

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP FOR YOUTH

KA220-YOU - Cooperation Partnerships in Youth

Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα DigEnYou

Ενότητα 1 "Βασικές επιχειρηματικές ικανότητες"



Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα DigEnYou

Κεφάλαιο 1 - Βασικές επιχειρηματικές ικανότητες

Ενότητα 1: Επιχειρηματικό μοντέλο Canvas

Ενότητα 2: Έρευνα αγοράς & Ανάλυση

Ενότητα 3: Σύλληψη Ιδεών & Καινοτομία

Περιεχόμενα

Στόχος του Κεφαλαίου 1.....	4
Βασικές επιχειρηματικές ικανότητες.....	4
Μαθησιακή Ενότητα 1.....	5
Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas.....	5
Γλωσσάριο όρων.....	13
Άσκηση: Πώς να χρησιμοποιήσετε το Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas.....	15
Λίστα Μαθησιακών Αποτελεσμάτων.....	16
Πηγές για M1-LU1.....	18
Σύνδεσμοι & βίντεο για το M1-LU1.....	19
Βιβλιογραφία - ανακαλύψτε περισσότερα.....	19
Μαθησιακή Ενότητα 2.....	20
Έρευνα και ανάλυση αγοράς.....	20
Θέμα 1: Ανάπτυξη τεχνικών για τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς.....	20
Γλωσσάριο όρων.....	25
Άσκηση: Χρησιμοποιήστε τη μέθοδο SWOT.....	26
Λίστα Μαθησιακών Αποτελεσμάτων.....	27
Πηγές για M1-LU2.....	28
Βίντεο για το M1-LU2.....	28
Βιβλιογραφία - ανακαλύψτε περισσότερα.....	28
Μαθησιακή Ενότητα 3.....	29
Σύλληψη Ιδεών & Καινοτομία.....	29
Γλωσσάριο όρων.....	38
Άσκηση: Καινοτομία.....	39
Διαδραστική άσκηση - Καταιγισμός κακών ιδεών.....	41
Λίστα Μαθησιακών Αποτελεσμάτων.....	42
Σύνδεσμοι και βίντεο για το M1-LU3.....	44
Βιβλιογραφία - ανακαλύψτε περισσότερα.....	44

Στόχος του Κεφαλαίου 1

Βασικές επιχειρηματικές ικανότητες

Στην πρώτη ενότητα του εκπαιδευτικού προγράμματος DigEnYou παρουσιάζουμε τις θεμελιώδεις επιχειρηματικές δεξιότητες που θα χρειαστείτε για να πετύχετε ως μελλοντικός ψηφιακός επιχειρηματίας. Για τον σκοπό αυτό δημιουργήσαμε τις ακόλουθες μαθησιακές ενότητες:

Η μαθησιακή ενότητα 1 – Το " Επιχειρηματικό μοντέλο Canvas" αποσκοπεί:

- Στον εφοδιασμό σας με μια απλή μέθοδο για να μάθετε πώς να δομείτε την επιχειρηματική σας ιδέα και πώς να εξετάζετε όλες τις σχετικές πτυχές, από το κοινό-στόχο έως τις ροές εσόδων, μέσα σε ένα οπτικό πλαίσιο.
- Επιπλέον, το Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas (BMC) σας επιτρέπει να δοκιμάσετε τις υποθέσεις σας, τις καινοτόμες στρατηγικές σας και σας δείχνει πώς να προσαρμόζεστε με ευελιξία στις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της αγοράς.

Η μαθησιακή ενότητα 2 - "Έρευνα και ανάλυση αγοράς" στοχεύει:

- Να σας πείσει ως μελλοντικούς επιχειρηματίες για τη σημασία της ανάπτυξης τεχνικών για τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς ως στέρεη βάση για την επιχείρησή σας.
- Να αποδείξει τη σημασία της ανάλυσης της αγοράς προκειμένου να προσαρμόζετε και να διαμορφώνετε τακτικά την επιχειρηματική σας στρατηγική.

Η μαθησιακή ενότητα 3 - "Ιδέα και καινοτομία" στοχεύει:

- Να αποδείξει πόσο ζωτικής σημασίας είναι για την επιχείρησή σας να κατανοήσει και να εφαρμόσει τεχνικές σύλληψης ιδεών και καινοτομίας.
- Να παρέχει χρήσιμες συμβουλές για την εφαρμογή τεχνικών καινοτομικής σκέψης και πειραματισμού.

Με την ολοκλήρωση της Ενότητας 1 θα έχετε αποκτήσει θεμελιώδεις επιχειρηματικές δεξιότητες, συμπεριλαμβανομένης της ικανότητας να δομείτε την επιχειρηματική σας ιδέα χρησιμοποιώντας το Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas, να διεξάγετε αποτελεσματική έρευνα και ανάλυση της αγοράς και να εφαρμόζετε τεχνικές σύλληψης ιδεών και καινοτομίας που είναι ζωτικής σημασίας για τη μελλοντική σας επιτυχία ως ψηφιακός επιχειρηματίας.

Μαθησιακή Ενότητα 1

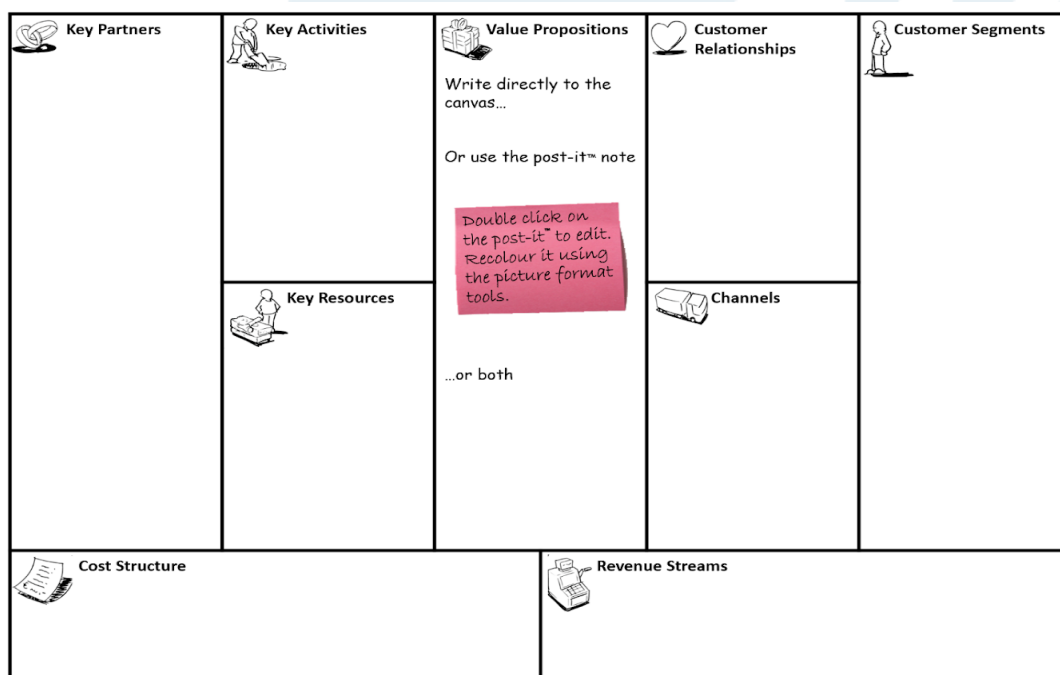
Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas

Το Business Model Canvas είναι ένα εργαλείο στρατηγικής διαχείρισης που παρέχει ένα οπτικό πλαίσιο για την ανάπτυξη, περιγραφή και ανάλυση ενός επιχειρηματικού μοντέλου. Δημιουργήθηκε από τους Alexander Osterwalder και Yves Pigneur και προσφέρει μια συνοπτική και περιεκτική επισκόπηση των βασικών στοιχείων μιας επιχείρησης και του τρόπου με τον οποίο αυτά συνδέονται μεταξύ τους για τη δημιουργία αξίας.

Βλέπετε: <https://www.strategyzer.com/>

Δομή του επιχειρηματικού μοντέλου Canvas

Αυτός ο καμβάς αποτελείται από εννέα δομικά στοιχεία, καθένα από τα οποία αντιπροσωπεύει μια θεμελιώδη πτυχή μιας επιχείρησης. Οι επιχειρηματίες και οι επαγγελματίες του χώρου τον χρησιμοποιούν ως δυναμικό εργαλείο για να παράγουν, να βελτιώσουν και να επικοινωνήσουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες. Ενισχύοντας την ολιστική θεώρηση μιας επιχείρησης, το επιχειρηματικό μοντέλο Canvas ενθαρρύνει τη στρατηγική σκέψη και την καινοτομία στο σχεδιασμό επιτυχημένων επιχειρηματικών μοντέλων.



Τα εννέα δομικά στοιχεία περιλαμβάνουν

- Τμήματα πελατών
- Προτάσεις αξίας
- Κανάλια Διανομής
- Σχέσεις πελατών
- Ροές εσόδων
- Βασικοί πόροι
- Βασικές δραστηριότητες
- Βασικοί εταίροι
- Δομή κόστους

Τα στοιχεία αυτά μαζί, βοηθούν τους επιχειρηματίες και τους ηγέτες των επιχειρήσεων να διατυπώσουν την επιχειρηματική τους λογική, να δοκιμάσουν τις υποθέσεις τους και να προσαρμόσουν τις στρατηγικές τους ώστε να ανταποκρίνονται στις εξελισσόμενες ανάγκες της αγοράς.

Όταν ξεκινάτε μια νέα επιχείρηση, το επιχειρηματικό μοντέλο Canvas χρησιμεύει ως ένα πρακτικό και οπτικό εργαλείο για την καθοδήγηση του επιχειρηματικού σας σχεδιασμού και της ανάπτυξής σας.

Εξερευνήστε τα στοιχεία του Επιχειρηματικού Μοντέλου Canvas

Στο δυναμικό τοπίο των επιχειρήσεων, η σαφής κατανόηση του τρόπου με τον οποίο η εταιρεία σας δημιουργεί, παραδίδει και καταγράφει αξία είναι υψίστης σημασίας. Το το επιχειρηματικό μοντέλο Canvas, ένα εργαλείο στρατηγικής διαχείρισης, προσφέρει μια συστηματική προσέγγιση για την οπτικοποίηση και την ανάλυση του επιχειρηματικού σας μοντέλου. Αποτελούμενος από εννέα βασικά δομικά στοιχεία, το Canvas παρέχει ένα ολιστικό πλαίσιο για τους νέους επιχειρηματίες ώστε να συντάσσουν, να βελτιώνουν και να επικοινωνούν αποτελεσματικά τις ιδέες τους.

Ας ρίξουμε μια ματιά στα εννέα δομικά στοιχεία:

1. Πρόταση Αξίας:

Ποια μοναδική αξία προσφέρει το προϊόν ή η υπηρεσία σας στους πελάτες σας; Αυτό το τμήμα επικεντρώνεται στη διατύπωση των πλεονεκτημάτων που καθιστούν την προσφορά σας ελκυστική, αντιμετωπίζοντας συγκεκριμένα προβλήματα ή ανάγκες των πελατών.

2. Τμήματα πελατών:

Ο εντοπισμός και η κατανόηση του κοινού-στόχου σας είναι το θεμέλιο μιας επιτυχημένης επιχείρησης. Σε αυτό το τμήμα, ορίστε τις διάφορες ομάδες ανθρώπων ή οργανισμών που στοχεύετε να εξυπηρετήσετε, λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες, τις προτιμήσεις και τις συμπεριφορές τους.

3. Κανάλια Διανομής:

Πώς θα προσεγγίσετε και θα παρέχετε αξία στους πελάτες σας; Διερευνήστε τα διάφορα κανάλια μέσω των οποίων θα διανέμεται και θα διατίθεται το προϊόν ή την υπηρεσία σας, λαμβάνοντας υπόψη τόσο τις διαδικτυακές όσο και τις μη διαδικτυακές οδούς.

