



Evropski
Socialni
Skład

Center
RS
za poklicno
izobraževanje



RAZUMEVANJE PODJETNIŠKEGA NAČINA ŽIVLJENJA



Priročnik za učitelje

Kazalo

	Uvod	6
Modul 1:	Razvoj podjetne osebnosti	15
	Kaj je podjetna oseba?	16
	Osebne podjetniške izkušnje.....	17
	Podjetniški način življenja	19
	Ali lahko postanem podjetnik?	22
	Naučimo se podjetnosti	24
	Iskanje ustvarjalnih rešitev	27
	Vadimo hitro odzivanje	28
	Pomen dobrih sporazumevalnih spretnosti	31
	Prepoznavanje čustev	38
	Sporazumevanje po telefonu	19
	Prepričevanje in pogajanje	42
	Spretnosti prodajanja	48
	Premišljeno tveganje	55
	Prizadevanje za uspeh	58
Modul 2:	Nastajanje poslovnih idej	63
	Posel zadovoljuje potrebe ljudi	66
	Katere so posledice različnih porabniških potreb	67
	Zadovoljevanje specifičnih potreb	74
	Kaj napravi dobro poslovno idejo?	76
	Načrtovanje dobrih poslovnih idej – prispevek podjetnikov	80
	Predstavitve poslovnih idej podjetnikom	86
Modul 3:	Sodelovanje z malimi podjetji	89
	Razumeti značilnosti uspešnega malega podjetja	92
	Obisk manjše lokalne trgovine	93
	Razumeti nekatere ključne odločitve malih podjetij	99
	Vključevanje mikropodjetij in ugotavljanje težav	102
	Vodenje projekta	103
	Koristni nasveti za uspešen projekt	104
	Organizacija poročila	106



Modul 4:	Ustvariti novo majhno podjetje	109
	Sestavine uspeha	112
	Uresničevanje idej	122
	Prispevek podjetnikov	128
	Določanje stroškov	134
	Končna predstavitev osnutka poslovnega načrta	142
Modul 5:	Učinkovito vzpostavljanje mrež	145
	Mreža ključnih ljudi	148
	Grajenje trdnih odnosov	149
	Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju	151
	Grajenje trdnih odnosov s ključnimi ljudmi	163
	Kako ohranjati odnose	171

Listi z vajami so označeni z ikonami:

- učiteljevo gradivo
- učni list za dijaka
- prosojnica
- gradivo je priloženo v digitalni obliki na zgoščenki
- gradivo je priloženo v digitalni obliki na zgoščenki, mogoče je prilagajanje besedila



Naslov izvirnika: **Experiencing the entrepreneurial way of life**

Avtorji izvirnika: Allan Gibb
Judi Cotton
Margaret Wright

Sodelovala sta: Pam McNally in Paul Hinnigan

Slovensko gradivo priredili: Uroš Turk, Šolski center Postojna
Kristina Škibin, Tehniški šolski center Nova Gorica
Primož Štekar, Tehniški šolski center Nova Gorica

Svetovalki: Mirjana Kovač, Center RS za poklicno izobraževanje
Judi Cotton, Development Adviser – Enterprise Education,
Associate of Durham Business School, University of Durham, UK

Recenzirali: dr. Miroslav Glas, Univerza v Ljubljani,
Ekonomska fakulteta
Matej Praprotnik, univ. dipl. ing. strojništva,
Šola za strojništvo, Škofja Loka

Uredila: Mirjana Kovač, Center RS za poklicno izobraževanje, Ljubljana

Naslov izdaje v slov. jeziku: **Razumevanje podjetniškega načina življenja**

Vodja projekta: Mirjana Kovač, Center RS za poklicno izobraževanje

Založnik: Center RS za poklicno izobraževanje
Ob železnici 16, SI - 1000 Ljubljana

Oblikovanje: Irena Hlede, Pro anima

Lektoriranje: Tomaž Petek

Tisk: Birografika Bori

Leto izida: 2006

Naklada: 500 izvodov

Izdajo te publikacije je omogočilo sofinanciranje Evropskega socialnega sklada, Evropske unije in Ministrstva za šolstvo in šport. Za vsebino publikacije je izključno odgovoren Center RS za poklicno izobraževanje.

UVOD

CIP – Kataložni zapis o publikaciji

Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

658

GIBB, Allan

Razumevanje podjetniškega načina življenja : priročnik za učitelje / [Allan Gibb, Judi Cotton, Margaret Wright ; v sodelovanju z Pam McNally in Paul Hinnigan ; slovensko gradivo priredili Uroš Turk, Kristina Škibin, Primož Štekar]. - Ljubljana : Center RS za poklicno izobraževanje, 2006

Prevod in priredba: Experiencing the entrepreneurial way of life

ISBN-10 961-6246-43-7

ISBN-13 978-961-6246-43-9

1. Gl. stv. nasl. 2. Cotton, Judi 3. Wright, Margaret

229768960



Uvod

Pred vami je priročnik, namenjen ne samo učiteljem podjetništva, ampak vsem tistim učiteljem, ki želijo v učnem procesu vzpodbujati podjetno razmišljanje in razvijati podjetniško kulturo.

Priročnik so pripravili učitelji srednjih poklicnih in strokovnih šol, ob strokovni pomoči Mirjane Kovač iz Centra RS za poklicno izobraževanje ter Judi Cotton, sodelavke Univerze Durham iz Velike Britanije.

Gradivo obsega 5 modulov in vsebuje številne praktične primere ter vaje, ki jih lahko učitelji uporabijo v učnem procesu. Z uporabo aktivnih metod učenja, kot so igre vlog, diskusije, delo v skupinah, intervjuji s s podjetniki ipd., dijake motivira v smislu, da postane učenje bolj privlačno, zanimivo in koristno.

Učitelji, ki so pripravljali gradivo, so vse vaje preizkusili ter vnesli vanj tudi svoje znanje in bogate praktične izkušnje. Priročnik je zamišljen tako, da zbrane primere in vaje lahko spreminjate, zato zato mu je priložena tudi zgoščanka, na kateri so zbrane prosojnice in učni listi. Besedilo na učnih listih lahko spreminjate in dopolnjujete, učni proces pa lahko popestrite tudi tako, da dijaki posamezne vaje rešujejo s pomočjo računalnika.

Pripravljavci priročnika upamo, da boste v njem našli kopico idej in priporočil, ki jih boste lahko koristno uporabili pri svojem delu.

Mirjana Kovač

Najpogostejša vprašanja učiteljev

Mala podjetja so hrbtenica gospodarstva, glavni vir zaposlovanja in okolje za rojevanje novih idej. Napori Evropske unije, da bo evropsko gospodarstvo postalo najbolj konkurenčno in dinamično gospodarstvo na svetu, ki bo temeljilo na znanju in trajni gospodarski rasti, bodo uresničljivi le, če bomo podjetništvu dali poseben poudarek, ustvarili ustrezno podporno okolje za njegov razvoj in vzpodbujali podjetniški duh ter večino na vseh ravneh izobraževanja in usposabljanja.

Temu temeljnemu cilju sledimo tudi na Centru RS za poklicno izobraževanje, kjer se že vrsto let ukvarjamo s spodbujanjem podjetnosti z uvajanjem podjetništva v srednje poklicno in strokovno izobraževanje. V različnih projektih uvajanja podjetništva, kjer so sodelovali in se usposabljali učitelji srednjih poklicnih in strokovnih šol, je nastalo nekaj učnih gradiv.

Učno gradivo, ki je pred vami, se razlikuje od podobnih gradiv, namenjenih učenju in poučevanju podjetništva. V nadaljevanju navajamo najbolj pogosta vprašanja, ki si jih zastavljajo učitelji.

V čem se gradivo, ki je pred vami, razlikuje od drugega učnega gradiva za podjetništvo?

Različna literatura na temo podjetništva, ki je danes na voljo na trgu, se ukvarja predvsem s poslovnim znanjem, v nekaterih primerih se osredinja na področje menedžmenta, omenjeno učno gradivo pa je usmerjeno v bistvo podjetništva, osredinja se na razvijanje spretnosti, lastnosti in vedenj, ki jih pripisujemo ne samo podjetnikom, ampak tudi podjetnim posameznikom. Tako podjetništva ne obravnava samo s poslovnega vidika, ampak ga obravnava v najširšem pomenu besede, v smislu razvijanja lastnosti in spretnosti, ki omogočajo posamezniku boljše možnosti zaposlitve, večjo prilagodljivost na trgu dela, skratka boljše »znajdenje v življenju«. Tako se gradivo osredinja na način delovanja podjetnika, ki je predvsem usmerjeno v:

- načine dojemanja stvari,
- načine izvajanja nalog,
- načine komuniciranja,
- načine čustvenega dojemanja,
- načine učenja in
- načine organiziranja.

Na kaj mislimo, kadar govorimo o podjetnem načinu življenja?

Za delo in življenje podjetnika je značilno predvsem:

- večja svoboda,
- večji nadzor nad dogajanjem,
- večja odgovornost,
- večja avtonomija pri odločitvah,

- širši obseg nalog, in sicer: naloge, ki zajemajo široko področje ustanavljanja in vodenja podjetja,
- plačilo za opravljeno delo je povezano z osebnim uspehom,
- večje tveganje za osebno premoženje,
- večje osebno tveganje,
- večja mera negotovosti,
- večja ranljivost,
- vodenje širše, med seboj povezane skupine ljudi,
- prepoznavanje pomena vedeti »kdo«,
- daljši in prilagodljivejši delavnik,
- tesnejše prepletanje družbenega, družinskega in poslovnega življenja,
- tesnejše prepletanje družbenega in poslovnega položaja ter
- učenje na podlagi »učenja z delom« (»learning-by-doing«) in prevzemanje odgovornosti za lastno učenje.

Omenjene značilnosti pa ne pripisujemo le podjetnikom, temveč vsem podjetnim posameznikom, ki se vedejo podjetno v različnih življenjskih situacijah: kot vodje, proizvajalci, porabniki ali kot starši.

Kako učiti in poučevati podjetništvo?

Dijaki skozi učni proces, z uporabo različnih vaj razvijajo ključne podjetnostne lastnosti, spretnosti in vedenje, pri tem uporabljamo različne metode učenja in poučevanja, kot so:

- igre vlog,
- obiski mladih podjetnikov, ki jih vključujemo v proces učenja in s katerimi se dijaki pogovarjajo ter jim postavljajo vprašanja,
- diskusije,
- predstavitve ter
- videoiztočnice.

Kaj vsebuje priročnik ?

Priročnik je sestavljen iz petih modulov; vsak obravnava različne vidike podjetništva.

Modul 1 Razvoj podjetne osebnosti

Modul ni osredinjen le na razvoj podjetnostnih lastnosti, temveč poudarja predvsem razvoj osebnosti, saj dijaki s praktičnim delom razvijajo svoje spretnosti, lastnosti in poslovno vedenje. Modul vključuje: ustvarjalno reševanje problemov, tehnike prepričevanja in pogajanja, spretnosti komuniciranja, hitro odločanje, ciljno usmerjeno in premišljeno tveganje.

Modul 2 Iskanje priložnosti in idej

Precejšen del tega modula se ukvarja s povezavo med izdelkom ali storitvijo. Dijake spodbujamo, da iščejo ideje glede na potrebe porabnikov, ki se kažejo na trgu, in da si zastavijo vprašanje: »Kakšna je pravzaprav dobra ideja za podjetje?«.

Modul 3 Vodenje malega podjetja

Pri tem modulu se dijaki razvrstijo v majhne skupine, da bi rešili vnaprej zastavljen problem malega podjetja, ki ima deset ali manj zaposlenih; skozi ta postopek se naučijo različnih spretnosti, ki jih bodo potrebovali za vodenje projektov, in sicer: komuniciranja z lastniki/direktorji, analize podatkov, načrtovanja in upravljanja s časom, razvrščanja nalog po pomembnosti, upoštevanje rokov, pisanje poročil in predstavitev le-teh pred širšo javnostjo.

Modul 4 Ustvarjanje podjetja

Ta modul temelji na razvoju štirih sestavin za uspeh, ki predstavljajo ključne dejavnike uspešnega poslovanja podjetja. Ti dejavniki so: **ideja, motivacija, sposobnost in viri**. Dijake spodbujamo k samoocenjevanju in ocenjevanju projektov znotraj okvira že omenjenih sestavin uspeha in jim s tem pomagamo, da prepoznajo svoje prednosti in slabosti. Pomagamo jim, da nadgradijo svoje sposobnosti in odpravijo svoje slabosti; vodimo jih do točke, kjer bi lahko, če bi si želeli, odprli podjetje.

Modul 5 Vzpostavljanje vezi

Omenjeni modul se ukvarja z vzpostavljanjem in upravljanjem poslovnih odnosov, ki predstavljajo srž poslovne uspešnosti. Poudarek je na prepoznavanju in razumevanju obsega interesne skupine, ki ima vpliv na mala podjetja, ustvarjanju pravega vtisa v različnih okoliščinah ter učenju na podlagi vzpostavljanja odnosov z različnimi ljudmi.

Kako uporabiti priročnik?

Mogočih je več različnih modelov in pristopov:

- Kot podpora pri izvajanju posameznih učnih vsebin (predmetov) izobraževalnega programa, kjer obstoječim vsebinam ustrezajo vsebine iz modulov, ki se ukvarjajo z iskanjem priložnosti in idej ter ocenjevanjem (modul št. 2), vodenjem malega podjetja (modul št. 3) in ustvarjanjem podjetja (modul št. 4);
- Lahko tudi v podporo praktičnemu pouku;
- Kot podpora različnim tečajem poklicnega usposabljanja ali osebnega razvoja – modula št. 1 in 5 »Razvoj podjetne osebnosti« in »Vzpostavljanje vezi« sta osredinjena na različne poglede osebnega razvoja in ju lahko vključimo v zgoraj omenjene tečaje;
- Kot izbirni predmet »Razumevanje podjetniškega načina življenja« –

vseh pet modulov lahko vključimo v dve šolski leti, na primer dve šolski uri tedensko;

- Kot zunajšolsko dejavnost – bodisi po pouku ali kot niz dejavnosti v prostem času, ki jim posvetimo čim več časa;
- V projektnem tednu kot niz tedenskih vaj – vsak modul traja en teden, izvajamo jih dve šolski leti. Šole morajo biti ustvarjalne in izkoristiti čas, ki je dijakom namenjen za pridobivanje delovnih izkušenj ter izkušenj s področja projektnega dela.

Katere spretnosti potrebujejo učitelji?

Naloga učitelja je, da ustvari učno okolje, v katerem je dijak aktivni udeleženec v učnem procesu. Učitelj nima vloge posredovalca znanja, ampak je le svetovalec, mentor ali usmerjevalec učnega procesa. To pomeni, da dijaki samostojno vodijo projekte in prevzemajo odgovornost za svoje učenje, učitelji pa jih pri tem usmerjajo in jim nudijo podporo. Uporabimo lahko različne metode učenja, ki vključujejo: izmenjave mnenj in razprave, igranje vlog, poslovne simulacije, skupinsko delo, obiske podjetij, intervjuje s podjetniki, videoposnetke ali predstavitve.

Prav tako je pomembno, da je učitelj ustvarjalen, ciljno usmerjen in pripravljen poizkusiti nekaj novega – torej: biti mora podjeten!

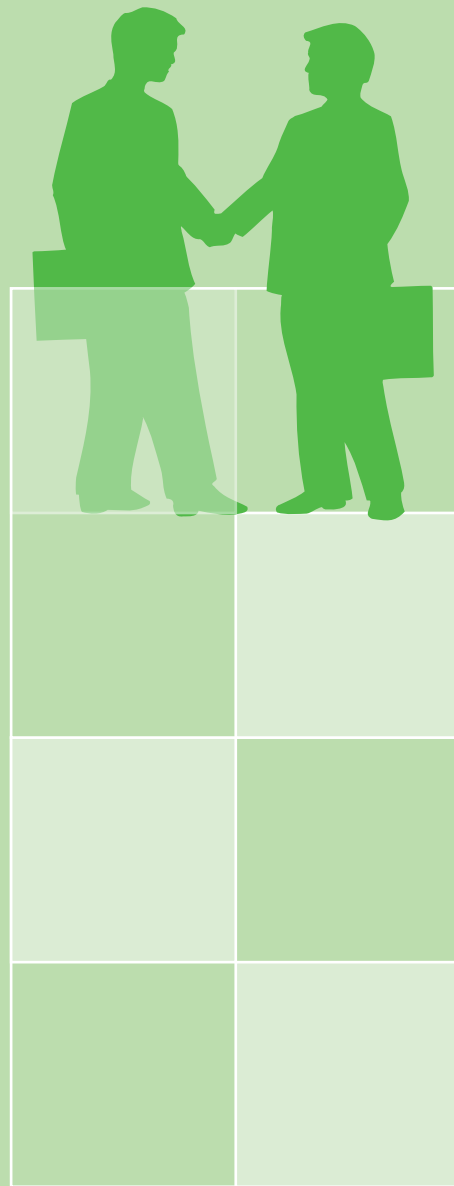
Kakšne dosežke lahko pričakujemo?

- Dijaki pridobijo izkušnje ob uporabi različnih vaj, s katerimi razvijajo podjetnostne lastnosti, spretnosti in vedenja, kot so spretnosti komuniciranja, ustvarjalno reševanje težav, premišljeno tveganje, iskanje priložnosti, prepričevanje in pogajanje, spretnosti prodaje;
- Poznavanje kulture in delovanja malega podjetja ter poznavanje dejanskih težav, s katerimi se srečujejo mala podjetja, in reševanje le-teh;
- Dijaki se naučijo prepoznati dobro poslovno idejo in kako jo predstaviti na trgu;
- Dijak je lastnik dobre poslovne ideje;
- Dijaki pridobijo znanje iz izkušenj mladih podjetnikov, predvsem o tem, kako so prišli do poslovne ideje, kaj jih je motiviralo, kdo jim je pri tem pomagal ter kako so razvili in ohranili dobre poslovne odnose z interesno skupino;
- Dijaki izkusijo na lastni koži, kaj vse je potrebno, da postaneš podjetnik.

Cilj poklicnega in strokovnega izobraževanja ter usposabljanja je, da vzgojimo posameznike, ki se bodo sposobni prilagajati zahtevam hitro spreminjajočega se okolja. Pridobivanje podjetniških znanj, razvijanje podjetnostnih lastnosti ter podjetniškega duha jim pri tem prav gotovo lahko pomaga, saj vzpodbuja raznolike in učinkovite načine učenja, pomaga jim oceniti in raziskovati svoje sposobnosti ter možnosti pa tudi to, da razumejo delo, pravice in odgovornosti v demokratični družbi.

Zapiski

RAZVOJ PODJETNE OSEBNOSTI



MODUL 1

Razvoj podjetne osebnosti

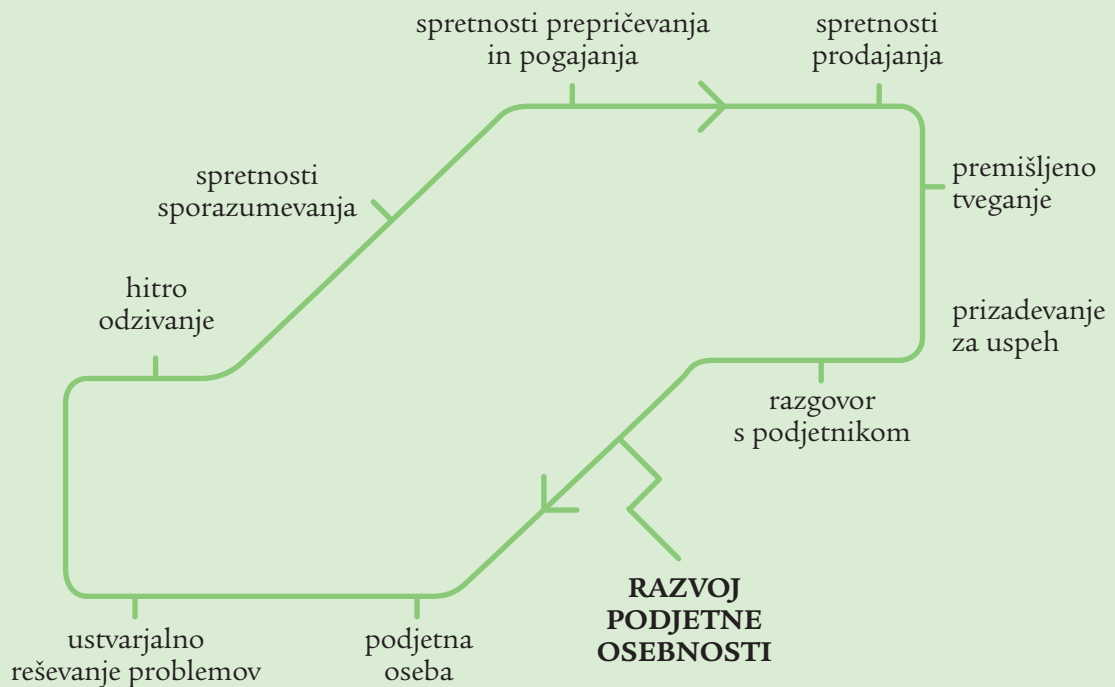
Namen:

- Pomagati dijakom postati podjetnejši.
- Raziskovati pojma podjetništvo in podjetniški način življenja.
- Ugotoviti elemente podjetništva.

