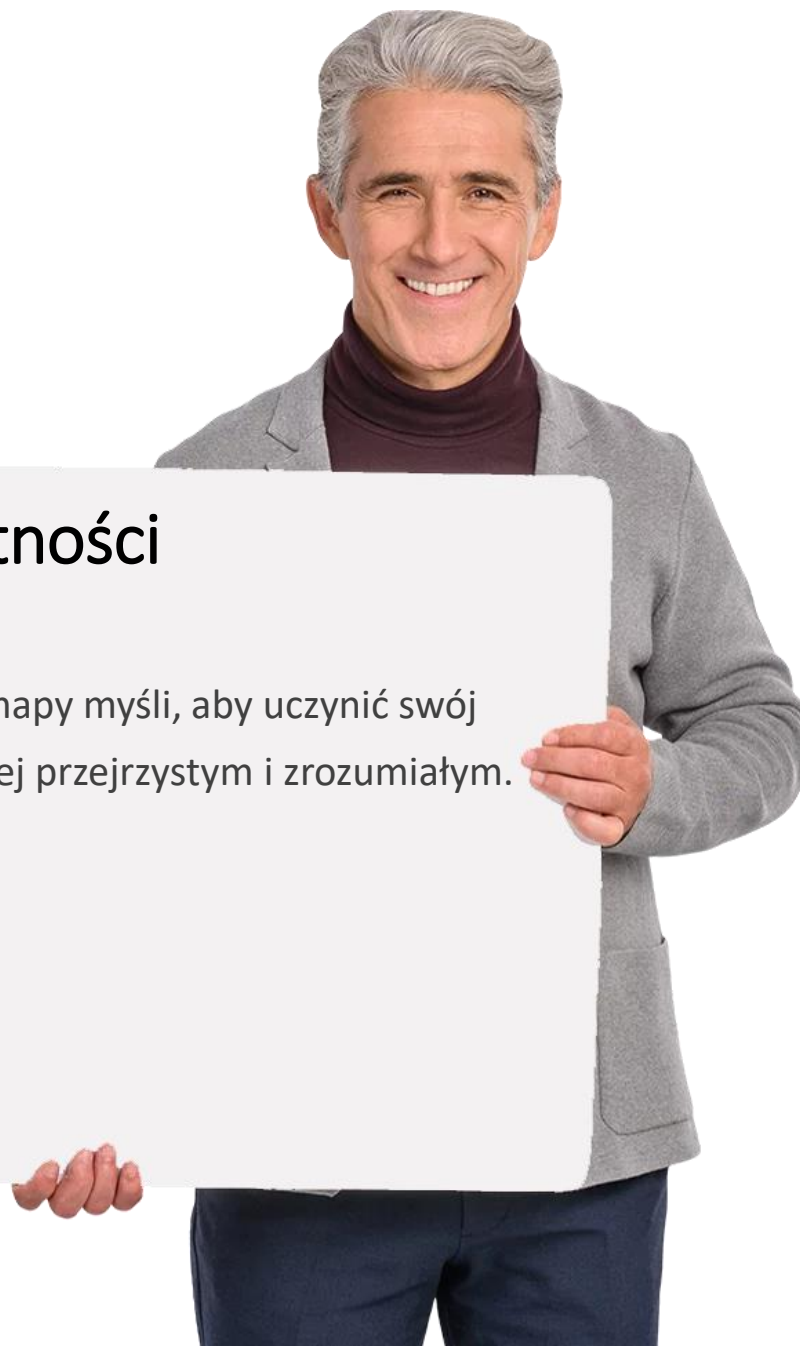
Rozdział zakończony!

Gratulacje! Udało Ci się ukończyć ten rozdział!

Nabyte umiejętności

1

Możesz użyć mapy myśli, aby uczynić swój pomysł bardziej przejrzystym i zrozumiałym.



Co dalej?

Teraz możesz powtórzyć ten rozdział lub kontynuować naukę, klikając na jeden z poniższych przycisków:

Powtórz

Kontynuuj





BIZNES

MODUŁ 3

ROZDZIAŁ 5

Przedstawienie swojego projektu biznesowego

Twoja prezentacja to pierwsza wizytówka Twojej firmy. Kiedy spotykasz się z partnerami lub klientami, wiele możliwości może wyniknąć w zależności od tego, jak dobrze zaprezentujesz swój pomysł.

