



Supporting
Women Entrepreneurs

 **European Commission**
Enterprise and Industry



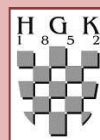
Europa pred vratima vaše tvrtke

ENTREPRENEUR**SHEP** CROATIA

EntrepreneurSHEp Croatia

Europska mreža ambasadorica ženskog poduzetništva

Vitomir Tafra, Predsjednik uprave Obrazovne grupe Zrinski



Modul 1: OD POSLOVNE IDEJE DO PROFITA

Sadržaj

- Proces stvaranja
- Što je poslovna ideja
- Realizacija poslovne ideje
- Poslovni uspjeh

- Proces stvaranja

- Ideja
- Vizija
- Realizacija
- Rezultat

- Što je poslovna ideja
- Karakteristike dobre poslovne ideje

“Ideje su kapital koji donosi kamatu samo u rukama nadarenih”

Antoine de Rivarol

- **Koji** ćete proizvod/uslugu realizirati
- **Tko** će biti vaši kupci/korisnici
- **Na koji način** ćete realizirati proizvod/uslugu
- **Koje** će potrebe zadovoljiti vaš proizvod/usluga

poslovna ideja = poslovna prilika ?

- Jesam li prava osoba za samostalno pokretanje posla?

- Procijenite svoje sposobnosti i iskustva

- Metode osmišljavanja poslovnih ideja
- SCAMPER metoda – podsjetnik za sustavno postavljanje pitanja

- S – substitute (zamijeniti)
- C – combine (kombinirati)
- A – adopt (prilagoditi)
- M – magnify/modify (naglasiti/modificirati)
- P – put to other use (promijeniti svrhu)
- E – eliminate (odstraniti, umanjiti)
- R – rearrange/reverse (reorganizirati/preokrenuti)

- Koje informacije mogu poslužiti prilikom osmišljavanja poslovnih ideja?

Što je sve potrebno za provjeru poslovne ideje?

- Kupci
- Konkurencija
- Trendovi u djelatnosti

Kako provjeriti svoju poslovnu ideju?

- Koliko dobro poznajete proizvod/uslugu?
- Koja znanja i iskustva posjedujete?
- Imate li potrebno iskustvo za pokretanje poslovanja?
- Tko bi bili vaši kupci?
- Mogu li si kupci priuštiti navedeni proizvod ili uslugu?

Kako provjeriti svoju poslovnu ideju?

- Da li postoje slični proizvodi?
- Osiguranje kvalitete?
- Isplativost poslovanja?
- Što je potrebno za pokretanje poslovanja?
- Vidite li se i za 5/10 god. na tom poslu?
- Koliko se ovaj posao poklapa s Vašim sposobnostima i mogućnostima?

Korak I : Vaša motivacija

- Što želite dobiti iz procesa ?
- Tko je odgovoran ?
- Kolike resurse ćete upotrijebiti ?
- Koje alate i metode ?

Korak II : Vaša vizija

- **Tko ste vi?**
 - **Što želite postići ?**
 - **Koje su vaše vrijednosti ?**
- Napišite svoju formalnu misiju.
- Koji je vaš glavni posao (core business)?

Korak III : Vaši dionici

Tko su vaši klijenti ?

Stvarni klijent ↔ Budući ↔ Potencijalni klijent

Aktivni ↔ Pasivni

Vanjski ↔ Unutarnji

Korak IV : Mapa utjecaja

Povežite svoju misiju, svoje ciljeve te svoje aktivnosti s rezultatima.

Mapa utjecaja će vam pomoći da saznate da li:

- činite socio-ekonomsku promjenu
- ste ispunili svoju misiju
- djelujete u skladu sa svojim vrijednostima.

→ *Platforma od 5 elemenata: input, aktivnosti, output, rezultati, utjecaj*

Korak V : Indikatori

Kada vam je jasno što želite znati,
definirajte indikatore
kako biste mjerili rezultate i utjecaje.

Indicator : 'a thing that serves to give an indication [a sign, symptom or hint] or suggestion of something else' Oxford English Dictionary

Korak V : Indikatori

Table 1: Qualitative and quantitative indicators

<p>Quantitative information is assembled to answer questions about things that are inherently expressed in numbers.</p>	<p>Qualitative indicators help to demonstrate, describe or measure that something has happened.</p>	
<ul style="list-style-type: none">• How many?• How often?• How much?	<ul style="list-style-type: none">• How?• When?• Who?• Where?	<ul style="list-style-type: none">• Which?• What?• Why?

Korak V : Indikatori

- Indikatori pomažu u odgovaranju na 2 pitanja :

Kako znamo ?

- Koje su se aktivnosti dogodile?
- Vode li rezultati dugoročnoj promjeni?
- Hoće li dugoročne promjene dovesti do ispunjenja misije ?

Što nam se dogodilo ?

- Otkriti očekivane i neočekivane kratkoročne i dugoročne rezultate...

Inputs	Activities	Outputs	Outcomes	Organisaion's mission/ business strategy/values

How do we know? What happened for you?

How do we know? What happened for you?

How do we know? What happened for you?

Korak VI : Napravite plan

Potrebno je odlučiti o metodama prikupljanja informacija.

Postoji nekoliko odluka :

ŠTO ?

TKO ?

KAKO ?

KOLIKO ?