4. Σχέσεις με τους πελάτες:

Η δημιουργία και η διατήρηση ισχυρών δεσμών με τους πελάτες σας είναι ζωτικής σημασίας. Καθορίστε το είδος της σχέσης που σκοπεύετε να οικοδομήσετε με κάθε τμήμα πελατών, είτε πρόκειται για προσωπική βοήθεια, είτε για αυτοεξυπηρέτηση, είτε για αυτοματοποιημένη εξυπηρέτηση.

5. Ροές εσόδων:

Κάθε επιτυχημένη επιχείρηση χρειάζεται μια βιώσιμη πηγή εσόδων. Καθορίστε τους τρόπους με τους οποίους η εταιρεία σας θα παράγει έσοδα, είτε μέσω πωλήσεων, συνδρομών, αδειοδοτήσεων ή άλλων μέσων.

6. Βασικοί πόροι:

Προσδιορίστε τα βασικά περιουσιακά στοιχεία και τις ικανότητες που χρειάζεται η επιχείρησή σας για να προσφέρει την αξία της πρότασης της, όπως οι ανθρώπινοι πόροι, η τεχνολογία ή οι στρατηγικές συνεργασίες.

7. Βασικές δραστηριότητες:

Ποιες είναι οι κρίσιμες ενέργειες που πρέπει να κάνει η εταιρεία σας για να λειτουργήσει το επιχειρηματικό μοντέλο; Αυτό το τμήμα περιγράφει τις βασικές επιχειρησιακές δραστηριότητες που οδηγούν στην επιτυχία της επιχείρησής σας.

8. Βασικές συνεργασίες:

Στο σημερινό διασυνδεδεμένο επιχειρηματικό περιβάλλον, η συνεργασία είναι συχνά το κλειδί της επιτυχίας. Καθορίστε τους εξωτερικούς συνεργάτες και τις συμμαχίες που μπορούν να ενισχύσουν τις δυνατότητες και την εμβέλεια της επιχείρησής σας.

9. Δομή κόστους:

Όλες οι επιχειρηματικές δραστηριότητες συνεπάγονται σχετικό κόστος. Σε αυτό το τμήμα, περιγράψτε τα βασικά έξοδα που απαιτούνται για τη λειτουργία της επιχείρησής σας και την παροχή αξίας στους πελάτες.

Μάθετε πώς να δημιουργείτε ένα σταθερό επιχειρηματικό μοντέλο

Η Πρόταση Αξίας και τα Τμήματα Πελατών αποτελούν αναπόσπαστα στοιχεία του επιχειρηματικού μοντέλου Canvas, διαδραματίζοντας καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της επιτυχίας και της βιωσιμότητας μιας επιχείρησης. Ακολουθούν οι λόγοι για τους οποίους έχουν ύψιστη σημασία:

1. Τμήματα πελατών:

- **Κατανόηση του κοινού-στόχου:** Είναι το θεμελιώδες βήμα για τη δημιουργία ενός επιτυχημένου επιχειρηματικού μοντέλου. Περιλαμβάνει την αναγνώριση των διαφόρων ομάδων ανθρώπων ή οργανισμών που η επιχείρηση στοχεύει να εξυπηρετήσει.
- **Λύσεις προσαρμογής:** Διαφορετικά τμήματα πελατών έχουν συχνά ξεχωριστές ανάγκες, προτιμήσεις και συμπεριφορές. Με την κατανόηση αυτών των διαφορών, οι επιχειρήσεις μπορούν να προσαρμόσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους ώστε να αντιμετωπίσουν συγκεκριμένα προβλήματα των πελατών ή να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες ανάγκες.
- **Αποτελεσματικό μάρκετινγκ:** Η γνώση των τμημάτων των πελατών σας επιτρέπει πιο ακριβείς και στοχευμένες προσπάθειες μάρκετινγκ. Οι επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν στρατηγικές που ανταποκρίνονται στα μοναδικά χαρακτηριστικά κάθε τμήματος, οδηγώντας σε αποτελεσματικότερη επικοινωνία και αυξημένη δέσμευση των πελατών.
- **Βελτιστοποίηση πόρων:** Με την εστίαση σε συγκεκριμένα τμήματα πελατών, οι επιχειρήσεις μπορούν να βελτιστοποιήσουν την κατανομή των πόρων. Αυτό διασφαλίζει ότι οι προσπάθειες μάρκετινγκ, η ανάπτυξη προϊόντων και η εξυπηρέτηση πελατών ευθυγραμμίζονται με τα χαρακτηριστικά των αναγνωρισμένων τμημάτων, οδηγώντας σε πιο

αποδοτικές λειτουργίες.

- Ενισχυμένες σχέσεις με τους πελάτες: Η κατανόηση των διαφορετικών αναγκών των διαφόρων τμημάτων πελατών επιτρέπει στις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν ουσιαστικές και προσαρμοσμένες σχέσεις. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη αφοσίωση των πελατών, ικανοποίηση και μακροπρόθεσμη αξία.

2. Πρόταση αξίας:

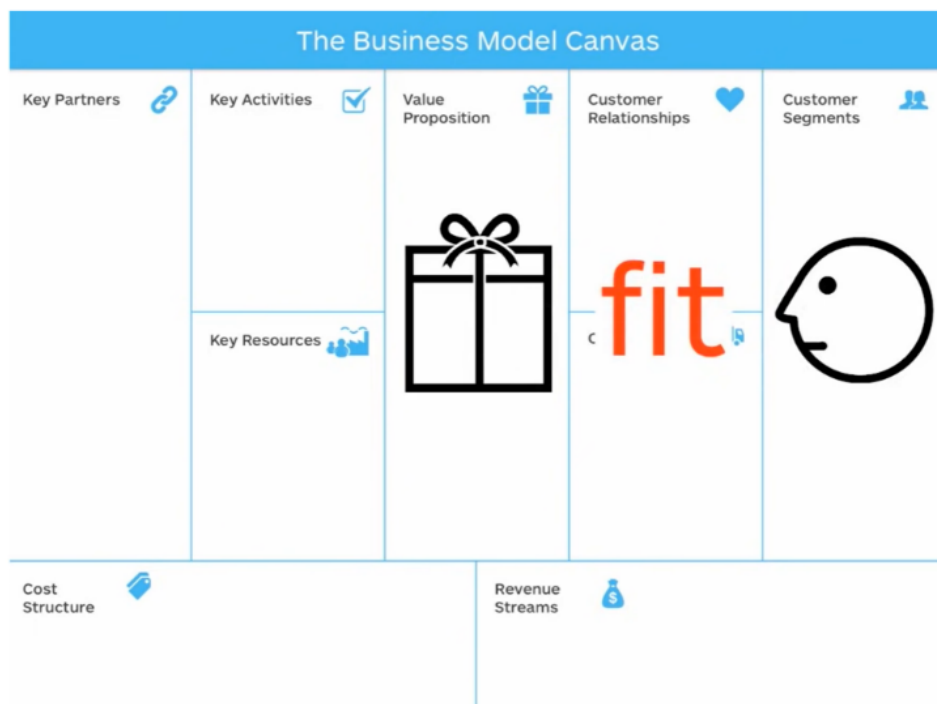
- Καθορισμός μοναδικής αξίας: Η Πρόταση Αξίας ορίζει τη μοναδική αξία που προσφέρει μια επιχείρηση στους πελάτες της. Διατυπώνει τον τρόπο με τον οποίο το προϊόν ή η υπηρεσία ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών, λύνει προβλήματα ή εκπληρώνει επιθυμίες με τρόπο που το διαφοροποιεί από τους ανταγωνιστές.
- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα: Μια πειστική Πρόταση Αξίας δημιουργεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αναδεικνύοντας αυτό που κάνει την επιχείρηση να ξεχωρίζει. Απαντά στο κρίσιμο ερώτημα γιατί οι πελάτες θα πρέπει να επιλέξουν ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία έναντι των εναλλακτικών λύσεων που διατίθενται στην αγορά.
- Καθοδήγηση της ανάπτυξης προϊόντων: Η Πρόταση Αξίας χρησιμεύει ως κατευθυντήρια δύναμη για την ανάπτυξη προϊόντων ή υπηρεσιών. Εξασφαλίζει ότι τα χαρακτηριστικά και οι ιδιότητες ευθυγραμμίζονται με αυτό που πραγματικά εκτιμούν οι πελάτες, αυξάνοντας τις πιθανότητες αποδοχής και επιτυχίας στην αγορά.
- Αποτελεσματική επικοινωνία: Η σαφής διατύπωση της Πρότασης Αξίας είναι απαραίτητη για την αποτελεσματική επικοινωνία τόσο με τους πελάτες όσο και με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Αποτελεί τη βάση για τα μηνύματα μάρκετινγκ, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να επικοινωνούν πειστικά τα μοναδικά σημεία πώλησής τους.
- Πελατοκεντρική προσέγγιση: Τονίζοντας τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση σκοπεύει να ικανοποιήσει τις ανάγκες ή τις επιθυμίες τους. Αυτή η πελατοκεντρική προσέγγιση προάγει την αφοσίωση των πελατών και τη θετική αντίληψη της μάρκας.

Στην ουσία, τα τμήματα πελατών και η Πρόταση Αξίας είναι αλληλένδετα στοιχεία που, όταν εξετάζονται προσεκτικά και ευθυγραμμίζονται, θέτουν τις βάσεις για ένα καλό επιχειρηματικό μοντέλο που βρίσκει απήχηση στο κοινό-στόχο του.

Ως εκ τούτου, σας συνιστούμε να ξεκινήσετε στο Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas με αυτά τα δύο στοιχεία.

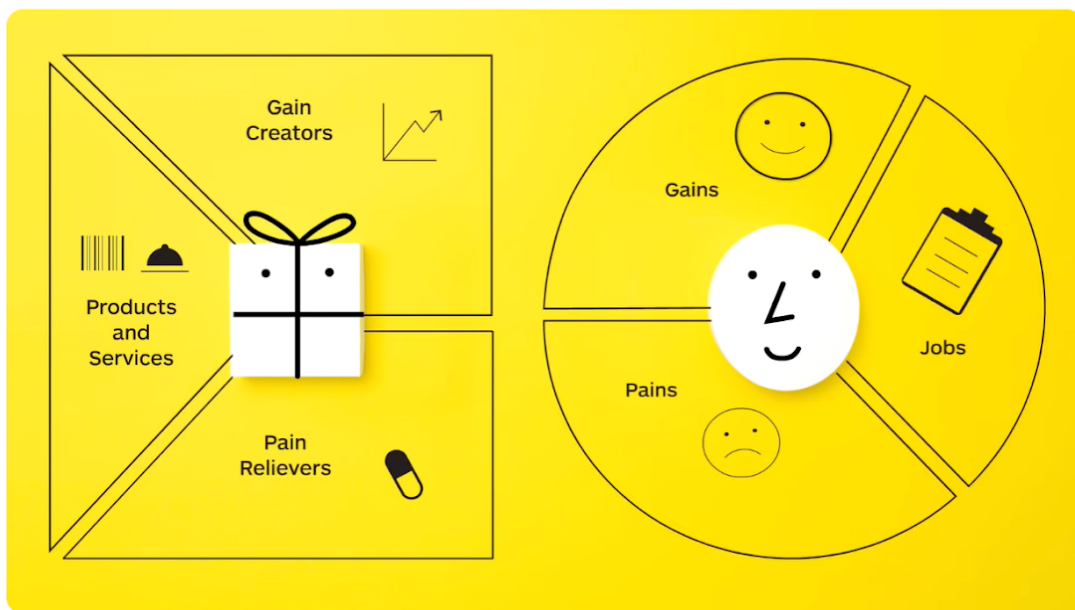
Παρακολουθήστε αυτό το βίντεο (με ελληνικούς υπότιτλους) για να μάθετε περισσότερα:

<https://www.youtube.com/watch?v=aN36EcTE54Q&list=PLopjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=2>



Ακολουθεί ένα άλλο βίντεο (με ελληνικούς υπότιτλους) για να κατανοήσετε λεπτομερέστερα την Πρόταση Αξίας, η οποία αποτελεί το βασικό μέρος του επιχειρηματικού σας μοντέλου:

<https://www.youtube.com/watch?v=ReM1uqmVfP0&list=PLOpjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=3>



Τώρα είστε έτοιμοι να εξερευνήσετε τα άλλα επτά δομικά στοιχεία.

