

MT2.4.4 Σενάρια δραστηριοτήτων: Αρχικές οικονομικές εκτιμήσεις για νέα επιχειρήματα

Οδηγίες δραστηριότητας:

1. Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε ομάδες και αναθέστε κάθε σενάριο.
2. Ενθαρρύνετε τις ομάδες να συζητήσουν τις προκλήσεις και να αναλύσουν τις πιθανές λύσεις για τις αρχικές οικονομικές εκτιμήσεις.
3. Διευκολύνετε μια ομαδική συζήτηση όπου οι ομάδες μοιράζονται τις ιδέες τους και μαθαίνουν από τις προσεγγίσεις των άλλων.
4. Κλείστε τονίζοντας τα βασικά συμπεράσματα και τονίζοντας τη σημασία του προσεκτικού σχεδιασμού και των στρατηγικών οικονομικών αποφάσεων για τις νέες επιχειρήσεις.

Θυμηθείτε: Προσαρμόστε αυτά τα σενάρια και τα σημεία ανάλυσης στο συγκεκριμένο θέμα του εργαστηρίου σας και στο κοινό σας για μια πιο σχετική και ελκυστική εμπειρία.

Σενάριο 1: Οι Foodie Friends - Food Truck Dream

Ομάδα: Sarah και Alex, παθιασμένοι καλοφαγάδες με όνειρο να ανοίξουν ένα γκουρμέ φορτηγό φαγητού.

Πρόκληση: ανταγωνιστική αγορά φορτηγών τροφίμων.

Ανάλυση: και να προσφέρουν ένα μοναδικό μενού για να ξεχωρίσουν. Το bootstrapping και το crowdfunding θα μπορούσαν να είναι εφικτές επιλογές χρηματοδότησης, ενώ θα βελτιώσουν την ιδέα τους και θα δοκιμάσουν τη ζήτηση της αγοράς μέσω pop-up εκδηλώσεων.

Τι έκαναν: Sarah και Alex εντόπισαν ένα κενό στην αγορά για υγιεινό, γκουρμέ φαγητό δρόμου. Εξασφάλισαν ένα μεταχειρισμένο φορτηγό φαγητού, διαπραγματεύτηκαν προσιτές άδειες σε ένα μοντέρνο πάρκο και ανέπτυξαν ένα μοναδικό μενού με τοπικά υλικά.

Συνημμένο MT 2.4.4
Εργασία 2.2



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Λάθη: Υποεκτίμησαν το αρχικό κόστος αποθεμάτων, οδηγώντας σε προβλήματα ταμειακής ροής από νωρίς. Η αρχική τους τιμολόγηση ήταν πολύ υψηλή για το μεσημεριανό κοινό, περιορίζοντας την πελατειακή βάση.

Πράγματα που έκαναν σωστά: Επικεντρώθηκαν σε μια εξειδικευμένη αγορά, έδωσαν προτεραιότητα σε οικονομικά αποδοτικές λύσεις και συμμετείχαν ενεργά σε αγορές αγροτών για να ενισχύσουν την αναγνωρισιμότητα της μάρκας. Η ποιότητα του φαγητού και το καινοτόμο μενού τους συγκέντρωσαν θετικές κριτικές.

Ιδέες βελτίωσης: για να προσελκύσετε ένα ευρύτερο κοινό. Διαπραγματευτείτε μαζικές εκπτώσεις με τους προμηθευτές. Εξετάστε το ενδεχόμενο τροφοδοσίας εκδηλώσεων και προσφοράς υπηρεσιών παράδοσης για πρόσθετες πηγές εσόδων.

Βασική μάθηση: Η ιεράρχηση προτεραιοτήτων, η έρευνα αγοράς και οι δημιουργικές στρατηγικές εξοικονόμησης κόστους είναι ζωτικής σημασίας για νέες επιχειρήσεις με περιορισμένους πόρους.

