

CASH LAJF BALANS

Biznes XXI wieku



Fundusze
Europejskie
Polska Wschodnia



Rzeczpospolita
Polska



MINISTERSTWO
FUNDUSZY I POLITYKI
REGIONALNEJ

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



45 min (1 lekcja) + 45 min (1 lekcja dodatkowa - elementy oznaczone symbolem*)

Podstawa programowa

Treści nauczania - wymagania szczegółowe, dział IV Przedsiębiorczość:

Uczeń uzasadnia przydatność sporządzania i przedstawia strukturę biznesplanu oraz objaśnia poszczególne jego elementy; inspirując się doświadczeniami własnymi i znanych przedsiębiorców oraz bazując na zebranych informacjach z rynku, znajduje pomysł na własną działalność gospodarczą lub przedsięwzięcie społeczne, oceniając go pod względem innowacyjności.

Źródło: <https://podstawaprogramowa.pl/Liceum-technikum/Podstawy-przedsiębiorczosci>

Kluczowe pytania:

- Co jest istotą przedsiębiorczości?
- Co to znaczy, że przedsiębiorca dostarcza wartość klientom?
- Czym jest model biznesowy?
- Jakie są przykłady modeli biznesowych XXI wieku?

Metody pracy:

Pokaz filmu, dyskusja, prezentacja, burza mózgów.

Materiały niezbędne do przeprowadzenia zajęć:

- rzutnik multimedialny, komputer z dostępem do internetu, głośniki
- długopisy / ołówki i gumki
- karteczki samoprzylepne
- prezentacja
- wydrukowane opisy potrzeb 3 segmentów klientów

Lista pojęć

Film o firmie Photon	Scenariusz zajęć
<ul style="list-style-type: none">• Produkt• Start-up• B2B (Business to business)• Inwestor• Prototyp• Cena	<ul style="list-style-type: none">• Business Model Canvas• Potrzeby klientów• Segmenty klientów• Propozycja wartości• Nisza• Bolączki ("punkty bólu")• Marża• Freemium• Abonament• Afiliacja

Slajdy 1-3

WPROWADZENIE

CZAS

10 minut

CEL

Stworzenie pozytywnej atmosfery, przedstawienie tematu zajęć.

MATERIAŁY

Prezentacja

SLAJDY



PRZEBIEG ZAJĘĆ

SLAJD 1: TYTUŁ KAMPANII

[sprawdzenie listy obecności]

Powitaj wszystkich na lekcji przedsiębiorczości w ramach kampanii Cash Lajf Balans, w której bierze udział Wasza szkoła. Kampania jest finansowana z Funduszy Europejskich - z Programu Polska Wschodnia.

SLAJD 2: TEMAT

Zapytaj, kto zastanawia się, jak dorobić do kieszonkowego? A kto już zarobił swoje pierwsze pieniądze? Powiedz, że każdy z uczniów może opracować dobry pomysł na biznes i w przyszłości stać się przedsiębiorcą.

Wyjaśnij, że na lekcji przyjrzymy się, jak można robić coś wartościowego dla siebie i innych i zarabiać pieniądze. Zajęcia są wprowadzeniem do biznes planu. Biznes plan ma formę dłuższego dokumentu, w którym zawarte są cele organizacji lub przedsięwzięcia, sposób osiągnięcia opisanych celów oraz niezbędne zasoby przeznaczone do ich realizacji. Zanim się opracuje biznes plan, warto sięgnąć do prostego narzędzia *business model canvas (BMC)*, pomagającego początkującemu przedsiębiorcy ustalić **najważniejsze** elementy działania firmy (a nie wszystkie aspekty, tak jak ma to miejsce w biznes planie). BMC został stworzony przez Alexandra Osterwaldera, który po przeanalizowaniu danych wielu firm, wyodrębnił cechy wspólne, składające się na model, niezależnie od branży, czy typu produktu. Jego metoda pozwala rozpisać wszystko na **jednej kartce papieru** i stworzyć mapę biznesu. Na zajęciach uczniowie dowiedzą się, z czego składa się taka mapa i jak ją stworzyć, a także poznają przykłady innowacyjnych modeli biznesowych.

SZABLON MODELU BIZNESOWEGO

CZAS

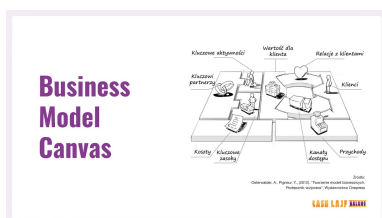
15 minut

CEL

Ogólne przedstawienie szablonu modelu biznesowego i jego elementów, zainspirowanie uczniów.

MATERIAŁY

Prezentacja, film.



SLAJD 3: BUSINESS MODEL CANVAS

Przedstaw szablon: Business Model Canvas.