Παρακολουθήστε αυτό το βίντεο (με ελληνικούς υπότιτλους) για να αποκτήσετε μια επισκόπηση των πλήρων δυνατοτήτων του Business Model Canvas:

<https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s&list=PLOpjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=1>



Αν θέλετε να προχωρήσετε σε περισσότερες λεπτομέρειες, το Digital Leadership σας παρέχει έναν ολοκληρωμένο οδηγό για το Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas:
https://digitalleadership-com.translate.googleusercontent.com/translate/extended-business-model-canvas/?x_tr_sl=auto&x_tr_tl=el&x_tr_hl=el&x_tr_pto=wapp

The Business Model Canvas Template – Full Guide (PPT + PDF)

A product is only as good as the Business Model (BM) that supports it, and creating an innovative product requires an equally innovative BM. The Business Model Canvas is an easy visual tool your team can use to conceptualize and iterate the key aspects of your Business Model.



Get the Full Package for FREE & OpenSource

- Get instant access to this model including a full presentation, related tools and instructions!
- You will equally get instant access to all 50+ UNITE Innovation & Transformation Models!
- Completely FREE and OpenSource!

[↓ SIGN UP FOR FREE DOWNLOAD](#)

Γλωσσάριο όρων

Όρος	Ορισμός ¹
Αντίληψη του brand	Ο τρόπος με τον οποίο οι πελάτες αντιλαμβάνονται ένα brand με βάση τις αξίες, τα μηνύματα και τη συνολική εικόνα του.
Επιχειρηματικό μοντέλο Canvas (BMC)	Ένα εργαλείο στρατηγικής διαχείρισης που αναπτύχθηκε από τους Alexander Osterwalder και Yves Pigneur. Παρέχει ένα οπτικό πλαίσιο για την ανάπτυξη, περιγραφή και ανάλυση ενός επιχειρηματικού μοντέλου, το οποίο περιλαμβάνει εννέα δομικά στοιχεία.
Πελατοκεντρική προσέγγιση	Μια επιχειρηματική στρατηγική που δίνει προτεραιότητα στην ικανοποίηση των αναγκών και των προτιμήσεων των πελατών.
Τμήματα πελατών	Προσδιορίζει και ορίζει τις διάφορες ομάδες ανθρώπων ή οργανισμών που η επιχείρηση στοχεύει να εξυπηρετήσει.
Ολιστική άποψη	Μια ολοκληρωμένη προοπτική που θεωρεί όλες τις πτυχές και τα στοιχεία ως αλληλένδετα και αλληλοεξαρτώμενα.
Βασικές δραστηριότητες	Περιγράφει τις κρίσιμες επιχειρησιακές δράσεις που οδηγούν στην επιτυχία του επιχειρηματικού μοντέλου.
Κατανομή πόρων	Η διαδικασία της αποτελεσματικής κατανομής και χρήσης των πόρων για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.
Ροές εσόδων	Καθορίζει τους τρόπους με τους οποίους μια εταιρεία παράγει εισόδημα, όπως μέσω πωλήσεων, συνδρομών ή αδειοδότησης.
Ενδιαφερόμενα μέρη	Άτομα ή ομάδες που ενδιαφέρονται ή ανησυχούν για την επιτυχία και τις δραστηριότητες μιας επιχείρησης.

¹ Ορισμοί με βάση τα λεξικά της Οξφόρδης: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

Εργαλείο στρατηγικής διαχείρισης	Ένα εργαλείο που βοηθά τις επιχειρήσεις να σχεδιάζουν, να αναπτύσσουν και να αναλύουν τις στρατηγικές τους με συστηματικό και οπτικό τρόπο.
Κοινό-στόχος	Η συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων ή οργανισμών που μια επιχείρηση στοχεύει να προσεγγίσει και να εξυπηρετήσει.
USP Μοναδική Πρόταση Πώλησης ή Μοναδικό Σημείο Πώλησης	Ένα διακριτικό στοιχείο ή χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί ένα προϊόν ή μια υπηρεσία από τους ανταγωνιστές του, δημιουργώντας ένα μοναδικό πλεονέκτημα.
Πρόταση αξίας	Διατυπώνει τη μοναδική αξία που προσφέρει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία στους πελάτες, αντιμετωπίζοντας συγκεκριμένες ανάγκες ή προβλήματα.

Άσκηση: Πώς να χρησιμοποιήσετε το Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas

1. **Ξεκινήστε με Post-Its:** Εκτυπώστε το υπόδειγμα του Canvas που θα βρείτε στις πηγές αυτής της Μαθησιακής Ενότητας και ξεκινήστε χρησιμοποιώντας Post-Its για κάθε δομικό στοιχείο. Ξεκινήστε με την Πρόταση Αξίας και τα Τμήματα Πελατών.
2. **Μοιραστείτε τις ιδέες σας με συναδέλφους/φίλους:** Εμπλέξτε και άλλους σε συνεργατικά εργαστήρια για τον καταιγισμό ιδεών και τη συμπλήρωση κάθε μπλοκ. Οι διαφορετικές προοπτικές μπορούν να αποκαλύψουν νέες ιδέες.
3. **Η επανάληψη είναι το κλειδί:** Το Canvas είναι ένα ζωντανό έγγραφο. Επανεξετάζετε και βελτιώνετε τακτικά τον καμβά που δημιουργείτε καθώς εξελίσσεται η επιχειρηματική σας ιδέα, διασφαλίζοντας ότι παραμένει ευθυγραμμισμένος με τις αλλαγές της αγοράς.
4. **Οπτική αφήγηση:** Χρησιμοποιήστε το Canvas για να αφηγηθείτε οπτικά την ιστορία της επιχείρησής σας. Είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την επικοινωνία της στρατηγικής σας στους ενδιαφερόμενους.
5. **Δοκιμή και επικύρωση:** Χρησιμοποιήστε το Canvas για να διατυπώσετε υποθέσεις σχετικά με το επιχειρηματικό σας μοντέλο και στη συνέχεια, δοκιμάστε και επικυρώστε τις με δεδομένα από τον πραγματικό κόσμο.

Αν προτιμάτε να εργαστείτε online, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτόν τον σύνδεσμο για ένα online Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas που παρέχεται από την Canvanizer: <https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>

Το Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas είναι ένα ευέλικτο και δυναμικό εργαλείο που δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να σχεδιάζουν, να προσαρμόζουν και να επικοινωνούν αποτελεσματικά τις στρατηγικές τους. Καθορίζοντας με σαφήνεια τα εννέα δομικά στοιχεία, οι νέοι επιχειρηματίες μπορούν να αποκτήσουν μια ολοκληρωμένη κατανόηση του επιχειρηματικού τους μοντέλου, προωθώντας την καινοτομία και την ανθεκτικότητα σε μια συνεχώς μεταβαλλόμενη αγορά.

Αφιερώστε περίπου 30 λεπτά για αυτή την άσκηση για να αρχίσετε να εργάζεστε στον καμβά του επιχειρηματικού σας μοντέλου (BMC). Αυτή η εργασία θα πρέπει να σας συνοδεύει καθ' όλη τη διάρκεια της κατάρτισης και να ολοκληρώνεται συνεχώς. Στο τέλος της κατάρτισης, θα πρέπει να φέρετε το ατομικό σας BMC στην τελική ομιλία εμπειρογνομόνων και να το

παρουσιάσετε.

Λίστα Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Τι γνωρίζω σχετικά με το θέμα "Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas"		
#	Θέμα/ερώτηση	Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΑΣ
1	Προτάσεις αξίας: Γνωρίζετε ποια μοναδική αξία προσφέρει το προϊόν ή η υπηρεσία σας στους πελάτες σας;	
2	Τμήματα πελατών: Πώς εντοπίζετε και κατανοείτε το κοινό-στόχο σας;	
3	Κανάλια Διανομής: Πώς θα προσεγγίσετε και θα παρέχετε αξία στους πελάτες σας;	
4	Σχέσεις με τους πελάτες: Τι είδους σχέση σκοπεύετε να οικοδομήσετε με κάθε τμήμα πελατών;	
5	Ροές εσόδων: Ποιοι είναι οι τρόποι με τους οποίους η εταιρεία σας θα παράγει έσοδα;	
6	Βασικοί πόροι: Ποια είναι τα βασικά περιουσιακά στοιχεία και οι δυνατότητες που απαιτεί η επιχείρησή σας;	

Ελέγξτε αυτές τις εξηγήσεις αφού δώσετε τις παραπάνω απαντήσεις σας:

1. Προτάσεις αξίας:

Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να κατανοήσουν ότι η Πρόταση Αξίας επικεντρώνεται στη διατύπωση των μοναδικών πλεονεκτημάτων που καθιστούν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία ελκυστική. Περιλαμβάνει την αντιμετώπιση συγκεκριμένων δυσκολιών ή αναγκών των πελατών και διαφοροποιεί την προσφορά από τους ανταγωνιστές. Μια επιτυχημένη Πρόταση Αξίας δημιουργεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

2. Τμήματα πελατών:

Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να γνωρίζουν ότι ο προσδιορισμός και η κατανόηση του κοινού-στόχου είναι θεμελιώδης για ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό μοντέλο. Αυτό περιλαμβάνει τον καθορισμό των διαφόρων ομάδων ανθρώπων ή οργανισμών που η επιχείρηση στοχεύει να εξυπηρετήσει, λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες, τις προτιμήσεις και τις συμπεριφορές τους.

3. Κανάλια Διανομής:

Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να κατανοήσουν ότι η εξερεύνηση διαφόρων καναλιών διανομής είναι απαραίτητη για την προσέγγιση και την παροχή αξίας στους πελάτες. Αυτό περιλαμβάνει την εξέταση τόσο διαδικτυακών όσο και μη διαδικτυακών τρόπων διανομής και μάρκετινγκ προϊόντων ή υπηρεσιών.

4. Σχέσεις με τους πελάτες:

Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να κατανοήσουν ότι η δημιουργία και η διατήρηση ισχυρών δεσμών με τους πελάτες είναι ζωτικής σημασίας. Αυτό περιλαμβάνει τον καθορισμό του είδους της σχέσης με κάθε τμήμα πελατών, είτε πρόκειται για προσωπική βοήθεια, είτε για αυτοεξυπηρέτηση, είτε για αυτοματοποιημένη εξυπηρέτηση.

5. Ροές εσόδων:

Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να γνωρίζουν ότι ο καθορισμός βιώσιμων πηγών εσόδων αποτελεί βασική πτυχή του επιχειρηματικού μοντέλου. Αυτό περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του τρόπου με τον οποίο η εταιρεία θα παράγει έσοδα, είτε μέσω πωλήσεων, συνδρομών, αδειοδοτήσεων ή άλλων μέσων.

6. Βασικοί πόροι:

Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να κατανοήσουν ότι ο προσδιορισμός των βασικών περιουσιακών στοιχείων και ικανοτήτων, όπως οι ανθρώπινοι πόροι, η τεχνολογία ή οι στρατηγικές συνεργασίες, είναι ζωτικής σημασίας για την υλοποίηση της πρότασης αξίας. Αυτοί οι πόροι είναι απαραίτητοι για την αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης.

Συμπέρασμα: Το Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas, με τα εννέα δομικά του στοιχεία, παρέχει μια συστηματική προσέγγιση για τους επιχειρηματίες ώστε να αναπτύξουν, να βελτιώσουν και να επικοινωνήσουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες. Η Πρόταση Αξίας και τα τμήματα πελατών αναδεικνύονται ως αναπόσπαστα στοιχεία, θέτοντας τα θεμέλια για ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό μοντέλο. Η αλληλένδετη φύση αυτών των στοιχείων υπογραμμίζει τη σημασία της κατανόησης και της ευθυγράμμισής τους ώστε να έχουν απήχηση στο κοινό-στόχο. Το Canvas χρησιμεύει ως ευέλικτο εργαλείο και τα μαθησιακά αποτελέσματα περιλαμβάνουν την ανάπτυξη μιας σαφούς κατανόησης κάθε δομικού στοιχείου, την προώθηση της συνεργατικής ιδεολογίας, την επαναληπτική βελτίωση, την οπτική αφήγηση και τη δοκιμή υποθέσεων για την επικύρωση στον πραγματικό κόσμο.