Σενάριο 2: Οι πρωτοπόροι της τεχνολογίας - Ντουέτο ανάπτυξης εφαρμογών

Ομάδα: Μαρκ και Έμιλι, φοιτητές με τεχνολογικές γνώσεις και μια πρωτοποριακή ιδέα για μια εφαρμογή για κινητά.

Πρόκληση: Υψηλό κόστος ανάπτυξης, δυνητικές απειλές ανταγωνιστών, ανάγκη για μάρκετινγκ και απόκτηση χρηστών.

Ανάλυση: Mark και Emily μπορούν να εξετάσουν το ενδεχόμενο να αναζητήσουν χρηματοδότηση από επενδυτές αρχικών σταδίων ή να συμμετάσχουν σε θερμοκοιτίδες/επιταχυντές για καθοδήγηση και πιθανές επιχορηγήσεις. Η εστίαση σε ένα ελάχιστο βιώσιμο προϊόν (MVP) για την αρχική κυκλοφορία και η χρήση δωρεάν ή χαμηλού κόστους καναλιών μάρκετινγκ, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα μπορούσε να είναι ζωτικής σημασίας.

Τι έκαναν: Mark και Emily δημιούργησαν μια βασική έκδοση της εφαρμογής τους με τις περιορισμένες οικονομίες τους και την κυκλοφόρησαν στο κατάστημα εφαρμογών. Αλληλεπιδρούσαν ενεργά με τους χρήστες για να συγκεντρώσουν σχόλια και να επαναλάβουν τις λειτουργίες.

Συνημμένο MT 2.4.4
Εργασία 2.2



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Λάθη: Αυτό οδήγησε σε αργή αρχική ανάπτυξη. Το MVP δεν διέθετε ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά που ζητούσαν οι χρήστες.

Πράγματα που έκαναν σωστά: Επικεντρώθηκαν σε ένα MVP για γρήγορο λανσάρισμα και έδωσαν προτεραιότητα στην ανατροφοδότηση των χρηστών για βελτίωση. Η ενεργή παρουσία τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοήθησε στη δημιουργία φήμης και στην προσέλκυση δυνητικών επενδυτών.

Ιδέες βελτίωσης: για διαφήμιση και προώθηση εντός της εφαρμογής. Εξετάστε το ενδεχόμενο να χρεώνετε ένα premium για συγκεκριμένες λειτουργίες της εφαρμογής ή να προσφέρετε κλιμακωτές επιλογές συνδρομής.

Βασική μάθηση: Η κατανόηση των επιλογών χρηματοδότησης, η εστίαση σε ένα MVP και η αξιοποίηση στρατηγικών συνεργασιών μπορούν να βοηθήσουν τις τεχνολογικές νεοφυείς επιχειρήσεις να ξεκινήσουν.

Σενάριο 3: Οι οικολογικά συνειδητοποιημένοι χειροτέχνες - Βιώσιμη επανάσταση κοσμήματος

Ομάδα: Laura και Daniel, καλλιτέχνες με οικολογική συνείδηση και όραμα για ανακυκλωμένα κοσμήματα.

Πρόκληση: Προμήθεια βιώσιμων υλικών, εξισορρόπηση των ηθικών πρακτικών με την οικονομική προσιτότητα, προσέγγιση μιας εξειδικευμένης αγοράς.

Ανάλυση: Η Laura και ο Daniel μπορούν να συνεργαστούν με τοπικά κέντρα ανακύκλωσης, να διαπραγματευτούν μαζικές εκπτώσεις στα υλικά και να χρησιμοποιήσουν διαδικτυακές πλατφόρμες όπως το Etsy για να προσεγγίσουν καταναλωτές με οικολογική συνείδηση. Το bootstrapping με αρχικές πωλήσεις και οι εκστρατείες crowdfunding που επικεντρώνονται στην αποστολή τους για τη βιωσιμότητα θα μπορούσαν να είναι κατάλληλες επιλογές χρηματοδότησης.

