**Wytyczne dla trenerów (trening twarzą w twarz)**

# Moduł 4: Przedsiębiorczość

**OGÓLNY OPIS MODUŁU**

# CELE EDUKACYJNE

Pracownicy społeczni wspierający młodzież opuszczającą pieczę zastępczą uzyskują podstawową wiedzę z zakresu przedsiębiorczości i są w stanie odpowiedzieć na następujące pytania:

* + Kim jest przedsiębiorca?
  + Czym jest biznes plan?
  + Co należy zrobić aby zostać przedsiębiorcą?

Zaznajamiają się również z kolejnymi krokami na drodze budowania biznesu

**Podczas kursu pracownicy społeczni nabędą wiedzę o :**

* Budowaniu marki osobistej
* networkingu
* przedsiębiorczości społecznej
* zasadach uzyskiwania kredytu
* innowacjności
* modelach biznesowych i planach biznesowych.

**WSTĘP**

**Co uzyskasz przystępując do tego kursu?**

Uzyskasz umiejętności potrzebne do pracy nad tematem przedsiębiorczości z opuszczającymi pieczę.

**Główne cele**

* Poznanie głównych elementów biznes planu
* Opracowywanie możliwych ścieżek rozwoju z opuszczającymi pieczę
* Umiejętność stworzenia biznes planu
* Znajomość różnych kejsów biznesowych
* Wybór właściwego modelu finansowania
* Ewaluacja i auto-ewaluacja

**Metody**

Podczas treningu pracownicy społeczni będą również uczestniczyć w wielu aktywnościach, grach, burzach mózgu w celu pobudzenia do refleksji i zbliżenia do przeżycia jakim jest zakładanie firmy. Ćwiczenia te zostały wyselekcjonowane pod kątem utrwalenia treści zawartych w e-learningu i pogłębienia procesu nauczania.

**Gra rozpoczynająca: most (15 minut)**

# Użyte Materiały

Nod-A “Makestorming” (Gra Design Thinking dostępna we Francji) : https://makestorming.com/

### Materiały

* Kilka kartek papieru
* Taśma, nożyczki, klej w sztyfcie
* Krzesła (po dwa na grupę)
* długopis

### Przygotowanie

* Stwórz zespoły 3- lub 4-osobowe. Ich zadaniem jest zbudowanie mostu łączącego 2 krzesła oddalone o metr od siebie. Siła mostu będzie testowana: most musi utrzymać wagę długopisu położonego na środku konstrukcji. Każda drużyna ma tę samą liczbę kartek, nożyczek i kleju.
* Na wykonanie zadania jest 5 minut.
* Zachęć grupy do dyskusji i testowania różnych modeli konstrukcji.
* Drużyna, która jako pierwsza osiągnie cel wygrywa! (całość ćwiczenia max. 10 minut)

**Uwagi dla trenera:**

Podczas gdy grupy pracują obserwuj, kto przyjmuje na siebie jaką role: przywódcy, projektanta, wykonawcy itp. Może jest ktoś kto od razu zabiera się do prototypowania, albo ktoś kto chętnie wykonuje polecenia. Wszystkie te spostrzeżenia zachowaj na czas podsumowania.

**Podsumowanie**

Przedyskutuj z uczestnikami znaczenie tego ćwiczenia. Spytaj ich na przykład:

* Dlaczego zaczęliśmy od tego ćwiczenia?
* Co z niego wynieśliście?
* Jaki związek może mieć to ćwiczenie z tematem przedsiębiorczości?

Porozmawiaj z uczestnikami I wyjaśnij, że przedsiębiorczość to sport zespołowy! Założenie biznesu to nie tylko praca z innymi ludźmi, ale też wspólne innowacje. Kreatywność, szybkie reagowanie, praca zespołowa i komunikacja (którą uruchamiamy w tej grze) to kluczowe umiejętności, potrzebne do założenia i prowadzenia swojego biznesu.

Przedsiębiorca/czyni musi potrafić rozpoznać różne talenty i osobowości w swojej sieci kontaktów, wiedzieć kiedy poszczególne osoby mogą się uzupełniać i jak może to pomóc w rozwoju start-upa. Jednocześnie być może najważniejszą lekcją jest porażka (mosty, które nie wytrzymały testu trwałości): przedsiębiorca musi umieć ponosić porażki, analizować swoje błędy i uczyć się z nich.

**Kto to jest przedsiębiorca?**

**cechy osoby przedsiębiorczej:**

Obejrzyj krótki film wideo o cechach, które czynią dobrego przedsiębiorcę.