Cilji:

- Razvijati zaupanje dijakov v lastno podjetnost.
- Izkusiti različne spretnosti in osebnostne lastnosti, povezane s podjetniškim obnašanjem.
- Spoznavati način življenja lokalnih podjetnikov.

Razvoj podjetne osebnosti



V modulu 1 bomo spoznali:

- Kaj je podjetna oseba?
- Osebne podjetniške izkušnje
- Podjetniški način življenja
- Ali lahko postanem podjetnik?

- Naučimo se podjetnosti
- Vadimo ustvarjalno reševanje težav
- Vadimo hitro odzivanje
- Vadimo spretnosti dobrega sporazumevanja, npr. dajanje razumljivih podatkov, dajanje jasnih navodil, prepoznavanje čustev

- Spretnosti prepričevanja in pogajanja
- Spretnosti prodajanja
- Premišljeno tveganje
- Prizadevanje za uspeh
- Razgovor s podjetnikom

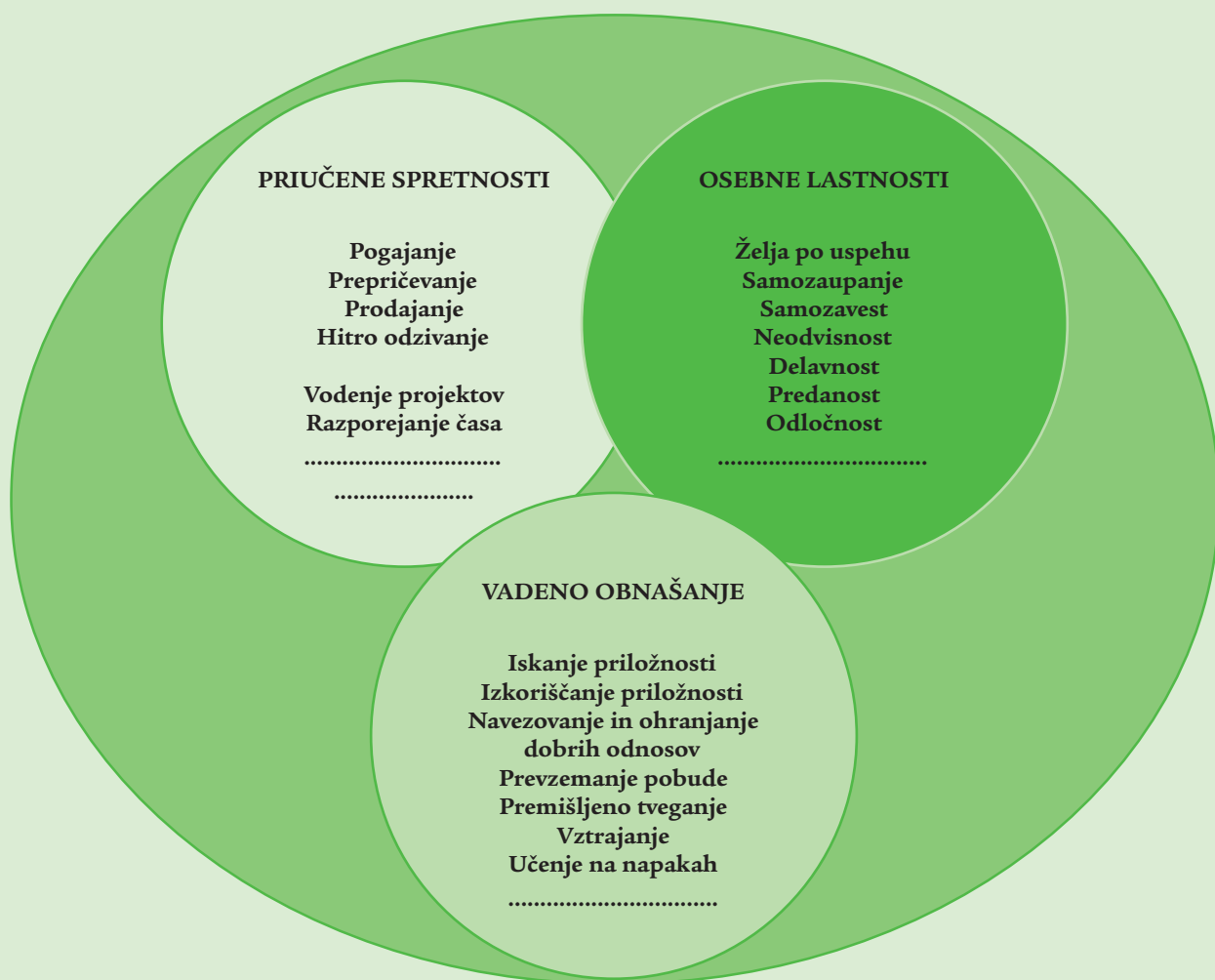
Kaj je podjetna oseba?

Znano je, da podjetni ljudje uporabljajo posebno mešanico spretnosti, načinov obnašanja in osebnih lastnosti za uresničevanje zamisli. To so podjetneži, ki znajo uporabljati svoje spretnosti, lastnosti in obnašanje za iskanje novih idej in načinov delovanja, da bi spremenili stvari. Podjetništvo ne zadeva le poslovnega sveta; pomembno je tudi v družbenih okoliščinah, kjer je njegov osnovni namen koristiti družbi (npr. svetovalni delavec razvija projekt ozaveščanja o drogah, občinska skupnost vodi klub za matere in majhne otroke). Pomembno je, da dijaki spoznajo tudi družbeno (socialno) podjetništvo, saj je v njih verjetno zakoreninjena ideja, da so vsi podjetneži poslovni ljudje, ki jih zanima le dobiček. Družbeni podjetnež (socialni) tudi ustvarja dobiček, vendar v prvi vrsti služi potrebam skupnosti.

Mogoče je ustvariti takšne priložnosti za učenje, ki omogočajo dijakom, da vadijo ali razvijajo svoje podjetniške spretnosti, tako spremenijo svoje obnašanje in izboljšajo osebne lastnosti.

Naslednji diagram prikazuje nekatere spretnosti, načine obnašanja in lastnosti, ki jih običajno povežemo s podjetno osebo (prosojnice so tudi na priloženi zgoščenki). Na steno lahko obesimo tudi plakat, s pomočjo katerega dijaki sproti preverjajo, kako razvijajo svoje podjetniške sposobnosti.

Seveda te spretnosti, obnašanje in lastnosti niso izključna last poslovnih ljudi; večina nas ima nekatere izmed v različnih merah in različnih kombinacijah. Do določene mere smo vsi podjetni! Toda pravi izziv je graditi na tistem, kar že imamo, in to še razširiti. Temu je namenjeno to gradivo.



Osebne podjetniške izkušnje



Da bi se dijaki seznanili s temi idejami, lahko za začetek razmišljajo o svojih spretnostih, obnašanju in lastnostih s sodelovanjem pri vaji »Osebne podjetniške izkušnje«. Izvedemo jo na dva načina:

- 1 Z uporabo učnega lista 1 (najdete ga tudi na priloženi zgoščenki), na katerem je 12 trditev o osebnih podjetniških izkušnjah. Dijaki naj se prosto gibljejo po prostoru in sproščeno sprašujejo drug drugega o preteklih podjetniških izkušnjah ter si o tem zapisujejo opombe v ustrezen stolpec na učnih listih.

Preden začnemo vajo, je koristno, da porabimo kakšnih deset minut, da za vsako izkušnjo posebej navedemo primer in tako pokažemo dijakom, kakšne informacije pričakujemo od njih. Vsak dijak naj poskuša od drugih izvedeti primere za vsako izkušnjo, navedeno na učnem listu.

Učne liste razdelimo med dijake – tako je vaja kratka in živahna, vsak ima priložnost, da prepozna situacije, v katerih se je izkazal za podjetnega. Končamo jo lahko v 15 minutah.

- 2 Enajst trditev o osebnih podjetniških izkušnjah je tudi na priloženi zgoščenki (list si lahko natisnete in razrežete na posamezne trditve). Vsak dijak izbere listič s kupčka in zapiše svojo izkušnjo v ustrezno polje na učnem listu 1. To se lahko ponavlja s tremi ali štirimi listki približno 15 minut.

Ob koncu dejavnosti lahko dijaki predstavijo znotraj skupine zbrane podatke tudi vsem drugim. Posamezni dijaki bodo morda želeli še podrobneje predstaviti svoje podjetniške izkušnje.

- 3 To vajo lahko uporabimo tudi za »prebijanje ledu« v primeru, ko se dijaki med seboj ne poznajo.

To priložnost lahko izrabimo za to, da nekatere stvari poudarimo, npr.:

- Vse izkušnje dijakov so primeri podjetniških spretnosti, obnašanja in osebnih lastnosti.
- Vsi imamo izkušnje s podjetniškim obnašanjem.
- Podjetniško obnašanje ni nujno povezano s poslovnostjo. Podjetni ljudje, na primer, lahko svoje spretnosti, ravnanje in lastnosti uporabljajo v korist lokalne skupnosti, npr. pri ustanavljanju skupine za matere in majhne otroke, nogometne ekipe ali mladinskega kluba. Te ljudi imenujemo družbeni (socialni) podjetneži.
- Seveda se večina podjetnih ljudi odloči uporabiti svoje spretnosti za ustanovitev in vodenje majhnega podjetja. Te ljudi imenujemo podjetniki.
- Podjetništvo ni nič skrivnostnega.



Osebne podjetniške izkušnje



IZKUŠNJA	IME	KRATEK OPIS
Prevzel/-a si vodilno vlogo v kakršni koli skupini.	npr. Matej	Predstavljal svoj razred na dijaškem svetu.
Organiziral/-a si dogodek za prijatelje ali družino.	npr. Ema	Priredila družinsko zabavo za mamin rojstni dan.
Dosegel/-a si nekaj, na kar si bil/-a zelo ponosen/ponosna.		
S trdim delom ti je uspelo doseči nekaj na področju, ki ti ne leži.		
Prodal/-a si izdelek ali idejo.		
Naredil/-a si veliko napako.		
Načrtoval/-a in izpeljal/-a si večji dogodek.		
Imel/-a si (po svojem mnenju) imenitno zamisel.		
Pod pritiskom si moral/-a razporediti čas, da bi nekaj opravil/-a.		
Verjel/-a si vase, ko drugi niso.		
Prevzel/-a si vodilno vlogo v nečem.		

Podjetniški način življenja



Ljudi, ki svoje podjetniške spretnosti, obnašanje in lastnosti uporabljajo za iskanje novih idej in načinov delovanja ter tako spreminjajo stvari, imenujemo podjetneži. Kot rečeno, nekateri svojo podjetnost usmerijo v ustanovitev in vodenje manjšega podjetja – te imenujemo podjetniki.

Podjetniki imajo značilen življenjski slog, zato je pomembno, da se dijaki zavedajo, kako se razlikuje od življenjskega sloga tistih, ki delajo za delodajalca. Glavne razlike so:

- več osebne svobode,
- večji nadzor nad potekom stvari,
- večja odgovornost,
- več priložnosti, da nekaj uresničimo,
- širok obseg nalog,
- nagrajevanje je tesno povezano z osebnim prizadevanjem,
- osebno premoženje je postavljeno na kocko,
- življenje je bolj negotovo,
- odvisnost od širokega kroga ljudi,
- »vedeti kdo« je pomembnejše kot »vedeti kaj«,
- daljši delovni čas,
- prepletenost družabnega, družinskega in poslovnega življenja,
- osebni ugled je bolj odvisen od poslovnih uspehov,
- več učenja v praksi,
- popolna odgovornost za svoje učenje.

vaja: **Podjetniški način življenja**

Oglejmo si primer Anite Roddick, ustanoviteljice svetovno znane verige trgovin Body Shop. Nekdanja osnovnošolska učiteljica je pustila svoj poklic, da bi odprla majhno trgovino trgovino z do narave prijaznimi kozmetičnimi izdelki.

Dijake lahko vprašamo: »Kaj se je v njenem načinu življenja spremenilo, ko je prenehala delati kot učiteljica in se odločila za samozaposlitev?«

Spodbujamo jih, naj v možganski nevihti čim širše razmišljajo in predloge zapišejo na plakat. Če je potrebno, njihov seznam dopolnimo z nekaterimi od zgoraj navedenih točk.

Posvetite nekaj časa razlagi razlik v življenjskem slogu podjetnika od tistega, ki je zaposlen pri delodajalcu. Osvetlite te razlike predvsem s pozitivne strani, saj dijaki velikokrat vidijo le negativno stran npr. daljšega delovnega časa.



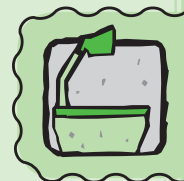
Podjetniški način življenja



- 1 Več osebne svobode** – Lahko svobodneje izbiraš, kje boš delal, koliko ur boš delal, s kom boš sodeloval, kako si boš organiziral dan.
- 2 Večji nadzor nad potekom stvari** – Sam svoj gospodar.
- 3 Večja odgovornost** – Prezeti moraš odgovornost za napake, držati se moraš rokov, odgovoren si za izdelke oz. opravljene storitve in za ljudi, ki jih zaposluješ.
- 4 Več priložnosti, da nekaj uresničimo** – Priložnost imaš, da svoje zamisli preizkusiš v praksi in spremeniš stvari, ki te motijo.
- 5 Širok obseg nalog** – Od sprejemanja naročil, zaposlovanja delavcev, proizvodnje izdelkov ali zagotavljanja storitev, stikov s strankami, dostave ...
- 6 Nagrajevanje je tesno povezano s *tvojim* osebnim prizadevanjem** – Tvoja plača in osebno zadovoljstvo sta odvisna od vloženega truda.
- 7 Osebno premoženje je postavljeno na kocko** – Če ti posel propade, lahko izgubiš hišo, avto in drugo imetje, da bi poravnal svoje dolgove.



Podjetniški način življenja



- 8 **Življenje je bolj negotovo** – Podjetnik se sooča z vrsto stvarmi, na katere zlasti kratkoročno težko vpliva: to so cene goriva, bančni kredit, pomanjkanje zalog, cene surovin, pozno plačevanje računov, tudi neplačilo, novimi zakoni, obrestnimi merami, višjimi minimalnimi plačami, novimi odredbami iz varstva pri delu.
- 9 **Odvisnost od širokega kroga ljudi** – Odvisen si od dobaviteljev, računovodje, bančnega direktorja, strank, konkurence ...
- 10 **»Vedeti kdo« je pomembneje kot »vedeti kaj«** – Vedeti, kdo ti lahko pomaga in olajša življenje, je pomembneje, kot imeti poslovno znanje.
- 11 **Daljši delovni čas** – Lahko se zgodi, da boš na začetku delal več kot 8 ur dnevno, da boš prepričan, da so stvari dokončane in temeljito opravljene.
- 12 **Prepletenost družabnega, družinskega in poslovnega življenja** – Posel postane tvoje življenje in se polasti tvojega družinskega ter družabnega življenja.
- 13 **Osebni ugled je bolj odvisen od poslovnih uspehov** – Občutek lastne vrednosti in mnenje drugih o tebi sta odvisna od tega, kako ti gredo posli.
- 14 **Več učenja v praksi** – Npr. učenje na napakah, s posnemanjem, s preizkušanjem, od drugih.
- 15 **Popolna odgovornost za svoje učenje** – Popolnoma sam odločaš, kaj se boš učil, in učiš se samo tisto, kar moraš vedeti.



Ali lahko postanem podjetnik?

Dijaki bi morali zdaj razumeti nekatere ključne značilnosti življenjskega sloga podjetnikov in so pripravljene razmišljati o tem, ali bi bili zadovoljni s takim načinom življenja. Naslednja dejavnost se osredinja na vprašanje »Ali lahko postanem podjetnik?« in jo lahko izvedemo na papirju (z učnim listom) ali računalniku.

Če boste uporabili računalnik, prosite dijake, da ključne značilnosti podjetnika razvrstijo v tri stolpce: vidiki, ki se jim zdijo prijetni; izzivi, ki se jim zdijo sprejemljivi, in tisti vidiki, ki se jim zdijo nesprejemljivi.

Na enak način izvedemo vajo z učnim listom 2.

Dijaki se morajo zavedati, da je namen te vaje, da spoznajo, ali bi bili lahko podjetniki. Za vajo imajo na voljo 10 minut.

Na tej točki lahko dijakom predstavimo podjetnika ali podjetnico, ki odgovarja na vprašanja, kako se je njegovo/njeno življenje spremenilo s samozaposlitvijo. Dijaki naj skupaj pripravijo vprašanja za razgovor, ki naj temeljijo na 15 točkah na učnem listu z naslovom »Podjetniški način življenja«. Pomagati jim moramo pri izbiri primernih vprašanj. Na primer:

- 1 Imate zdaj, ko ste samozaposleni, več osebne svobode?
- 2 Imate več nadzora nad potekom stvari?
- 3 Imate občutek, da morate vse narediti sami?
- 4 Kako je živeti v večji negotovosti?
- 5 -----
- 6 -----
- 7 -----

Dokončen seznam vprašanj mora biti na voljo podjetniku/podjetnici pred razgovorom, da se lahko pripravi na obisk.

Intervju naj poteka kot razgovor dijakov s podjetnikom/podjetnico in ne le odgovarjanje na zastavljena vprašanja.



Ali lahko postanem podjetnik?



Nagrajevanje odvisno od vloženega truda

Več učenja v praksi

Prepletenost družabnega, družinskega in poslovnega življenja

Več osebne svobode

Bolj negotovo življenje

Več priložnosti, da nekaj uresničimo

Družbeni ugled bolj povezan s poslovnim stanjem

Popolna odgovornost za učenje

Odvisnost od širokega kroga ljudi

Osebno premoženje na kocki

Večji nadzor nad potekom stvari

Večja osebna odgovornost

Daljši delovni čas

Potreba po opravljanju širokega obsega nalog

Pomembno je »vedeti kdo«



Naučimo se podjetnosti

Prav vsi, ne glede na to, ali bi po svojem mnenju mogli postati podjetniki, lahko razvijamo in vadimo določene podjetniške spretnosti, ki bodo vplivale na naše obnašanje in nam pomagale, da postanemo podjetnejši v vsakdanjem življenju.

(S pomočjo prosojnic z naslovom »Podjetniške spretnosti, obnašanje in lastnosti« lahko dijake spomnimo, katere spretnosti so to).

vaja: **Vadimo ustvarjalno reševanje težav**

Za začetek se lahko osredinimo na »ustvarjalnost« in »razmišljanje zunaj ustaljenih okvirov«, tako da dijakom predstavimo privlačno dejavnost. Ena možnost je t. i. preizkus z opeko, pri katerem si dijaki v manjših skupinah izmišljajo čim več možnosti uporabe opeke. Pomembno je, da upoštevamo vse ideje, tudi nemogoče (ali nezakonite), ker se te pogosto razvijejo v najizvirnejše zamisli.

To vajo lahko izpeljemo kot tekmovanje, pri katerem skupine tekmujejo med seboj, kateri se bo utrnilo največ zamisli.

Dijaki naj imajo za iskanje zamisli na voljo pet minut, preden jih predstavijo vsemu razredu. Skupini z največ idejami lahko podelimo majhno nagrado.

Podobne dejavnosti lahko izvedemo v zvezi z naslednjimi predmeti:

- sponko za papir,
- klobčičem vrvice,
- teniško žogico,
- plastično nakupovalno vrečko.