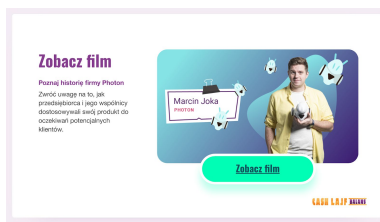
Szablon prezentuje 9 elementów, które tworzą model biznesowy - sposób zarabiania pieniędzy przez firmę. Dotyczą one różnych sfer biznesu: klientów, oferty, infrastruktury oraz finansów. [Przygotowując się do zajęć, możesz sprawdzić ten [film](#) i wykorzystać przedstawiony w nim przykład pizzerii, aby omówić poszczególne elementy business model canvas. Możesz też zapoznać się z tą [broszurą](#)].

Poniżej znajdziesz wyjaśnienie poszczególnych elementów Business Model Canvas:

- Segmenty klientów - różne grupy ludzi i organizacje, do których przedsiębiorstwo stara się dotrzeć i chce obsługiwać
- Propozycja wartości - zbiór produktów i usług, które tworzą wartość dla konkretnego segmentu klientów
- Kanały - w jaki sposób firma komunikuje się z segmentami klientów i jak im przekazuje swoją propozycję wartości
- Relacje z klientami - charakterystyka relacji, jakie łączą firmę z przedstawicielami grup klientów
- Strumień przychodów - ilość środków wytwarzanych przez firmę w związku z obsługą przez firmę klientów (aby ustalić poziom zysków, należy odjąć koszty od przychodów)
- Kluczowe zasoby - najważniejsze zasoby potrzebne do prawidłowego funkcjonowania przedsiębiorstwa (zasoby fizyczne, ludzkie, finansowe, intelektualne)
- Kluczowe działania - co robi firma, aby model prawidłowo funkcjonował

- Kluczowi partnerzy - sieć dostawców i współpracowników
- Struktura kosztów - wydatki

Wyjaśnij, że tworzenie modelu warto zacząć od określenia grupy ludzi i organizacji, do których przedsiębiorca stara się dotrzeć i które chce obsługiwać. Od pozyskania klientów, a później ich utrzymania, zależy sukces biznesu. Klienci stanowią oś każdego biznesu. Nie zawsze jednak pierwszy pomysł na biznes spotyka się z aprobatą potencjalnych klientów.





SLAJD 4: FILM

Zapowiedz, że uczniowie poznają historię młodego przedsiębiorcy z Białegostoku. Poproś, aby uczniowie zwrócili uwagę na to, jak przedsiębiorca i jego wspólnicy dostosowywali swój produkt do oczekiwań potencjalnych klientów.

[uruchomienie filmu]

(Po projekcji zachęć uczniów do obejrzenia innych filmów wideo dostępnych na stronie <https://cashlajfbalans.pl/>)

SEGMENTY KLIENTÓW

CZAS	CEL	MATERIAŁY
8 minut	Ogólne przedstawienie pojęcia segmentu klientów, przybliżenie pojęcia niszy rynkowej i propozycji wartości.	Prezentacja
	<p>SLAJD 5: POTRZEBY KLIENTÓW - Dyskusja</p> <p>Po obejrzeniu filmu zapytaj uczniów, jaki był cel firmy Photon? Jak powstawał pomysł na robota Photon. Wzmacniaj wypowiedzi, które mówią, co konkretnie robili przedsiębiorcy, aby lepiej poznać potrzeby i opinie klienta - rodziców i dzieci. Podkreślaj, że aby stworzyć usługę, bądź produkt, który klienci będą chcieli kupować, trzeba dobrze poznać ich potrzeby i dostosowywać pierwotny pomysł.</p>	
	<p>SLAJD 6: SEGMENTY KLIENTÓW</p> <p>Wyjaśnij, że jeden produkt czy usługa może trafiać do różnych grup klientów. Aby lepiej zaspokajać potrzeby, przedsiębiorca może pogrupować ich na segmenty na podstawie pewnych wspólnych cech charakterystycznych. Przykładowo:</p> <ul style="list-style-type: none">- Firma Photon może podzielić klientów na nauczycieli i edukatorów oraz na rodziców dzieci. Jest to podział ze względu na sposób korzystania z robotów: w placówkach edukacyjnych lub w domu do samodzielnej nauki.- Serwis Spotify może podzielić klientów ze względu na sposób korzystania z muzyki: osoby indywidualne, pary mieszkające pod jednym dachem, kilkuosobowe rodziny.- Przedsiębiorca prowadzący szkołę języków obcych może podzielić potencjalnych klientów ze względu na ich stopień znajomości języka.	