Τι έκαναν: Laura και Daniel προμηθεύτηκαν ανακυκλωμένα υλικά από τοπικά κέντρα και δημιούργησαν μοναδικά κοσμήματα με ελάχιστη επεξεργασία. Πούλούσαν τα προϊόντα τους στο διαδίκτυο και σε ηθικές pop-up αγορές.

Συνημμένο MT 2.4.4
Εργασία 2.2



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Λάθη: Η διαδικτυακή τους πλατφόρμα δεν διέθετε σαφείς περιγραφές προϊόντων και φωτογραφίες υψηλής ποιότητας, γεγονός που επηρέασε τις πωλήσεις. Υποτιμούσαν τις δημιουργίες τους λόγω του φόβου του ανταγωνισμού από φθηνότερες εναλλακτικές λύσεις.

Πράγματα που έκαναν σωστά: Ευθυγραμμίζόμενοι με την αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών, εστίασαν στη βιωσιμότητα και τις ηθικές πρακτικές. Τα μοναδικά τους σχέδια και η χειροποίητη προσέγγισή τους βρήκαν απήχηση στους πελάτες με οικολογική συνείδηση.

Ιδέες βελτίωσης: Επενδύστε σε επαγγελματική φωτογράφιση προϊόντων και ελκυστικά κείμενα στον ιστότοπο. Συνεργαστείτε με άλλα βιώσιμα εμπορικά σήματα για διασταυρούμενη προβολή και επίτευξη ευρύτερου κοινού. Διεξάγετε έρευνα αγοράς για να καθορίσετε τη βέλτιστη τιμολόγηση με βάση την αξία και την τοποθέτηση της μάρκας.

Βασική μάθηση: Οι πρωτοβουλίες βιωσιμότητας μπορούν να είναι οικονομικά αποδοτικές με την επινοητικότητα, τη συνεργασία με ομοϊδεάτες οργανώσεις και τη στόχευση στη σωστή αγορά.

Σενάριο 4: Οι φανατικοί της γυμναστικής - Online στούντιο γιόγκα

Ομάδα: Maya και Omar, έμπειροι δάσκαλοι γιόγκα με σχέδιο για online ζωντανές συνεδρίες.

Πρόκληση: Δημιουργία μιας φιλικής προς το χρήστη πλατφόρμας, εξισορρόπηση προσιτών συνδρομών με πληρωμές από τον εκπαιδευτή, προσέλκυση και διατήρηση πελατών.

Ανάλυση: Η Maya και ο Omar μπορούν να χρησιμοποιήσουν αρχικά τις υπάρχουσες διαδικτυακές πλατφόρμες γυμναστικής με συνδρομητικά χαρακτηριστικά, ενώ παράλληλα θα χτίσουν το δικό τους εμπορικό σήμα και κοινό. Η συνεργασία με άλλους εκπαιδευτές για ποικίλες προσφορές και η προσφορά δωρεάν δοκιμαστικών περιόδων μπορεί να προσελκύσει πελάτες.

Τι έκαναν: Η Maya και ο Omar συνεργάστηκαν με μια υπάρχουσα διαδικτυακή πλατφόρμα γιόγκα, αξιοποιώντας τη βάση χρηστών και τις συνδρομητικές λειτουργίες της. Προσέφεραν ποικίλες ζωντανές συνεδρίες γιόγκα και εξατομικευμένη προσοχή στους μαθητές.

Λάθη: Περιορίζοντας την εμβέλεια στο υπάρχον κοινό της πλατφόρμας. Η τιμολογιακή τους δομή προσέφερε μικρή διαφοροποίηση από τους καθιερωμένους διαδικτυακούς εκπαιδευτές.

Συνημμένο MT 2.4.4
Εργασία 2.2



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Πράγματα που έκαναν

σωστά: Χρησιμοποίησαν μια οικονομικά αποδοτική λύση πλατφόρμας για να ξεκινήσουν γρήγορα την επιχείρησή τους. Η τεχνογνωσία τους και η εξατομικευμένη προσέγγισή τους προσέλκυσαν πιστούς μαθητές και θετικές κριτικές.

