

CASH LAJF BALANS

Zmonetyzuj swoje pasje

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

Podstawa programowa

Treści nauczania - wymagania szczegółowe, dział IV Przedsiębiorczość:

Uczeń 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.

Uczeń dyskutuje na tematy związane z prowadzeniem biznesu podczas spotkania z przedsiębiorcą na podstawie informacji o podejmowanych przez niego działaniach innowacyjnych i w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu.

Uczeń zbiera, analizuje i prezentuje informacje o rynku, na którym działa przedsiębiorstwo.

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

Kluczowe pytania:

- Jak dostrzegać okazje rynkowe?
- Jakie są metody badania rynku?
- Jak w praktyce testować pomysły na biznes?
- Gdzie szukać danych o wielkości rynku?

Metody pracy:

Pokaz filmu, dyskusja, prezentacja, praca w grupach, ćwiczenia praktyczne.

Materiały niezbędne do przeprowadzenia zajęć:

- rzutnik multimedialny, komputer z dostępem do internetu, głośniki
- długopisy / ołówki i gumki
- papier A4
- serwetki
- prezentacja

Lista pojęć

Film o cukierni Słodko	Film o klubokawiarni Quest	Scenariusz zajęć
<ul style="list-style-type: none">• Dotacja• Inwestor• Wniosek• Finansowanie zewnętrzne• Konkurencyjność / Unikatowy wyróżnik• Analiza rynku• Stopniowy rozwój	<ul style="list-style-type: none">• Popyt• Podaż• Współnik• Analiza rynkowa• Nisza rynkowa• Analiza ryzyka• Outsourcing	<ul style="list-style-type: none">• Analiza klientów• Mapa myśli• Szkic na serwetce• Walidacja hipotez• Pivot• Komiks• Scenariusz• Reklama• Strona lądowania• Test A/B• Wideo• Aplikacja mobilna

Slajdy 1-2

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

Wyjaśnij, że na lekcji przyjrzymy się, jak można dostrzegać okazje i zarabiać na swoich pasjach. Celem zajęć jest przybliżenie uczniom różnych sposobów testowania pomysłów na biznes.

Na zajęciach uczniowie dowiedzą się, dlaczego ważne jest badanie rynku i budowanie relacji z innymi.

Slajdy 3 - 6

SZANSE BIZNESOWE

CZAS

15 minut

CEL

Inspiracja. Rozmowa o naturze biznesu.

MATERIAŁY

Prezentacja, 2 filmy

Szanse biznesowe

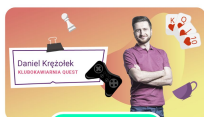
CASH LAJF BALANS

SLAJD 3: SZANSA

Zapytaj, kto gra w gry planszowe? A kto z Was upiekł ciasto? A tort? Poinformuj, że za chwilę uczniowie poznają historię dwójki przedsiębiorców, którzy swoją pasję do gier planszowych i wypieków zamienili w opłacalny biznes.

Zobacz film

Pierwej historii Klubokawiarz Daniel
Zwróć uwagę na to, co było impulsem do wystartowania z własnym biznesem



Zobacz film

CASH LAJF BALANS

SLAJD 4: FILM

Zapowiedz, że najpierw uczniowie poznają historię przedsiębiorcy Daniela z Kielc. Poproś, aby uczniowie zwrócili uwagę na to, co było impulsem do wystartowania z własnym biznesem.

[uruchomienie filmu]

Zobacz film

Pierwej historii firmy Błotko
Zwróć uwagę na to, co było impulsem do wystartowania z własnym biznesem



Zobacz film

CASH LAJF BALANS

SLAJD 5: FILM*

Zapowiedz, że najpierw uczniowie poznają historię przedsiębiorczyni Karoliny z Białegostoku. Poproś, aby uczniowie zwrócili uwagę na to, co było impulsem do wystartowania z własnym biznesem.

[uruchomienie filmu]



CASH LAJF BALANS

SLAJD 6: DYSKUSJA

Zapytaj:

Co było impulsem do wystartowania z własnym biznesem?
Jak bohaterowie sprawdzili, czy uda się im pozyskać wystarczającą liczbę klientów?