PROPOZYCJA WARTOŚCI

CZAS

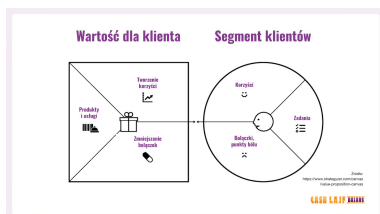
12 minut

CEL

Omówienie pojęcia propozycja wartości na przykładzie firmy Photon.

MATERIAŁY

Prezentacja, wydrukowane opisy potrzeb 3 segmentów klientów



SLAJD 7: SCHEMAT PROPOZYCJI WARTOŚCI

Wyjaśnij, że przedsiębiorca może odkryć niszę, czyli wąsko zdefiniowaną grupę klientów, którzy mają bardzo specyficzne wymagania i szukają określonych korzyści. Zapowiedz, że przedstawiś dwa ważne elementy modelu biznesowego. Przedstaw i omów schemat.

Propozycja omówienia prawej części schematu (segment klientów):

- zadania, jakie ma do zrobienia klient,
- Ból, czy "punkty bólu", to problemy, trudności, jakie ma w związku z realizacją tych zadań,
- korzyści, jakie uzyskuje klient z pomyślnie zrealizowanych zadań.

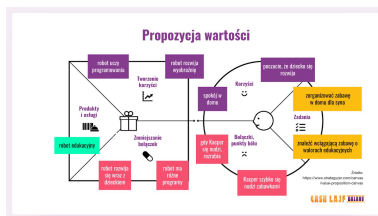
Propozycja omówienia lewej części schematu (wartość dla klienta):

- produkt, usługa, która ma pomóc klientowi zrealizować jego zadania,
- tworzenie korzyści, oczekiwane lub wymarzone rezultaty, jakich poszukują klienci,
- zmniejszanie "punktów bólu", czyli przedstawienie, w jaki sposób produkt czy usługa redukuje lub usuwa niedogodności doświadczane przez klienta



SLAJD 8: SEGMENT KLIENTÓW

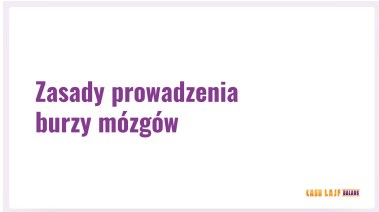
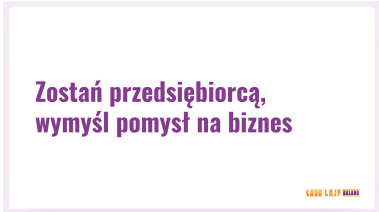
Prezentuj potrzeby segmentu klientów "rodzice małych dzieci".



SLAJD 9: WARTOŚĆ DLA KLIENTA
 Przedstaw wartość dla segmentu klientów “rodzice małych dzieci”.

[PRZERWA]



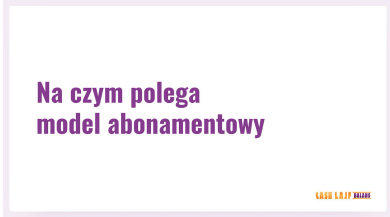
BURZA MÓZGÓW I WYBÓR POMYSŁÓW DLA NISZ RYNKOWYCH *

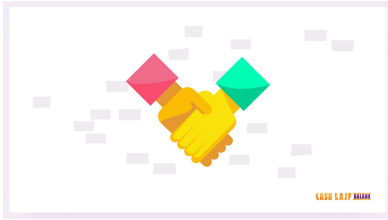
CZAS	CEL	MATERIAŁY
15 minut	Przypomnienie zasad, które sprzyjają kreatywności w czasie wymyślania pomysłów (burzy mózgów), wymyślanie i selekcja pomysłów.	Prezentacja, karteczki samoprzylepne, opisy klientów dla trzech grup
	<p>SLAJD 10: ZASADY BURZY MÓZGÓW</p> <p>Poinformuj, że uczniowie będą wspólnie wymyślać pomysły na biznes. Aktywność będzie miała formę burzy mózgów. Przypomnij na czym polega burza mózgów i jakie są zasady (Nie krytykuj / Bądź niekonwencjonalny / Im więcej pomysłów, tym lepiej)</p>	
	<p>SLAJD 11: PROPOZYCJA WARTOŚCI DLA RÓŻNYCH NISZ RYNKOWYCH - ĆWICZENIE</p> <p>Krok 1. Wydadaj instrukcję. Za chwilę uczniowie będą pracować w 3 podgrupach. Każda podgrupa dostanie opis jednego z 3 segmentów klientów. Zadaniem każdej grupy jest wymyślenie, jak można by zaspokoić potrzebę klientów bądź rozwiązać ich problem.</p> <p>Krok 2. Zapowiedz, że każdy otrzyma opis i jego/jej zadaniem będzie zapisanie swoich pomysłów na karteczkach samoprzylepnych. Na jednej karteczce jeden pomysł. Im więcej karteczek z pomysłami, tym lepiej.</p> <p>Krok 3. Podziel uczniów na 3 grupy, zadбай, aby usiedli razem tak, aby się widzieli i słyszeli, a następnie rozdaj opisy klientów. Każda osoba w grupie powinna mieć jeden egzemplarz opisu i dostęp do karteczek samoprzylepnych.</p> <p>Krok 4. Po 5 minutach poproś uczestników, aby w swoich grupach odczytali pomysły i położyli karteczki obok siebie na jednej ławce.</p>	