# BURZA MÓZGÓW: PRZEDSIĘBIORCA JEST… (5-10 min)

### Cele

Celem jest upewnienie się, że uczestnicy przyswoili wiedzę zawartą we wstępie. Aby z powodzeniem kontynuować naukę muszą rozumieć i umieć wytłumaczyć podstawowe informacje na temat tego czym jest przedsiębiorczość i jakie umiejętności przydają się w prowadzeniu swojego biznesu.

### Potrzebne materiały

* Biała tablica albo tablica a arkuszami papieru

### Instrukcje

Po prezentacji slajdów na temat tego kim jest przedsiębiorca, uczestnicy mają stworzyć własną definicję na podstawie tego, czego się nauczyli.

Zapytaj uczestników:

* Kim jest przedsiębiorca?
* Jakie cechy i umiejętności trzeba posiadać aby być dobrym przedsiębiorcą?

Uczestnicy mogą odpowiadać pełnymi zdaniami lub tylko hasłami. Osoba prowadząca będzie zapisywać kluczowe słowa na tablicy. Prowadząca może wtedy sprawdzić czy uczestnicy dobrze rozumieją treść warsztatu, wstępne informacje i definicje, oraz czy są w stanie wytłumaczyć je własnymi słowami. Dzięki temu osoba prowadząca ma szansę zorientować się jakie pojęcia muszą być jeszcze wyjaśnione.

**Budowanie modelu biznesowego i biznesplanu**

Celem tej części warsztatu jest wprowadzenie pojęć modelu biznesowego i biznesplanu, czyli podstaw każdego start-upu, kiedy już pojawi się pomysł na biznes. Uczestnicy dowiedzą się czym są model biznesowy i biznesplan, jakie są najważniejsze części tych dokumentów oraz zaczną eksperymentować z tworzeniem własnych narzędzi.

Te kroki są niezbędne aby założyć własny start-up.

**Ćwiczenie dla grupy: zbuduj swój model biznesowy (30 min)**

Osoba prowadząca prezentuje narzędzie do budowania modelu biznesowego (Kanwa), opisuje składniki modelu biznesowego, omawia przykład modelu biznesowego AirBNB. Następnie uczestnicy mają wybrać przedsiębiorstwo, które dobrze znają i zrekonstruować jego model biznesowy. Użycie znanego biznesu jest łatwiejsze, niż wymyślanie całkiem nowego i pozwala zmieścić się w czasie przeznaczonym na ćwiczenie.

W rzeczywistości, budowanie i doskonalenie modelu biznesowego dla prawdziwego biznesu może zajmować dni lub miesiące. Gotowy dokument staje się potem podstawą prowadzenia biznesu i na jego kanwie przygotowuje się biznesplan.

# Użyte materiały

**Strony www:**

<https://www.alexandercowan.com/business-model-canvas-templates/>

<https://www.innovationtactics.com/business-model-canvas-airbnb/>

<https://medium.com/@sarathkumar_66483/nine-components-of-business-model-canvas-cc67607ccb53>

### Potrzebne materiały

### Kilka kopi wydrukowanej kanwy modelu biznesowego (format A3)

### Instrukcje

W zależności od wielkości grupy, uczestnicy mogą dobrać się w pary lub małe podgrupy. Każda grupa będzie miała 25 minut na wypełnienie kanwy modelu biznesowego. W każdym polu muszą się znaleźć choćby notatki. Interesujące może się okazać zadanie wszystkim grupom pracy nad modelem biznesowym tej samej firmy: w czasie omawiania ćwiczenia będzie można porównać i przedyskutować wyniki. Na przykład, jeśli dwie grupy inaczej zdefiniują ofertę firmy (tworzenie głównej wartości) to w czasie omawiania ćwiczenia będą mogły uargumentować swoje propozycje.

Jeśli zajdzie taka potrzeba, osoba prowadząca może szybko wrócić do slajdów wyjaśniających dziewięć elementów składowych modelu biznesowego, choć na tym etapie uczestnicy powinny już je znać na podstawie wcześniej prezentacji:

1 – Segment klientów: kim są twoi klienci?

2 – Twoja oferta (główna wartość): czy twoja oferta jest innowacyjna? Jakie problemy rozwiązuje?

3 – Kanały dystrybucji: jak dotrzesz do swoich klientów?

4 – Relacje z klientami

5 – Źródła dochodów

6 – Kluczowe zasoby: ludzkie, finansowe, technologiczne...

7 – Kluczowe czynności: co zrobisz?

8 – Kluczowi partnerzy: z kim będziesz pracować?

9 – Struktura kosztów: jakie koszty są niezbędne dla twojego biznesu?

