



Курс на семинара

Семинарът се състои основно от задълбочаване на съдържанието на модула за електронно обучение. Процедурата ще бъде следната:

10 min	Добре дошли & Въведение
15 min	Повторение „четене на баланси“
15 min	Упражнение: създаване на баланс (пъзел)
20 min	Индивидуални въпроси относно балансите
10 min	Мозъчна атака: Какво знаете за пазара изследвания?
50 min	Индивидуално разработване на пазарно проучване дизайн за бизнес идеята на участниците вкл. трениране / обратна връзка
10 min	Мозъчна атака: Кой са важните аспекти на разработване на марка?
50 min	Разработване на табло за настроение (цифров / аналогов) създайте инструктаж за дизайнер с трениране / обратна връзка
10 min	Мозъчна атака: Кой са най-важните елементи на бизнес план?
50 min	Разработване на 1-ва скица на бизнес план



Упражнение: Създайте баланс

Преглед

Упражнението има за цел да прегледа учебното съдържание на онлайн курса в баланси. Не става въпрос толкова за създаването на конкретен собствен баланс, а за правилната структура на такъв баланс.

изпълнение

Балансът по-долу ще бъде разпределен на участниците като пъзел. (За целта балансът се нарязва на отделните клетки.)

Всеки участник получава пъзел и лист, върху който балансът може да бъде залепен.

Задължително:

- Баланс на пъзела x брой участници
- бял лист хартия x брой участници
- лепилни пръчки

Цел на обучение

Участниците на практика трябва да задълбочат знанията по балансите, придобити в модула за електронно обучение. Ще бъде използван доста прост модел. Допълнителните източници, предоставени в курса за електронно обучение, предлагат достатъчно възможности за задълбочаване на знанията. Тези, които намират трудната задача за трудна, трябва да бъдат насърчавани да задават въпроси и да опреснят знанията си.



Пъзел с баланс

актив	пасив
кондоминиум 80000€	капитал 80000€
акционен портфейл 80000€	Банков заем с дългов капитал 80000€
банков баланс 3000€	нетен доход 3000€
163000€	163000€



Пазарни проучвания: как да проведете своето пазарно проучване

Преглед

Упражнението има за цел да прегледа учебното съдържание на онлайн курса за пазарни проучвания и в същото време да постави основата на участниците да провеждат собствени пазарни проучвания, за да преразгледат идеята си.

изпълнение

В предишната сесия за мозъчна атака беше съставен списък на наличните методи за проучване на пазара.

На участниците ще бъде даден шаблонът по-долу.

В този шаблон участниците вече могат да въведат методи, които считат за полезни и практични за техния случай.

Името на метода трябва да бъде въведено в полето "Метод". Пример: Полуструктурирани интервюта

Въведете в полето "Изпълнение" как може да се извърши. Пример: Интервю на 5 жени между 50 и 60 години

В полето „Какво може да ми покаже?“ Въведете общите резултати, които методът може да даде по отношение на собствените си. Пример: Моята идея наистина ли е решение на проблема в целевата група „жени между 50 и 60 години“? Проблемът ли е такъв, какъвто си го представях?

Оставете полето "Резултати" празно. Тук участниците могат да обобщят резултатите накратко, когато проверят идеята си. Това може да послужи като основа за представяне на бизнес плана.

Това завършване трябва да бъде придружено от индивидуално или групово обучение, за да се гарантират добри резултати.

Забележка: Шаблонът на модела може да бъде повторен произволно няколко пъти - толкова шаблони могат да бъдат разпределени, колкото участникът планира да използва методи.

Цели на обучението

Участниците трябва да имат възможност да използват шаблона за изпълнение на пазарните проучвания за своята бизнес идея и да генерират резултати, които могат да използват в своя бизнес план (крайна задача).