Πηγές για M1-LU1

Παρέχεται το ακόλουθο εκπαιδευτικό υλικό:

M1-LU1-01

Υπόδειγμα για τον Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas (BMC): έντυπη έκδοση (Παράρτημα 1)

M1-LU1-02

Βίντεο για τα τμήματα πελατών και την πρόταση αξίας:

<https://www.youtube.com/watch?v=aN36EcTE54Q&list=PLopjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=2>

M1-LU1-03

Βίντεο για την Πρόταση Αξίας με περισσότερες λεπτομέρειες:

<https://www.youtube.com/watch?v=ReM1uqmVfP0&list=PLopjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=3>

M1-LU1-04

Βίντεο για να αποκτήσετε μια εικόνα των πλήρων δυνατοτήτων του BMC:

<https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s&list=PLopjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=1>

Σύνδεσμοι & βίντεο για το M1-LU1

- Οδηγός ψηφιακής ηγεσίας για το Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas: <https://digitalleadership.com/unite-articles/extended-business-model-canvas/>
- Ο καμβάς του επιχειρηματικού μοντέλου από τον A. Osterwalder: <https://www.strategyzer.com/>
- Online πρότυπο Επιχειρηματικού Μοντέλου Canvas από την Canvanizer: <https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>
- Η Altexsoft παρέχει παραδείγματα πραγματικής ζωής του BMC: <https://www.altexsoft.com/blog/using-business-model-canvas-to-launch-a-technology-startup-or-improve-established-operating-model/#business-model-canvas-in-real-life-examples>

Βιβλιογραφία - ανακαλύψτε περισσότερα

- Το Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas : (Management & Marketing), (AA 50MINUTES, 2017)
- Σύνοψη επιχειρηματικού μοντέλου - JR (docx) - Course Sidekick" - (n.d.). Ανακτήθηκε στις 11 Δεκεμβρίου 2023, από <https://www.coursesidekick.com/business/148441>.
- Το Επιχειρηματικό Μοντέλο Canvas ως αναλυτικό εργαλείο για την αξιολόγηση εταιρειών: Μπογκοτά, Κολομβία - (Bertolini, 2019)

Μαθησιακή Ενότητα 2

Έρευνα και ανάλυση αγοράς

Θέμα 1: Ανάπτυξη τεχνικών για τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς

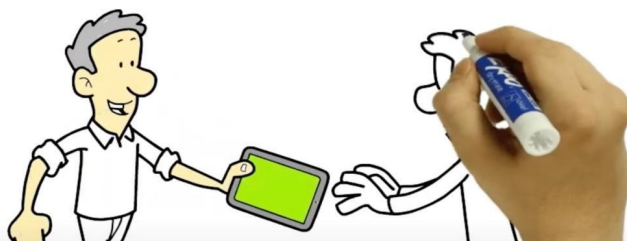
Η **έρευνα αγοράς** περιλαμβάνει τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων για έναν συγκεκριμένο τομέα, αγορά ή κοινό, προκειμένου να ενημερωθεί για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Παρέχει στους υπεύθυνους μάρκετινγκ **χρήσιμες πληροφορίες** για τον κλάδο, τις τάσεις της αγοράς, τις προτιμήσεις των καταναλωτών, τον ανταγωνισμό και τις ευκαιρίες, επιτρέποντας στους οργανισμούς να βελτιώσουν αποτελεσματικά τη στρατηγική τους.

Οι οργανισμοί μπορούν να **εντοπίσουν ανεκπλήρωτες ανάγκες**, να αναλύσουν τη ζήτηση προϊόντων, να βελτιώσουν τις προτάσεις αξίας και να δημιουργήσουν εκστρατείες μάρκετινγκ που να προσελκύουν το κοινό-στόχο τους, πραγματοποιώντας έρευνα αγοράς.

Η πρακτική αυτή **λειτουργεί ως πυξίδα**, οδηγώντας τις επιχειρήσεις στη λήψη αποφάσεων βάσει δεδομένων για καλύτερη κυκλοφορία προϊόντων, μεγαλύτερη αλληλεπίδραση με τους πελάτες και ισχυρότερη τοποθέτηση στο επιχειρηματικό τοπίο.

Η έρευνα αγοράς είναι ένα απαραίτητο εργαλείο για τους έμπορους και τους ειδικούς σε θέματα διορατικότητας. Τους επιτρέπει να κάνουν καλύτερες κρίσεις και να επιτύχουν την ανάπτυξη και την επιτυχία της αγοράς. Είναι ζωτικής σημασίας για τους οργανισμούς να διεξάγουν καλή έρευνα αγοράς προκειμένου να κατανοήσουν το κοινό-στόχο τους, τις τάσεις του κλάδου και το ανταγωνιστικό τοπίο.

Δείτε το βίντεο (με ελληνικούς υπότιτλους): [Έρευνα αγοράς | Το μυστικό συστατικό για την επιχειρηματική επιτυχία](#)



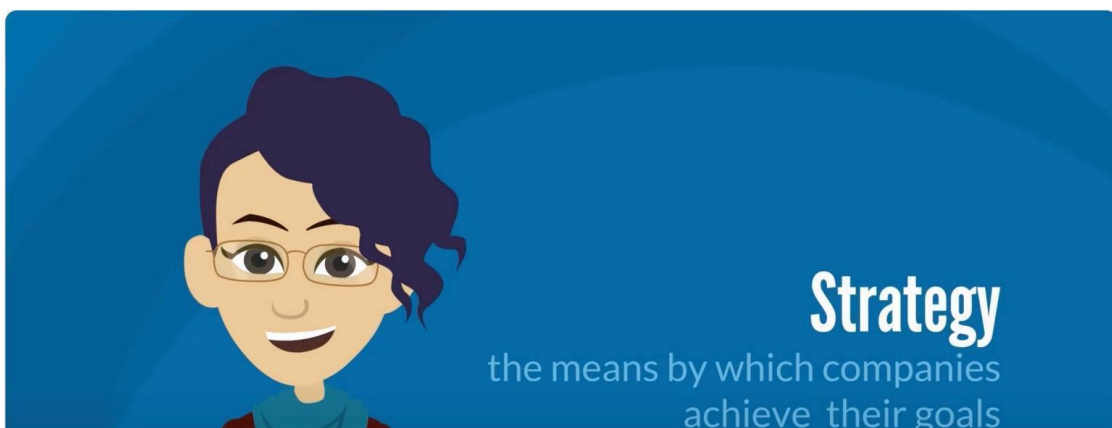
Ακολουθούν ορισμένες μέθοδοι για τη διεξαγωγή ενδεδειγμένης έρευνας αγοράς:

Κατανοήστε τη σημασία της ανάλυσης της αγοράς για τη διαμόρφωση της επιχειρηματικής σας στρατηγικής.

Η έρευνα αγοράς αποτελεί βασικό στοιχείο της ανάπτυξης ενός επιτυχημένου επιχειρηματικού σχεδίου. Περιλαμβάνει την αξιολόγηση πολλών στοιχείων που επηρεάζουν την εταιρεία, τον κλάδο και την αγορά-στόχο σας. Πρόκειται για τη συστηματική εξέταση των πολυάριθμων δυναμικών, τάσεων και μεταβλητών που επηρεάζουν έναν συγκεκριμένο κλάδο ή τμήμα της αγοράς. Στον πυρήνα της, αποσκοπεί στην κατανόηση της ουσίας μιας αγοράς, η οποία περιλαμβάνει τα:

- Τι επιδιώκουν οι καταναλωτές όσον αφορά τη δυναμική της ζήτησης και της προσφοράς;
- Τι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν;
- Από την άλλη πλευρά, ποιος είναι ο αριθμός και ο χαρακτήρας των προσβάσιμων προϊόντων ή υπηρεσιών;
- Ποιοι είναι οι πιο σημαντικοί πελάτες; Ποιες είναι οι αγοραστικές τους συνήθειες, συμπεριφορές και προτιμήσεις;
- Ποιοι είναι οι σημαντικοί συμμετέχοντες στο ανταγωνιστικό τοπίο; Ποιες είναι οι στρατηγικές τους και ποιο είναι το μερίδιο αγοράς τους;
- Ποιες είναι οι επιπτώσεις των οικονομικών, πολιτικών, κοινωνικών και τεχνολογικών δυνάμεων στην αγορά;

Βίντεο (με ελληνικούς υπότιτλους) για [το ρόλο της στρατηγικής στις επιχειρήσεις](#)





Διεξαγωγή ανάλυσης αγοράς σε 5 βήματα

1. Ερευνήστε τον κλάδο σας

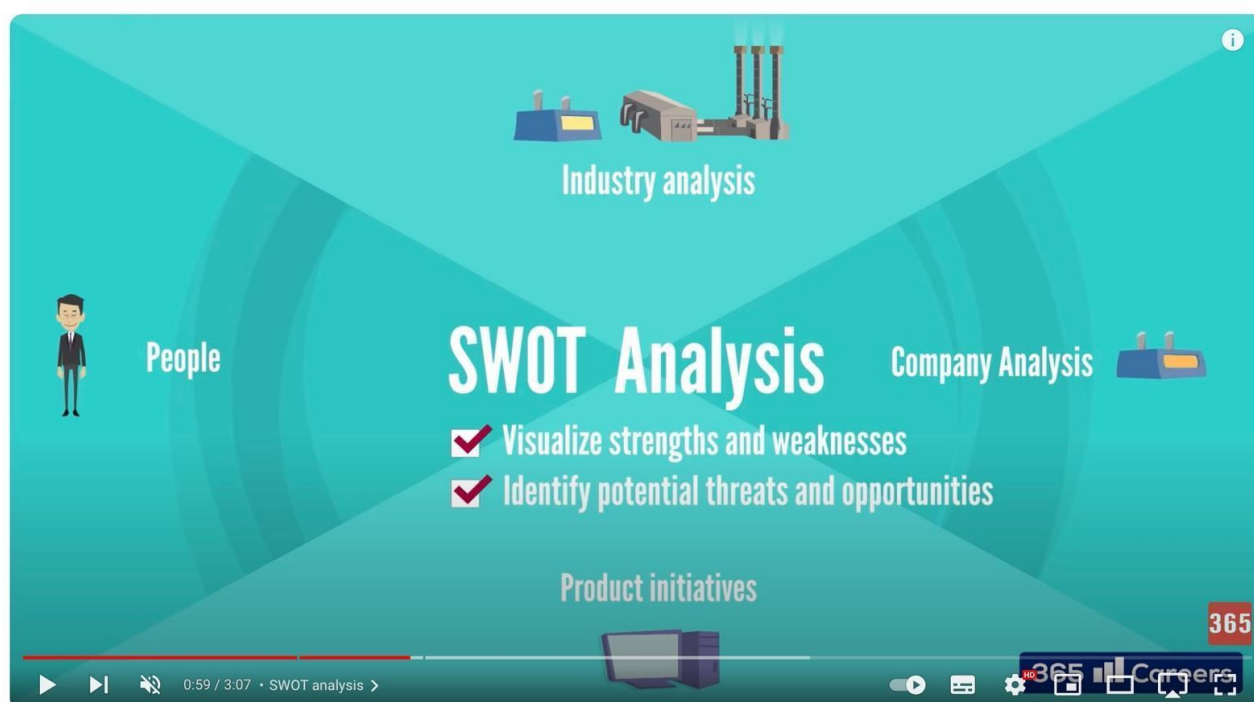
Σκοπός αυτού του βήματος είναι να κατανοήσετε τον κλάδο σας στο σύνολό του, ώστε να γνωρίζετε πώς να εισέλθετε σε αυτόν, να εντοπίσετε τις τάσεις και να ανταγωνιστείτε άλλες μάρκες.