**Omówienie**

Zbierz wszystkich uczestników i uczestniczki w jedną grupę. Podgrupy, pracujące nad modelami biznesowymi, będą mogły zaprezentować wyniki swojej pracy. Omówienie podziel na tury, w jednej turze każda podgrupa ma odnieść się do jednego elementu modelu biznesowego (ma na to 2 minuty). Np. zacznijcie od tego, że każda grupa opisze swój segment klientów, następnie każda grupa opisze ofertę, następnie kanały dystrybucji itd. To da podgrupom szansę na porównanie i przedyskutowanie wyników.

Na koniec ćwiczenia uczestnicy mogą odpowiedzieć na następujące pytania:

1. Co było dla nich wyzwaniem?
2. Co było niejasne?
3. Czego nauczyliście się z tego ćwiczenia?
4. Czy kanwa modelu biznesowego mogłaby się okazać użyteczna w pomaganiu młodzieży, która chce założyć biznes?
5. Czy czulibyście się na tyle komfortowo, żeby pomóc im wypełnić kanwę?

**Ćwiczenie grupowe: jak pomóc młodzieży napisać biznesplan (10 min)**

# Potrzebne materiały

**Strony www:**

https://www.princes-trust.org.uk/Document\_Business-Plan\_Business-Plan-Template-.doc

### Instrukcje

Uczestnicy wiedza już co to jest biznesplan i do czego służy. Obejrzą teraz film, który przypomni im o tym, jak ważny jest biznesplan i jakie są jego główne elementy.

W małych grupach (2-3 osoby) uczestnicy mają się zastanowić:

* Dlaczego potrzebujesz biznesplanu i do czego możesz go użyć?
* Jak mógłbyś/mogłabyś pomóc młodzieży w tworzeniu biznesplanu?
* Kto jeszcze mógłby pomóc młodym opuszczającym pieczę w napisaniu biznesplanu? Czy ktoś taki mieszka w okolicy i czy mógłbyś/mogłabyś się skontaktować z taką osobą?

To ćwiczenie ma umożliwić uczestnikom omówienie ich biznesplanów własnymi słowami, co ułatwi im później przekazanie wiedzy o tym skomplikowanym dokumencie młodzieży opuszczającej pieczę. Uczestnicy mogą też porozmawiać z innymi edukatorami o tym, jak mogliby pomóc młodzieży w pisaniu planu (zorganizować spotkanie? dać im schemat biznesplanu? skontaktować ich z lokalnym przedsiębiorcą?). Uczestnicy powinni rozumieć podstawy pisania biznesplanu i zdawać sobie sprawę, że jest ważną częścią biznesu, ale prawdopodobnie będą potrzebować pomocy innych partnerów i lokalnych przedsiębiorców aby pomóc młodym osobom, planującym założenie swojego przedsiębiorstwa.

Na koniec ćwiczenia można pokazać uczestnikom następujący szablon, który może pomóc im i młodzieży opuszczającej pieczę w wykonaniu tego zadania:

<https://www.princes-trust.org.uk/Document_Business-Plan_Business-Plan-Template-.doc>

**Omówienie**

* Które tematy były niejasne?
* Czego się nauczyliście z tego ćwiczenia?
* Czy szablon biznesplanu może być przydatnym narzędziem, kiedy będziecie pomagać młodzieży, która chce założyć przedsiębiorstwo? Czy czujecie, że umielibyście pomóc im w wypełnieniu tego dokumentu?

**Finansowanie w przedsiębiorczości**

# BURZA MÓZGÓW: Decyzja o kryteriach finansowania… (5-10 min)

### Instrukcje

Zanim zaczniesz szukać finansowania warto zastanowić się nad tym jakiego typu finansowania potrzebujesz i kto będzie najodpowiedniejszym inwestorem.

Weź pod uwagę na przykład:

* Biurokrację (czy ta opcja wymaga dużo biurokracji?)
* Doświadczenie (jakie mam doświadczenie? Jakiego potrzebuję?)
* Skalowalność (jak daleko mogę zajść dzięki temu rodzajowi finansowania? Czy pozwoli mi na skalowanie mojego interesu?)
* Umiejętności cyfrowe (jakie umiejętności cyfrowe są wymagane, a jakie posiadam?)
* Zasoby finansowe (jakich zasobów potrzebuję, a jakie już mam?)

Poproś aby każdy uczestnik zrobił swoją listę kryteriów (w kolejności ważności) a potem przedyskutował ją z partnerem z grupy treningowej. Powinni się zastanowić jakiego rodzaju pytania powinni zadać zanim zaczną ubiegać się o fundusze. Na przykład: czy ważniejsze jest dla ciebie, aby posuwać się naprzód szybko? A może żeby mieć bezpieczeństwo w dłuższej perspektywie? Te pytania pozwolą im zidentyfikować kryteria.