Пазарни проучвания - шаблон за планиране

Метод	изпълнение
Какво може да ми покаже този метод?	
Резултати	



Упражнение: създайте табло за настроение

Преглед

Табло за настроение е вид колаж от неща, които - в нашия случай - могат да показват в каква посока може да върви настроението и графичното представяне на концепцията на марката. Не е необходимо да съдържа конкретни дизайнерски идеи, но обобщава от различни източници това, което предприемачът си представя в спец. Снимки, снимки, текстове и др. Могат да бъдат използвани за тази цел - всичко, което може да бъде оптична отправна точка за дизайнера. Традиционно това се събира от различни списания и т.н. и се слепва върху голям картон (DIN A2). Като алтернатива може да се създаде и Pinterest стена. Това трябва да е по избор за участниците - но внимавайте! Ако се използва методът Pen & Paper, участниците трябва да направят предварително проучване.

изпълнение

Принципът "Moodboard" е обяснен на участниците за пореден път (повторение на електронно обучение).

Тогава те могат да започнат със създаването, или на Pinterest, или на картон.

В съдържанието на електронното обучение се прави позоваване на факта, че материалите трябва да бъдат приведени и подготвени при производството на хартиената версия. Инструкторът на курса трябва да съобщи това на участниците своевременно преди семинара!

Трябва да се проведе диалог / коучинг, за да се гарантира, че участниците изпълняват правилно принципа и че за дизайнера се появява нещо полезно.

Необходими:

- бял или черен картон с A2 x брой участници
- лепилни пръчки
- ножици
- въртопи

Цели на обучението

Участниците трябва да задълбочат знанията, придобити в модула за електронно обучение за запознаване с дизайнерите. Табло за настроение е важен инструмент за комуникация на визуални идеи за дизайни на марката.



Упражнение: как да се запознае с дизайнер

Преглед

От съществено значение е правилно да се информират дизайнерите (и други доставчици на услуги), за да се постигнат бързо оптимални резултати. В това упражнение участниците получават шаблон, който могат да използват отново и отново. Тук, в семинара, те трябва временно да ги попълнят за своята бизнес идея, за да се възползват от отзивите на ръководителя на семинара и другите участници.

изпълнение

След мозъчната атака шаблонът за брифинг се обсъжда накратко.

След това участниците получават празен шаблон, който могат да попълнят поотделно.

Когато дойде време, брифингите могат да се четат на глас или да се разменят, например, за да се провери тяхната разбираемост и валидност. В противен случай тази задача може да бъде поета от учителя / треньора.

Необходими:

- Модел на шаблон като копие x брой участници
- Шаблон (празен) x брой участници

Цели на обучението

Участниците ще научат как да създадат смислен и полезен инструктаж за дизайнерите. Това може да спести много стрес при общуване и ненужни ревизионни контури - и пари.



Брифинг за дизайнери: шаблон

ОСНОВИ	
Тема (име накратко):	<i>[напишете тук важна бизнес идея]</i>
ОТ КОЙ - ЗА КОЙ	
За кой уебсайт / проект / индустрия (възможно най-конкретно) е предвидено логото / дизайна?	<i>[тук опишете по-подробно какви са USP точките на вашата бизнес идея]</i>
Коя е целевата група?	<i>[моля, име] напр .: риболовци, 30-40 години</i>
ДАННИ НА РАМКАТА - КАКВО ТРЯБВА ДА СЪЗДАДЕ?	
Какво точно ви трябва?	<i>например лого, уебсайт (колко подстраници? Как изглежда структурата?), графика в социалните медии, канцеларски материали, дизайн на опаковки ...</i>
За уебсайтове: Желателни ли са снимки (ако е необходимо, опишете)?	<i>[ако желаете, това трябва да се спомене, също от кой вид трябва да се опише]</i>
За уебсайтове: Желателни ли са текстове (ако е необходимо, опишете)?	<i>[ако желаете, това трябва да се спомене, също какъв вид и в каква степен трябва да се опише - дизайнерът може да използва копирайтъри, за да ги създаде]</i>
СТИЛ - какво трябва да се предостави И КАК?	
Какъв стил / тоналност трябва да има дизайнът (остроумен, хумористичен, лесен, превъзходен, ежедневен, ...)?	<i>например хумористичен и лесен, също малко провокативен</i>
Как се комуникира марката?	<i>опишете по този начин: ХУ трябва да се възприема като хумористичен партньор във всички неща, свързани с риболова, като марка, която търси директна линия към своите клиенти.</i>
ИЗВЪНРЕДЕН ВИД / ФОРМА	
ако е уместно: Кой формат трябва да бъде резултатът доставени в (.png, .jpg,...)?	
Има ли специфични изисквания по отношение на структурата / формата / формата?	<i>[опишете с прилагателни]</i>