Na czym polegał rozwój przedsiębiorców? Podaj przykłady.
Jak sądzisz, w jakim stopniu rozkręcenie firm bohaterów opierało się o relacje z innymi? Podaj przykłady.

DOSTRZEGANIE OKAZJI W OTOCZENIU

Szukanie okazji do rozwoju pasji

LEAD LAB MARK

SLAJD 7: SZUKANIE OKAZJI DO ROZWOJU

Jak pokazują badania, tylko 1 na 5 osób w wieku 12-26 lat ma jasną wizję tego, w jakim kierunku chce podążać i co chce w życiu osiągnąć. Młodzi ludzie potrzebują czasu, aby rozwinąć pasję. [źródło: William Damon, The Path to Purpose: How Young People Find Their Calling in Life, New York: Free Press, 2009].

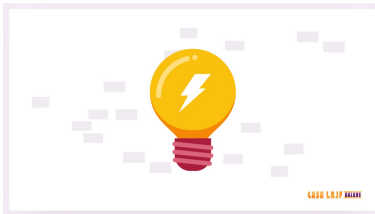
U większości ludzi pasja pojawia się po tym, jak spróbują czegoś nowego, odkryją, że to lubią i umieją to robić dobrze (a nie wcześniej). Dlatego warto szukać okazji, aby się rozwijać. Spróbowanie swoich sił w biznesie z pewnością jest taką okazją.

CASH LAJF BALANS

kreatywni. A w tym ćwiczeniu chodzi o kreatywność.)

Wydaj instrukcję:

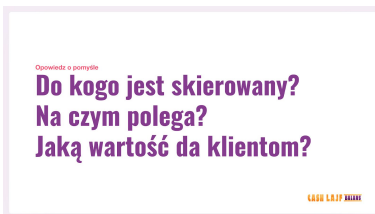
1. Na środku kartki A4 narysuj chmurkę i zapisz w centrum zdanie „w moim otoczeniu dostrzegam...” lub “co lubię robić?”
2. Zanotuj w dowolnych miejscach kartki skojarzenia, myśli, obserwacje
3. Na tym etapie nic nie skreślaj, nie poprawiaj, im więcej pomysłów tym lepiej
4. Po 8 minutach przyjrzyj się swojej mapie
5. Spróbuj połączyć podobne elementy, może widzisz, że wyłaniają się jakieś grupy pomysłów? Czy są wśród nich pomysły na biznes? Jeśli tak, nazwij je.



SLAJD 9: SZKIC NA SERWETCE

Poproś każdą osobę, aby:

1. Wybrała jeden pomysł ze swojej mapy myśli.
2. Przedstawiła swój pomysł za pomocą schematycznego rysunku na serwetce. Szkic nie musi być ładny ani zawierać szczegółów, powinien przedstawiać najważniejszy element pomysłu.
3. Dla przykładu możesz pokazać swoją serwetkę z rysunkiem (może być to np. tort stojący na ladzie z napisem Ameryka).
4. Daj uczniom 5 minut na zrobienie szkicu.



SLAJD 10: PRZEDSTAWIENIE POMYSŁU *

1. Kiedy uczniowie skończą szkicować, zapowiedz, że będą pracować w parach.
2. Poinformuj, że będą przedstawiali koledze / koleżance z ławki swój szkic i krótko opowiedzą o pomysle.
3. Opowiadając o pomysle, warto, aby wskazali do kogo jest skierowany, na czym polega i co przyniesie klientom.
4. Najpierw przedstawia pomysł jedna osoba, a później druga.
5. Każda osoba będzie miała 2 minuty na przedstawienie pomysłu,.

BADANIE RYNKU

CZAS	CEL	MATERIAŁY
10 minut	Wprowadzenie do metod weryfikacji pomysłów dzięki rozmowom z potencjalnymi klientami.	Prezentacja



SLAJD 11: PO CO PROWADZIĆ ANALIZĘ KLIENTÓW?

Wyjaśnij, że celem początkującego przedsiębiorcy jest sprawdzenie (walidacja) założeń (hipotez), dotyczących potrzeb potencjalnych klientów oraz pomysłu, jak na te potrzeby odpowiedzieć. Przedsiębiorca sprawdza, czy jego rozumienie klientów jest właściwe.