**Budowanie i utrzymywanie silnej sieci (networku)**

**Ćwiczenie grupowe: znaj swoją sieć (20min)**

# Potrzebne materiały

Nod-A “Makestorming” (Design Thinking Game available in France) : https://makestorming.com/

### Potrzebne materiały

* Tablica biała lub papierowa
* Kartki papieru dla wszystkich grup

### Instrukcje

Część 1: z całą grupą (10 min)

Na tablicy narysuj dwa okręgi, jeden okrąg wewnątrz drugiego (jak na slajdzie nr 37). Start-up i przedsiębiorca znajdują się wewnątrz mniejszego okręgu. Celem tej części ćwiczenia jest zidentyfikowanie jacy aktorzy znajdą się potencjalnie w sieci/ekosystemie danego start-upu.

Uczestnicy mają przemyśleć jakiego rodzaju aktorzy otaczają projekt i ocenić czy mają oni pośredni czy bezpośredni wpływ na start-up (lub na odwrót – czy wpływ start-upu na tych aktorów będzie pośredni czy bezpośredni). Osoba prowadząca będzie wypełniać przestrzenie diagramu na podstawie propozycji uczestników. Na przykład, w wewnętrznym kole można umieścić inkubator, który mógłby pomóc w starcie nowego biznesu, klientów, innych przedsiębiorców… w zewnętrznym kole znajdą się duże firmy z danej branży. Uczestnicy powinni być w stanie zidentyfikować pewne typy aktorów, które mogłyby się znaleźć w sieci przedsiębiorstwa, na podstawie materiałów wprowadzających na ten temat.

Kiedy naniesiesz już kilku aktorów na diagram…

Część 2: małe grupy 2- lub 3-osobowe (10 min)

Każda grupa stworzy profile jednego lub więcej zidentyfikowanych aktorów (bazując na wynikach części 1 ćwiczenia). Każdemu aktorowi powinna być poświęcona jedna kartka papieru, na której uczestnicy powinni odpowiedzieć na następujące pytania:

* Kto? (np. inni przedsiębiorcy, pracownicy inkubatora, przyjaciele I rodzina…)
* Dlaczego są w naszej sieci? Dlaczego warto o nich zabiegać? (np. jako źródło kontaktów, funduszy, informacji…)
* Jaki mają wpływ na przedsiębiorstwo? (np. czy mogą zwiększyć bazę klientów…)
* Co moglibyście zrobić razem? (np. wspólne zakupy od dostawców, partnerstwa…)

Każda grupa będzie miała 10 minut na sformułowanie odpowiedzi na te pytania i zapisanie ich.

**Omówienie**

Każda grupa będzie miała 2 minuty na podzielenie się rezultatami swojej pracy z innymi grupami.

Uczestnicy mają przedyskutować ćwiczenie na podstawie następujących pytań:

* Jakie napotkali wyzwania?
* Czy jakieś tematy były niejasne?
* Czego się nauczyli z tego ćwiczenia?

**Ćwiczenie grupowe: Pierwsze Wrażenie (10 min)**

### Potrzebne materiały

* Komputery I smartfony z dostępem do internetu

### 

### Instrukcje

Grupa ma pracować w parach. Każdy uczestnik ma wyszukać imię swojego partnera/partnerki z pary w wyszukiwarce Google (przez 3 minuty). Maja wyszukać jak najwięcej informacji w podanym czasie, zrobić notatki a potem podzielić się feedbackiem na temat wyników wyszukiwania: jakie wrażenie robi ich partner, jaki jest jego lub jej obraz jako potencjalnego partnera biznesowego.

**Omówienie**

Uczestnicy mają przedyskutować następujące założenia (nie podając faktów z życia prywatnego swojego partnera w ćwiczeniu):

* Dlaczego pierwsze wrażenie jest takie ważne, kiedy poznajesz nowego partnera biznesowego?
* Jakiego rodzaju kryteria i informacje brałeś pod uwagę w swoim wyszukiwaniu?
* Czy zaszkodziły cię wrażenia i feedback twojego partnera na twój temat?

**Ćwiczenie grupowe: elevator pitch (20 min)**

# Użyte materiały

### <https://www.mindtools.com/pages/article/elevator-pitch.htm>

### 

### 

### Instructions

Uczestnicy mają się podzielić na małe grupy (3-4 osoby).