Ακολουθούν μερικές ερωτήσεις για να ξεκινήσετε:

- Πόσες εταιρείες υπάρχουν σε αυτόν τον κλάδο;
- Ποιο είναι το μέγεθος της αγοράς σε όρους δυνητικών πελατών;
- Ποια είναι τα πρότυπα του κλάδου με βάση τα οποία λειτουργούν οι εταιρείες και οι καταναλωτές;

Η ανάλυση SWOT μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την τμηματοποίηση μιας αγοράς σε διαφορετικές ομάδες καταναλωτών που μοιράζονται κοινές ανάγκες ή προτιμήσεις. Οι εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιήσουν τη μέθοδο SWOT για την καλύτερη στόχευση των προσπάθειών μάρκετινγκ ώστε να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των σημερινών καταναλωτών και άλλων πελατών τους. Όταν χρησιμοποιείτε μοντέλα ανάλυσης αγοράς SWOT για την ανάπτυξη μιας στρατηγικής μάρκετινγκ, να έχετε υπόψη σας ότι η μελέτη μπορεί να αποδώσει ένα ευρύ φάσμα πιθανών μεθόδων. Μόλις εντοπίσετε τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές σας, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτή τη γνώση για να αναπτύξετε μια στρατηγική μάρκετινγκ.

Βίντεο (με ελληνικούς υπότιτλους) για την [επιχειρηματική στρατηγική - ανάλυση SWOT](#)



2. Εξέταση του ανταγωνιστικού τοπίου

Αυτό το επόμενο βήμα σας οδηγεί από τις γενικές γνώσεις του κλάδου στην εξέταση ειδικά των εμπορικών σημάτων που θα ανταγωνιστείτε για να προσελκύσετε πιθανούς πελάτες στην αγορά-στόχο σας. Ακολουθούν ορισμένες ερωτήσεις για να καθοδηγήσετε τη διαδικασία:

- Ποιες είναι οι πιο αναγνωρίσιμες εταιρείες στον κλάδο σας; Ποιοι καθορίζουν τις τάσεις και τραβούν την προσοχή των πελατών;
- Ποιες είναι οι προσφορές, οι τιμές και οι προτάσεις αξίας αυτών των εμπορικών σημάτων;
- Ποιες τακτικές πωλήσεων, τεχνολογίες και πλατφόρμες χρησιμοποιούν αυτές οι εταιρείες για να δημιουργήσουν ένα ταξίδι του πελάτη;

3. Προσδιορισμός των κενών της αγοράς

Κατανοώντας τις επιδόσεις των ανταγωνιστικών εμπορικών σημάτων, μπορείτε να εντοπίσετε τα κενά της αγοράς, να διαφοροποιήσετε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας και να ξεχωρίσετε στον κλάδο σας.

Τα κενά της αγοράς είναι ανάγκες που δεν καλύπτονται σήμερα από τις υπάρχουσες μάρκες. Για παράδειγμα, στον κλάδο της διαδικτυακής εκπαίδευσης, οι εκπαιδευόμενοι μπορεί να ενδιαφέρονται για θέματα που δεν καλύπτονται στα υπάρχοντα μαθήματα, οπότε θα μπορούσατε να αναπτύξετε ένα μάθημα για να καλύψετε αυτή την ανάγκη.

Ακολουθούν ορισμένες ερωτήσεις που θα σας βοηθήσουν να εντοπίσετε τα κενά της αγοράς:

- Ανατρέχοντας στην έρευνά σας για τον κλάδο, τι θα σημαίνουν οι εξωτερικοί παράγοντες, όπως οι κοινωνικές αλλαγές και η νέα νομοθεσία, για την ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών;
- Ρωτήστε απευθείας τους καταναλωτές: "Τι θέλετε ή χρειάζεστε που δεν μπορείτε να βρείτε τώρα;"
- Πώς ακριβώς υπολείπονται τα προϊόντα και οι υπηρεσίες των ανταγωνιστών;

4. Καθορίστε την αγορά-στόχο σας

Τώρα που γνωρίζετε τον κλάδο σας, το ανταγωνιστικό τοπίο και τα κενά της αγοράς που μπορείτε να καλύψετε, το επόμενο βήμα είναι να προσδιορίσετε συγκεκριμένα τους τύπους πελατών που θέλετε να εξυπηρετήσετε.

Ορίστε την αγορά-στόχο σας με βάση τα χαρακτηριστικά που κάνουν τους μεμονωμένους καταναλωτές να είναι πιο πιθανό να αγοράσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας:

- Σε ποιο συγκεκριμένο τμήμα δυνητικών πελατών του κλάδου σας μπορείτε να στοχεύσετε αποτελεσματικά;
- Πώς μπορείτε να περιγράψετε αυτό το τμήμα όσον αφορά τα δημογραφικά (ηλικία, εθνικότητα, εισόδημα, τοποθεσία κ.λπ.) και τα ψυχογραφικά (πεποιθήσεις, αξίες, φιλοδοξίες, τρόπος ζωής κ.λπ.);
- Πώς είναι η καθημερινή τους ζωή;

5. Προσδιορισμός των εμποδίων εισόδου

Καθώς γνωρίζετε την αγορά-στόχο σας και προσαρμόζετε τις προσφορές και τα μηνύματά σας στους καταναλωτές, είναι σημαντικό να έχετε σαφή αίσθηση των παραγόντων που μπορεί να σας εμποδίσουν να εισέλθετε με επιτυχία στην αγορά σας. Αυτό θα σας βοηθήσει να αναπτύξετε μια στρατηγική για να ξεπεράσετε τις προκλήσεις.

Ακολουθούν ορισμένες ερωτήσεις που θα σας βοηθήσουν να εντοπίσετε τα εμπόδια εισόδου:

- Ποιο είναι το κόστος εκκίνησης της επιχείρησής σας, συμπεριλαμβανομένης της ανάπτυξης προϊόντων, της τεχνολογίας, των προμηθευτών, των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και των πιστοποιήσεων;
- Ποιες ρυθμιστικές απαιτήσεις θα πρέπει να πληροίτε πριν από την έναρξη λειτουργίας σας;
- Ποιοι πολιτικοί, οικονομικοί και κοινωνικοί παράγοντες θα μπορούσαν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των πελατών και την πιθανότητα να αγοράσουν τις προσφορές σας;

Γλωσσάριο όρων

Όρος	Ορισμός ²
Έρευνα αγοράς	Η συστηματική διαδικασία συλλογής και ανάλυσης δεδομένων που σχετίζονται με έναν συγκεκριμένο τομέα, αγορά ή κοινό για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων.
Λήψη στρατηγικών αποφάσεων	Η διαδικασία λήψης αποφάσεων που ευθυγραμμίζονται με τους γενικούς σκοπούς και στόχους ενός οργανισμού για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
Προτάσεις αξίας	Τα μοναδικά οφέλη και η αξία που προσφέρει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία στο κοινό-στόχο, που το διαφοροποιεί από τους ανταγωνιστές.
Πυξίδα	Στο πλαίσιο της έρευνας αγοράς, αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο οι γνώσεις της αγοράς λειτουργούν ως καθοδηγητικό εργαλείο για τους οργανισμούς στη λήψη αποφάσεων βάσει δεδομένων.
Αποφάσεις με βάση τα δεδομένα	Λήψη αποφάσεων με βάση την ανάλυση και την ερμηνεία των σχετικών δεδομένων, με στόχο πιο τεκμηριωμένες και αποτελεσματικές επιλογές.
Μετριάσμος κινδύνου	Η διαδικασία εντοπισμού και μείωσης πιθανών κινδύνων ή κινδύνων στην αγορά μέσω προληπτικού σχεδιασμού και στρατηγικών.
Ανάλυση SWOT	Ακρωνύμιο της ανάλυσης των δυνατών σημείων, των αδυναμιών, των ευκαιριών και των απειλών, η οποία είναι ένα πλαίσιο για την αξιολόγηση των εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν μια επιχείρηση.

² Ορισμοί με βάση τα λεξικά της Οξφόρδης: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

Άσκηση: Χρησιμοποιήστε τη μέθοδο SWOT

Ως επιχειρηματίας, θέλετε να ξεκινήσετε μια επιχείρηση που βασίζεται σε υποδήματα κατά παραγγελία για νέους και συνειδητοποιημένους ως προς τη μόδα καταναλωτές. Αυτή η υποθετική επιχείρηση έχει ως στόχο να προσφέρει στους πελάτες μια μοναδική και εξατομικευμένη εμπειρία αγορών μέσω υποδημάτων περιορισμένης έκδοσης, κατασκευασμένων κατά παραγγελία.

- Χαρτοφυλάκιο προϊόντων: Η γκάμα προϊόντων περιλαμβάνει αθλητικά παπούτσια, casual παπούτσια και αποκλειστικές συλλογές, όλες με ιδιαίτερες σχεδιαστικές λεπτομέρειες και υλικά υψηλής ποιότητας.

- Αγορά-στόχος: Στόχευση: Επικεντρώνεται σε άτομα ηλικίας 18-35 ετών, στοχεύοντας σε νέους και συνειδητοποιημένους ως προς τη μόδα καταναλωτές. Αυτή η δημογραφική ομάδα αντιπροσωπεύει μια πελατειακή βάση που τείνει να ψωνίζει online, να ακολουθεί τις τάσεις και να ενδιαφέρεται για προϊόντα κατά παραγγελία.

- Βιώσιμη παραγωγή: Τα προϊόντα σας υιοθετούν τις αρχές της αειφορίας, επιδιώκοντας την ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων καθ' όλη τη διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας. Η χρήση ανακυκλώσιμων υλικών και η μειωμένη διαχείριση αποβλήτων αντικατοπτρίζουν τη δέσμευση της εταιρείας για βιωσιμότητα.

Χρησιμοποιήστε τον **πίνακα SWOT** για τα Δυνατά σημεία, τις Αδυναμίες, τις Ευκαιρίες και τις Απειλές. Πρόκειται για ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού που μπορεί να σας βοηθήσει να αναθεωρήσετε το επιχειρηματικό σας σχέδιο. Τα αποτελέσματα θα είναι χρήσιμα για να ενημερώσετε τις δεξιότητες και τους πόρους σας για την οικοδόμηση της επιχείρησής σας.

Δωρεάν πρότυπα: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis>



Λίστα Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Τι γνωρίζω σχετικά με το θέμα "Έρευνα & Ανάλυση Αγοράς"		
#	Θέμα/ερώτηση	ΝΑΙ / ΟΧΙ
1	Κατανοώ τη σημασία της ανάλυσης της αγοράς για τη διαμόρφωση της επιχειρηματικής μου στρατηγικής.	
2	Γνωρίζω τεχνικές για τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς.	
3	Είμαι σε θέση να χρησιμοποιήσω την τεχνική ανάλυσης Swot.	