Други визуални идеи / заявки?	<i>[вижте moodboard тук]</i>
ЕКСТРИ	
Някакви специални искания?	<i>[посочете всяка специална заявка, която не е обхваната от други полета]</i>
Има ли не-GPS?	<i>напр. без сини тонове</i>
Има ли добър пример, който може да даде ориентация?	<i>[да не; поставете връзка, ако е приложимо. Винаги посочвайте по какъв начин справка може да служи като положителен пример!]</i>



Подготовка на последното упражнение: изготвяне на кратък бизнес план

Преглед

Крайната задача на този курс е да изготви мини бизнес план, който след това може да се изработи допълнително с треньор, ако е необходимо. Въз основа на кратка таблица важните точки, събрани по време на последните упражнения и съдържанието на електронното обучение, ще бъдат обобщени и подготвени за писане като бизнес план.

изпълнение

След мозъчната атака шаблонът на таблицата се разпределя и обсъжда накратко.

Участниците вече трябва да запълнят шаблона със съдържание, доколкото могат. Конкретните точки, където е необходима допълнителна информация, могат да бъдат обсъдени с обучаващия.

Целта е участникът да вземе конкретни ToDos въщи със себе си за подготовката на последната си задача и да знае в кои моменти може да трябва да продължи работа с консултант / треньор след курса (например подробен финансов план).

Какво е необходимо:

- Шаблон (празен) x брой участници

Цели на обучението

Участниците трябва да научат на практика как да съставят първи план за малък бизнес.



Бизнес план: Шаблон за първи подход

<p>Обобщение на проекта</p> <p><i>Винаги пишете това в края! За какво е вашият проект?</i></p>	
<p>Лични изисквания и мотивация</p> <p><i>Какво отношение имате към вашата бизнес идея (опит и т.н.)? Какво ви мотивира да приложите тази идея на практика?</i></p>	
<p>Бизнес идея</p> <p><i>Какво точно искате да направите, за кого и какви са вашите USP?</i></p>	
<p>Анализ на пазара и конкуренцията</p> <p><i>Какви конкуренти вече има? Колко търсене има всъщност? Къде е вашето местоположение и как изглежда на вашето конкретно местоположение? Какво ви отличава от вашите конкуренти (прибягване до USP)?</i></p>	
<p>Маркетингова стратегия</p> <p><i>За кой проблем е вашият продукт? Коя е точната целева група?</i></p> <p><i>Къде достигате до вашата целева група с реклама? Как изглежда вашата маркетингова стратегия? (Кои канали избирате за коя цел, какви резултати можете да очаквате?)</i></p>	



<p>Организация, служители, мрежа</p> <p><i>Имате ли нужда от служители? Ако да, колко? Как организирате вашата компания? Кои мрежови партньори са важни за вас, имате ли вече контакти или как се стремите да ги установите?</i></p>	
<p>Легална форма</p> <p><i>Коя правна форма избирате и защо?</i></p>	
<p>Рискове и възможности</p> <p><i>Какви шансове и какви рискове са свързани с вашия бизнес? Как планирате да се справите с рисковете?</i></p>	
<p>Финансов план</p>	
<p>приложение</p> <p><i>CV, проекти на договори и др.</i></p>	