Pri tem lahko poudarite, da tako družbeni (socialni) podjetneži kot podjetniki »razmišljajo zunaj ustaljenih okvirov«, da bi našli ustvarjalne rešitve, zato se podjetniško reševanje težav razlikuje od običajnega reševanja težav, ki je vsakdanja spretnost.

Ljudje, ki se težav lotevajo ustvarjalno, ne iščejo le mogočih rešitev, ampak pretehtajo tudi tiste, ki se na prvi pogled zdijo nemogoče; tako pogosto pridejo na dan z nenavadnimi, izvirnimi rešitvami, ki se vseeno izkažejo kot izvedljive in zelo učinkovite, ter lahko nudijo poslovne priložnosti.

Naučimo se podjetnosti



Iskanje ustvarjalnih rešitev

Inovativne rešitve so pogosto dosežek odprtih in živahnih možganskih neviht, pri katerih spodbujamo tudi na videz neobičajne ali celo nore zamisli in nihče na začetku ne presoja njihove primernosti ali veljavnosti – vse zamisli so sprejemljive.

Ko temeljito premislimo vse začetne zamisli iz možganske nevihte, se nekatere izkažejo kot izvedljivi načrti, ki jih nato lahko začnemo sporazumno uresničevati. Nekatere izmed teh zamisli so lahko iz skupine neobičajnih in nenavadnih.

Če pretehtamo različne in raznolike zamisli, zelo povečamo možnost, da najdemo ustvarjalno rešitev.

Dijaki lahko najprej vadijo to spretnost v povezavi z družbeno problematiko. Prvi primer je opisan spodaj.

vaja: **Osamljenost in izolacija starostnikov**

Starejši ljudje, ki živijo v hladnejših podnebjih, lahko postanejo osamljeni, saj v hladnem vremenu ne hodijo ven. Na območjih s toplim podnebjem, npr. na jugu Španije, starostniki več časa preživijo zunaj in imajo več priložnosti za stike z drugimi.

Kako lahko to težavo rešimo ustvarjalno? Rešitev bi bila lahko:

- 1 Pozimi preseliti vse starostnike iz hladnejših dežel v Španijo.
- 2 »Prinesti sonce« starostnikom in jim dati možnost druženja.

To sta primera ustvarjalnih rešitev, ki predlagata nekaj novega in neobičajnega in ki bi se lahko razvila v resni poslovni priložnosti. Na primer:

- Specializirana potovalna agencija, ki ponuja podaljšane počitnice na soncu.
- Družabni klub s solarijem.



Naučimo se podjetnosti

Na podoben način lahko dijaki predlagajo **ustvarjalne** rešitve v naslednjih primerih:

- 1 Grafiti v mestnih središčih.
- 2 Pomanjkanje mladinskih klubov in različnih oblik dobre zabave za mlade.
- 3 Pomanjkanje javnega prevoza v podeželskih območjih.

Ne pozabite, da je namen te dejavnosti, da se dijaki tudi zabavajo, ko si izmišljujejo nove in neobičajne rešitve.

Iskanje ustvarjalnih rešitev za težave ljudi

Bistvo podjetništva v praksi je reševanje težav drugih ljudi. Misel, »ko sem na železniški postaji in me zebe in sem lačen, nikoli ne morem najti tople pijače ali prigrizka«, pripelje do odpiranja prodajnih avtomatov, manjših kavarn in restavracij.

Ne pozabite, da podjetneži iščejo ustvarjalne rešitve težav!

Zdaj lahko izpeljete vajo, pri kateri dijaki iščejo ustvarjalne rešitve v zvezi z naslednjimi situacijami. Razred lahko razdelite v štiri skupine, vsaka izbere eno situacijo. Spodbujamo jih, da upoštevajo zgoraj navedene smernice za iskanje ustvarjalnih rešitev, preden drugim razložijo svoje rešitve.

vaja: **Ustvarjalne rešitve**

Pri tej vaji navedite nekaj primerov, s katerimi boste ponazorili, kaj gre lahko narobe v spodnjih primerih, in tako nakažite pot, kateri bodo sledili dijaki.

Dijaki lahko razmišljajo o primerih težav, s katerimi so se srečali, na primer pri:

- preživljanju večera v diskoteki,
- pomanjkanju mladinskih klubov in različnih oblik dobre zabave za mlade,
- izletu v BTC,
- potovanju na počitnice v Španijo s turistično agencijo.

Dijaki naj naštejejo čim večje število težav, preden začnejo iskati **ustvarjalne** rešitve. Poskusite jih pripraviti, da končajo v 15 minutah. Za zapisovanje svojih rešitev imajo na voljo učni list v delovnem gradivu za dijake.



Iskanje ustvarjalnih rešitev



TEŽAVE PRI	REŠITVE
preživljanju večera v diskoteki	
iskanju zabave v domačem kraju	
izletu v BTC	
potovanju na po- čitnice v Španijo s turistično agencijo	



Vadimo hitro odzivanje

Kaj natanko vključuje ta spretnost?

Sposobnost hitrega odzivanja je odločilnega pomena za podjetneže, ki pogosto občutijo potrebo po hitrem odzivanju v hitro spreminjajočih se razmerah. Naslednje dejavnosti omogočajo dijakom, da resnično spoznajo, kaj vključuje ta spretnost.

Za začetek lahko uporabite prosojnico »Hitro odzivanje«, s pomočjo katere prikažete, da ta spretnost pomeni, da je potrebno hitro:

- preceniti razmere,
- odzvati se,
- opazovati,
- prepoznati vzdušje in biti občutljiv za okoliščine,
- prepoznati, kaj je pomembno in kaj ne,
- ustrezno ukrepati.

Te odlike ljudje v glavnem uporabljajo, ko se nepričakovano znajdejo v precepu, ki od njih zahteva hitro odločanje in ukrepanje.

vaja: **Kaj boste storili?**

Da bi dijaki povsem razumeli, katere spretnosti so potrebne, delajo v parih, vsak par posebej dobi eno izmed naslednjih situacij. Par ima na voljo samo dve minuti, da pripravi svoj odgovor na vprašanje »Kaj boste storili?« Nato lahko vprašamo še druge, kaj bi v enakem položaju storili sami.



Vadimo
hitro odzivanje



Hitro odzivanje pomeni, da hitro:

OCENIMO RAZMERE

SE ODZOVEMO

OPAZUJEMO

PREPOZNAMO VZDUŠJE
IN SMO OBČUTLJIVI ZA OKOLIŠČINE

PREPOZNAMO, KAJ JE POMEMBNO
IN KAJ NI

USTREZNO UKREPAMO



Vadimo hitro odzivanje



Prva situacija

- S prijateljem sta na kolesarskih počitnicah na Notranjskem in se izgubita. Mrači se in od najbližje hiše sta oddaljena precej kilometrov. Kaj storiš?

Druga situacija

- Prijateljem si se hvalil/-a, da greš v kino s dekletom/fantom, ki je vsem všeč, vendar te je pustil/-a na cedilu. Veš, da te prijatelji opazujejo. Kaj storiš?

Tretja situacija

- Starši so ti dovolili, da greš v mesto, a pod pogojem, da se vrneš z zadnjim avtobusom. Avtobusa ni od nikoder. Kaj storiš?

Četrta situacija

- Dve uri pred poletom se želiš prijaviti na letališču in ugotoviš, da si potni list pozabil/-a doma. Kaj storiš?

Peta situacija

- Na dan, ko imaš pomemben izpit, preslišiš budilko in zamudiš šolski avtobus. Nimaš dovolj časa, da bi pred začetkom izpita prispel/-a v šolo. Kaj storiš?

Šesta situacija

- Ležiš na bolnišničnem oddelku in vidiš, kako si bolnik na sosednji postelji izvleče infuzijo, vstane in zapusti oddelek, da bi odšel domov. Kaj storiš?

Sedma situacija

- Na zabavi svojega prijatelja si zadolžen/-a za nakup pijače. Dostavlja vec pijač, ki je pripeljal naročeno, je ravnokar odšel, vendar je pozabil pripeljati pomarančni sok. Zabava naj bi se začela v manj kot eni uri. Kaj storiš?

Osma situacija

- Si lastnik/lastnica majhnega, a uspešnega tekstilnega podjetja, ki si je pridobilo naročilo, da izdela drese za klub NK Hit Gorica. Ker je to priložnost za promocijo, si povabil/-a televizijske kamere, lokalne veljake in najboljšega igralca, ki je privolil, da v imenu kluba ob dveh popoldne sprejme dres. Ko ob osmih zjutraj prideš na delo, vidiš, da je bil dres izdelan v barvah kluba NK Primorje. Kaj storiš?

Pomen dobrih sporazumevalnih spretnosti



Jasno in učinkovito sporazumevanje je bistvena sestavina podjetniškega vedenja in dijaki jo lahko vadijo v nizu različnih situacij, toda za uvod bi jim morda želeli prebrati naslednjo anekdoto.

Dajanje jasnih podatkov

To je resničen radijski pogovor, ki se je odvijal med letalonosilko ameriške mornarice (USS Abraham Lincoln) in kanadskimi organi ob obali Nove Fundlandije oktobra 1995.

Kanadčani: »Prosimo, spremenite smer 15 stopinj južno, da preprečite trčenje.«

Američani: »Priporočam, da vi spremenite svojo smer 15 stopinj severno, da preprečite trčenje.«

Kanadčani: »Zavrnjeno. Vi morate spremeniti svojo smer 15 stopinj južno, da preprečite trčenje.«

Američani: »Govori kapitan ameriške bojne ladje. Ponavljam, spremenite *SVOJO* smer.«

Kanadčani: »Ne. Ponavljam, vi spremenite svojo smer.«

Američani: »Tu letalonosilka ameriške mornarice, USS Lincoln, druga največja ladja v atlantski floti. Spremljajo nas trije rušilci, tri križarke in številna spremljevalna plovila. Zahtevam, da spremenite svojo smer 15 stopinj severno ... ponavljam ... *PETNAJST* stopinj severno ... sicer bomo izvedli protiukrepe, da ladji zagotovimo varnost.

Kanadčani: »Tu svetilnik. Poteza je vaša, Lincoln.«

Ta anekdota prikazuje, kako pomembno je, da damo že na začetku popolne in jasne podatke!



Pomen dobrih sporazumevalnih spretnosti

Dajanje jasnih navodil

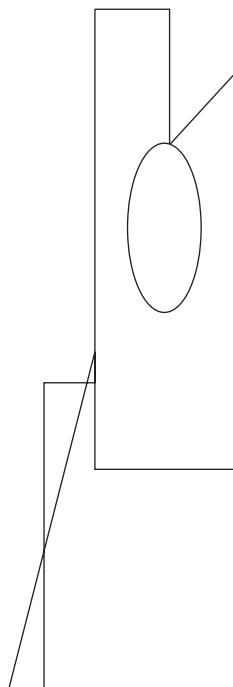
Pomembno je, da dobijo dijaki priložnost, da spoznajo pomen sporazumevalnih spretnosti in da vadijo jasno sporočanje podatkov ter idej. Ta spretnost je v jedru učinkovitega vzpostavljanja mreže, ki podpira življenje podjetnežev.

Da bi dijakom pokazali pomen jasnih navodil pri sporočanju, naj sodelujejo v naslednji vaji, ki jim bo pomagala razumeti, kaj omogoča dobro sporazumevanje in kaj ga ovira. Poudarimo, da bodo morali zelo pozorno poslušati, da se bodo lahko ravnali po navodilih.

vaja: Spretnosti sporazumevanja

Potrebovali bodo dva lista z geometrijskimi liki, ki jih najdemo na naslednji strani (pa tudi na priloženi zgoščenki). Prav tako bodo potrebovali prazne liste, na katere bodo risali.

Dijak/dijakinja stoji s hrbtom obrnjen/-a proti razredu z enim izmed geometrijskih likov na listu. Posreduje naj jasna navodila drugim dijakom, ki poskušajo narisati enak lik na svoje liste. Med dijakom/dijakinjo, ki posreduje navodila, in preostalimi ne sme biti nobene druge komunikacije. Ko vsi končajo, naj s pomočjo prvotne risbe preverijo natančnost svojih izdelkov.



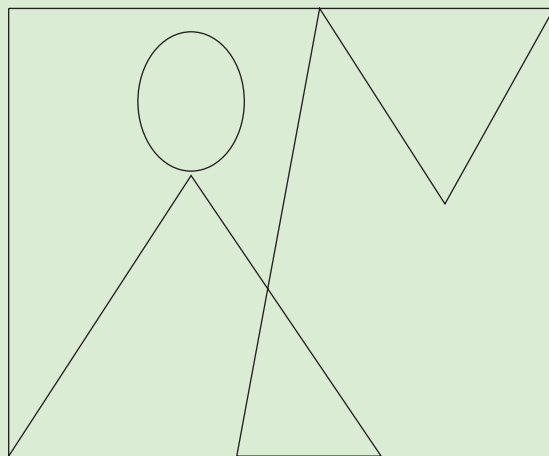
Ves razred naj zdaj oceni, kako učinkovita so bila navodila, ki so jih dobili. Vprašate jih lahko naslednje:

- »Ste besede lahko razločno slišali?«
- »So bila navodila podana prehitro ali prepočasi?«
- »Ste popolnoma razumeli besede, ki jih je uporabil/-a?«
- »So bila navodila dana v jasnem in logičnem zaporedju?«
- »Kaj je bilo tisto, kar je oteževalo risanje?«

Pomen dobrih sporazumevalnih spretnosti



Zdaj je treba vajo ponoviti, le da je tokrat dijak/dijakinja, ki daje navodila, obrnjen/-a k razredu in odgovarja na vsa vprašanja, ki mu/ji jih drugi postavljajo.



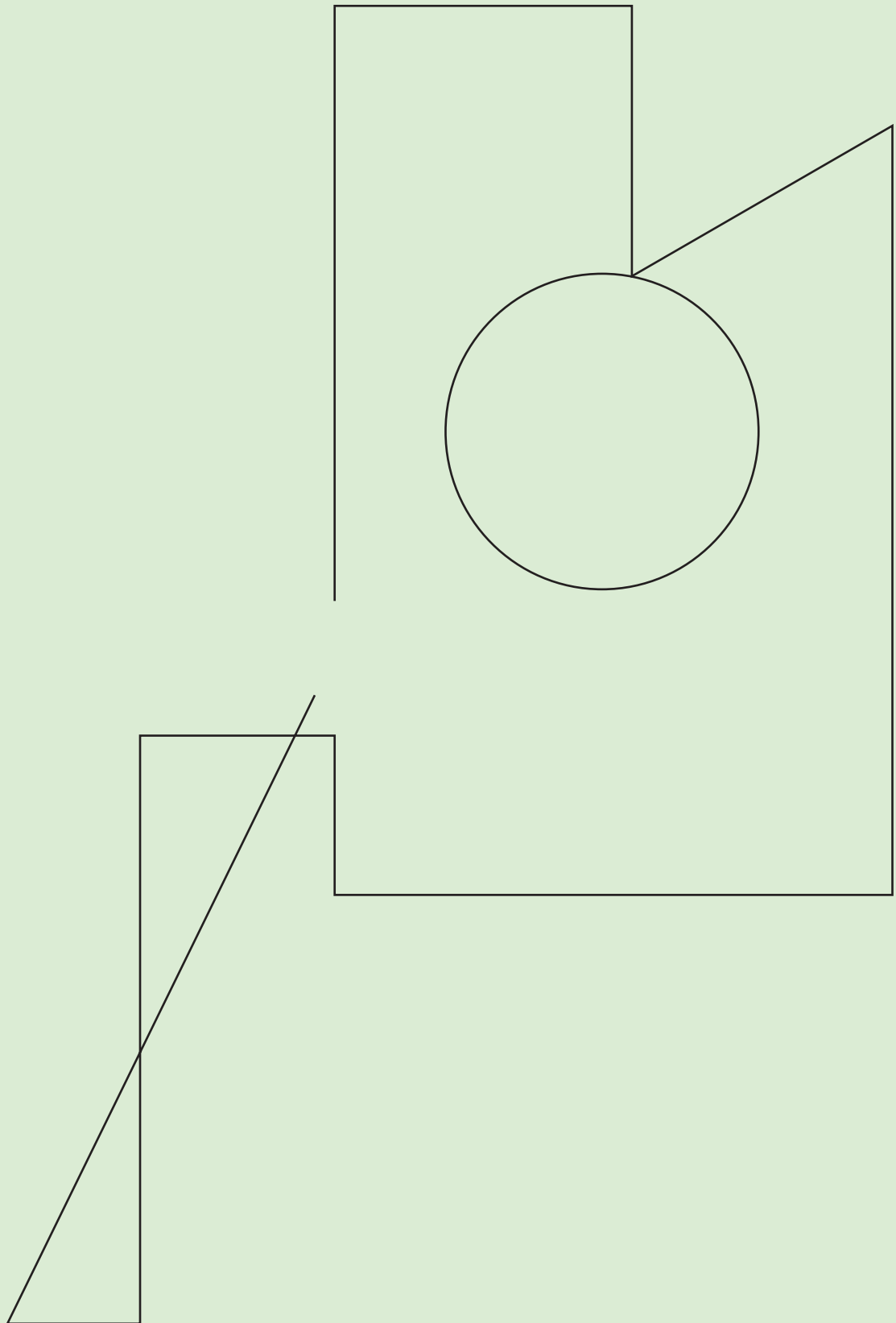
Drugi dijaki seveda ne vidijo lika, ki ga opisuje. Ko vsi končajo, spet preverijo natančnost svojih risb ob prvotni.

Postavite jim enaka vprašanja in primerjajte izkušnji. Dijaki bodo verjetno spoznali, da je bilo lažje slediti navodilom, ko so lahko videli človeka, ki jim jih je dal, in ko so lahko postavljali vprašanja. Da se prepričate, da so dijaki popolnoma razumeli umetnost jasnega sporazumevanja, naj se razporedijo v skupine po tri in na plakat naštejejo, kateri so elementi tehnik dobrega sporazumevanja. Plakate nato razstavite na steni, da jih bodo pozneje dopolnili.

Te dejavnosti naj bi omogočile dijakom bolje razumeti, kako pomembno je, da pri sporazumevanju z drugimi dajemo jasna navodila in pozorno poslušamo. Toda bistvo dobrega sporazumevanja vključuje veliko več, še posebej, če poteka v položaju iz oči v oči. To lahko pokažete z naslednjo vajo.