Πηγές για M1-LU2

Παρέχεται το ακόλουθο εκπαιδευτικό υλικό:

M1-LU2-01

Brandwatch: <https://www.brandwatch.com/blog/market-research-methods/>

M1-LU2-02

Improvado:

<https://improvado.io/blog/how-to-perform-market-analysis#:~:text=Market%20analysis%20offers%20numerous%20benefits,resources%2C%20and%20enhancing%20product%20development>

M1-LU2-03

Wordstream: SWOT: Βίντεο και πρότυπα για την ανάλυση SWOT

<https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis>

Βίντεο για το M1-LU2

- Να είστε παραγωγικοί: 7 ισχυρά εργαλεία έρευνας αγοράς που πρέπει να χρησιμοποιήσετε αμέσως τώρα! <https://www.youtube.com/watch?v=JcIqJwqSnNA>
- Έρευνα αγοράς | Το μυστικό συστατικό για την επιχειρηματική επιτυχία
- Επιχειρηματική στρατηγική - ανάλυση SWOT
- Ο ρόλος της στρατηγικής στις επιχειρήσεις

Βιβλιογραφία - ανακαλύψτε περισσότερα

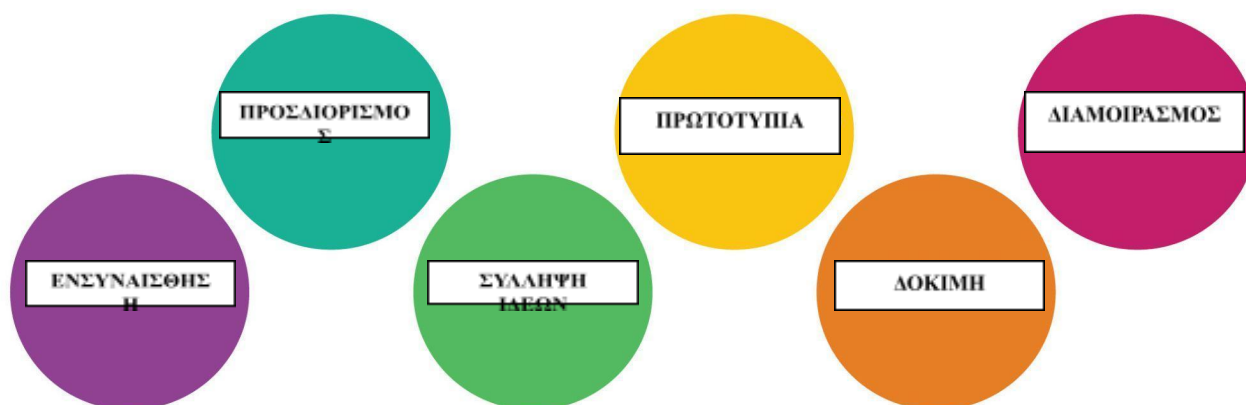
- Planview: <https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=Understand+the+importance+of+market+analysis+in+shaping+your+business+strategy&ie=UTF-8&oe=UTF-8>
- Improvado: <https://improvado.io/blog/how-to-perform-market-analysis#:~:text=Market%20analysis%20of%20numerous%20benefits,resources%2C%20and%20enhancing%20product%20development>

Μαθησιακή Ενότητα 3

Σύλληψη Ιδεών & Καινοτομία

Η Σύλληψη Ιδεών είναι η διαδικασία ανάπτυξης νέων ιδεών με βάση τις ιδιότητες της περιέργειας και της δημιουργικότητας. Κατά την ανάπτυξη ιδεών, η φάση της σύλληψης ιδεών είναι ζωτικής σημασίας για να διασφαλίσουμε ότι έχουμε μια ισχυρή ιδέα από την αρχή. Η φάση αυτή περιλαμβάνει την αναγνώριση προβλημάτων και προοπτικών, την ενασχόληση με τη δημιουργία ιδεών που σχετίζονται με τα ζητήματα που έχουν εντοπιστεί και τη διεξαγωγή έρευνας για την επικύρωση των υποθέσεων που αφορούν την αγορά, τους πελάτες και την ίδια την ιδέα. Η δημιουργία ιδεών αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης διαδικασίας σχεδιασμού που ξεκινά με την κατανόηση του κοινού-στόχου, την επίδειξη ενσυναίσθησης, την κατανόηση και τον καθορισμό των απαιτήσεων αυτού του κοινού και, στη συνέχεια, τον καταιγισμό ιδεών σχετικά με το τι είναι απαραίτητο. Επιπλέον, η φάση της ιδεοληψίας αποσκοπεί στη μείωση της πιθανότητας αποτυχίας με τη δημιουργία εννοιών που ικανοποιούν μια ανάγκη. Οι επιτυχημένες νεοφυείς επιχειρήσεις ξεκινούν με μια ιδέα υψηλού επιπέδου, η οποία είναι καινοτόμος, αποτυπώνει μια θεμελιώδη αλήθεια και διαθέτει σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Στη Διαδικασία Σχεδιαστικής Σκέψης της Σχολής του Στάνφορντ, υπάρχουν 6 στάδια σχεδιασμού:



Ο στόχος του Design Thinking είναι να ενισχύσει την ενσυναίσθηση για τους πελάτες, να ανακαλύψει τις μη προφανείς προκλήσεις που αντιμετωπίζουν και να αποκτήσει βαθύτερη κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι υπάρχουσες λύσεις της αγοράς αποτυγχάνουν να αντιμετωπίσουν επαρκώς τις απαιτήσεις τους.

Καινοτομία είναι η διαδικασία δημιουργίας νέων ιδεών, προϊόντων ή διαδικασιών. Η καινοτομική σκέψη επιτρέπει σε μια επιχείρηση να αναπτυχθεί και να εξυπηρετήσει καλύτερα την ομάδα-στόχο της. Προκειμένου να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα, οι οργανισμοί πρέπει να υιοθετήσουν καινοτόμες λύσεις στην ηγεσία ή στη στρατηγική τους προσέγγιση.

- Βίντεο για Έμπνευση (με ελληνικούς υπότιτλους): Υπάρχουν δύο τύποι δημιουργικής σκέψης: η προσαρμογή και η καινοτομία. Μάθετε περισσότερα γι' αυτούς και δείτε τρόπους για να ενισχύσετε τη δημιουργική σκέψη από το βίντεο: "Δημιουργική σκέψη: Πώς να αυξήσετε τις τελείες που συνδέονται" : <https://www.youtube.com/watch?v=cYhgITy4yY>



Πολλές νεοσύστατες επιχειρήσεις ξεκινούν τις δραστηριότητές τους με την εισαγωγή καινοτόμων προϊόντων ή υπηρεσιών, υπογραμμίζοντας τον καθοριστικό ρόλο της καινοτομίας στην επιτυχία τους. Στην ουσία, η συνεχής καινοτομία είναι απαραίτητη για όλες τις επιχειρήσεις. Ο βασικός παράγοντας έγκειται στη συγκεκριμένη εστίαση των στρατηγικών καινοτομίας τους, η οποία μπορεί να διαφέρει σημαντικά από εταιρεία σε εταιρεία.

- Βίντεο για Έμπνευση (με ελληνικούς υπότιτλους): 4 απλοί τρόποι για να έχετε μια σπουδαία ιδέα": <https://www.youtube.com/watch?v=mtn31hh6kU4>



Συμβουλές για να κυνηγήσετε την καινοτομική σκέψη στον επιχειρηματικό τομέα

- Δημιουργήστε ένα οικονομικό σχέδιο.
Η κατάρτιση ενός οικονομικού σχεδίου για την ψηφιακή επιχείρησή σας μπορεί να σας προετοιμάσει για πολλά πιθανά ζητήματα και οικονομικά εμπόδια κατά τη δημιουργία της δικής σας επιχείρησης. Είτε ο στόχος της επιχείρησής σας είναι η ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος είτε η παροχή μιας καινοτόμου υπηρεσίας, ένα οικονομικό σχέδιο μπορεί να σας βοηθήσει να προσδιορίσετε καλύτερα τις ανάγκες σας και να έχετε μια πιο επιτυχημένη επιχείρηση.
- Δίκτυο
Η δικτύωση είναι ένα από τα πιο ζωτικά μέρη κάθε ψηφιακής επιχείρησης. Οι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν συχνά τη δικτύωση ως έναν τρόπο για να γνωρίσουν νέους ανθρώπους που μπορούν να τους βοηθήσουν να προωθήσουν την επιχείρησή τους, όπως προμηθευτές, επενδυτές ή άλλες προσωπικές διασυνδέσεις στον κλάδο. Η συμμετοχή σε εκδηλώσεις δικτύωσης μπορεί να βοηθήσει έναν επιχειρηματία να παραμείνει επίκαιρος, να διευρύνει τις γνώσεις του και να μάθει για τις νέες τεχνολογίες από επαγγελματίες, προκειμένου να δημιουργήσει ένα πραγματικά καινοτόμο προϊόν.
- Αποδεχτείτε εποικοδομητική ανατροφοδότηση.

Η εκμάθηση της αποδοχής εποικοδομητικής ανατροφοδότησης είναι επίσης απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη στον επιχειρηματικό τομέα. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να είναι ανοιχτοί και έτοιμοι να υποδεχτούν τα σχόλια που προέρχονται από άλλα στελέχη του κλάδου, ακόμη και από τους καταναλωτές, και με βάση την εμπειρία τους να τα χρησιμοποιήσουν για να κάνουν την επιχείρησή τους επιτυχημένη. Η ανατροφοδότηση είναι ο τρόπος για να αποκτήσει κανείς καλύτερη εικόνα για το τι χρειάζεται η αγορά και οι καταναλωτές και είναι απαραίτητο να σχεδιάσει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία ανάλογα.

Γιατί η Σύλληψη Ιδεών και η Καινοτομία είναι σημαντικές για τους ψηφιακούς επιχειρηματίες;

Οι ιδέες και η καινοτομία είναι αρκετά σημαντικές για τη δημιουργία μιας ψηφιακής επιχείρησης. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, έχουν και οι δύο πολλά να προσφέρουν σε έναν επίδοξο επιχειρηματία στον ψηφιακό τομέα, ιδίως επειδή τον/την βάζουν σε μια διαδικασία σκέψης που αργότερα απαντά σε πολλά θεμελιώδη ερωτήματα σχετικά με την επιχείρησή του/της. Η σύλληψη ιδεών είναι σημαντική, καθώς σας οδηγεί στην ανακάλυψη και επίλυση πιθανών προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν, ενώ βρίσκεστε στο στάδιο ανάπτυξης της επιχείρησής σας. Ταυτόχρονα, μαθαίνετε περισσότερα για τα επιχειρηματικά μοντέλα και για το τι είναι καταλληλότερο στην περίπτωση σας, αλλά και αναλύετε διεξοδικά την ομάδα-στόχο σας και ανακαλύπτετε νέους τρόπους για το πώς μπορείτε να καλύψετε καλύτερα τις ανάγκες της. Εδώ είναι που η καινοτομία έρχεται να βοηθήσει τον επιχειρηματία με τεχνικές που αυξάνουν την προσωπική και ομαδική παραγωγικότητα και φέρνουν μοναδικότητα και καινοτομία στην επιχειρηματική διαδικασία. Η καινοτομία μπορεί να δώσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρησή σας και να βοηθήσει στη μείωση του κόστους και την αύξηση των εσόδων, επομένως να οδηγήσει στην επιτυχία.

Αναπτύξτε τις δικές σας επιχειρηματικές ιδέες: Δοκιμάστε να συλλάβετε ιδέες!

- Συνεδρία Καταιγισμού Ιδεών (Brainstorming)

Στόχος: Αξιοποιήστε τη δύναμη της ομάδας και καταφέρετε να αξιοποιήσετε τις ιδέες των άλλων!

Ομάδα: Προτιμάται μικρή αλλά ποικιλόμορφη ομάδα.

Διάρκεια: Περίπου 20 λεπτά.

Οδηγίες: Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε έναν πίνακα για να γράψετε ιδέες και στη συνέχεια να τις αναπτύξετε μέσω συζήτησης. Θα πρέπει να συγκεντρώσετε όσο το δυνατόν περισσότερες ιδέες.

- Μέθοδος 6-3-5

Στόχος: Χτίστε ο ένας πάνω στις ιδέες του άλλου!

Ομάδα: 6 άτομα

Διάρκεια: 30 λεπτά

Οδηγίες: 6 άτομα γράφουν 3 ιδέες σε 5 λεπτά. Μετά το πέρας των 5 λεπτών, ανταλλάσσουν τα χαρτιά τους και έχουν επιπλέον 5 λεπτά για να αξιοποιήσουν τις ιδέες που έλαβαν. Επαναλαμβάνετε τη διαδικασία έως ότου όλες οι ιδέες έχουν περιστραφεί μία φορά.

- Δημιουργία πρωτοτύπων

Στόχος: Δημιουργήστε μια φυσική αναπαράσταση της ιδέας σας!

Ομάδα: Η υπόλοιπη ομάδα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για ανατροφοδότηση.

Διάρκεια: Διάρκεια: Έως 30 λεπτά.

Οδηγίες: Χρησιμοποιήστε τα διαθέσιμα εργαλεία για να δημιουργήσετε γρήγορα το πρωτότυπο του προϊόντος σας, ώστε να το παρουσιάσετε και να λάβετε ανατροφοδότηση σχετικά με το πώς μπορεί να βελτιωθεί.

- Τεχνική ανάλυσης των Πέντε Γιατί (Five Whys)

Στόχος: Βρείτε τη βασική αιτία του προβλήματος!