Czego nauczysz się w tym rozdziale

- 1 | Jak przedstawić swój pomysł na projekt biznesowy



Przedstawienie swojego projektu biznesowego

Spotkanie z bankierem, biegłym rewidentem, dostawcą, leasingodawcą komercyjnym lub po prostu z potencjalnym przyszłym klientem.

Nawet zanim dokonasz pierwszej sprzedaży, będzie wiele okazji, aby porozmawiać o swoim pomysle na biznes.

Od sposobu, w jaki będziesz o nim mówił, może zależeć przyszłość Twojego projektu.

Poznajmy więc podstawy prezentacji Twojego pomysłu na biznes.



Prezentacja firmy: kluczowe punkty

- Przygotowanie prezentacji jest czasochłonne i wyczerpujące. Wymaga wielu prób i poprawek. Wymaga również treningu przed różnymi typami publiczności (rodzina, przyjaciele, itp.).
- Prezentacja nigdy nie może być sztywna. W zależności od etapu biznesowego, nad którym pracujesz i osoby, z którą rozmawiasz, musisz być w stanie dostosować swoje wystąpienie. Spraw, aby prezentacja pasowała do kontekstu i rozmówcy.
- Upraszczaj rzeczy. Jednym z pierwszych błędów jest wchodzenie w zbyt wiele (niepotrzebnych) szczegółów. Mów zwięźle. Jeśli Twój rozmówca będzie chciał więcej szczegółów, sam o nie zapyta.
- Bądź gotowy do prezentacji w każdym miejscu, w każdych okolicznościach, przed każdym zainteresowanym rozmówcą. Nie przegap okazji do zaprezentowania swojego projektu biznesowego.



Proces

1**2****3**

Wymyśl oryginalny i atrakcyjny wstęp do prezentacji

Postaraj się stworzyć odpowiednie warunki lub okazję, aby w sposób naturalny i pomysłowy przedstawić swój pomysł na biznes. Postaraj się, aby był on oryginalny i atrakcyjny.

Proces

1

2

3



Zbuduj spersonalizowaną historię

Zbuduj własną historię, aby przedstawić powstanie i rozwój swojego pomysłu na biznes.

Nie bój się używać anegdot i spraw, aby pasowały one do Twojej osobowości i wizerunku Twojej firmy.

Proces

1

2

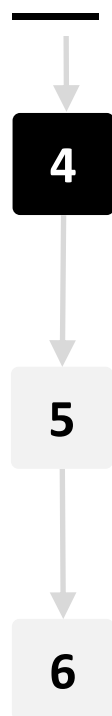
3



Wyjaśnij, jakie potrzeby spełniasz

Jasno i precyzyjnie wyjaśnij, jakie potrzeby zaspokajasz swoimi produktami/usługami i jakie problemy zamierzasz dzięki nim rozwiązać.

Proces

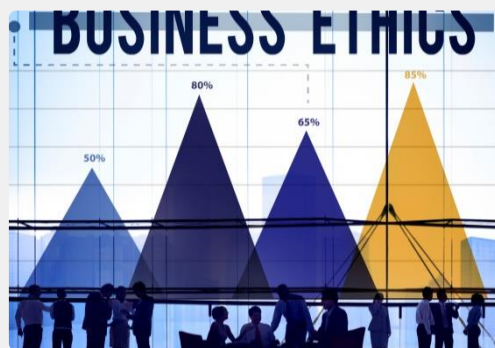
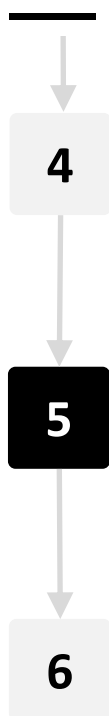


Przedstaw wartość dodaną swojej firmy

Dlaczego właśnie Ty? Co robisz lepiej lub przynajmniej inaczej niż konkurencja?

Aby przekonać, trzeba się wyróżnić z tłumu.

Proces



Przedstaw swoje wartości i etykę pracy

Przedstaw swoje wartości i sens swojej działalności. Ludzie są coraz bardziej zaangażowani w zrównoważoną/odpowiedzialną konsumpcję, Twoje wartości, etyka pracy i wizja biznesu są decydujące, aby przyciągnąć uwagę.