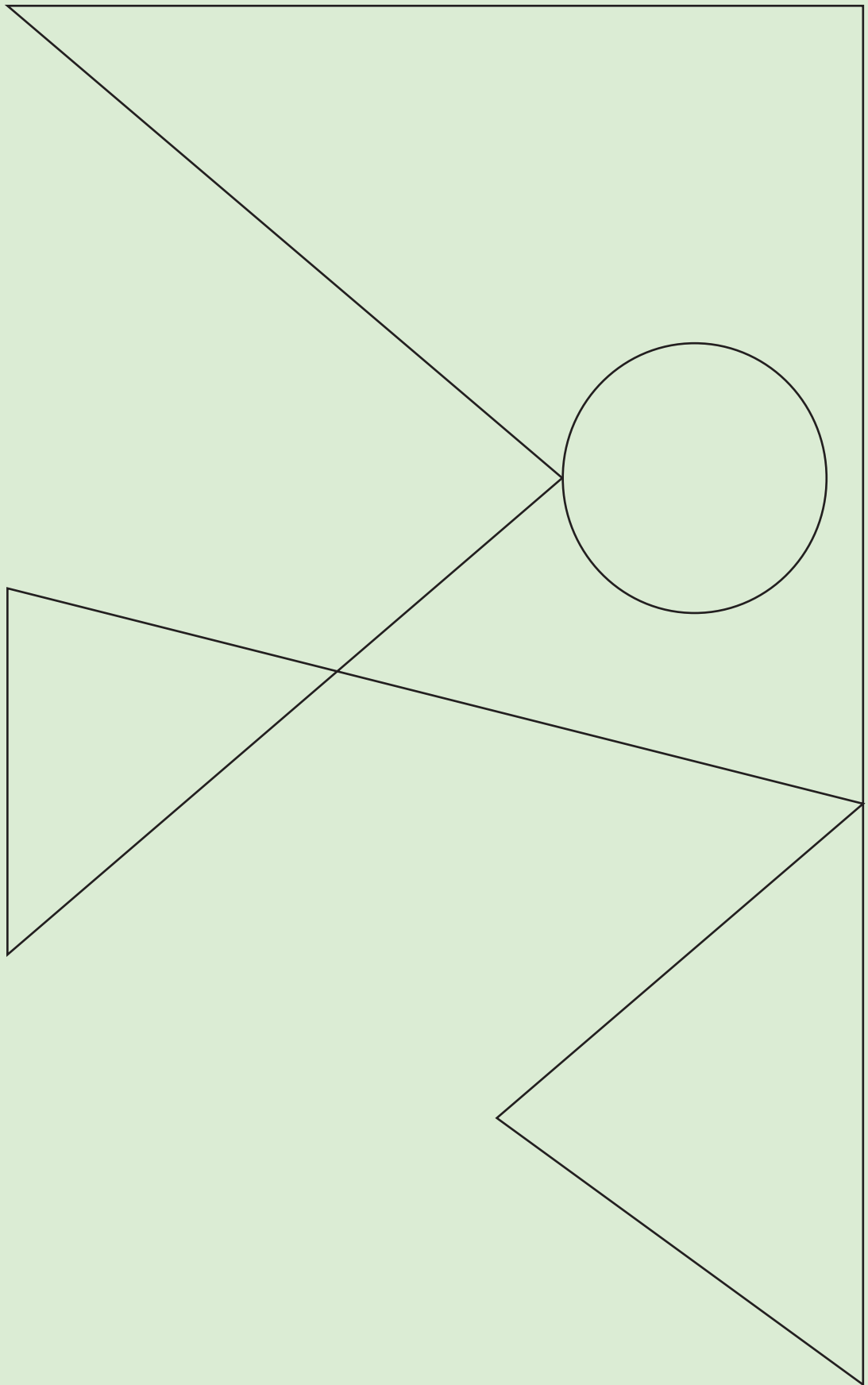


Pomen dobrih sporazumevalnih spretnosti





Pomen dobrih sporazumevalnih spretnosti



Pomen dobrih sporazumevalnih spretnosti

vaja: **Sporazumevanje iz oči v oči**

Dijaki v dvojicah sedijo obrnjeni drug proti drugemu in dve ali tri minute klepetajo o načrtih za prihajajoči konec tedna. Potem obrnejo svoje stole, tako da so s hrbtom obrnjeni drug proti drugemu, in nadaljujejo pogovor, ne da bi se gledali.

Če je skupina, s katero delate, zadržana, bodite pripravljeni pokazati to vajo s kolegom ali prostovoljcem (bolj odprtim dijakom) iz skupine.



Verjetno boste opazili, da so se nekateri pari popolnoma prenehali pogovarjati, nekateri dijaki bodo morda začeli kričati drug na drugega, nekateri pa bodo popolnoma zmedeni, ker ne bodo videli oči in obraza sogovornika. V skupni razpravi nato spodbudimo dijake, da povedo, kako so se počutili v posameznem položaju. Lahko se ponovno združijo v skupine po tri in ugotovijo dodatne elemente dobrega sporazumevanja ter jih dodajo seznamom na plakatih. Razumeti morajo,

- da očesni stik olajša sporazumevanje,
- da ljudje prepoznajo izraze na obrazu drugega in se ustrezno odzovejo,
- da je telesna govorica človeka pomembna,
- da lahko svoje občutke in čustva sporočamo drugim z izrazom na obrazu.



Prepoznavanje čustev

vaja: **Prepoznavanje čustev**

Naslednja vaja je zamišljena tako, da pomaga dijakom, da postanejo bolj pozorni na to, kaj se dogaja v različnih situacijah. Ogledali si bodo nekaj slik obrazov z izrazito mimiko in skušali prepoznati čustva, ki prevevajo ljudi na slikah. Učitelj lahko poišče nekaj filmskih odlomkov in/ali slik obrazov (iz revij, časopisov, medmrežja ...), ki izražajo lažje razpoznavna čustva, in le-te prikaže dijakom. Dijaki ugibajo, katera čustva izražajo ljudje na slikah.

Izhajajoč iz tega, bodo imeli v dejavnosti, ki bo sledila, priložnost odigrati različna čustva, kar jim bo pomagalo razvijati zmožnost vživljanja v čustva drugega pri sporazumevanju.

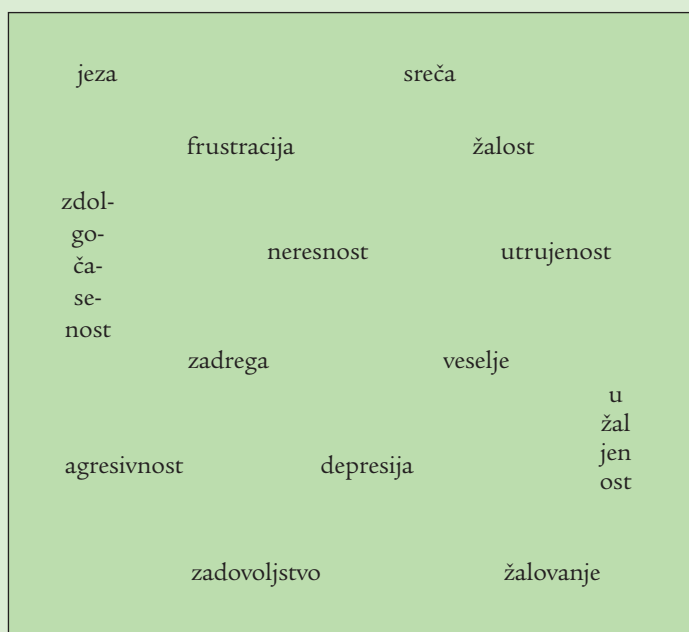
Primeri čustev:

Žalost, veselje, obup, vznesenost, zaskrbljenost, ponos, brezbržnost, zadovoljstvo, olajšanje, spoštovanje, strast, sram, zmedenost, navdušenje, zadrega, strah, vznemirjenje ...



Prepoznavanje čustev

S pomočjo te vaje dijaki vadijo raznolika čustvena stanja, tako da jih odigrajo. Na priloženi zgoščenki je seznam čustev, ki ga lahko mentor natisne in razreže na lističe.



vaja: **Upodabljanje čustev**

Vsak dijak dobi listič, na katerem je zapisano čustvo (drugi zapisa ne vidijo), in brez besed, samo z ustreznimi izrazi na obrazu in gibi, prikaže čustvo oz. odnos, označen na njem. Drugi dijaki poskušajo ugotoviti, kaj upodablja.

Če imate zelo zadržano skupino dijakov, boste morali porabiti nekaj časa za to, da jim sami prikažete, za kaj gre pri pantomimi. Potem povprašajte po prostovoljcih, ki bi izvedli to vajo in tako spodbudili druge, da se pridružijo. Druga možnost je, da prosite vse dijake, da se vam pridružijo pri prikazovanju istega čustva.

Po končani vaji poudarite naslednje:

- ko se sporazumevamo, moramo prilagajati svoj odziv glede na sogo-
vornikovo čustveno stanje oz. vedenje;
- dijaki se morajo zavedati, da so lahko pokazatelji čustvenega stanja oz.
vedenja manj opazni kot pri pantomimi;
- pomembno je, da se pri sporazumevanju postavite v kožo drugih (da se
vživite v njihova čustva), saj se lahko tako ustrezno odzovete;
- na podoben način bodo drugi "prebrali" izraze na obrazu in govornico
telesa ter tako začutili vaše čustveno stanje oz. odnos;
- pomembno je, da dajemo prijeten in pozitiven vtis.

Sporazumevanje po telefonu



Ko govorimo po telefonu, sogovornik ne more videti našega izraza na obrazu in govornice telesa, zato je pomembno, da prijeten in pozitiven vtis naredimo s pomočjo barve glasu in z uporabo ustreznih besed.

Dijakom moramo zato omogočiti, da vadijo sporazumevanje po telefonu z delom v dvojicah.

V nadaljevanju so našteje različne situacije, ki jih lahko uporabimo.

vaja: **Sporazumevanje po telefonu**

Dijaki naj v dvojicah odigrajo enega izmed naslednjih prizorov. Predtem naj temeljito pripravijo dialog in tako v naprej predvidijo, katera vprašanja bodo morda postavljena. Vsak izmed njih lahko opravi pripravljeni pogovor z enim izmed uslužbencev šole po internem telefonu. Naročanje pice, na primer, lahko vključuje:

- izbiranje velikosti,
- izbiranje vrste,
- izbiranje dodatkov,
- spraševanje o ceni,
- spraševanje o času dostave,
- dajanje naslova.

Situacije (glej prosojnico na naslednji strani)

- naročanje pice v bližnji piceriji,
- naročanje taksija,
- rezervacija vstopnic za koncert popglasbe,
- kupovanje vstopnice za nogometno tekmo,
- spraševanje po ceni vožnje z gokartom in prostem terminu,
- rezervacija diskoteke za šolsko prednovoletno zabavo,
- poizvedovanje o oglasu za delo ob sobotah,
- kupovanje vstopnic za adrenalinski šport ali
- dogovarjanje za zmenek s dekletom/fantom.



Sporazumevanje po telefonu



»Kaj pripomore k dobremu telefonskemu pogovoru«

Situacije

- 1 Naročanje pice v bližnji piceriji.
- 2 Naročanje taksija.
- 3 Rezervacija vstopnic za koncert popglasbe.
- 4 Kupovanje vstopnice za nogometno tekmo.
- 5 Spraševanje po ceni vožnje z gokartom in prostem terminu.
- 6 Rezervacija diskoteke za šolsko božično zabavo.
- 7 Poizvedovanje o oglasu za delo ob sobotah.
- 8 Nakupovanje vstopnic za adrenalinski šport.
- 9 Dogovarjanje za zmenek.
- 10 Drugo.

Sporazumevanje po telefonu



Prepričevanje/pogajanje

Čeprav to spretnost pogosto uporabljamo v vsakdanjem življenju, je še posebej pomembna za podjetnike v procesu od lansiranja ideje do zagotovitve finančnih sredstev, utrditve baze odjemalcev in povezave s široko mrežo ljudi.

Umetnost prepričevanja je v sposobnosti, da:

- odločno in navdušeno predstavimo svojo zamisel;
- skrajno povečamo koristi in zmanjšamo pomanjkljivosti;
- zagotovimo drugemu, da bo deležen določenih koristi od tega, kar predlagamo;
- se postavimo v kožo drugega, da bi lahko predvideli morebitne pomisleke ali strahove, ki bi jih morda imel;
- predvidimo težave in jih premagamo na pozitiven način ter da
- verjamemo v to, kar govorimo.

Prepričevanje torej pomeni, da skušamo nekoga prepovoriti, da bi sprejel naše mnenje.

Pogajanje pogosto zahteva, da:

- a napišemo kratek predlog – tj. KAJ natanko predlagamo;
- b na kratkem sestanku predstavimo svoj predlog – tj. PREDSTAVITEV in pojasnjevanje predloga;
- c predvidimo ovire zaradi drugačnega mnenja drugega in vnaprej razmislimo, kako bi jih lahko premagali;
- d vnaprej razmislimo o kompromisih, ki so mogoči.

Pogajanje torej vodi k sklenitvi dogovora.

Te točke najdemo tudi na prosojnici z naslovom »Prepričevanje/pogajanje« na naslednji strani pa tudi na priloženi zgoščenki.



Prepričevanje in pogajanje

Umetnost prepričevanja je v sposobnosti, da:

- odločno in navdušeno predstavimo svojo zamisel;
- skrajno povečamo koristi in zmanjšamo pomanjkljivosti;
- vključimo drugega v koristi tega, kar predlagamo;
- se postavimo v kožo drugega, da bi lahko predvideli morebitne pomisleke ali strahove, ki bi jih morda imel;
- predvidimo težave in jih premagamo na pozitiven način;
- verjamemo v to, kar govorimo.

Prepričevanje torej pomeni, da skušamo nekoga prepričati, da bi sprejel naše mnenje.

Pogajanje pogosto zahteva, da:

- a napišemo kratek predlog – tj. KAJ natanko predlagamo;
- b na kratkem sestanku predstavimo svoj predlog – tj. PREDSTAVITEV in pojasnjevanje predloga;
- c predvidimo ovire zaradi drugačnega mnenja drugega in vnaprej razmislimo, kako bi jih lahko premagali;
- d vnaprej razmislimo o kompromisih, ki so mogoči.

Pogajanje torej vodi k sklenitvi dogovora.

Prepričevanje in pogajanje



vaja: **Vadimo prepričevanje in pogajanje**

Zelo priporočljivo je, da sledečo vajo skupaj z dijaki skrbno načrtujete (15 – 20 minut) in da upoštevate sposobnosti, ki jih najdete na prosojnici na prejšnji strani.

Mogoče bo potrebno, da igro vlog prikažete s kolegom ali prostovoljcem (dijakom) iz skupine. To se lahko tudi posname s kamero in tako še dodatno spodbudi dijake k aktivnosti.

Zdaj lahko dijaki s pomočjo igre vlog vadijo spretnosti prepričevanja in pogajanja. Uporabimo liste (natisnite list z naslovom »Igre vlog prepričevanja in pogajanja«, ki je na priloženi zgoščenki), ki jih razdelimo med dijake. Dijaki v skupinah po štiri načrtujejo in prikažejo svojo igro.

Vsak dijak v skupini izbere, kateri prizor naj skupina odigra. Tako lahko vsak vadi prepričevanje drugih, da bi sprejeli njegovo/njeno mnenje.

- Prepričevanje prijateljev, naj sprejmejo tvojo idejo, kam na počitnice.
- Prepričevanje učitelja, naj ti da boljšo oceno (da spremeni datum napovedanega preverjanja znanja ...).
- Prepričevanje očeta/matere/brata/sestre, naj ti posodi 70 EUR za nove športne copate.
- Prepričevanje staršev, naj ti dovolijo tetovirati se.

V dvojicah lahko vadijo pogajanje o kompromisih, ki pripeljejo do dogovora. Vsak par naj odigra naslednje tri prizore:

- Pogajanje z delodajalcem, pri katerem delaš preko študentskega servisa, za višjo plačo.
- Pogajanje z ravnateljem šole, da bi dvakrat na trimeser (polletje) priredili šolski ples.
- Pogajanje z enim izmed staršev ali s skrbnikom, naj ti dovoli, da pri tebi en teden biva prijatelj.

Igre vlog lahko snemamo in dijake spodbujamo, naj dajejo pozitivne pripombe, pri čemer naj upoštevajo govorico telesa, barvo glasu, izraze na obrazu in izbor besed.

Prepričevanje in pogajanje

vaja: **V skupinah po štiri načrtujte in prikažite naslednje igre vlog:**

- Prepričevanje prijateljev, naj sprejmejo tvojo idejo, kam na počitnice.
- Prepričevanje učitelja, naj ti da boljšo oceno (da spremeni datum napovedanega preverjanja znanja...).
- Prepričevanje očeta/matere/brata/sestre, naj ti posodi 70 EUR za nove športne copate.
- Prepričevanje staršev, naj ti dovolijo tetovirati se.
- ...

Prepričevanje in pogajanje



Spretnosti prodajanja

Poleg tega, da so spretni v pogajanju in prepričevanju, so podjetniki večinoma vešči tudi »prodajanja«. Svoje poslovne zamisli morajo prodati banki, strankam morajo prodati storitve, ki jih ponujajo, ali izdelke in pri tem »prodajajo« tudi sebe.

Ko podjetniki prodajajo svoje izdelke ali storitve, morajo predvsem dognati, ZAKAJ ljudje kupujejo, ne toliko, KAJ kupujejo. Dober način, kako ugotoviti, ZAKAJ ljudje kupujejo določene stvari je, da naredimo seznam »koristi«, ki jih iščejo.

Da bi dijaki to razumeli, lahko izpeljemo možgansko nevihto s celotnim razredom in njihove zamisli zapišemo na plakat ali tablo.

»Zakaj ljudje kupujejo počitnice v Španiji?« Katere KORISTI pričakujejo?

Nekaj mogočih odgovorov:

- sonce,
- peščene plaže,
- pokrajino,
- poceni pijačo,
- nočno življenje,
- vzdušje,
- ljubezenske doživljaje,
- zabavo,
- vodne športe ali
- zagorelo polt.

Na enak način lahko z učenci izvedemo naslednjo vajo.

»Zakaj ljudje kupujejo avtomobile?« Katere KORISTI pričakujejo?

Nekaj možnih odgovorov:

- uporabnost,
- hitrost,
- udobje ali
- izgled/ugled.

Za dodatno vajo lahko dijake seznanimo z igro »KORISTI NAKUPA«, ki jo najdete na priloženi zgoščenki. (Natisnite list »KORISTI NAKUPA« in ga razrežite na lističe s predmeti za prodajo).

Dijaki delajo v manjših skupinah, vsaka skupina izbere tri ali štiri lističe, ki nakazujejo predmete za prodajo. To so: vijolična barva za lase, tatuiji, nosni nakit, vodica po britju, deodorant, parfum, škatla čokoladnih bombonov, zgoščenke s popevkami, peresnica, dišeča sveča, računalniška igra, poster nogometaša.

V skupini dijaki poskušajo odgovoriti na vprašanji:

- Zakaj ljudje kupujejo predmete, navedene na lističu?
- Katere koristi pričakujejo?



Prepričevanje in pogajanje

Koristi nakupa

vijolična barva za lase



tatuji



nosni nakit



vodica po britju



deodorant



parfum



škatla čokoladnih bombonov



zgoščenka



peresnica



poster nogometaša

računalniška igra

dišeča sveča

Prepričevanje in pogajanje



Dijaki morajo ugotoviti, katere koristi pričakujejo kupci, ko se odločijo za nakup, in jih zapisati na plakat, tako da so vsem na ogled.

Pozneje se razred ponovno združi in skupine po vrsti poročajo o dosežkih možganskih neviht. Vztrajati morate, da natančno opredelijo koristi, npr. status, samopodoba, strah pred izločenostjo, »ta stvar pove, kakšen človek sem«.

Drugi dijaki lahko dajejo pripombe. Predloge razstavimo po učilnici.

Kdor ve, zakaj ljudje kupujejo stvari, ima prednost, saj ve, kaj naj jim prodaja.

Da bi dijaki lažje prepoznali značilne spretnosti, ki jih zahteva prodajanje, jim lahko omogočimo, da si ogledajo filmski odlomek, ki te spretnosti prikazuje na zabaven način. Ena izmed možnosti je prizor iz serije »Samo bedaki in konji«, v katerem Del Roy prodaja predmete iz kovčka na ulični tržnici.

Da ne bi dijaki gledali odlomka le za zabavo, jim ga zavrtimo dvakrat. Drugič naj učenci kritično ugotavljajo, katere spretnosti prodajanja so prikazane. Pri tem lahko uporabite naslednja vprašanja, da bodo razumeli, na kaj naj bodo pozorni. Vprašanja dijakom predstavite na prosojnici (ki je na naslednji strani pa tudi na priloženi zgoščenki).

Bistvenega pomena je, da dijaki vedo, kaj naj iščejo v odlomku.

SPRETNOSTI PRODAJANJA – PROSOJNICA

- 1 Ali prodajalec izve od stranke, kaj ta išče in zakaj?
- 2 Kakšni so znaki, da je prodajalec vnaprej skrbno načrtoval, kako bo poudaril dobre strani predmeta, ki ga prodaja?
- 3 Ali se skuša izogniti pomanjkljivostim predmeta?
- 4 Ali prodajalec poudari koristi predmeta glede na to, kar stranka išče?
- 5 Ali mora prodajalec skleniti kompromis ali dobi natanko tisto, kar želi?

OPOMBA: Prosim, da razpravljate, kaj pomeni kompromis.

Če dijake razdelimo v manjše skupine, se lahko vsaka skupina še posebej posveti enemu izmed vprašanj in si zapiše z njim povezane primere, kot so prikazani v odlomku. Svoje pripombe zapišejo na pet učnih listov z naslovom »Spretnosti prodajanja« iz delovnega zvezka. Na koncu vsaka skupina predstavi svoje odgovore vsemu razredu.

Nato naj bi bil razred pripravljen, da izreče mnenje, ali odlomek prikazuje dobre spretnosti prodajanja ali ne.