Ομάδα: Ομάδα: Δεν έχει καθοριστεί

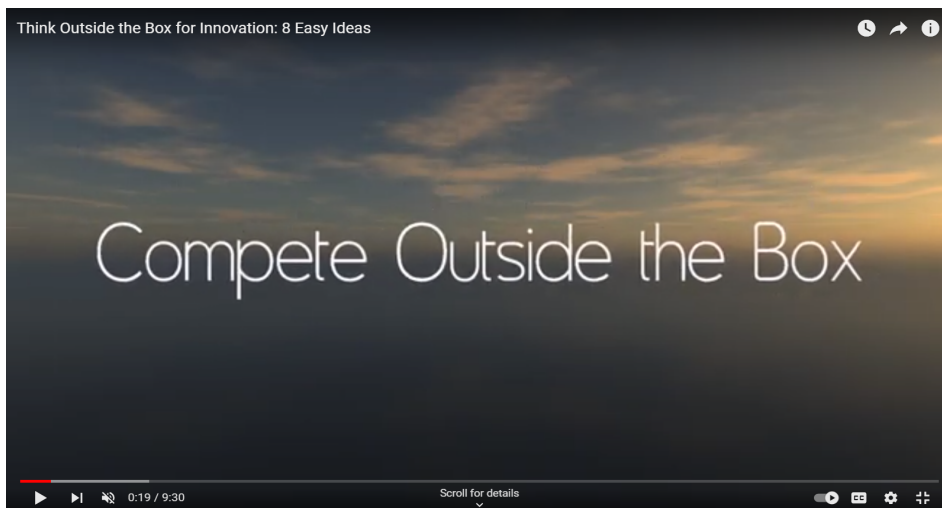
Διάρκεια: Διάρκεια: Δεν προσδιορίζεται

Οδηγίες: Ξεκινήστε με τη δήλωση του προβλήματος και στη συνέχεια ρωτήστε "γιατί" συνέβη. Επαναλάβετε το βήμα μέχρι να σταματήσετε να συγκεντρώνετε διορατικές απαντήσεις και να φτάσετε στη βασική αιτία του προβλήματος.

Βίντεο για Έμπνευση: Εκτός από αυτές, κυρίως ομαδικές δραστηριότητες, εφαρμόστε μερικές ιδέες για καθημερινές συνήθειες και προσεγγίσεις για να κάνετε το μυαλό σας πιο καινοτόμο!

"Σκεφτείτε μια Καινοτομία εκτός των ορίων: 8 εύκολες ιδέες":

https://www.youtube.com/watch?v=r--6fv_V0aY



Η σημασία της σκέψης «έξω από το κουτί» (out of the box)!

Η "σκέψη έξω από το κουτί" είναι μια έκφραση που χρησιμοποιείται για να περιγράψει διαφορετικούς, αντισυμβατικούς ή δημιουργικούς τρόπους σκέψης. Το να σκέφτεσαι έξω από το κουτί σημαίνει να κατανοείς πλήρως την υπάρχουσα κατάσταση και στη συνέχεια να την αμφισβητείς.

* Πιστεύετε ότι μπορείτε να σκεφτείτε έξω από το κουτί;

Δοκιμάστε να κάνετε αυτό το σύντομο κουίζ για να το μάθετε: Πόσο καλά μπορείτε να σκεφτείτε έξω από το κουτί; Δοκιμάστε αυτές τις ασκήσεις εγκεφάλου με απαντήσεις για να το μάθετε!": <https://grizly.com/quizzes/brain-teasers>

Πώς μπορεί να ωφελήσει την επιχειρηματική σας πρωτοβουλία το να σκέφτεστε έξω από το κουτί;

- Αγκαλιάστε την ποικιλομορφία και την συμπερίληψη.

Το πρώτο βήμα προς ένα πιο επιτυχημένο επιχειρηματικό εγχείρημα είναι η προώθηση της πολυμορφίας και της συμπερίληψης στην ομάδα σας. Οι άνθρωποι που προέρχονται από διαφορετικά υπόβαθρα, εθνικότητες και πολιτισμούς μπορούν να φέρουν φρέσκες ιδέες και νέους, καινοτόμους συνδυασμούς, αλλά ταυτόχρονα να διευρύνουν το κοινό σας. Η δημιουργία μιας διαφοροποιημένης και χωρίς αποκλεισμούς ομάδας αποτελεί βασικό παράγοντα στην ψηφιακή επιχειρηματικότητα.

- Πρόκληση παραδοχών

Το να σκέφτεσαι έξω από το κουτί συχνά σημαίνει να αμφισβητείς τις υποθέσεις ότι μια συγκεκριμένη μέθοδος μπορεί να οδηγήσει σε συγκεκριμένα αποτελέσματα. Μερικές φορές χρειάζεται να διευρύνετε τους ορίζοντές σας και να εξερευνήσετε διαφορετικές προσεγγίσεις για την ανάπτυξη.

- Ενθαρρύνετε τη δημιουργική επίλυση προβλημάτων.
Ακολουθήστε τις διάφορες τεχνικές που αναφέρονται για να προσεγγίσετε τις προκλήσεις με δημιουργική νοοτροπία και να προκαλέσετε επανάσταση στον κλάδο σας.
- Πρωθήστε μια κουλτούρα «φιλοπεριέργειας».
Μπορείτε να το κάνετε αυτό κάνοντας ερωτήσεις, ανακαλύπτοντας νέα θέματα και προσπαθώντας να βρείτε έμπνευση σε διάφορους τομείς. Το να παραμένετε περιέργοι μπορεί να προχωρήσει η επιχείρησή σας και να τη βοηθήσει να παρέχει πραγματικά καινοτόμες λύσεις.
- Αγκαλιάστε την ανάληψη κινδύνου.
Ενθαρρύνετε τον εαυτό σας και την ομάδα σας να βγείτε από τη ζώνη άνεσής σας και να πειραματιστείτε με νέες στρατηγικές. Η ανάληψη ρίσκου είναι ένα μεγάλο μέρος της σκέψης έξω από το κουτί που μπορεί να οδηγήσει σε σημαντικές ανακαλύψεις.
- Μάθετε από την αποτυχία.
Ίσως η πιο σημαντική πτυχή κατά τη δημιουργία μιας επιχείρησης είναι να μπορείτε να ξεπερνάτε τις αποτυχίες και να τις αποδέχεστε ως ευκαιρίες μάθησης.

Δημιουργικές τεχνικές επίλυσης προβλημάτων.

Συμβουλές για την ενίσχυση της δημιουργικότητας στην επίλυση προβλημάτων:

- Κάντε μια Εκκαθάριση Σκέψεων (brain dump).
Η Εκκαθάριση Σκέψεων είναι η διαδικασία της καταγραφής των σκέψεών σας καθώς έρχονται, χωρίς να ανησυχείτε για το αν είναι πραγματικά εφικτές. Το θέμα είναι να ξεκινήσετε τη διαδικασία σκέψης και να δώσετε σε όλες τις ιδέες σας μια ευκαιρία!
- Διευρύνετε το πεδίο εφαρμογής σας.
Προσπαθήστε να είστε ανοιχτόμυαλοι και να υιοθετήσετε νέες ιδέες και προοπτικές, ώστε να μπορέσετε να λύσετε ένα ζήτημα!
- Βάλτε στον εαυτό σας χρονικές προθεσμίες
Μερικές φορές είναι προτιμότερο να εργάζεστε υπό πίεση χρόνου για να αποφύγετε την αναβλητικότητα. Ορίστε στον εαυτό σας μια προθεσμία, για να είστε σίγουροι ότι δεν θα χαθείτε στις σκέψεις σας!
- Εργαστείτε αντίστροφα από τον στόχο
Αυτή η τεχνική σας επιτρέπει να αναλύσετε το αποτέλεσμα και να το χωρίσετε σε πιο εφικτά βήματα προς τον τελικό στόχο. Γράψτε το αποτέλεσμα και στη συνέχεια δουλέψτε προς τα πίσω δημιουργώντας μικρά ορόσημα τα οποία θα σπάσετε σε μικρότερες εργασίες!

- Ρωτήστε κάποιον εκτός του τομέα σας.
Ένας πολύ ενδιαφέρων τρόπος επίλυσης ζητημάτων είναι να αποκτήσετε εικόνα για ολοκαίνουργιες προοπτικές ζητώντας τη γνώμη ανθρώπων που αναπτύσσουν επιχειρήσεις σε διαφορετικούς τομείς.
- Ρωτήστε ένα παιδί.
Ακόμη και αν φαίνεται υπερβολικό, είναι αλήθεια ότι τα παιδιά μπορούν μερικές φορές να βρουν τις πιο καινοτόμες ιδέες και λύσεις.
- Λύστε τα προβλήματα για κάποιον άλλον.
Όταν προσπαθούμε να λύσουμε το πρόβλημα κάποιου άλλου, μερικές φορές μπορεί να προκύψει μια ιδέα που θα μας δώσει μια διαφορετική οπτική του δικού μας προβλήματος.

Πώς να καλλιεργήσετε μια νοοτροπία καινοτομίας με την Πλάγια Σκέψη

Η Πλάγια Σκέψη είναι μια διαδικασία σκέψης που απαιτεί να διαταράξουμε τις υποθέσεις μας και να δούμε τα πράγματα από μια εντελώς νέα οπτική γωνία. Επιπλέον, επιτρέπει στις σκέψεις μας να μετατρέψουν το αρχικό πρόβλημα σε σημείο εκκίνησης και όχι αδιέξοδο.

Βήματα που πρέπει να κάνουμε ώστε να αναπτύξουμε δεξιότητες πλάγιας σκέψης:

- Κατανοήστε τις υποθέσεις σας: Γιατί πρέπει να ενεργείτε και να σκέφτεστε με έναν συγκεκριμένο τρόπο; Προσπαθήστε να κατανοήσετε το λόγο που κρύβεται πίσω από τις υποθέσεις σας.
- Αμφισβητήστε τις συνθήκες σας: Δοκιμάστε να αναδιαμορφώσετε τις συνθήκες σας, ως έναν τρόπο να αναπτύξετε τη διαδικασία δημιουργικής σκέψης σας. Οι συνθήκες μας συχνά μπλοκάρουν τη δημιουργική μας σκέψη και μας δυσκολεύουν να δούμε την πραγματικότητα. Όταν αρχίσετε να αμφισβητείτε αυτές τις συνθήκες, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να ζωντανέψουν ριζοσπαστικές ιδέες!
- Αφεθείτε στη φαντασία σας: Εμπιστευτείτε τη φαντασία σας και δώστε χώρο στις ιδέες σας να αναπτυχθούν πριν τις απορρίψετε!
- Πιέστε τα όριά σας: Προσπαθήστε να εξερευνήσετε περισσότερες ιδέες προτού επιλέξετε να παραμείνετε στην ασφαλή πλευρά. Δεν είναι κακό να ανοίγεστε σε διαφορετικούς τρόπους σκέψης και να εξερευνάτε τις ευκαιρίες σας!

Ρεαλιστικά Παραδείγματα/ασκήσεις

- Άσκηση 1: Αλφαβητοποιήστε την περιπέτεια σε 5 δευτερόλεπτα.

Οδηγίες: Πρώτον, σκεφτείτε μια λέξη ή δείτε μια λέξη σε εξώφυλλο περιοδικού ή σε διαφημιστική πινακίδα (κατά προτίμηση έξι ή περισσότερα γράμματα). Δεύτερον, σταματήστε να κοιτάζετε τη λέξη και απλά φανταστείτε την στο μυαλό σας. Στη συνέχεια, τακτοποιήστε όλα τα γράμματα στο μυαλό σας έτσι ώστε να είναι σε αλφαβητική σειρά. Αυτό που κάνει αυτή τη νοητική γυμναστική τόσο τρομερά ενισχυτική για τον εγκέφαλό σας είναι ότι αναγκάζετε να χρησιμοποιήσετε όλες τις πληροφορίες -όλα τα γράμματα- και να τις αναδιατάξετε εντελώς στο μυαλό σας. Δοκιμάστε αυτό για πέντε λεπτά την ημέρα, τρεις ημέρες την εβδομάδα. Αυξήστε τον αριθμό των γραμμάτων στις λέξεις που αλφαβητοποιείτε καθώς γίνεστε πιο έμπειροι. Θα το παρατηρήσετε μετά από λίγο- το μυαλό σας θα συνηθίσει να βλέπει τα πράγματα με διαφορετικό τρόπο και θα αρχίσετε να σκέφτεστε ιδέες που δεν είχατε σκεφτεί ποτέ πριν.