Proces



Odnieś się do swoich celów i zamiarów

Czego oczekujesz od osoby (osób), z którą rozmawiasz? Jaki jest cel dyskusji?

Musisz powiedzieć, czego oczekujesz od swojego rozmówcy. Rozmowa ma zawsze jakiś cel.

Przedstawienie projektu biznesowego: wskazówki

- Upewnij się, że masz kilka wersji w zależności od sytuacji: <1 minuta, ~2-3 minuty i ~5 minut.
- Unikaj technicznego i skomplikowanego żargonu. Bądź bezpośredni i zwięzły.
- Stwórz spójny, wspólny wątek (najlepiej w formie opowieści), aby przejść od jednego tematu/idei do następnego.
- Spraw, aby Twoja prezentacja pasowała do Twojej osobowości i Twoich wartości. Unikaj mówienia bezosobowego.
- Nie bądź dla siebie zbyt surowy i unikaj zbytniego perfekcjonizmu. Wybierz naturalną przemowę ponad sztywny scenariusz.
- Przygotuj, przetestuj, przeanalizuj i dostosuj. Kluczem jest szkolenie.



Streszczenie rozdziału

1

Przygotowanie prezentacji wymaga czasu i wysiłku. Wymaga licznych testów i poprawek.

2

Dopasuj swoją prezentację do sytuacji i odbiorców.

3

Przedstaw prezentację dostosowaną do Twojej osobowości, Twoich mocnych stron i wartości.

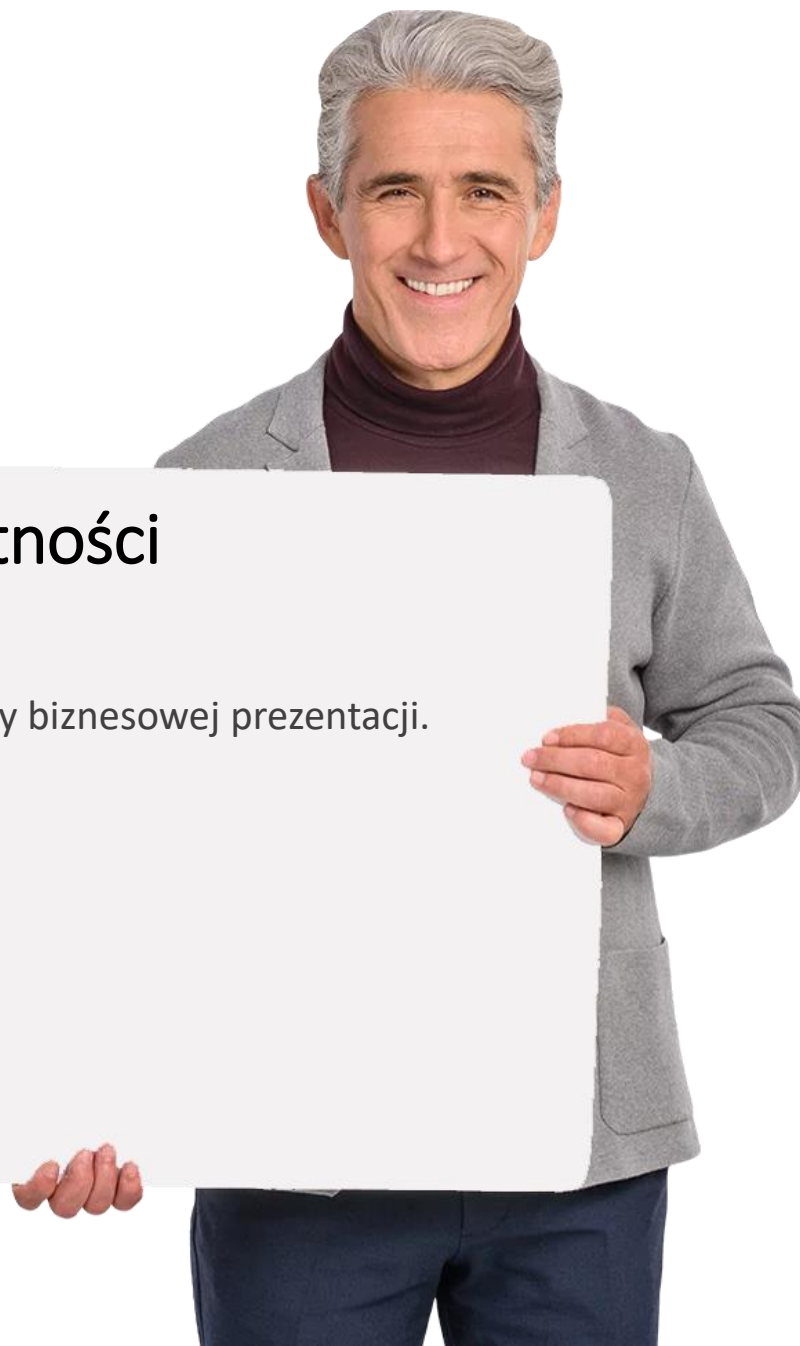
Rozdział zakończony!