Spretnosti prodajanja

- 1 Ali prodajalec izve od stranke, kaj ta išče in zakaj?
- 2 Kakšni so znaki, da je prodajalec vnaprej skrbno načrtoval, kako bo poudaril dobre strani predmeta, ki ga prodaja?
- 3 Ali se skuša izogniti pomanjkljivostim predmeta?
- 4 Ali prodajalec poudari koristi predmeta glede na to, kar stranka išče?
- 5 Ali mora prodajalec skleniti kompromis ali dobi natančno tisto, kar želi?



Spretnosti prodajanja

- 1 Ali prodajalec izve od stranke, kaj ta išče in zakaj?



Spretnosti prodajanja

- 2 Kakšni so znaki, da je prodajalec vnaprej skrbno načrtoval, kako bo poudaril dobre strani predmeta, ki ga prodaja?



Spretnosti prodajanja

- 3 Ali se skuša izogniti pomanjkljivostim predmeta?



Spretnosti prodajanja

- 4 Ali prodajalec poudari koristi predmeta glede na to, kar stran-
ka išče?



Spretnosti prodajanja

- 5 Ali mora prodajalec skleniti kompromis ali dobi natanko tisto, kar želi?



Spretnosti prodajanja

Vadimo spretnosti prodajanja

V naslednji igri vlog bodo dijaki dobili priložnost vaditi nekatere spretnosti prodajanja, ki so jih do zdaj opazovali. Da bi pomagali dijakom, ki v igrah vlog niso samozavestni, lahko vsemu razredu »prodate« predmet in pri tem uporabite nekatere izmed prej omenjenih spretnosti.

Dijaki delajo posamezno, vsak si izbere predmet, ki ga bo prodajal. Za načrtovanje strategije prodajanja naj porabijo kakšnih deset minut in pri tem upoštevajo pet točk, o katerih so razmišljali med ogledom odlomka. Še posebej naj bodo pozorni na koristi prodaje. Vsak dijak naj dobi priložnost, da proda svoj predmet nekomu drugemu. Prostovoljci lahko prodajo svoj predmet celotnemu razredu.

Če imate v razredu več samozavestnih dijakov, jih med vajo lahko posnamete in z razredom razpravljate o tem, katere spretnosti so prikazali.

Predmeti za prodajo

Zgoščenka z računalniškimi programi, knjiga Da Vincijsva šifra, mobilni telefon, video, DVD s filmom Angleški pacient, majica, par telovadnih copat, vstopnica za nogometno tekmo, komplet za nego nohtov

Premišljeno tveganje



Premišljeno tveganje

Premišljeno tveganje je tisto tveganje, pri katerem do neke mere poznamo mogoče izide, čeprav ne moremo nikoli povsem predvideti njihovega dejanskega učinka. Razlikuje se od drugih tveganih dejanj, pri katerih ljudje tvegajo, ne da bi se ozirali na posledice.

Podjetni ljudje, ki se ukvarjajo ali s poslovno ali socialno dejavnostjo, morajo predvsem premišljeno tvegati skoraj vsak dan, pri čemer so velikokrat uspešni, ker predtem premislijo in pretehtajo mogoče posledice svoje odločitve.

Primer:

Ema ima priložnost, da po nizki ceni nakupi limone, ker jim rok uporabe preteče v treh dneh. Lahko bi naredila poceni limonado po 0,15 EUR na kozarec, toda prodati bi jo morala v treh dneh, sicer bi izgubila svoj denar. Veliko ljudi ne bi želelo tako tvegati, toda Ema je podjetna ženska; ogledala si je vremensko napoved in videla, da bo vreme v naslednjih treh dneh zelo verjetno sončno in vroče, prav tako ve, da bo potekal dobrodelni tek, zato je izkoristila priložnost in kupila poceni sestavine za limonado. Računa, da bo limonado prodajala po 0,70 EUR za kozarec in tako lepo zaslužila.



Premišljeno tveganje

Ogled koncerta popskupine

Da bodo vsi dijaki izkusili, kaj pomeni premišljeno tveganje v realnem življenju, lahko z njimi izvedete naslednjo dejavnost, pri kateri najprej izpeljemo možgansko nevihto s celotnim razredom, pozneje pa se dijaki razdelijo v manjše skupine.

Situacija – V razredu vlada razburjenje, saj imajo dijaki priložnost, da se udeležijo koncerta svoje najljubše popskupine. Ali se ga bodo udeležili, je odvisno od tega, ali bo kdo izmed dijakov prevzel odgovornost in v naslednjem mesecu uredil vse potrebno. Če bi bila eden ali dva dijaka pripravljena prevzeti to nalogo, s kakšnim tveganjem bi se soočila?

(To dejavnost lahko izvedemo na različnih primerih, npr.: končni izlet ...)

Prva faza

Celoten razred v možganski nevihti išče morebitna tveganja pri prevzemanju te odgovornosti, pri čemer jih lahko na začetku spodbudite z nekaj vprašanji.

Na primer:

- Bodo vsi sošolci pravočasno plačali?
- Si bo kdo premislil in zahteval vračilo denarja?
- Se bo dovolj sošolcev odločilo, da plača stroške avtobusnega prevoza?
- Bo za avtobus potreben polog in ga bova morala plačati midva?
- Kaj bova storila, če se razred ne bo sporazumel o ceni, ki so jo dijaki pripravljene plačati za vstopnice?
- Kaj bova storila, če ne bo mogoče dobiti vseh vstopnic po isti ceni? Kako se bomo odločili, kdo dobi najboljše vstopnice?
- Kaj se bo zgodilo z denarjem za vstopnice, če bo koncert odpovedan?
- Bomo morali plačati avtobus tudi, če bo koncert odpovedan?
- Kaj se bo zgodilo, če kdo zamudi avtobus?
- Kaj bova storila, če bo kdo takrat pripeljal še prijatelja?
- Kaj se bo zgodilo, če bo imel avtobus pri povratku zamudo in bodo nekateri zamudili zadnji avtobus domov?

Zamisli dijakov zapišite na plakat ali tablo, tako da se bodo lahko nanje sklicevali v naslednji fazi vaje.

Druga faza

Dijaki naj se zdaj razporedijo v manjše skupine, v katerih se morajo odločiti o naslednjem:

- Na katere izmed omenjenih tveganj imajo kaj vpliva (katere lahko pretehtajo)?
- Kaj lahko naredijo za zmanjšanje tveganja?
- Se torej splača prevzeti tako odgovornost?

Tretja faza

Vsaka izmed skupin naj zdaj pojasni celotnemu razredu, kako je pretehtala tvegane vidike, kaj bi storila, da bi bilo tveganje čim manjše, vsi naj pojasnijo svojo odločitev.

Premišljeno tveganje



Prizadevanje za uspeh

Prizadevanje za uspeh je bistvo podjetniškega obnašanja. Gre za odločenost, da dosežemo cilje, ki smo si jih zastavili.

Kot mentor morate dijakom pojasniti, da pri določenih posameznikih obstaja no-tranja potreba po doseganju tistega, kar je zanje posebnega pomena. Prav tako morate pojasniti, da se tisto, kar je za nekoga uspeh, lahko zdi nekemu drugemu čisto nepomembno. Vsak sam določa pomembnost svojih ciljev. Ko gre za pravi cilj, se vsak lahko usmeri k doseganju svojega cilja. To morate ponazoriti s primeri, da si bodo dijaki lažje predstavljali, za kaj gre.

Primeri:

Uspehi so lahko na različnih ravneh:

OD

- želje, priti v šolsko nogometno ali košarkarsko ekipo;

DO

- želje, priti v regijsko nogometno ali košarkarsko ekipo;
- želje, zadeti zmagoviti gol za slovensko reprezentanco na svetovnem prvenstvu;
- želje, biti prva ženska, ki je objadrala svet;
- želje, biti prvi Slovenec na Luni.

Vendar želja po uspehu ne zadostuje! Prepoznati moramo priložnosti, ko se nam ponudijo, in biti pripravljeni, da jih izkoristimo. To bo verjetno zahtevalo veliko trdega dela, kar najbolje pa bomo morali izkoristiti tisto, kar že imamo. Tako smo lahko kovači svoje sreče!

Da bodo dijaki to povsem razumeli, jih spodbudimo, da izberejo nekaj slavnih ljudi iz sveta športa, politike, filma, glasbe in poslovnega sveta ter skušajo oceniti, koliko njihov uspeh izvira iz mešanice prirojenih danosti in dosežkov trdega dela. Podatke lahko poiščejo na ustreznih spletnih straneh, v revijah in časopisih ter uporabijo svoje predhodno znanje.

Lahko izberejo dva ali tri izmed naštetih:

David Beckham

Brad Pitt

Tina Maze

Jolanda Čeplak

Anita Roddic

Ivo Boscarol

Neisha

Richard Branson

Rebeka Dremelj



Prizadevanje za uspeh

Za pomoč lahko pokažemo prosojnico z naslovom »Vsi smo lahko v nečem uspešni«, ki je na naslednji strani pa tudi na priloženi zgoščenki.

- naravna nadarjenost
- predanost
- trdo delo
- zunanji izgled
- prijeten značaj
- sreča
- motivacija in zagon
- imeti vizijo
- zastavljen cilj
- učenje iz napak
- odločnost

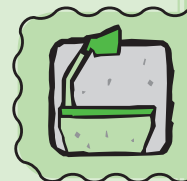
Za vse, ki so jih izbrali, lahko dijaki oblikujejo kratko biografsko spletno stran, na kateri prikažejo, kako njihov uspeh izvira iz nekaterih od zgoraj naštetih prvin.

Zapomni si, da:

SMO VSI LAHKO V NEČEM USPEŠNI!

**MORAMO KAR NAJBOLJE IZKORISTITI
PRILOŽNOSTI,
KI SE NAM PONUDIJO!**

SMO KOVAČI SVOJE SREČE!



Prizadevanje za uspeh

**KAR NAJBOLJE
MORAMO IZKORISTITI PRILOŽNOSTI,
KI SE NAM PONUDIJO!**

SAMI SMO KOVAČI SVOJE SREČE!

- Naravna nadarjenost
- Predanost
- Trdo delo
- Zunanji izgled
- Prijeten značaj
- Sreča
- Motivacija in zagon
- Vizija
- Zastavljen cilj
- Učenje na napakah
- Odločnost

Prizadevanje za uspeh

vaja: **Tekmovanje za Pop Stars**

Zdaj, ko dijaki razumejo, kaj vse je potrebno, če hočemo uspešno delati za dosego cilja, lahko to znanje uporabijo v naslednji situaciji. Vsi so kandidati na regijskem izboru za »Pop Stars« in njihova naloga je, da naštejejo svoje pomembne lastnosti ter kaj vse bi naredili, da bi dosegli svoj cilj – zmago na tem tekmovanju.

Lahko jim pomagata z naslednjim seznamom, vendar je bolje, da jih spodbujata, naj uporabijo svoje zamisli.

Regijski izbor za Pop Stars

Med potrebnimi lastnostmi so:

- lep glas,
- ustrezen videz,
- dinamičen značaj,
- lepa drža,
- zaupanje v svoje sposobnosti,
- odločenost, da uspeš,
- sposobnost sprejemanja konstruktivne kritike,
- vztrajnost,
- organizacijske sposobnosti,
- sposobnost predvidevanja težav, ki se lahko pojavijo.

Stvari, ki jih je treba narediti, so:

- prepričati se, da bo dovolj časa za vaje;
- narediti urnik rednih ur vadbe;
- pridobiti pomoč družine in prijateljev;
- dogovoriti se za poskusne ure ličenja/oblikovanja pričeske/pomerjanja oblek;
- organizirati potovanja;
- varčevati, da boš plačal/-a začetne avdicije;
- organizirati si delo za šolo, tako da se bo ujemalo s tvojim urnikom;
- poiskati nasvete profesionalcev;
- poizkušati spoznati »prave« ljudi in se dobro promovirati.

Če je dovolj časa (tudi za domačo nalogo ali nalogo čez počitnice), lahko dijaki sami priredijo tekmovanje za »Pop Stars« in vadijo zgoraj naštetih stvari.

Zdaj spodbudite dijake, da spet razmislijo o svojih podjetniških izkušnjah in na seznam dodajo katero koli od teh, ki so jih izkusili v tem modulu. Poleg tega si lahko ponovno ogledajo tudi učni list »Ali lahko postanem podjetnik?« in pretehtajo, ali bi katerega izmed »nesprejemljivih vidikov« premaknili v enega izmed drugih dveh stolpcev.

To lahko pripelje do živahne vsesplošne razprave o tem, ali mislijo, da so se kakor koli približali temu, da bi postali podjetnik.

Za učinkovit konec modula naj bi se učenci srečali z nekaj podjetniki iz svojega okolja.

Prizadevanje za uspeh

Prispevek podjetnikov

Zdaj je primeren trenutek, da povabite dva ali tri podjetnike, da v razgovoru z dijaki pojasnijo svojo željo po uspehu in kako so se lotili uresničevanja svojega cilja. Dijaki predtem potrebujejo vodeno pripravo na razgovor, vaditi pa morajo tudi tehnike razgovora/intervjuja.

vaja: **Razgovori**

Dijaki delajo v dvojicah, eden je izpraševalec, drugi izpraševanec. Lahko združimo dva para, pri čemer eden opazuje drugega, ki izvede razgovor. Vloge nato zamenjamo.

Predlagate lahko nekaj tem za razgovor, na primer:

- Načrti in upi za prihodnost
- Konjički in interesi
- Družinski ljubljencek
- Najljubši nogometni klub
- Najljubša glasbena skupina/pevec/pevka.

Za načrtovanje razgovora o izbrani temi imajo dijaki na voljo 15 minut. Vsaj 5 minut potrebujejo, da se pripravijo na odgovarjanje pri razgovoru.

Pomembno je, da z vsako dvojico sporazumno določimo slabosti oz. področja, kjer je potrebno še več vaje. Po vaji celoten razred sodeluje pri poročanju in povzemanju; dijake spodbujamo, da izrazijo mnenje o svojih prednostih in slabostih; nato skupaj načrtujemo naloge posameznih dijakov med razgovorom s podjetniki.

Če bomo povabili tri podjetnike, lahko vsak govori z manjšo skupino dijakov. Tako vsak dijak dobi priložnost, da sprašuje.

Nekaj vprašanj, ki jih lahko postavijo dijaki:

- Ste imeli jasen cilj?
- Kakšen je bil cilj?
- Kako ste načrtovali to, kar ste dosegli?
- Ste se soočili s kakšnimi težavami in kako ste jih uspeli premagati?
- Katere vaše lastnosti so vam pomagale doseči zastavljeni cilj?
- Vam je pomagalo, da ste poznali »prave« ljudi? Kako?

Intervju naj poteka kot razgovor in ne le postavljanje in odgovarjanje na vprašanja.

Seznam vprašanj še zdaleč ni popoln; dijaki se jih bodo verjetno domislili še veliko.

V tem modulu so dijaki dobili priložnost razmišljati o naslednjem:

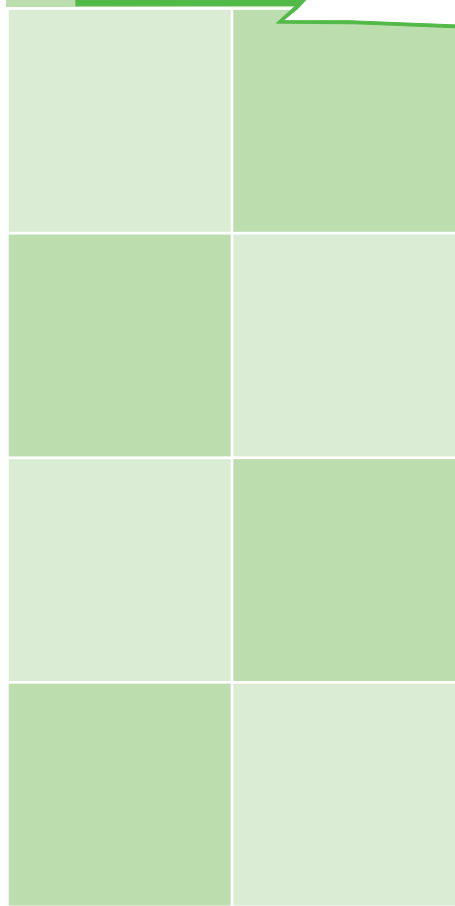
- svojih podjetniških izkušnjah,
- kaj zahteva podjetniški način življenja,
- ali bi uživali v podjetniškem življenju.

Prizadevanje za uspeh

Poleg tega so vadili niz podjetniških spretnosti in načinov obnašanja, med drugim:

- ustvarjalno reševanje težav,
- hitro odzivanje,
- spretnosti sporazumevanja,
- prepričevanje in pogajanje,
- prodajanje,
- premišljeno tveganje in
- prizadevanje za uspeh.

NASTAJANJE POSLOVNIH IDEJ



MODUL 2

Nastajanje poslovnih idej

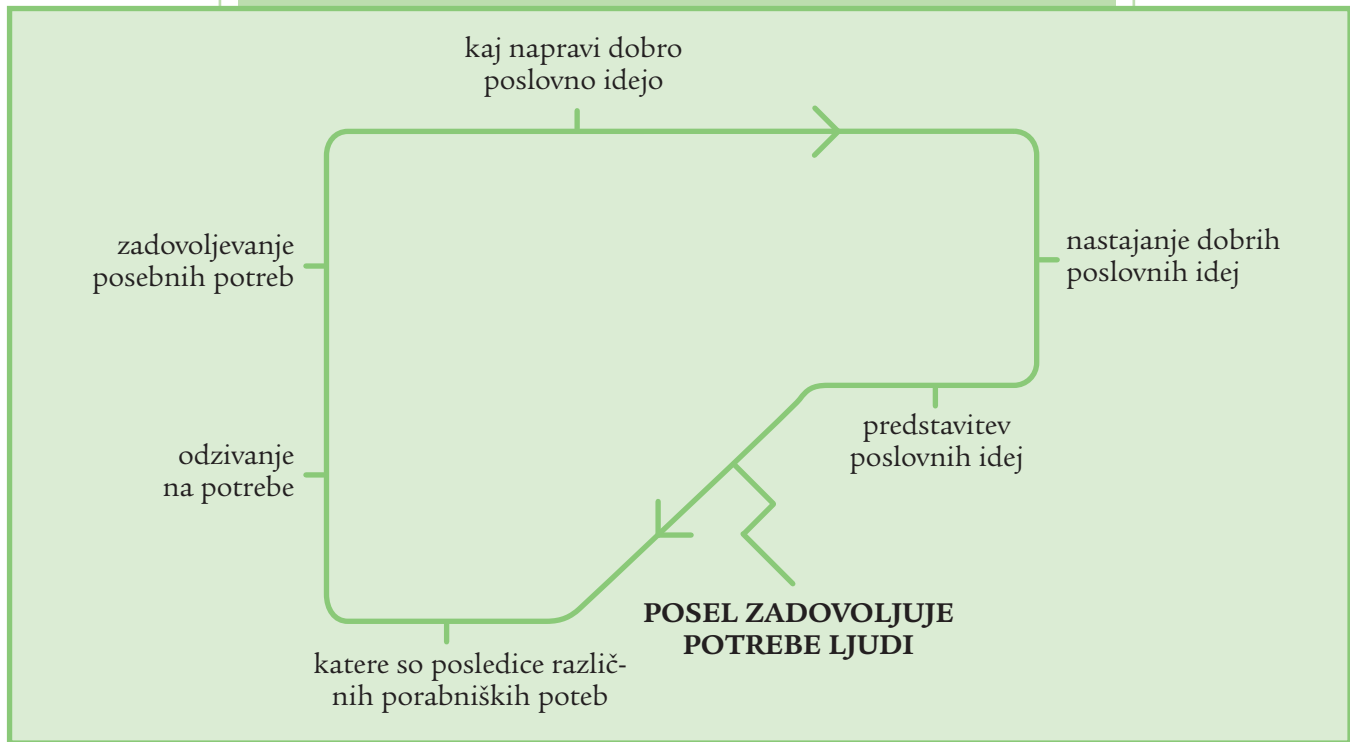
Namen:

- Razvijati in okrepiti sposobnost ustvarjalnega mišljenja pri dijakih.
- Omogočiti dijakom, da postanejo avtorji poslovne ideje, ki bi lahko delovala v resničnem življenju.
- Dati dijakom priložnost, da se učijo iz izkušenj lokalnih podjetnikov.