- Άσκηση 2: Κάντε μια συζήτηση ΧΩΡΙΣ να χρησιμοποιείτε το γράμμα Ε.

Οδηγίες: Αυτό είναι ένα διασκεδαστικό παιχνίδι που μπορείτε να παίξετε με έναν φίλο ή μέλος της οικογένειας, το οποίο θα γυμνάσει αυτόματα τους "μυς" του εγκεφάλου σας και θα σας βοηθήσει να γίνετε πνευματικά πιο οξυδερκείς. Ο σκοπός είναι εσείς και ο φίλος σας να κάνετε μια κανονική συζήτηση χωρίς να χρησιμοποιήσετε καμία λέξη που να περιέχει το γράμμα Ε. Πρέπει όμως να προσπαθήσετε να κάνετε τη συζήτηση όσο το δυνατόν πιο φυσιολογική, χωρίς μεγάλες παύσεις ανάμεσα στις προτάσεις.

- Άσκηση 3: Προσθέστε γρήγορα μια σειρά μονοψήφιων αριθμών.

Η γρήγορη πρόσθεση μικρών αριθμών στο μυαλό σας (4+7+9+3+2+2+8+5+8...) σας αναγκάζει να αλλάζετε συνεχώς τις πληροφορίες με τις οποίες πρέπει να δουλέψετε και να θυμάστε. Καθώς προσθέτετε τους αριθμούς, το μεγάλο σας σύνολο αλλάζει συνεχώς και για να καταλήξετε στο επόμενο σύνολο πρέπει να επικεντρωθείτε αποκλειστικά στο τρέχον σύνολο και στον επόμενο αριθμό που προσθέτετε. Υπάρχουν πολύ λίγες νοητικές ασκήσεις όπου η συγκέντρωση και οι συνεχώς εξελισσόμενες πληροφορίες παίζουν τόσο σημαντικό ρόλο.

Γλωσσάριο όρων

Όρος	Ορισμός ³
Σύλληψη Ιδεών	η πράξη του σχηματισμού ιδεών ή σκέψεων.
Καινοτομία	η εισαγωγή νέων πραγμάτων, ιδεών ή τρόπων για να γίνει κάτι.
Καταιγισμός ιδεών	ένας τρόπος να κάνεις μια ομάδα ανθρώπων να σκεφτεί κάτι ταυτόχρονα, συχνά με σκοπό την επίλυση ενός προβλήματος ή τη δημιουργία καλών ιδεών.
Πλάγια σκέψη	ένας τρόπος επίλυσης ενός προβλήματος χρησιμοποιώντας τη φαντασία σας για να βρείτε νέους τρόπους να το δείτε

³ Ορισμοί με βάση τα λεξικά της Οξφόρδης: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

Άσκηση: Καινοτομία

1. Η σύλληψη ιδεών αφορά κυρίως την αναγνώριση προβλημάτων και τη δημιουργία ιδεών για την αντιμετώπισή τους.

ΣΩΣΤΟ ή ΛΑΘΟΣ;

2. Ποιος είναι ο πρωταρχικός στόχος του Design Thinking;
α) Αύξηση των λύσεων της αγοράς
β) Ενίσχυση της ενσυναίσθησης για τους πελάτες
γ) Αγνοήστε τις απαιτήσεις των πελατών
3. Γιατί η ανατροφοδότηση είναι απαραίτητη για μια επιχείρηση;
α) Για να αποφύγετε τις προκλήσεις
β) Να αποκτήσουν καλύτερη εικόνα των αναγκών της αγοράς και των καταναλωτών
γ) Να περιορίσει τη βελτίωση του προϊόντος/υπηρεσίας
4. Γιατί η καινοτομία είναι σημαντική για τις επιχειρήσεις;
α) Να μειωθεί ο οικονομικός προγραμματισμός
β) Να μειωθεί η ανταγωνιστικότητα
γ) Ανάπτυξη και καλύτερη εξυπηρέτηση των ομάδων-στόχων
5. Πώς μπορεί η καινοτομία να προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα;
α) Αυξάνοντας το κόστος
β) Μειώνοντας τα έσοδα
γ) Φέρνοντας μοναδικότητα και καινοτομία
6. Η δημιουργία πρωτοτύπων περιλαμβάνει τη δημιουργία μιας φυσικής αναπαράστασης μιας ιδέας.

ΣΩΣΤΟ ή ΛΑΘΟΣ;

7. Πώς μπορεί να ωφελήσει την επιχειρηματική σας πρωτοβουλία το να σκέφτεστε έξω από το κουτί;
α) Περιορισμός της ποικιλομορφίας

- β) Αμφισβήτηση των παραδοχών
- γ) Αποφυγή ανάληψης κινδύνου

8. Η Έκκαθάριση Σκέψεων (Brain Dumping) είναι η διαδικασία προσεκτικού σχεδιασμού ιδεών.

ΣΩΣΤΟ ή ΛΑΘΟΣ;

9. Η Πλάγια Σκέψη απαιτεί την ενίσχυση των παραδοχών.

ΣΩΣΤΟ ή ΛΑΘΟΣ;

Διαδραστική άσκηση - Καταιγισμός κακών ιδεών

Μορφή Διάδρασης	Πρόσωπο με πρόσωπο / online / υβριδικά
Μαθησιακά Αντικείμενα	Αφεθείτε στη φαντασία, σκεφτείτε τις κακές ιδέες, σκεφτείτε έξω από το κουτί.
Απαιτούμενο υλικό/εξοπλισμός	Υπολογιστής / χαρτί για να κρατάτε σημειώσεις .
Περιγραφή της άσκησης	Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε μικρές ομάδες (2-3 άτομα)*. Δώστε στις ομάδες 10-15 λεπτά και ζητήστε τους να σκεφτούν τις χειρότερες ιδέες που μπορούν να φανταστούν, σχετικά με την επιχειρηματική τους ιδέα - Ζητήστε τους να αναλύσουν τις ιδέες τους. Συζητήστε τα αποτελέσματα με όλες τις ομάδες *Η δραστηριότητα μπορεί να γίνει και μεμονωμένα
Ερωτήσεις	Τι αποκομίσατε από αυτή την άσκηση; Σας βοήθησε να σκεφτείτε με πιο καινοτόμο τρόπο;
Διατιθέμενος χρόνος	Περίπου 25 λεπτά
Σημειώσεις για τον εκπαιδευτή/διαμεσολαβητή	Αφιερώστε χρόνο στη συζήτηση
Πηγή	https://www.invitejapan.com/en/lateral-thinking/

Λίστα Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Τι γνωρίζω για το θέμα "Σύλληψη Ιδεών & Καινοτομία"		
#	Θέμα/ερώτηση	ΝΑΙ / ΟΧΙ
1	Κατανοήσατε καλύτερα τη διαδικασία της σύλληψης ιδεών;	
2	Καταφέρατε να εντοπίσετε τις βασικές αρχές της καινοτομίας;	
3	Μάθατε πώς να δημιουργείτε πιο αποτελεσματικά δημιουργικές ιδέες;	
4	Σας εισήγαγαν σε διάφορες τεχνικές σύλληψης ιδεών;	
5	Σας βοήθησε η εκπαίδευση να αναγνωρίσετε τη σημασία του πειραματισμού στη διαδικασία καινοτομίας;	
6	Έχασταν σε θέση να εφαρμόσετε τις έννοιες της σύλληψης ιδεών και της καινοτομίας σε πραγματικά σενάρια ως αποτέλεσμα αυτής της κατάρτισης;	
7	Έδωσε η κατάρτιση έμφαση στη σημασία της συνεργασίας για την προώθηση της καινοτομίας;	

Πηγές για M1-LU3

Παρέχεται το ακόλουθο εκπαιδευτικό υλικό:

M1-LU3-01

Ferrier, M. (2017, August 23). *Ideation*. Rebus.community; Pressbooks.

<https://press.rebus.community/media-innovation-and-entrepreneurship/chapter/ideation-2/>

M1-LU3-02

Innovative Entrepreneurship: Definition, Tips and FAQs. (n.d.). Indeed Career Guide.

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/innovative-entrepreneurship>

M1-LU3-03

Why Is Ideation Important? (2021, February 19). Koombea.

<https://www.koombea.com/blog/why-is-ideation-important/#:~:text=By%20challenging%20companies%20to%20explore>

M1-LU3-04

Key, S. (2013, April 26). *3 Games To Help You Generate Business Ideas*. Entrepreneur.

<https://www.entrepreneur.com/starting-a-business/3-games-to-help-you-generate-business-ideas/226501>

M1-LU3-05

Thinking outside the box: 8 ways to become a creative problem solver. (n.d.). www.betterup.com.

<https://www.betterup.com/blog/thinking-outside-the-box>

M1-LU3-06

Unleashing Creativity: The Art of Thinking Outside the Box in Business. (n.d.). www.linkedin.com.

Retrieved October 19, 2023, from

<https://www.linkedin.com/pulse/unleashing-creativity-art-thinking-outside-box-business-victor-marin/>

M1-LU3-07

Lateral Thinking: How to Actually Think Outside the Box and Ignite Your Team's Innovation | Invite Japan. (2022, June 16). Invite Japan.

<https://www.invitejapan.com/en/lateral-thinking/>

M1-LU3-08

Surprising Exercises to Get You Thinking outside the Box | Psychology Today. (n.d.).

M1-LU3-09

Www.psychologytoday.com. Retrieved October 19, 2023,

<https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-power-of-forgetting/201404/surprising-exercises-to-get-you-thinking-outside-the-box>

M1-LU3-10

Meyer, D. J.-U. (n.d.). What is Innovation? Introduction and Definition for Practitioners.

<https://innolytics.net/what-is-innovation/#definition>

M1-LU3-11

Jaiswal, S. (2022, July 21). *4 Important Benefits of Innovation in Business* | Emeritus India. Emeritus - Online Certificate Courses | Diploma Programs.

<https://emeritus.org/in/learn/important-benefits-of-innovation-in-business/>

Σύνδεσμοι και βίντεο για το M1-LU3

- Κουίζ - <https://grizly.com/quizzes/brain-teasers>
- Άρθρο για την Σύλληψη Ιδεών - <https://press.rebus.community/media-innovation-and-entrepreneurship/chapter/ideation-2/> Άρθρο σχετικά με τη σημασία της σύλληψη ιδεών - <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681317300265>
- Πώς να βρείτε καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες - https://www.youtube.com/watch?v=Y_jJ1hsIyd0
- Πώς να αναπτύσσετε καλές ιδέες - <https://www.youtube.com/watch?v=mtn31hh6kU4>
- Δημιουργική σκέψη - <https://www.youtube.com/watch?v=cYhgITy4yY>
- Πώς να σκέφτεστε έξω από το κουτί - https://www.youtube.com/watch?v=r--6fv_V0aY
- Ομιλία TED: "Γιατί η καινοτομία έχει να κάνει με τους ανθρώπους και όχι με τις λαμπρές ιδέες" : <https://www.youtube.com/watch?v=Q7chxarBJ98> .
- Ομιλία TED: "Δημιουργική σκέψη - πώς να βγούμε από το κουτί και να δημιουργήσουμε ιδέες: Giovanni Corazza στο TEDxRoma" : <https://www.youtube.com/watch?v=bEusrD8g-dM>

Βιβλιογραφία - ανακαλύψτε περισσότερα

Ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο:

- Έγγραφο για την σύλληψη ιδεών, την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία - <https://www.oecd.org/sti/inno/Keynote%20-%20Link.pdf>
- 20 πρακτικές τεχνικές δημιουργίας ιδεών για να διπλασιάσετε τουλάχιστον την ταχύτητα σύλληψης ιδεών σας στην εκκίνηση και το μάρκετινγκ. (n.d.).- Wwww.shno.co. <https://www.shno.co/blog/idea-generation-techniques>