Krok 5. Gdy uczniowie przedstawią sobie pomysły, wydaj instrukcję, aby każda grupa wytypowała 1-2 najlepsze, najbardziej obiecujące jej zdaniem pomysły, jak zaspokoić potrzeby bądź rozwiązać problem segmentu klientów. Uczniowie mogą stawiać plusy przy najlepszych pomysłach.

Krok 6. Odczytaj opis potrzeb danego segmentu klientów, a następnie poproś jedną osobę z każdej grupy, aby przedstawiła wybrane pomysły.

INNOWACYJNE MODELE BIZNESOWE*

CZAS	CEL	MATERIAŁY
8 minut	Uczniowie zapoznają się z charakterystyką różnych modeli biznesowych.	Prezentacja
	<p>SLAJD 14: PIZZA</p> <p>Wyjaśnij, że przed chwilą zastanawialiśmy się, kiedy biznes jest opłacalny. Istnieją nowe modele biznesowe - sposoby zarabiania, czy dostarczania klientom wartości. Przykład: pizzeria to tradycyjny biznes, dla którego możemy poszukać innowacji w obszarze modelu biznesowego. Pizzerie sprzedają pizzę i makarony w lokalu oraz "z dostawą do domu". Klienci płacą za zamówione danie. Jakie inne modele można wykorzystać? Pamiętaj - Business Model Canvas to sposób opisu modelu biznesowego. Model biznesowy to sposób na zarabianie przez firmę.</p>	
	<p>SLAJD 15: FREEMIUM</p> <p>Wyjaśnij, że w modelu freemium dajemy dużej rzeszy osób coś za darmo, by zarabiać na części z tych osób, które będą chciały dokupić dodatkowe funkcjonalności lub wersję premium. W restauracji możemy oferować pizzę margherita (sos pomidorowy+ser) za darmo i zarabiać na dodatkach oraz napojach.</p>	
	<p>SLAJD 16: ABONAMENT</p> <p>Wyjaśnij, że część lokali gastronomicznych działających na rynku wprowadziło abonamentowy model funkcjonowania, zazwyczaj w segmencie klienta biznesowego. Jeśli restauracja ma menu na lunch każdego dnia, możemy dać klientom - okolicznym firmom możliwość wykupienia abonamentu. Wówczas otrzymają dostęp do menu lunchowego przez okres najbliższego miesiąca. Restauracja już pierwszego dnia ma na koncie środki, z których może korzystać. Może też w łatwiejszy sposób planować ilość przygotowywanych każdego dnia posiłków. Dla klienta korzyścią może być niższa jednostkowa cena obiadów kupowanych w abonamencie.</p>	



AFILIACJA

Wyjaśnij, że w modelu afiliacyjnym sprzedajemy usługi naszych partnerów i zarabiamy na prowizji z tego tytułu. Np. na wielu portalach o tematyce muzycznej możemy zakupić bilety na koncert. Portale te zarabiają na prowizji z tytułu złożonego zamówienia na bilet. W restauracji możemy dawać klientom kupony zniżkowe na zakupy w sklepie internetowym z oryginalnymi włoskimi produktami. Właściciel sklepu może oferować nam wynagrodzenie z tytułu prowizji od każdego zamówienia złożonego przy użyciu kuponu z naszej restauracji.

Slajd 18 - 19

PODSUMOWANIE LEKCJI

CZAS

7 minut

CEL

Podsumowanie zajęć i zachęcenie do pobrania i rozegrania gry.

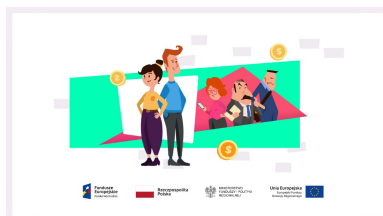
MATERIAŁY

Prezentacja

Lista pojęć

CASH LAJF BALANS

SLAJD: 18
Podsumuj zajęcia.



SLAJD: 19
Zachęć do pobrania i rozegrania gry oraz do wzięcia udziału w konkursach*.

(*Konkursy są dostępne tylko dla 5 województw objętych Programem Polska Wschodnia.)