Cilji:

- Vzodbujati dijake pri razumevanju procesa nastajanja dobrih idej, ki se lahko spremenijo v dejanski posel.
- Pomagati dijakom razumeti, da so poslovne ideje odziv na niz porabnikovih potreb.
- Pomagati dijakom razumeti kriterije za dobro poslovno idejo.
- Uvajati dijake v proces podajanja v posel.

Porajanje poslovnih idej



V modulu 2 bomo spoznali:

- Posel zadovoljuje potrebe ljudi
- Katere so posledice različnih porabniških potreb?
- Odzivanje na potrebe
- Zadovoljevanje posebnih potreb

- Kaj ustvari dobro poslovno idejo?
- Nastajanje dobrih poslovnih idej
- Predstavitev poslovnih idej podjetnikom



Posel zadovoljuje potrebe ljudi

Vse poslovne ideje za izdelke ali storitve zadovoljijo **potrebo** ali **kombinacijo več potreb**.

vaja: **Vaja s kavčem**

Vaja s kavčem pomaga pri uvajanju dijakov v to zamisel. To je dejavnost možganske nevihte za ves razred, pri kateri vzpodbudite dijake, da prispevajo čim več idej (tudi neumne ali nenavadne) – vse si lahko zapišete na tablo ali prosojnico.

Stranke mogoče potrebujejo kavč, ki bi:

(Mogoče boste želeli uporabiti nekatere spodaj navedene ideje, da dopolnite tiste, ki so jih zbrali dijaki.)

Zapolnil prostor.	Ne privlačil živalskih dlak.
Dobro izrabil prostor.	Razdelil sobo.
Priskrbel prostor za shranjevanje.	Bil izdelan po tvojem lastnem načrtu.
Bil varen pred ognjem.	Se ujema z določenim slogom.
Bil trpežen.	Bil nenavaden.
Izgledal lepo.	Bil poceni.
Izgledal moderno.	Izgledal drago.
Imel dovolj prostora za sedenje.	Bil praktičen za majhne otroke.
Se spremenil v posteljo.	Imel zamenljivo blago.
Bil udoben.	Šel skozi vrata.
Bi se ga dalo zlahka premakniti.	Bi se ga dalo zlahka očistiti.
Bil topel in mehek.	Bi se ga dalo oprati.
Se barvno ujema.	Ne obledel.
bil primeren za delo	?
Bi se dalo na njem jesti.	?
Bi se dalo piti na njem.	?
Bil primeren za poležavanje.	?

Seveda nam je jasno, da je ogromno različnih potreb porabnikov in zato veliko **različnih trgov**.

Katere so posledice različnih porabniških potreb?



Nihče ne more izdelati kavča, ki bi ustrezal potrebam vseh ljudi. V večini primerov bo kavč ustrezal potrebam, ki so pomembne za določene skupine porabnikov.

Na primer:

- par z majhnimi otroki, ki živi v majhni hiši;
- dobro situiran samski človek, ki živi v prostornem stanovanju;
- starejši človek, ki živi v mali hiški.

Dijaki lahko delajo v treh skupinah, da potrebe določene porabniške skupine povežejo z idejami, ki so jih dobili z možgansko nevihto. Pripravljene so učni listi za zapiske (Učni listi 1, 2 in 3).

Izdellovalci kavčev morajo torej poudariti, katere potrebe, ki ga delajo posebnega, zadovoljuje njihov izdelek.

Na primer:

- »kavč je trpežen – otroci lahko skačejo po njem«
- »kavč nudi možnost ležišča za obiskovalce«
- »kavč je kompakten in ne bo zavzel veliko prostora«

Podobno vajo lahko izvedete tudi na drugih primerih, npr. z avtomobilom, mobilnim telefonom, s šopki rož, pohištvom, slaščicami ...



Katere so posledice različnih porabniških potreb?



Vaja s kavčem 1

Kavč, ki ustreza potrebam para, ki živi v majhni hiši z majhnimi otroki



Katere so posledice različnih porabniških potreb?



Vaja s kavčem 2

Kavč, ki ustreza potrebam dobro situiranega samskega človeka, ki živi v prostornem stanovanju



Katere so posledice različnih porabniških potreb?



Vaja s kavčem 3

Kavč, ki ustreza potrebam starejšega človeka, ki živi v majhni pritični hiši

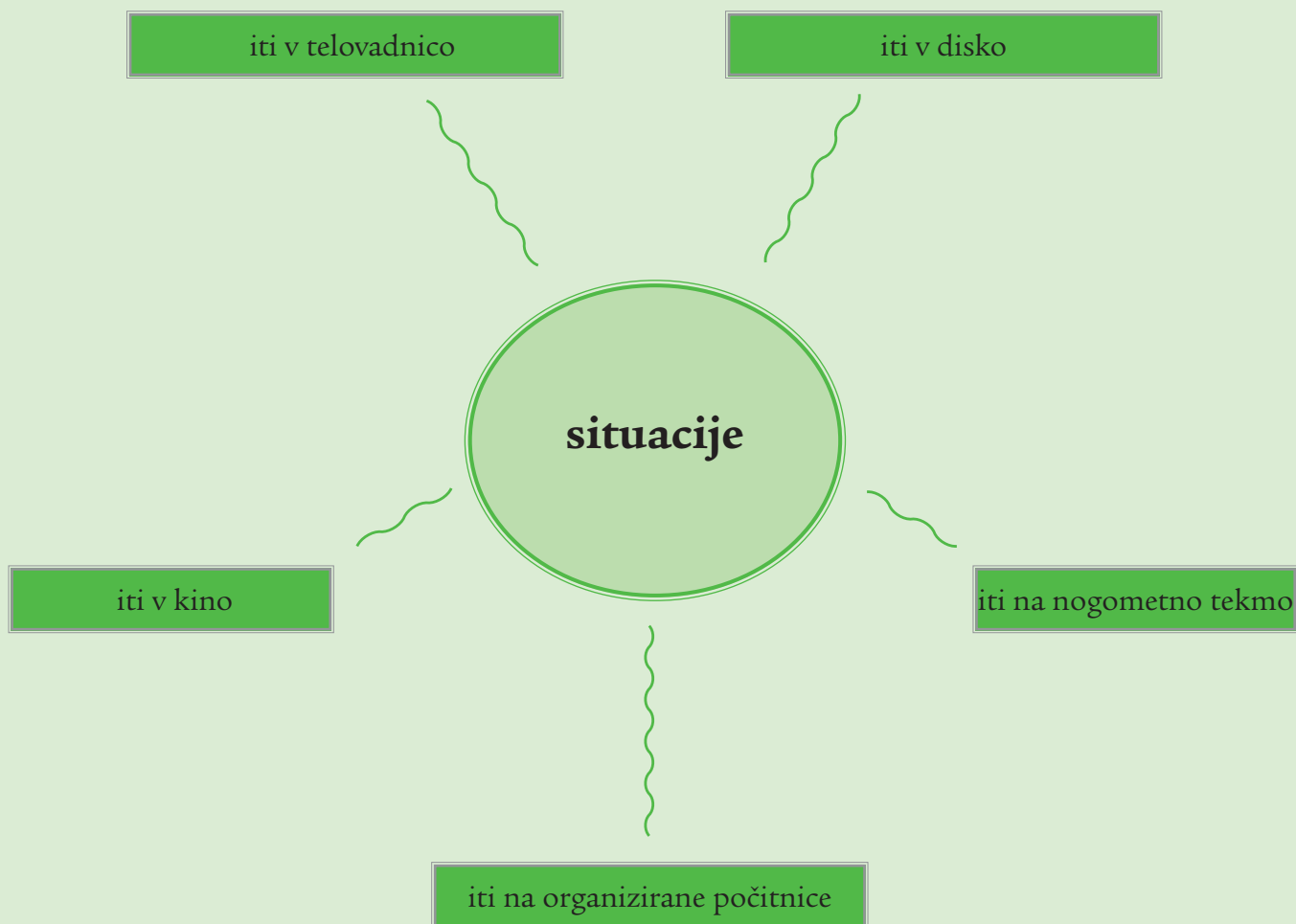
Katere so posledice različnih porabniških potreb?



Da bi dijaki res razumeli, da so storitve in izdelki odgovor na to, kar ljudje potrebujejo, naj delajo v parih in izberejo eno ali več spodnjih situacij ter:

- zapišejo svoje potrebe, tj. nekaj, kar manjka, nekaj, kar bi rešilo problem;
- določijo, katera storitev ali izdelek bi ustrezal/-a tem potrebam.

Dijaki lahko uporabijo učni list 4, da zapišejo svoje ideje.



Katere so posledice različnih porabniških potreb?



Odzivanje na potrebe

Za nadaljevanje teme o poslu, ki se odziva na potrebe, naj dijaki vadijo opisovanje poslovne ideje glede na potrebe, ki jih zadovoljuje (**ne** pa z besedami, ki opisujejo izdelek ali storitev).

Primer: **Dostavljanje in oskrbovanje lončnic v pisarnah**

Prvič: ta poslovna ideja zadovoljuje naslednje potrebe:

- narediti pisarno privlačno
- ustvariti posebno ozračje
- skriti grde stene
- zapolniti večji prazen prostor
- ustvariti prostor za sprejem
- priskrbeti zbirko lončnic
- redno menjati lončnice
- prepustiti zalivanje nekomu drugemu

Drugič: ta posel torej lahko vključuje fotografiranje lončnic za izdelavo brošure; nagovor potencialnih strank, da si izberejo svoje lončnice; nakup privlačnih lončkov za rastline; redno oskrbo lončnic; organizacijo posebnih razstav za pomembne dogodke.

vaja: **Odzivanje na potrebe**

Dijaki bodo mogoče potrebovali veliko časa za to vajo.

Dijaki pri naslednjih poslovnih idejah delajo **v parih** in na podoben način določajo potrebe, ki so jih uvideli, in določijo, kaj bi tak posel torej vključeval. Za to vajo lahko uporabite naslednje primere, ki so tudi na zgoščenki.

Nekaj poslovnih idej

- Servis za načrtovanje rojstnodnevnih zabav po željah stranke
- Servis za osebno fitnesvadbo
- Kuharski servis, npr. za dostavljanje jedi
- Servis za urejanje vrta
- »Za domov« lokal
- Agencija za načrtovanje porok
- Servis za montažo pohištva, npr. sobe za najstnika
- Servis za pomoč starostnikom
- Pogrebne storitve za hišne ljubljence po željah stranke
- Svetovanje pri nakupu oblačil, npr. v trgovini ali servis doma
- Storitve za osebno stilno preobrazbo, npr. lasje, ličenje
- Računalniško svetovanje
- Pranje avtomobila na domu
- Servis za hitro odpravljanje težav z električno napeljavo



Zadovoljevanje specifičnih potreb

Poglobljen pogled na to, kako izdelki ali storitve izražajo potrebe porabnikov, nam pokaže, da želijo zadovoljiti širok razpon potreb, nekateri pa se osredinijo tudi na posebne ali osebne potrebe, tako da:

- ponudijo nekaj posebnega,
- izdelek ali storitev poenostavijo.

Na primer:

Običajen frizerski salon zadovoljuje potrebe, kot so ugodne cene, frizerji, ki so dobri strokovnjaki, preprosto naročanje, prijazno osebje.

Lahko pa poskrbi tudi za **dodatne** potrebe, kot so preprosto parkiranje, lokacija blizu trgovin in drugih lokalov, kava, dobre revije, udobni sedeži in fleksibilno naročanje.

Poenostavitev storitev, z okleščnim pristopom – brez rezervacij, suho striženje, nizke cene – bi zadovoljila potrebe specifične skupine porabnikov.

Primer poslovne dejavnosti, ki zagotavlja »nekaj več«

Drug primer posla iz resničnega življenja, ki ponuja nekaj več, je ribja restavracija. Ko so novi lastniki prevzeli klasično ribjo restavracijo, so se odločili, da dodajo nekaj, kar bi zadovoljilo različne potrebe strank:

- lepo urejena restavracija z ličnim jedilnim priborom in prti,
- izbor časopisov in revij,
- avtomat za kavo in avtomat za vodo,
- večja izbira rib na meniju,
- ponudili so degustacijo rib in pripravo po želji,
- pri obroku je na voljo pestra izbira osvežilnih pijač,
- uvedli so storitev dostave jedi na dom,
- možnost, da si gostje sami ujamejo ribe iz ribnika ob restavraciji.

Zadovoljevanje posebnih potreb



Primer posla, ki ponuja poenostavljeno storitev

Letalske družbe, kot so Easyjet in Ryanair ipd., ponujajo okleščene storitve:

- ni vozovnic,
- obroke na letalu je treba plačati,
- ni zavarovanja prtljage ob zamudi le-te,
- ni pomoči, če zamudite naslednji polet.

To zagotavlja nizko ceno, vsekakor pa je potnikom zagotovljen polet na izbrano destinacijo.

vaja: **Zadovoljevanje posebnih potreb**

Dijaki naj delajo v parih (lahko s pomočjo računalnika) in razmislijo o potrebah, ki jim ustreza običajen disko, nato pa naj razmislijo o možnostih, kako bi disko ponudil nekaj več ali pa poenostavil svojo storitev.

Dijaki bodo mogoče sami prišli do nekaterih ali vseh naslednjih idej:

- Potrebe ljudi, ki gredo v običajen disko, so: glasba in pijača, spoznavanje novih ljudi, druženje s prijatelji, občutek, da so del trenutne »scene«.
- Drugi bodo mogoče raje obiskali disko, ki ponuja nekaj več, kot so to na primer specializirana glasba, tematski dogodki, zvezdniški didžeji, strogo dogovorjen način oblačenja.
- Po drugi strani pa so lahko potrebe izredno preproste. Ljudje si lahko prinesejo svojo hrano, pijačo in glasbo na dogovorjeni kraj.

Razprava o njihovih idejah vam lahko pomaga izluščiti bistvo, da posel ni nujno težka ali zapletena zadeva, ampak je nekaj, kar so dijaki sposobni dobro opraviti. Zgoraj navedene dejavnosti jim zato pomagajo približati posel.



Kaj naredi dobro poslovno idejo?

Dijaki zdaj potrebujejo priložnost, da presodijo, ali je katera koli od do zdaj omenjenih idej **dobra** poslovna ideja. To bodo storili s pomočjo kriterijev za dobro poslovno idejo, ki so predstavljeni na tej strani. Spodbudite dijake, da utemeljijo svoje odgovore (npr. pri točki 2 in točki 9). Seznam kriterijev je tudi na zgoščenki in ga lahko preoblikujete.

Kriteriji za dobro poslovno idejo

- 1 Kaj natančno je tvoja ideja? – Katere izdelke ali storitve nameravaš ponuditi?
- 2 Ali bo delovalo? – Ali si že videl to delovati kje drugje?
- 3 Ali bo delovalo, ko bo to uporabila stranka? – Katere težave se lahko pojavijo?
- 4 katerim potrebam ustreza? – Kaj stranke iščejo in zakaj?
- 5 Kdo bodo stranke?
- 6 Kako lahko ugotoviš, kaj bodo stranke hotele?
- 7 Ali boš imel dovolj strank, da boš lahko preživel? – Kako lahko to ugotoviš?
- 8 Ali je ta ideja boljša ali drugačna od že obstoječe?
- 9 Ali je zakonita, ekološko in moralno sprejemljiva? – Kaj moraš preveriti, da zagotoviš, da ne boš kršil zakonov?
- 10 Ali lahko vstopiš na trg? – Kaj bi ti lahko preprečilo, da bi »zagnal« posel?



Kaj naredi dobro poslovno idejo?



- 1 KAJ NATANČNO JE TVOJA IDEJA?
Katere izdelke ali storitve nameravaš ponuditi?
- 2 ALI BO DELOVALO?
Ali si že videl to delovati kje drugje?
- 3 ALI BO DELOVALO, KO BO TO UPORABILA STRANKA?
Katere težave se lahko pojavijo?
- 4 KATERIM POTREBAM USTREZA?
Kaj stranke iščejo in zakaj?
- 5 KDO BODO STRANKE?
- 6 KAKO LAHKO UGOTOVIŠ, KAJ BODO STRANKE HOTELE?
- 7 ALI BOŠ IMEL DOVOLJ STRANK, DA BOŠ LAHKO PREŽIVEL?
Kako lahko to ugotoviš?
- 8 ALI JE TA IDEJA BOLJŠA ALI DRUGAČNA OD ŽE OBSTOJEČE?
- 9 ALI JE ZAKONITA, EKOLOŠKO IN MORALNO SPREJEMLJIVA?
Kaj moraš preveriti, da zagotoviš, da ne boš kršil zakonov?
- 10 ALI LAHKO VSTOPIŠ NA TRG?
Kaj bi ti lahko preprečilo, da bi »zagnal« posel?



Kaj naredi dobro poslovno idejo?

Primer prodajalne sendvičev

Primer posla s prodajalno sendvičev pokaže podrobnosti, ki se jih bo moral dijak zavedati, ko bo presojal učinkovitost katere koli ideje.

Dijake skozi ta primer vodite tako, da na koncu dobro razumejo, kaj je vključeno v presojo, ali bo neka ideja pripeljala do dobrega posla.

1 Kaj natančno je tvoja ideja?

- Katere vrste kruha in nadevov?
- Ali je še kakšna druga ponudba, npr. pijače?
- Ali se v lokalu lahko je in pije?
- Ali boste ponujali dostavo na dom in kako dolgo bo trajala?
- Katero področje pokriva dostavni servis?
- Dobra lokacija, preprost dostop, prostor za čakanje.

2 Ali bo delovalo?

- Ali si že videl/-a kaj podobnega?
- Ali imaš kakršne koli osebne izkušnje s tem delom?
- Katere so pomembne stvari, ki omogočajo delovanje (npr. kakovost izdelka, dostavni čas)?
- Kako lahko ugotoviš, ali bo delovalo (npr. sam/-a delaš v enem od takih lokalov)?

3 Ali bo delovalo, ko bo to uporabila stranka?

- kateri problemi se lahko pojavijo (npr. zaseden telefon ob naročilih, vrste)?
- Katere so lahko posledice zgoraj omenjenega (npr. katerim potrebam ustreza)?
- Dietetične zahteve, hitra postrežba za pisarniške uslužbenke, dostava ob dogovorjenem času.
- Katere so lahko posledice zgoraj omenjenega (npr. oprema lokala, dogovorjena cena za velika naročila)?

5 Kdo bodo stranke?

- Bo to kdorkoli ali specifične skupine (npr. pisarniški delavci, gospodinje, poslovneži in poslovne ženske)?
- Boš poskrbel/-a za poslovna kosila (samopostrežni bife)?
- Ali boš sprejel/a kadilce (Kaj pa prodajalna sendvičev samo za kadilce)?

6 Kako lahko ugotoviš, kaj bodo stranke hotele?

- Kako boš ugotovil/-a, ali je povpraševanje (npr. pokazati jedilni list podjetjem, pisarnam, voditi raziskave, pripraviti vprašalnike)?

7 Ali boš imel/-a dovolj strank, da boš lahko preživel/a?

- Upoštevati bo treba preproste izračune preproste izračune za »preživetje«: zelena letna plača, število tvojih delovnih ur, skupni stroški, sprejemljiva cena izdelka.

8 Ali je ta ideja boljša ali drugačna od že obstoječe?

- Kako jo narediš drugačno (npr. zagotavljanje »nečesa več« ali »poenostavitev« storitve)?

9 Ali je zakonita, ekološko in moralno sprejemljiva?

- Lahko bo potrebno preverjanje zdravja in varnosti ali načrtovanje predpisov. – Bo odvoz smeti v skladu s predpisi? Kako bo z embalažo? Bo ustrezala standardom?

10 Ali lahko vstopiš na trg?

- Ali je trg že napolnjen z močnimi poslovnimi tekmeci, npr. uglednimi lokalnimi ponudniki gostinskih storitev?



Kaj naredi dobro poslovno idejo?



Primer prodajalne sendvičev

1 Kaj natančno je tvoja ideja?

- Katere vrste kruha in nadevov?
- Ali je še kakšna druga ponudba, npr. pijače?
- Ali se v lokalu lahko je in pije?
- Ali boste ponujali dostavo na dom in kako dolgo bo trajala?
- Katere področje pokriva dostavni servis?
- Dobra lokacija, preprost dostop, prostor za čakanje.

2 Ali bo delovalo?

- Ali si že videl/-a kaj podobnega?
- Ali imaš kakršne koli osebne izkušnje s tem delom?
- Katere so pomembne stvari, ki omogočajo delovanje (npr. kakovost izdelka, dostavni čas)?
- Kako lahko ugotoviš, ali bo delovalo (npr. sam/a delaš v enem od takih lokalov)?