W toku badań może się okazać, że założenia (hipotezy) są błędne. Wówczas, początkujący(a) przedsiębiorca(czyni) będzie musiał(a) dokonać zmiany w pierwotnym pomysłu i zrobić zwrot tzw. pivot: zmodyfikować pomysł na sam produkt albo grupę klientów, sposób dostarczenia, cenę itp. Wyjaśnij, że YouTube był początkowo stroną randkową... Inne znane firmy, które dokonały zwrotu (pivot) to Instagram, Flickr, Pinterest.

Badania klienta pomogą początkującemu przedsiębiorcy przejść od hipotez do faktów i „urealnić” początkowy pomysł na biznes.

Na początku warto też lepiej poznać grupę klientów i skorzystać z bezpłatnych serwisów zbierających dane demograficzne tj.

Statystyki Grup Odbiorców Facebooka

<https://www.facebook.com/business/learn/facebook-audience-insights>,

Dane Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) dla wybranej miejscowości, gminy, powiatu, województwa, kraju lub dla makroregionu, regionu, podregionu z wielu dziedzin tematycznych

<https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/teryt/jednostka#>

[Możesz otworzyć obie strony, aby zachęcić uczniów do

samodzielnej eksploracji po lekcji.]



SLAJD 12: ZAPLANUJ BADANIE I IDŹ W TEREN

Nie chodzi o to, aby iść w teren i rozmawiać z przypadkowymi ludźmi. Do badania w terenie warto się przygotować.

Analiza klientów ma trzy etapy.

Pierwszy, odbywa się zanim wyjdiesz w teren. Tworzysz szablon modelu biznesowego [ang. Business Model Canvas] i wypełniasz go hipotezami na temat potrzeb potencjalnych klientów i otoczenia.

Drugi, kiedy idziesz w teren, aby testować swoje hipotezy - problemy klientów, swoje rozumienie ich potrzeb.

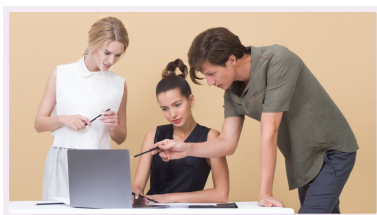
Rozmawiasz z klientami, zbierasz ich opinie, spostrzeżenia, odkrywasz, czego potrzebują i w jakim stopniu Twoje założenia okazały się słuszne. Zastanawiasz się, jak stworzyć prototyp swojego rozwiązania, aby stworzyć sobie możliwość zebrania jeszcze dokładniejszych informacji i obserwacji od klientów.

Trzeci etap, gdy wracasz z terenu po przeprowadzeniu rozmów z klientami i zastanawiasz się, co robić dalej i w jakiej kolejności - rozwijać pierwotny pomysł, czy zrobić zwrot (tzw. pivot) i zacząć od innej strony, jeśli początkowe hipotezy co do potrzeb klientów zostały obalone. Ten cykl zwykle powtarza się 2-3 razy.

Dla zainteresowanych: [Szablon modelu biznesowego]

Lekcja o Funduszach Europejskich. Przedsiębiorczość III
[Prezentacja BMC](#) i [Materiał dla nauczyciela](#)

Możesz również zrealizować Scenariusz Biznes XXI wieku, w całości poświęcony modelom biznesowym.



SLAJD 13: BEZPOŚREDNIA ROZMOWA NAJWAŻNIEJSZA

Stwórz długą listę osób do rozmowy. Jeśli zakładasz, że odbiorcami Twoich usług będą inni przedsiębiorcy i firmy z danej branży, skontaktuj się z pracownikami szeregowymi.

Jeśli planujesz, że Twój biznes będzie skierowany do konsumentów, postaraj się porozmawiać z jak największą liczbą osób z interesującej Cię grupy klientów.

Na tym etapie powinno Ci zależeć na bezpośredniej rozmowie (nie na “suchej” ankiecie). Zwracając uwagę na komunikację niewerbalną rozmówcy - gesty, intonację głosu, mowę ciała - będziesz mieć więcej odpowiedzi na czym jemu/jej zależy, co wzbudza zainteresowanie, a co nie.