Ιδέες βελτίωσης: με μοναδικά χαρακτηριστικά, όπως φόρουμ κοινότητας και εξατομικευμένα σχέδια γιόγκα. Επενδύστε σε στοχευμένες εκστρατείες μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την προσέλκυση νέων πελατών. Προσφέρετε εξειδικευμένα εργαστήρια και αποδράσεις για να αυξήσετε τα έσοδα και τη διαφοροποίηση.

Βασική μάθηση: Η αξιοποίηση των υφιστάμενων πόρων, η προσφορά κλιμακωτών επιλογών συνδρομής και η δημιουργία μιας ισχυρής πρότασης αξίας είναι το κλειδί για τις διαδικτυακές επιχειρήσεις γυμναστικής.

Σενάριο 5: Οι Πρωταθλητές της Κοινότητας - Υπηρεσία Επισκευής Γειτονιάς

Ομάδα: Αντόνιο και Μαρία, εξειδικευμένοι τεχνίτες με στόχο να προσφέρουν τοπικές υπηρεσίες επισκευής.

Πρόκληση: Οικοδόμηση εμπιστοσύνης και φήμης, διαχείριση λειτουργικών εξόδων όπως μεταφορά και εργαλεία, ανταγωνισμός με καθιερωμένες επιχειρήσεις.

Ανάλυση: Αντόνιο και Μαρία μπορούν να επικεντρωθούν σε εξειδικευμένες υπηρεσίες, να δημιουργήσουν δίκτυα παραπομπών μέσω της δέσμευσης στην τοπική κοινότητα και να χρησιμοποιήσουν οικονομικά αποδοτικό μάρκετινγκ, όπως φυλλάδια και ομάδες κοινωνικής δικτύωσης της γειτονιάς. Οι συνεργασίες με τοπικές επιχειρήσεις θα μπορούσαν να προσφέρουν αμοιβαία οφέλη.

Τι έκαναν: Αντόνιο και Μαρία έχτισαν μια ισχυρή τοπική φήμη μέσω παραπομπών από στόμα σε στόμα και εθελοντισμού σε εκδηλώσεις της κοινότητας. Προσέφεραν δωρεάν εκτιμήσεις και διαφανείς τιμές για τις υπηρεσίες τους.

Λάθη: Περιορίζοντας την περιοχή εξυπηρέτησης και αυξάνοντας το λειτουργικό κόστος. Η έλλειψη διαδικτυακής παρουσίας τους καθιστούσε δύσκολη την εύρεσή τους από τους δυνητικούς πελάτες.

Συνημμένο MT 2.4.4
Εργασία 2.2



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.



Joint development, piloting and validation of entrepreneurial mindset and key skills curricula and training materials for third countries

Πράγματα που έκαναν

σωστά: Χτίσαν εμπιστοσύνη και καλή θέληση μέσα στην κοινότητα, οδηγώντας σε επαναλαμβανόμενες επιχειρήσεις και συστάσεις. Η εστίασή τους στη διαφάνεια και τη δίκαιη τιμολόγηση τους κέρδισε την αφοσίωση των πελατών.

Ιδέες βελτίωσης: για ευρύτερη κάλυψη των υπηρεσιών. Δημιουργήστε έναν απλό ιστότοπο ή ένα διαδικτυακό προφίλ με στοιχεία επικοινωνίας και περιγραφές υπηρεσιών. Συνεργαστείτε με τοπικές επιχειρήσεις για να προσφέρετε εκπαιδευτικές υπηρεσίες επισκευής στους πελάτες τους.

Βασική μάθηση: Η οικοδόμηση εμπιστοσύνης της κοινότητας, η εξειδίκευση σε εξειδικευμένες θέσεις και οι έξυπνες στρατηγικές μάρκετινγκ μπορούν να βοηθήσουν τα εγχειρήματα που βασίζονται σε υπηρεσίες να αποκτήσουν ερείσματα.

Συνημμένο MT 2.4.4
Εργασία 2.2



**Co-funded by
the European Union**

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.