3 Ali bo delovalo, ko bo to uporabila stranka?

- Katere težave se lahko pojavijo (npr. zaseden telefon ob naročilih, vrste)?
- Katere so lahko posledice zgoraj omenjenega (npr. potrebnih je več telefonov, več osebja)?

4 katerim potrebam ustreza?

- Dietetične zahteve, hitra postrežba za pisarniške uslužbence, dostava ob dogovorjenem času.
- Katere so lahko posledice zgoraj omenjenega (npr. oprema lokala, dogovorjena cena za velika naročila)?

5 Kdo bodo stranke?

- Bo to kdor koli ali posebne skupine (npr. pisarniški delavci, gospodinje, poslovneži in poslovne ženske)?
- Boš poskrbel/-a za poslovna kosila (samopostrežni bife)?
- Ali boš sprejel/-a kadirce (Kaj pa prodajalna sendvičev samo za kadirce)?

6 Kako lahko ugotoviš, kaj bodo stranke hotele?

- Kako boš ugotovil/-a, ali je povpraševanje (npr. pokazati jedilni list podjetjem, pisarnam, voditi raziskave, pripraviti vprašalnike)?

7 Ali boš imel/a dovolj strank, da boš lahko preživel/-a?

- Upoštevati bo treba preproste izračune za »preživetje«: zelena letna plača, število tvojih delovnih ur, skupni stroški, sprejemljiva cena izdelka.

8 Ali je ta ideja boljša ali drugačna od že obstoječe?

- Kako jo narediš drugačno (npr. zagotavljanje »nečesa več« ali »poenostavitev« storitve)?

9 Ali je zakonita, ekološko in moralno sprejemljiva?

- Lahko bo potrebno preverjanje zdravja in varnosti ali načrtovanje predpisov.
– Bo odvoz smeti v skladu s predpisi? Kako bo z embalažo? Bo ustrezala standardom?

10 Ali lahko vstopiš na trg?

- Ali je trg že zapolnjen z močnimi poslovnimi tekmeci, npr. uglednimi lokalnimi ponudniki gostinskih storitev?



Nastajanje dobrih poslovnih idej – prispevek podjetnikov

Preden začnejo dijaki razmišljati o svojih lastnih poslovnih idejah, bi lahko povabili nekaj podjetnikov na pogovor/intervju, da bi vam razložili, kako so nastale njihove poslovne ideje in kako so preverili, ali so dobre. (Idealno bi bilo, da pridejo štirje podjetniki – vsak bi se pogovarjal s skupino osmih dijakov. Podjetniki oz. podjetnice naj se razlikujejo po starosti, dejavnosti, uspehu.) Tako dobijo dijaki vpogled v pestrost podjetniškega razmišljanja.

Da bi se na to dobro pripravili, bo verjetno treba dijakom razložiti potek intervjuja.

Za začetek jim lahko pokažete nekaj video- ali avdioposnetkov različnih slogov intervjuja. Učitelj naj predhodno posname primer formalnega intervjuja npr. s kakšnim politikom in primer neformalnega intervjuja (Studio City ali Tistega lepega popoldneva ipd).

Videoposnetek lahko pokažemo dvakrat. Pred drugim ogledom se lahko pogovorite o osnovnih pojmih dobrega intervjuja, tako da bodo dijaki vedeli, na kaj morajo biti pozorni.

Prvine dobrega intervjuja

- Način, kako je bil gost predstavljen, npr. ali je izpraševalec podal kakšne informacije o gostu?
- Način, kako so gosta sprejeli, npr. ali mu je izpraševalec olajšal zadevo?
- Tipi postavljenih vprašanj, npr. ali spodbujajo podroben odgovor, ali samo da ali ne?
- Način, kako so gosta spodbudili k nadaljnjemu razlaganju, npr. ali so sledila vprašanja?
- Način, kako se je intervju končal, npr. ali se je izpraševalec zahvalil gostu in/ali napravil povzetek? Dijaki lahko uporabijo učni list 7 za opombe pri intervjuju, ki se nahaja tudi na zgoščenki, da si zabeležijo, ali se prvine intervjuja pojavijo v video- ali radio posnetkih.

ALI

Lahko bi imeli razredno diskusijo o prvinah intervjuja, od sprejema gosta do povzetka. Po diskusiji bodo dijaki, pred intervjujem s pravim podjetnikom, te prvine uporabili v praksi drug z drugim.

vaja: Intervju

Dijaki lahko delajo v manjših skupinah, da pripravijo podroben seznam vprašanj, ki jih želijo postaviti podjetniku. Seznam temelji na učnem listu 5 »Kaj naredi dobro poslovno idejo?«. Prepričati se morajo, da so zajeli:

- kaj hočejo ugotoviti;
- natančna vprašanja, ki jih bodo postavili;
- kdo postavi vprašanje in kdo postavi vprašanja, ki sledijo iz tega.

Njihova vprašanja se lahko zapiše na učni list z naslovom »Vprašanja za intervju«, ki je na zgoščenki.

Idealno je, da bi vsaka izmed manjših skupin izpraševala enega podjetnika in zato uporabila vsa vprašanja. Če pa ves razred izprašuje samo enega podjetnika, si bodo dijaki morali vprašanja deliti.

Dijaki lahko zdaj uporabijo vprašanja za delo v paru, da vadijo intervjuje, preden pride/-jo podjetnik/-i. Vaditi morajo vsi dijaki. Njihove intervjuje lahko snemate na video, lahko jih opazujejo drugi dijaki in komentirajo. Te opombe lahko zapišete na »List za opombe pri intervjuju«, učni list 7.



Nastajanje dobrih poslovnih idej – prispevek podjetnikov



List za opombe pri intervjuju

Prvine intervjuja	Video- ali radijski posnetek	Intervju – vaja	
Kako je dijak/-inja sprejel/-a gosta in ga ohrabil/-a?			
Kako je izpraševalec/-ka predstavil/a svojega gosta občinstvu?			
Kakšna vprašanja so bila postavljena? Npr. kako se je dijak prepričal, da je gost podal podroben odgovor?			
Kako je dijak/-inja povzel/-a ali zaključil/-a intervju?			



Nastajanje dobrih poslovnih idej

Dijaki so zdaj pripravljeni, da se sami domislijo kakšne ideje za posel – veliko dijakov bo mislilo, da tega ne bodo mogli nikoli narediti, dejansko pa je več strategij, kako začeti posel. Strategije so navedene spodaj in se lahko uporabijo za vodenje dijakov k lastnim zamislim.

1 Združevanje več storitev v nov posel

Primeri:

- frizerstvo + masaža + pedikura,
- bife v pralnici,
- garaža, avtopralnica, prodaja avtomobilov, trgovina, faks,
- internetna kavarna.

Kako to storiti?

- Začni s poslovnim področjem, ki ga poznaš, in pomisli, kaj bi lahko dodal.
- Poišči storitve ali izdelke, kjer bi bila dobrodošla dodatna storitev.
- Poglej v poslovni imenik in pomisli, katere dejavnosti bi šle skupaj (uporabi metodo možganske nevihte).

2 Izboljšava embalaže v dobro porabnika in zaradi dodane vrednosti

Primeri:

- sadje in zelenjava,
- kozmetika,
- postrežba hrane na letalu,
- brezalkoholne pijače.

Kako to storiti?

- Razmisli (z možgansko nevihto) o slabo pakiranih izdelkih.
- Prouči nepakirane izdelke – kaj bi lahko pridobili s pakiranjem.
- Poišči izdelke brez embalaže, ki se lahko razdrobijo na majhne dele.
- Poišči izdelke, ki jih ljudje kupujejo skupaj, in razmisli, ali bi se jih dalo pakirati skupaj.
- Razmisli o embalaži različne velikosti, primerne ciljnim kupcem.

3 Izkoriščanje modnih muh

Primeri:

- majice z napisi,
- nalepke,
- avtomobilčki – igračke,
- nogometne majice.

Kako to storiti?

- Opazuj, kaj zanima mlade.
- Opazuj smernice iz tujine – prelistaj modne revije.
- Obiskuj modne revije in razstave igrač.
- Glej filme.

Nastajanje dobrih poslovnih idej



4 Posnemanje uspešnih izdelkov in storitev

Primeri:

- kopiranje priznanih blagovnih znamk,
- storitve hitrega tiska,
- »za domov« lokali in lokali s hitro prehrano.

Kako to storiti?

- Poglej, kaj se trenutno dobro prodaja.
- Poišči, kaj se da prenesti na drugo zemljepisno področje.
- Poišči izdelke visoke mode, ki se jih lahko kopira/posnema.
- Ne pozabi na avtorske pravice in prijavitljene patente.

5 Reševanje problemov tako, da rešitev izumiš

Primeri:

- oprema za poslikavo avtomobilov,
- držalo za kabel kosilnice,
- držalo za plastične vinske kozarce, ki se ga lahko pritrdi na krožnik,
- telefonska tajnica.

Kako to storiti?

- Izberi izdelke in storitve, ki jih poznaš, ter poišči probleme in prezrte potrebe.
- Pri razvijajočih se podjetjih se pozanimaj o težavah pri ponudbi izdelkov in storitev.

6 Prenesti lokalne izdelke/storitve na širši trg

7 Načrtovanje promocijskih dogodkov

8 Kopiranje tujega izdelka ali storitve

9 Uporaba lastnih sposobnosti, konjičkov ali zanimanj

10 Narediti že obstoječi posel drugačen

Potem ko ste vodili dijake po korakih skozi strategije, bodo boljše razumeli, kako ustvariti dobro poslovno idejo.

Mogoče pa jih je že navdušila kakšna izmed prejšnjih vaj, še posebej vaja »Želim si, da bi nekdo izumil ...« na učnem listu 4.

Dijaki bodo dosegli kritično točko v tem modulu, ko bodo načrtovali in posejdovali ideje, individualno ali v skupini. Če bodo njihove ideje delovale v resnični poslovni situaciji, bodo preverili, ko jih bodo preizkusili z lokalnimi podjetniki.

Zelo pomembno je, da imajo dovolj časa za proces vstopanja v posel.

Kaj morajo napraviti dijaki:

- sporazumeti se morajo glede tega, katero idejo se da prenesti v posel,
- preveriti idejo po kriterijih s seznama »Kaj naredi dobro poslovno idejo?«,
- zapisati podrobnosti o ideji na učni list »Naša ideja je dobra, ker ...«,
- biti pripravljeni predstaviti in zagovarjati svojo idejo v razpravi s podjetnikom.



Nastajanje dobrih poslovnih idej



1 Združevanje več storitev v nov posel

Primeri:

- frizerstvo + masaža + pedikura,
- bife v pralnici,
- garaža, avtopralnica, prodaja avtomobilov, trgovina, faks,
- internetna kavarna.

Kako to storiti?

- Začni s poslovnim področjem, ki ga poznaš, in razmisli, kaj bi lahko dodal/-a.
- Poišči storitve ali izdelke, kjer bi bila dobrodošla dodatna usluga.
- Poglej v poslovni imenik in pomisli, katere dejavnosti bi šle skupaj (uporabi metodo možganske nevihte).

2 Izboljšava embalaže v dobro porabnika in zaradi dodane vrednosti

Primeri:

- sadje in zelenjava,
- kozmetika,
- postrežba hrane na letalih,
- brezalkoholne pijače.

Kako to storiti?

- Razmisli (z možgansko nevihto) o slabo pakiranih izdelkih.
- Prouči nepakirane izdelke – kaj bi lahko pridobili s pakiranjem.
- Poišči izdelke brez embalaže, ki se lahko razdrobijo na majhne dele.
- Poišči izdelke, ki jih ljudje kupujejo skupaj in razmisli, ali bi se jih dalo pakirati skupaj.

3 Izkoristiti prednost mode

Primeri:

- majice z napisi,
- uhani,
- avtomobilčki – igračke,
- tatuji.

Kako to storiti?

- Opazuj, kaj zanima mlade.
- Glej televizijo, da dobiš ideje.
- Beri modne revije.



Nastajanje dobrih poslovnih idej



- Obiskuj modne revije in razstave igrač, da dobiš ideje.
- Glej filme.

4 Kopiranje uspešnih izdelkov in storitev

Primeri:

- kopiranje priznanih blagovnih znamk,
- »za domov« lokali in lokali s hitro prehrano.

Kako to storiti?

- Poglej, kaj se trenutno dobro prodaja.
- Poišči, kaj se da kopirati in prenesti na drugo zemljepisno področje.
- Poišči izdelke visoke mode, ki se jih lahko kopira.
- Ne pozabi na avtorske pravice in prijavljene patente.

5 Reševanje problemov tako, da rešitev izumiš

Primeri:

- opremo za poslikavo avtomobilov,
- držalo za kabel kosilnice,
- držalo za plastične vinske kozarce, ki se ga lahko pritrdi na krožnik,
- telefonsko tajnico.

Kako to storiti?

- Izberi izdelke in storitve, ki jih poznaš, ter poišči probleme in prezrte potrebe.
- Pri razvijajočih se podjetjih se pozanimaj o njihovih težavah in ponudi pomoč.

6 Prenesti lokalne izdelke oz. storitve na širši trg

7 Načrtovanje promocijskih dogodkov

8 Kopiranje tujega izdelka ali storitve

9 Uporaba lastnih sposobnosti, konjičkov ali zanimanj

10 Narediti že obstoječi posel drugačen



Predstavitve poslovnih idej podjetnikom

Za konec tega modula lahko povabite nekaj podjetnikov, da svetujejo dijakom glede njihovih poslovnih idej. Dijaki lahko obišejo podjetnika v njegovem podjetju ali pa podjetnik obiše njih. V obeh primerih bodo dijaki predstavili svoje ideje, jih zagovarjali in bodo pripravljeni na vprašanja, kar pomeni, da morajo natančno odgovoriti na vprašanja na učnem listu 8 »Naša ideja je dobra, ker ...«.

Pred obiskom morajo podjetniki dobiti napotke o vlogi, ki naj bi jo zaigrali.

Navodila za podjetnike

- vsakemu pošljite izpolnjen učni list 8 »Naša ideja je dobra, ker ...«;
- prosite jih, da poslušajo dijake pri razlagi posamezne točke;
- predlagajte, da dijakom postavijo natančna vprašanja, da preverijo, ali so pravilno pretehtali vse kriterije;
- predlog, da se skupaj z dijaki odločijo, ali so njihove ideje primerne za delo, in zapišejo nekaj pripomb na učni list 9;
- opozorite jih, da so dijaki še mladi in neizkušeni, da ne bi preveč pričakovali od njih.

Dijake morate pripraviti, da vadijo razlaganje in zagovarjanje svoje ideje.

Prva faza – znotraj njihove skupine

Pri delu v paru si lahko izmenjajo vlogi »zasliševalca« in »zagovornika«.

Druga faza – znotraj celotnega razreda

Vsaka skupina lahko razloži svojo idejo drugim skupinam in jo zagovarja.



Predstavitve poslovnih idej podjetnikom



Naša ideja je dobra, ker ...:

1 Kaj natančno je tvoja ideja?	
2 Ali bo delovala?	
3 Ali bo delovala, ko jo bo uporabila stranka?	
4 Katerim potrebam ustreza	
5 Kdo bodo stranke?	
6 Kako lahko ugotoviš, kaj bodo stranke hotele?	
7 Ali boš imel/-a dovolj strank za »preživetje«?	
8 Ali je ta ideja boljša ali drugačna od že obstoječe?	
9 Ali je zakonita, ekološko in moralno sprejemljiva?	
10 Ali lahko vstopiš na trg?	



Predstavitve poslovnih idej podjetnikom



Pripombe, ki jih doda podjetnik.

Področja, ki so dobro zamišljena:

Področja, ki jim je treba nameniti več pozornosti:

SODELOVANJE Z MALIMI PODJETJI



MODUL 3

Sodelovanje z malimi podjetji

Namen:

- Dijakom omogočiti vpogled v kulturo malih podjetij.
- Pomagati dijakom razumeti, kako bi bilo delati v majhnem podjetju.
- Omogočiti dijakom sodelovanje z lokalnimi podjetniki.

Cilji:

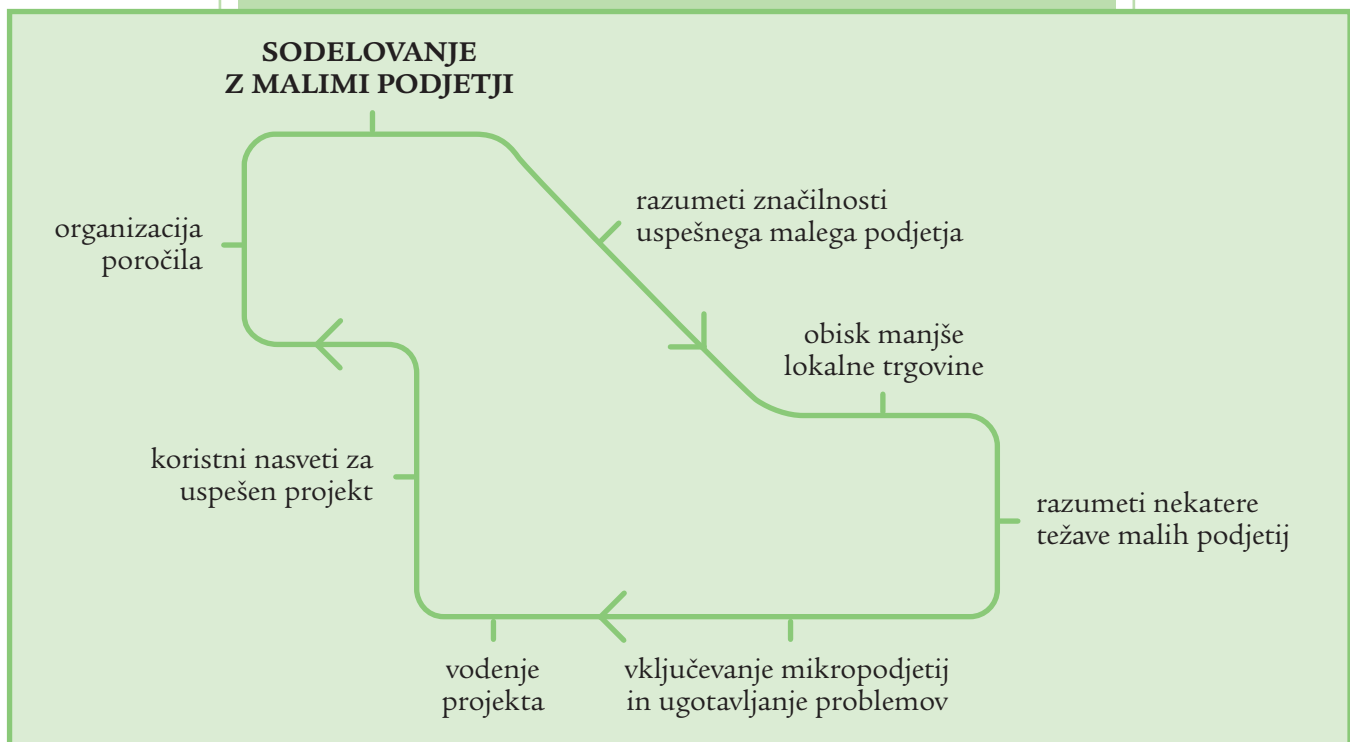
- Pomagati dijakom spoznati, kaj vse je potrebno za uspešno poslovanje majhnega podjetja.
- Pomagati dijakom razumeti nekatere težave, s katerimi se soočajo majhna podjetja.
- Omogočiti dijakom, da dajo svoj prispevek majhnemu podjetju, ko zanj rešijo dejanski problem.
- Omogočiti dijakom, da prevzamejo odgovornost za izpeljavo projekta v resnični življenjski situaciji.

Opomba:

Ta modul zahteva natančno vnaprejšnjo pripravo učiteljev:

- treba je navezati stike z lokalnimi podjetji;
- treba je ugotoviti probleme;
- problemi morajo ustrezati sposobnostim in interesom dijakov.