Gratulacje! Udało Ci się ukończyć ten rozdział!

Nabyte umiejętności

1

Znasz podstawy biznesowej prezentacji.



Co dalej?

Teraz możesz powtórzyć ten rozdział lub kontynuować naukę, klikając na jeden z poniższych przycisków:

Powtórz

Kontynuuj



Wnioski

1

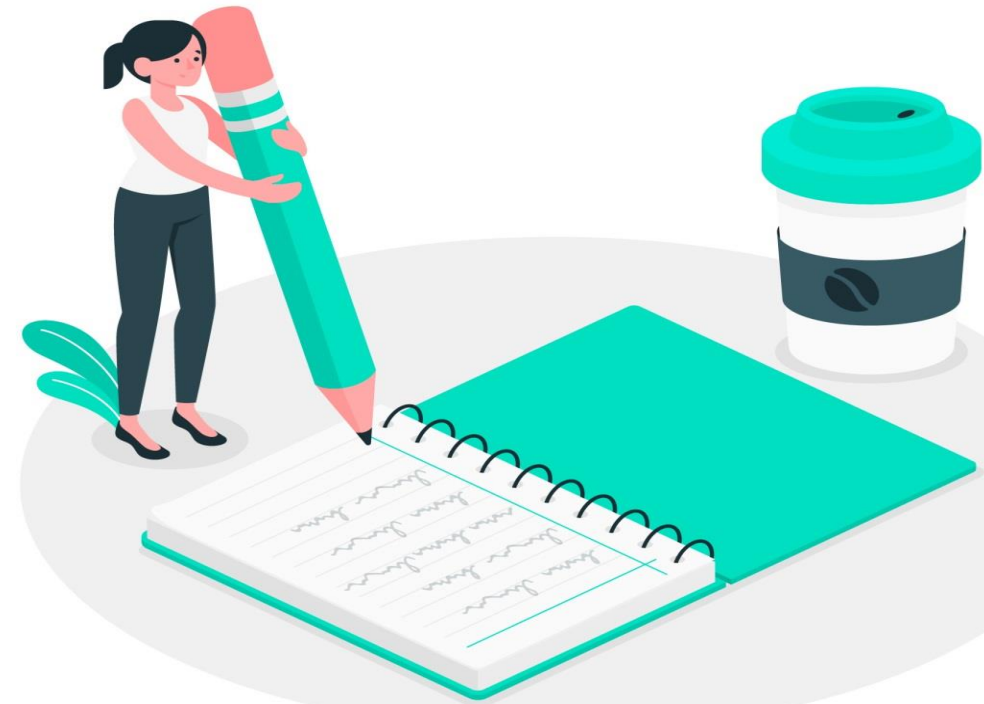
Dopracowanie pomysłu nadaje kształtu Twojemu biznesowi. To, co sprawia, że prosty pomysł staje się całkowitym projektem, to stopień jego doprecyzowania.

2

W trakcie całego procesu budowania firmy spotkasz różnych interesariuszy, którzy mogą mieć realny wpływ na przyszłość Twojej firmy (np. bankiera lub inwestora).


3

Poświęcenie czasu na doprecyzowanie swojego pomysłu na biznes jest najlepszym sposobem na ograniczenie błędów podczas wcielania projektu biznesowego w życie.