Wyobraź sobie, że masz 30 sekund na zainteresowanie potencjalnego inwestora. Uczestnicy nie mają gotowego pomysłu n biznes, więc ich *elewator pitch* będzie o nich samych! Wielu partnerów i inwestorów bierze pod uwagę nie tylko produkt, ale też osobę, która za nim stoi (kim jest, jak się prezentuje)!

Każdy uczestnik i uczestniczka ma przygotować swój 30-sekundowy (10 min) *elevator pitch*.

Następnie, uczestnicy i uczestniczki zaprezentują swoje krótkie przemówienia przed całą grupą (5-10 min). Warto robić notatki podczas tych prezentacji. Po każdej z nich nastąpi grupa ma około 2 minuty na podzielenie się feedbackiem: co mogłoby zostać ulepszone? Co działało dobrze? To ważne, aby osoby biorące udział w warsztacie otrzymały zachętę i konstruktywną krytykę.

**Omówienie**

W tej części należy omówić metody i strategie, które okazały się sukcesem lub nie były pomocne dla uczestników. Na następnym slajdzie podziel się kilkoma podpowiedziami i trikami, które mogłyby pomóc w tworzeniu świetnego *elevator pitch*. Pamiętaj, że są to tylko podstawowe wskazówki i że tworzenie prawdziwego e*levator pitch* wymaga dostosowania się do treści.

Elevator pitch powinien był krótka, nie zawierać zbędnych informacji.

Do ułożenia świetnej prezentacji przydadzą ci się te kroki:

* Zidentyfikuj swój cel
* Wyjaśnij co robisz
* Przedstaw swoje unikalne zalety (*Unique Selling Point – USP*)
* Odpowiedz na pytanie
* Złóż wszystko w całość

Postaraj się zawsze mieć przy sobie wizytówkę lub jakiś mały prezent związany z twoim biznesem, aby pomóc rozmówcom w zapamiętaniu ciebie i twojego przesłania. Upewnij się, że na wizytówce są jedynie najpotrzebniejsze informacje.

**Tworzenie dobrego klimatu dla innowacji**

**Ćwiczenie grupowe: zidentyfikowanie potrzeb (15min)**

### Instrukcje

**Część 1: profil klienta (5min)**

Podziel uczestników na 3 grupy. Każda grupa ma wziąć karteczki post-it w innym kolorze i stworzyć listę:

Grupa nr 1 pisze na kartkach zawody (jedna kartka – jedna zawód). Uczestnicy mogą wybrać zawody, którymi interesują się młodzi opuszczający pieczę.

Grupa nr 2 pisze na kartkach nazwy cech charakteru, które często spotykają u ludzi (jedna kartka – jedna cecha).

Grupa nr 3 pisze na kartkach lokalizacje (np. miasta, miasteczka, okolice, jedna nazwa miejsca na jednej kartce).

Uwaga: w każdej grupie ma być co najmniej tyle karteczek, ile wynosi liczba wszystkich uczestników szkolenia (np. jeśli jest 8 osób uczestniczących, powinno być 8 zawodów, 8 cech charakteru i 8 miejsc). Pisanie trwa minutę, po jej upływie, kartki odwracane są do góry wierzchem.

Uczestnicy maję po kolei wyciągać po jednej kartce z każdego rodzaju i stworzyć profil nowego, zaskakującego klienta na podstawie informacji o miejscu, zawodzie i cesze charakteru.

**Część 2 : Burza mózgów** (10min)

Każdy uczestnik I uczestniczka zaprezentują swój profil klienta. Cała grupa będzie brała udział w burzy mózgów aby wymyślić innowacyjne produkty i usługi, które miałyby odpowiadać na wyjątkowe potrzeby poszczególnych postaci. To będą krótkie rundy burzy mózgów: grupa będzie miała tylko kilka minut na wymyślenie nowych rozwiązań dla jednej postaci (zależy to od liczby uczestników).

Osoba prowadząca zapisze propozycje na tablicy.

**Przypomnij uczestnikom:** Bądźcie kreatywni! W burzy mózgów nie ma złych odpowiedzi. To ważne, aby przemyśleć najpierw jakie potrzeby ma dana postać, a potem myśleć nad produktem lub usługą, która będzie odpowiadać tym potrzebom. Spróbujcie wczuć się w sytuację danej postaci. Np. jesteś ekspertką od sprzątania i organizacji, mieszkająca w Paryżu. Czego potrzebujesz?

**Omówienie**

Przedyskutujcie:

* Dlaczego warto znać swojego klienta, szczegóły jego lub jej pracy, ich położenie geograficzne, osobowość, styl życia?
* W jaki sposób te informacje mogą zainspirować was do innowacji przy tworzeniu start-upu?