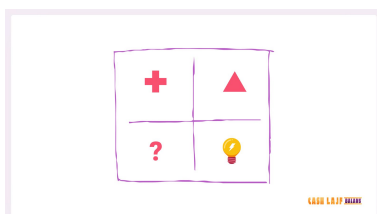


SLAJD 14: JAK PROWADZIĆ ROZMOWĘ?

Powiedz uczniom, że warto się przedstawić, powiedzieć, czego się oczekuje, zapowiedzieć, że niczego nie będzie się sprzedawać lecz chce się lepiej poznać potrzeby rozmówcy związane z pomysłem na biznes. Spotkanie może się odbyć w kawiarni.

WALIDOWANIE HIPOTEZ*

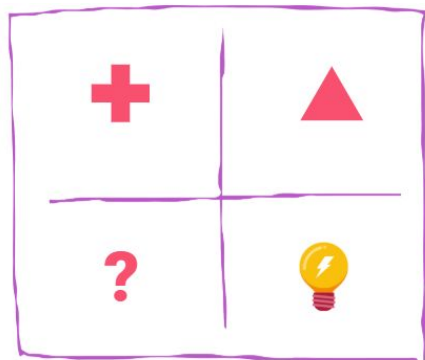
CZAS	CEL	MATERIAŁY
10 minut	<p>Walidowanie pomysłów i hipotez.</p> <p>Doświadczenie udzielania i przyjmowania informacji zwrotnej na temat szkiców pomysłów.</p> <p>Zaznajomienie uczniów z narzędziami oceny szans pomysłu na biznes.</p>	Prezentacja



SLAJD 15:

Poinformuj, że uczniowie w tych samych parach będą udzielali sobie informacji zwrotnej na temat szkiców pomysłów. Ich zadaniem jest podzielenie się opinią:

- co im się podoba w pomysśle,
- co ich zdaniem wymaga poprawy,
- czy mają pytania do autora pomysłu,
- jakie mają sugestie, aby ulepszyć pomysł,
- gdzie szukać inspiracji?



Źródło:

https://dschool-old.stanford.edu/groups/k12/wiki/daee1/4_quadrant_test.html

Pierwsza osoba ma 3 minuty, aby przekazać swoją opinię wg powyższych punktów drugiej osobie. Po tym czasie uczniowie zamieniają się drugą osobą dzieli się opinią, pierwsza słucha uważnie.





SLAJD 16: EKSPERYMENTY

Nawiąż do wcześniejszego ćwiczenia. Przypomnij, że uczniowie w swoich pomysłach zawarli pewne hipotezy na temat klientów i ich potrzeb. Wyjaśnij, że szukając pomysłu na opłacalny biznes warto wykonać eksperymenty. Dzięki nim można potwierdzić lub obalić naszą hipotezę (np. hipoteza: mieszkańcy Białegostoku polubią moje autorskie torty).

Poprzez eksperymenty zbiera się dowody na poparcie lub obalenie hipotezy. Dzięki eksperymentom można sprawdzić:

- Czy potencjalni klienci są zainteresowani?
- Jakie mają preferencje?
- Czy są skłonni zapłacić?

NARZĘDZIA WALIDACJI *

CZAS	CEL	MATERIAŁY
15 minut	<p>Prezentowanie narzędzi walidacji pomysłów na biznes.</p> <p>Dobieranie metod weryfikacji okazji rynkowych.</p>	Prezentacja
	<p>SLAJD 17: KOMIKS I SCENARIUSZ</p> <p>Wyjaśnij, szkic pomysłu na serwetce, mimo że nic nie kosztuje i nie zabiera czasu, jest jedną z wielu metod testowania pomysłów na biznes w czasie rozmów z potencjalnymi klientami.</p> <p>Nieco bardziej złożone metody: komiks i scenariusz, mogą opisywać, w jaki sposób klient będzie stykał się w rzeczywistości z produktem czy usługą opracowaną przez początkującego przedsiębiorcę.</p> <p>Jeśli jest kilka pomysłów, można przygotować osobne grafiki dla każdego i poprosić rozmówcę o wskazanie najbardziej interesującego pomysłu. W ten sposób będzie można lepiej poznać preferencje klienta.</p> <p>Zapytaj, czy ktoś planował usługę? Jeśli tak, to komiks albo scenariusz przydadzą się, aby testować ich pomysły w kontakcie z klientem.</p>	
	<p>SLAJD 18: REKLAMA</p> <p>Wyjaśnij, że stworzenie reklamy produktu lub usługi (jeszcze zanim powstaną), pozwala oszacować zainteresowanie potencjalnych klientów. Im więcej kliknięć w reklamę, tym większe zainteresowanie.</p> <p>Taką reklamę można stworzyć w serwisach Google AdWork, Facebook Ads, LinkedIn Ads.</p>	