Quiz

Click the **Quiz** button to edit this object

 **BIZNES** **MODUŁ 3** Doprecyzowanie pomysłu na biznes

Jaki jest pierwszy krok w doprecyzowaniu pomysłu na biznes?

- Zadawania jak największej liczby pytań
- Uzyskanie odpowiedzi na jak najwięcej pytań

Moduł ukończony!

Gratulacje! Udało Ci się ukończyć ten moduł!

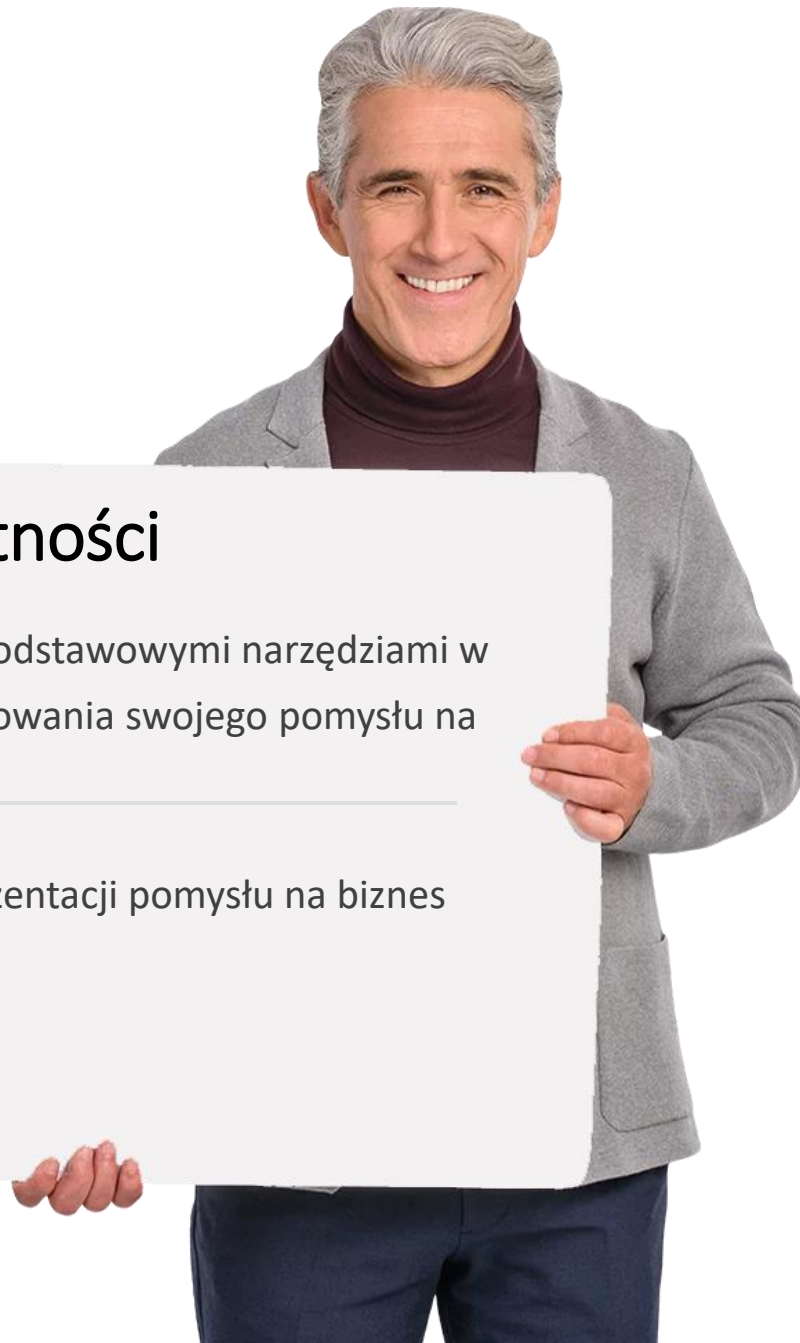
Nabyte umiejętności

1

Zarządzanie podstawowymi narzędziami w celu doprecyzowania swojego pomysłu na biznes

2

Podstawy prezentacji pomysłu na biznes



Co dalej?

Teraz możesz powtórzyć ten rozdział lub kontynuować naukę, klikając na jeden z poniższych przycisków:

Powtórz

Kontynuuj