Korak VII : Sakupite podatke

Najbolji način kako biste znali jesu li vaši klijenti zadovoljni je pitati ih. No potrebno ih je pitati dobra pitanja!

Precizno : postavite pitanja na koja želite odgovor

Jasno : izbjegavajte sleng i kratice, ne pitajte 2 stvari odjednom

Relevantno : korisno?, ne podrazumijevajte da klijent zna sve

Direktno : pitajte direktno za klijentovo iskustvo, mišljenje i percepciju, ne od nekog drugog.

Kratko i jasno : 1 ili 2 strane, ne tražite ih da nešto preračunavaju.

Neutralno: ne navodite klijenta da vam odgovori ono što želite čuti!

Korak VIII : Analiza informacija

Nakon toga :

- Odgovor na konkurenciju
- Definiranje nove strategije
- Razvoj novih roba i usluga
- Indikatori zadovoljstva su od veće koristi
- Bolja definicija mete prodaje
- Bolja podrška promocijskoj kampanji

Kvantitativne informacije ↔ **Kvalitativne** informacije

Korak IX : Vrednovanje



Učite iz vlastitog iskustva!

Korak X : Učenje – Poboljšavanje

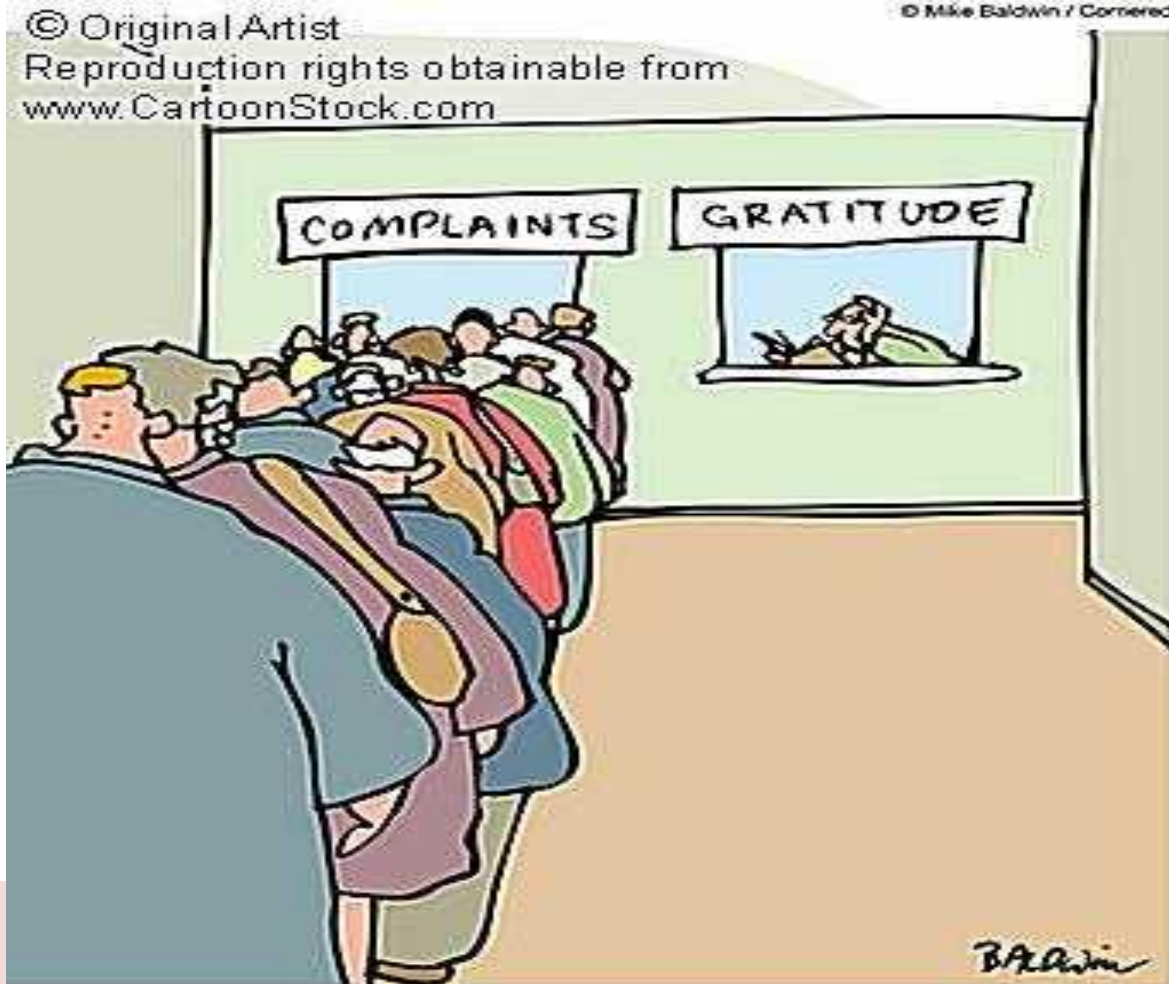
Imate li standarde kvalitete?
Imate li očekivane rezultate ?
Poštujete li vlastite vrijednosti i obećanja ?

AKO NE:

- Promijenite način rada
- Realizirajte nove ideje
- Budite sigurni da imate dovoljno resursa zna njihovu realizaciju

IZAZOV!

Management žalbi



Hvala na pažnji...

vitomir.tafra@zrinski.org