Zapytaj, czy ktoś z uczniów ma pomysł, który można zweryfikować dzięki reklamie?



SLAJD 19: STRONA PRODUKTOWA

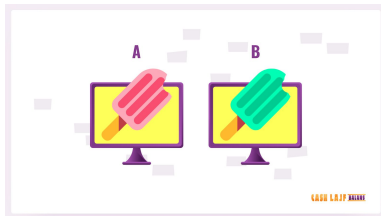
Wyjaśnij, że jest to kolejny sposób prowadzenia eksperymentów i weryfikowania początkowych hipotez.

Strona produktowa (ang. landing page), to strona www zawierająca opis produktu bądź usługi (jeszcze zanim powstaną) zawierająca tzw. „wezwanie do działania”. Staramy się nakłonić użytkownika sieci, do wykonania jakiejś aktywności, aby sprawdzić jego zainteresowanie. Zwykle jest to przycisk „dowiedz się więcej”, lub „zarezerwuj teraz”, „zapisz się na listę oczekujących” itp.

Liczba kliknięć może stanowić dowód na zainteresowanie klientów produktem lub usługą.

Dostępne są bezpłatne narzędzia, które umożliwiają stworzenie strony produktowej bez znajomości programowania, np. Strikingly <https://www.strikingly.com>, Adobe Spark, <https://spark.adobe.com>.

Zapytaj, komu się przyda strona produktowa, aby sprawdzić zainteresowanie potencjalnych klientów?



SLAJD 20: TESTY A/B

Technika polegająca na porównywaniu wyników dwóch lub więcej opcji. Za jego pomocą można testować:

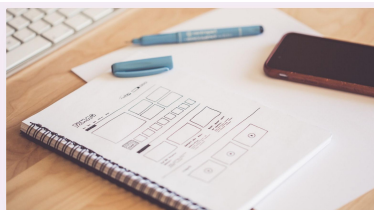
- cenniki
- wygląd strony www
- tytuł
- opis

Zapytaj, czy któremuś z uczniów przyda się ta metoda, aby np. wybrać najlepszą nazwę dla swojego produktu?



SLAJD 21: WIDEO

To nagranie przedstawiające jak będzie wyglądał produkt bądź usługa, jak będą działały poszczególne funkcjonalności. Można je zrobić nawet z pomocą smartfona z użyciem aplikacji do tworzenia video (np. Adobe Spark, Adobe Clip).



SLAJD 22: APLIKACJA MOBILNA

Wyjaśnij, że jeśli pomysłem uczniów jest aplikacja mobilna, można szybko stworzyć klikalny szablon aplikacji za pomocą kartki papieru, ołówka i programu np. POP by Marvel, <https://marvelapp.com/pop/>.

W rozmowie z potencjalnym klientem można się posłużyć takim prototypem w telefonie, aby pokazać poszczególne ekrany i funkcjonalności.

Zapytaj, czy ktoś z uczniów chciał projektować aplikację? Jeśli tak, to ten typ eksperymentu może się przydać tej osobie.

Slajd 23 - 24

PODSUMOWANIE LEKCJI

CZAS

10 minut

CEL

Podsumowanie zajęć i zachęcenie do pobrania i rozegrania gry.

MATERIAŁY

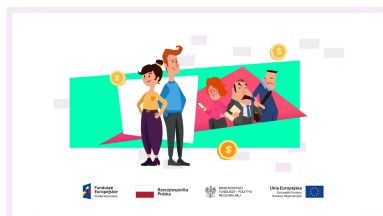
Prezentacja

Lista pojęć

CASH LAJF BALANS

SLAJD: 23

Podsumuj zajęcia.



SLAJD: 24

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

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