Sodelovanje z malimi podjetji



V modulu 3 bomo spoznali:

- Značilnosti uspešnega malega podjetja
- Manjšo lokalno trgovino
- Nekatero težavo malih podjetij
- Vključevanje mikropodjetij in ugotavljanje problemov

- Vodenje projekta
- Koristne nasvete za uspešen projekt
- Organizacijo poročila



Razumeti značilnosti uspešnega malega podjetja

Dijake spodbujajte, da raziščejo ključne prvine uspeha malega podjetja. Prvi način je, da si dijaki predstavljajo, da razmišljajo o nakupu podjetja, in si potem zamislijo vprašanja, ki bi si jih morali postaviti, ko bi presojali, ali gre za dober posel ali ne.

»Če bi obiskali majhno trgovino z namenom nakupa le-te, kaj bi želeli izvedeti, da bi lahko presodili, ali gre za dobro poslovno dejavnost?«

Z možgansko nevihto se bodo dijaki morda domislili kaj izmed naštetega:

- Promet
- Dobiček
- Dobra plača
- Prijetna lokacija
- Čistoča in urejenost
- Dobro vzdrževana zgradba
- Veliko strank
- Stalna naročila
- Možnost za razširitev dejavnosti
- Ugled v okolici
- Dobra lokacija
- Preprosto parkiranje
- Privlačna izložbena okna
- Prilagodljiv delovni čas
- Dobra ponudba
- Dobra razporeditev blaga
- Znaki, da se blago dobro prodaja
- Strokovno, vpljudno osebje

In še kaj drugega ...

Vse lahko zapišete na plakat in razstavite v učilnici.

Poleg tega se dijaki lahko postavijo v vlogo stranke in v dvojicah ugotavljajo, kateri so tisti vidiki, ki jih stranka išče. Ti so lahko naslednji:

- Preprost dostop
- Parkirišče
- Široka izbira artiklov
- Sveži izdelki
- Lahko premikanje po trgovini
- Čistoča in urejenost
- Prijetna postrežba
- Razumne cene
- Jasno označene cene
- Preglednost
- Prilagodljiv in ugoden delovni čas

Vsaka dvojica se nato pridruži drugi in skupaj primerjajo svoje sezname ter se tako pripravijo na obisk prave trgovine.

Obisk manjše lokalne trgovine



Med obiskom vsaka skupina štirih dijakov s pomočjo učnega lista opazuje naslednje točke (ki jih lahko dopolni s svojimi):

- **Lokacija** (okolje, stranke, ali so v bližini kakšne druge trgovine, možnost parkiranja, dostop za dostavo, dostop za invalide).
- **Blago** (raznolikost izdelkov, kako jih je mogoče razporediti, razmerje med njimi, splošne razlike v maržah).
- **Predstavitev** (privlačen videz zunanosti in notranosti trgovine, kaj je v izložbi, ime, ali je trgovina čista in dobro osvetljena).
- **Osebj** (so zaposleni prijetni, ustrezljivi in strpni, njihov splošni videz).

Po obisku dijaki pokomentirajo prednosti in slabosti trgovine glede na svoje seznane stvari, ki bi jih zanimale pri njenem nakupu. Bi kupili to trgovino? Če ne, zakaj ne? Če bi, kaj bi se dalo izboljšati?

Lokacija

- 1 Okoliš – potencialne stranke
- 2 Število strank
- 3 Ali so v bližini druge trgovine?
- 4 Ali je v bližini konkurenca?
- 5 Možnosti parkiranja
- 6 Dostop za dostavo
- 7 Dostop za invalide

Blago

- 1 Raznolikost izdelkov v trgovini
- 2 Kateri izdelki prinašajo največ/najmanj dobička?

Predstavitev

- 1 Zunanji videz trgovine
- 2 Privlačnost izložbe
- 3 Uporaba izložbenega okna kot oglasne deske za lokalno skupnost
- 4 Je ime trgovine jasno?
- 5 Je trgovina čista, dobro osvetljena?
- 6 So artikli jasno označeni z nalepkami in oznakami?

Osebj

- 1 Videz – so zaposleni urejeni in čisti?
- 2 Obnašanje – so prijetni, prijazni, ustrezljivi in strpni?
- 3 So učinkoviti pri delu na blagajni?
- 4 Poznajo blago v trgovini?



Obisk manjše lokalne trgovine



Kontrolni seznam odlik in slabosti manjše trgovine

LOKACIJA

Okoliš – potencialne stranke

Število strank

Ali so v bližini kakšne trgovine

Ali je v bližini kakšna konkurenca

Možnosti parkiranja

Dostop za dostavo

Dostop za invalide

Smeti/čistoča/grafiti

Druga opažanja



Obisk manjše lokalne trgovine



Kontrolni seznam odlik in slabosti manjše trgovine

BLAGO

Raznolikost izdelkov v trgovini

Velika izbira različnih vrst določenega izdelka, npr. juhe

Polno založene police

Ravnovesje med različnimi vrstami izdelkov, npr. veliko marmelad, malo vrst čaja

Vprašajte lastnika, kateri izdelki prinašajo a) največ b) najmanj dobička.

Primernost ponujenega blaga za okoliš/lokacijo

Oglaševanje posebnih ponudb

Druga opažanja



Obisk manjše lokalne trgovine



Kontrolni seznam odlik in slabosti manjše trgovine

PREDSTAVITEV

Zunanji videz trgovine

Privlačnost izložbe

Uporaba izložbenega okna kot oglasne deske za lokalno skupnost

Je znak trgovine jasen?/ Je ime trgovine jasno?

Notranjost trgovine. Je dobro osvetljena? Je čista?

So izdelki jasno označeni z oznakami in nalepkami?

Je dobro vzdrževana?

Druga opažanja



Obisk manjše lokalne trgovine



Kontrolni seznam odlik in slabosti manjše trgovine

OSEBJE

Videz: So zaposleni urejeni in čisti?

Obnašanje: So zaposleni prijetni, prijazni in ustrezljivi?

So učinkoviti pri delu na blagajni?

Poznajo blago v trgovini?

Druga opazanja



Obisk manjše lokalne trgovine



Razumeti značilnosti uspešnega majhnega podjetja

Odlike trgovine	Slabosti trgovine
Druga opažanja	
Če mislite, da je ne bi kupili, zakaj ne?	
Če bi jo kupili, kako bi jo lahko še izboljšali?	

Razumeti nekatere ključne odločitve malih podjetij



Potem ko so dijaki ugotovili, kakšne so značilnosti uspešne manjše trgovine, lahko pretehtajo odločitve, ki jih morajo sprejeti mala podjetja, ter posledice napačnih odločitev. To lahko storijo tako, da si ves razred zamišlja naslednjo situacijo in z možgansko nevihto išče možnosti. To naj bo priprava na vajo »Manjša lokalna trgovina« na straneh 100 in 101.

Situacija

Kupili ste manjšo samopostrežno trgovino.

Kako se boste odločili, katero blago boste ponujali?

Dijakom lahko pomagate tako, da jih usmerite v razmišljanje o pomenu lokacije trgovine, npr. ali je v bližini šole ali bolnišnice, ali je v premožnem ali revnejšem delu mesta, ali je v bližini nogometnega stadiona ali kina, kaj bi ljudje želeli kupiti? Kako bi vse to vplivalo na to, kakšno blago naj se ponudi?

Dijake lahko spodbujate tudi k razmišljanju o tem, zakaj ljudje nakupujejo v manjših lokalnih trgovinah. To pomaga pri ugotavljanju, kaj se v njih prodaja, npr. kar so pozabili kupiti, osnovne potrebščine, izdelke za nujne primere.

Kako se odločiti, kakšno količino/število določenega izdelka ponuditi? Npr. vina, piva, žganih pijač, sadja in zelenjave, časopisov. (Z možgansko nevihto ugotovite, kaj je treba upoštevati, ko se odločamo o tem.)

Ko določajo količino izdelkov, ki jih trgovina ponuja, se morajo dijaki zavedati, da je za vsak kos različna stopnja dobička. Za vsako vrsto izdelkov bodo spremenljive stopnje dobička, prav tako se bo lahko spreminjal promet z vsako vrsto.

Lastnik tvega resnične težave, če zgoraj navedene točke niso skrbno premišljene.

Naslednja vaja uvaja nekaj točk, ki prav tako lahko vodijo v težave. Dijaki lahko razmislijo o naslednjem:

- Kako se odločiti, kakšen naj bo delovni čas?
- Kako se odločiti glede dopustov, ki pripadajo osebju?
- Kako se odločiti za dostavne / »za domov« / »običajne« storitve?
- Kako se odločiti, kje naj se trgovino oglašuje?
- Kako se odločiti, kako naj se trgovino oglašuje?

Dijaki, razdeljeni v štiri skupine, izvedejo vajo »Manjša lokalna trgovina«, ki gradi na predhodni možganski nevihti. Vsaka skupina bo odgovarjala na vprašanja, ki so tudi na priloženi zgoščenki, in nato predstavila svoje delo celotnemu razredu, pri čemer bo prikazala, kako so pri odgovorih na vprašanja upoštevali svojo lokacijo.

Dijaki naj svoje odgovore utemeljijo.



Razumeti nekatere ključne odločitve malih podjetij



vaja: »Manjša lokalna trgovina«

Prva skupina

Vaša trgovina je nasproti bolnišnice. V bližini ni drugih trgovin razen cvetličarne. Pred vrati trgovine je avtobusno postajališče.

1. Kako se boste odločili, kakšno blago boste ponudili?
2. Kako se boste odločili, koliko vsake stvari boste imeli na zalogi?
3. Kakšen bo vaš delovni čas?
4. Kako boste razporedili dopust osebja?
5. Boste ponujali tudi dostavo na dom?
6. Boste ponujali »za domov« storitve?
7. Kje boste oglaševali svojo trgovino?
8. Kako boste oglaševali svojo trgovino?

.....

.....

.....

.....

Druga skupina

Vaša trgovina je poleg srednje šole. V bližini so trgovina s čevlji, trgovina z oblačili in frizerski salon. V bližini vhoda v šolo ni dovoljeno parkiranje.

1. Kako se boste odločili, kakšno blago boste ponudili?
2. Kako se boste odločili, koliko vsake stvari boste imeli na zalogi?
3. Kakšen bo vaš delovni čas?
4. Kako boste razporedili dopust osebja?
5. Boste ponujali tudi dostavo na dom?
6. Boste ponujali »za domov« storitve?
7. Kje boste oglaševali svojo trgovino?
8. Kako boste oglaševali svojo trgovino?

.....

.....

.....

.....



Razumeti nekatere ključne odločitve malih podjetij



Tretja skupina

Vaša trgovina je v nizu trgovin v zelo premožnem delu mesta. Med drugim so tu trgovina z oblekami priznane znamke, prestižna cvetličarna, trgovina z ročno narejenimi čokoladnimi bomboni in trgovina z ekskluzivnimi darili. V bližini je parkirišče.

1. Kako se boste odločili, kakšno blago boste ponudili?
2. Kako se boste odločili, koliko vsake stvari boste imeli na zalogi?
3. Kakšen bo vaš delovni čas?
4. Kako boste razporedili dopust osebja?
5. Boste ponujali tudi dostavo na dom?
6. Boste ponujali »za domov« storitve?
7. Kje boste oglaševali svojo trgovino?
8. Kako boste oglaševali svojo trgovino?

.....

.....

.....

.....

Četrta skupina

Vaša trgovina je v bližini nogometnega stadiona. V bližini so avtobusno postajališče ter okrepčevalnica s krompirčkom in hamburgerji, prodajalna alkoholnih pijač, picerija "za domov" in prodajalna sendvičev.

1. Kako se boste odločili, kakšno blago boste ponudili?
2. Kako se boste odločili, koliko vsake stvari boste imeli na zalogi?
3. Kakšen bo vaš delovni čas?
4. Kako boste razporedili dopust osebja?
5. Boste ponujali tudi dostavo na dom?
6. Boste ponujali "za domov" storitve?
7. Kje boste oglaševali svojo trgovino?
8. Kako boste oglaševali svojo trgovino?

Vsaka skupina predstavi svoje odgovore celotnemu razredu (s pomočjo predstavitve »power point« ali drugimi oblikami).



Vključevanje mikropodjetij in ugotavljanje problemov

Dijaki zdaj že nekoliko razumejo,

- a kaj podjetju prinaša uspeh in
- b kakšne so potencialne težave podjetja.

Kot je bilo omenjeno, je glavni poudarek tega modula na reševanju problema za podjetje, ki zaposluje deset ali manj ljudi. Dijaki bodo tako vključeni v projekt, prek katerega bodo reševali določene probleme v manjših skupinah po dva ali tri. Treba bo pridobiti določeno število malih podjetij, ki bodo ponudila svoje probleme oz. izzive, s katerimi se bodo dijaki ukvarjali.

Problemi in izzivi morajo biti prilagojeni znanju in spretnostim dijakov.

Tipični problemi so lahko:

- pomanjkanje ustrezne promocijske ali reklamne literature,
- ni spletne strani ali je neustrezna,
- nedovoljno poznavanje konkurence,
- nedovoljno poznavanje odjemalcev,
- neučinkovit sistem vodenja dokumentacije,
- nezadostni podatki o obsegu zaloge,
- nepopoln seznam kontaktnih naslovov in telefonskih števil ali
- neustrezna prostorska razporeditev.

Dijaki bodo obiskali podjetje, da spoznajo lastnika direktorja, se seznanijo s podjetjem in se pogovorijo o problemu ali izzivu, ki jim ga postavi podjetje. V procesu iskanja rešitve bodo verjetno morali še enkrat ali dvakrat obiskati podjetje in o svojem napredku obveščati lastnika direktorja.

Ob koncu tega procesa bodo napisali poročilo, pripravili predstavitev za lastnika direktorja in oddali svoje poročilo z rešitvijo problema.

V zgoraj omenjenem procesu bodo dijaki pridobili izkušnje za vodenje projekta. V nadaljevanju sledi podrobnejši opis vodenja projektov.

Vodenje projekta



Priprava projekta

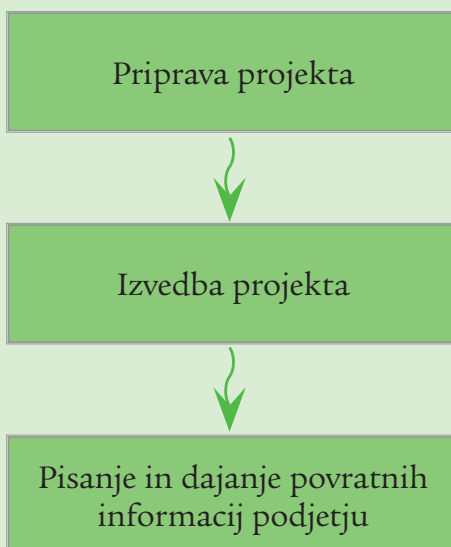
- Mikropodjetja predlagajo problem, ki naj ga dijaki rešijo. Dijakom je dodeljen problem glede na njihove spretnosti in znanje.
- Skupine dijakov obiščejo podjetja in dobijo osnovne podatke, npr. kakšna je dejavnost podjetja, kdo je lastnik, kakšne izdelke proizvaja, komu in kje jih prodaja, kakšna je velikost podjetja, kje se nahaja.
- Kakšni so problemi, ki jih morajo dijaki rešiti? Kakšen izid pričakuje podjetje? S kom v podjetju bodo imeli dijaki stike?
- Dijaki načrtujejo, kaj bodo naredili in kako bodo to naredili. To vključuje časovni okvir, kaj bo kdo naredil in kdaj, koliko obiskov podjetij naj bo, kako bodo komunicirali s podjetjem in kako pogosto.

Izvedba projekta

- Zbiranje dodatnih podatkov o problemu (iz sekundarnih virov in pri lastniku direktorju).
- Priprava intervjujev, ki se pokažejo kot nujni.
- Redni stiki s podjetjem.
- Sprotno vodenje zapiskov o napredku in stikih s podjetjem.
- Razvijanje podrobnega osnutka projektnega poročila.
- Razprave razreda in učitelja o tem, kako se piše poročilo za podjetje (kako ga zastaviti, kaj naj vključuje). Primer strukture poročila je tudi na zgoščenki.

Pisanje in dajanje povratnih informacij podjetju

- Načrtujte organizacijo vsakega projektnega poročila po dogovorjenih smernicah.
- Napišite poročilo.
- Dijaki uradno predstavijo to poročilo lastniku direktorjem. To pomeni, da povzamejo glavne točke iz pisnega poročila in jih uporabijo v predstavitvi, po kateri oddajo poročilo lastniku direktorju skupaj s predlagano rešitvijo.





Koristni nasveti za uspešen projekt



Za pomoč pri izpeljavi projekta vam bodo morda koristili naslednji nasveti:

DA

- V podjetju poiščite človeka, ki bo vaša zveza z direktorjem.
- Prepričajte se, da imajo dijaki redne stike s podjetjem (telefonski pogovori, obiski, e-pošta).
- Poskrbite, da se dijaki držijo rokov, dogovorjenih s podjetji.
- Načrtujte dovolj časa za razpravo o napisanih poročilih in načrtih za predstavitev.
- Poskrbite, da evalvacija vključuje vrednost projekta tako za podjetje kot za dijake.
- Zagotovite in vzdržujte pravično razporeditev dela v vsaki skupini.
- Povejte dijakom, da je dosežek njihovih projektov v resnici last podjetja.
- Pojasnite podjetjem, kako pomembno je, da se odzivajo na telefonske klice dijakov in pokličejo nazaj.
- Poskusite imeti v vsaki skupini dijake z različnimi spretnostmi.

NE

- Ne dovolite, da dijaki izgubijo motivacijo in »odtavajo«.
- Ne zanašajte se na samo en način komuniciranja s podjetji.
- Ne dogovorite se za projekt, pri katerem bi lahko nastale težave zaradi varovanja podatkov.
- Ne dovolite, da zaradi premajhne vztrajnosti dijaki izgubijo stik s podjetjem.
- Ne pozabite povedati dijakom, kako pomembno je poiskati pomoč, ko se pojavijo problemi.
- Ne pozabite vključiti podjetij v predstavitev poročil dijakov in evalvacijo projektov.

Za uspešno pripravo projekta morate:

1 Imeti osnovne podatke o podjetju

Obiščite svoje podjetje ali se pozanimajte po telefonu in ugotovite naslednje:

- a s čim se podjetje ukvarja;
- b kdo je lastnik;
- c kakšne izdelke proizvaja ali kakšne storitve ponuja;
- d komu in kje prodaja;
- e velikost podjetja, npr. število zaposlenih;
- f kje se nahaja.

2 Razumeti problem podjetja

Ugotovite naslednje:

- a kaj natanko želijo, da naredite;



Koristni nasveti za uspešen projekt



- b kakšen dosežek od vas pričakuje podjetje;
- c s kom v podjetju boste imeli stike.

3 Načrtovati delo

To vključuje:

- a razdelitev dela – kdo bo kaj naredil in kdaj;
- b odločitev, koliko bo obiskov podjetja;
- c odločitev, kakšni bodo stiki s podjetjem (telefonski, e-pošta) in kako pogosti;
- d določitev rokov, ki se jih morate držati.

Za uspešno izvedbo projekta je potrebno:

1 Zbiranje dodatnih informacij.

Te lahko dobite od podjetja, iz obrtnih revij, z interneta, v informacijskih pisarnah ali časopisih, z ogledom uspešnih podjetij

2 Priprava intervjujev, ki se pokažejo nujni.

To vključuje pripravo vprašanj, da dobite zelene podatke, in odločitev, kdo bo postavljaj vprašanja. Spomnite se, kako ste to delali v Modulih 1 in 2.

3 Uporaba vseh podatkov za izvedbo projekta.

4 Sprotno vodenje zapiskov o napredku.

5 Ohranjanje rednih stikov s podjetjem.

To lahko pomeni poročanje o napredku, spraševanje po podatkih, obveščanje o težavah, ki so se pojavile.

Pisanje in dajanje povratnih informacij podjetju

- 1 Sestavljanje poročila, pri čemer sledite smernicam na učnem listu 8, z naslovom »Organizacija poročila«.
- 2 Priprava predstavitve glavnih točk poročila za predstavnika podjetja.
- 3 Izročitev poročila podjetju skupaj s tako rešitvijo problema, kakršno vam je uspelo oblikovati.



Organizacija poročila

Naslovnica poročila:

- a. privlačno razporejen naslov poročila,
- b. imena sodelujočih,
- c. datum priprave poročila.

Uvod:

- a. Predstavite podjetje (ime in naslov podjetja, s čim se ukvarja, koliko časa že posluje, koliko ljudi zaposluje).
- b. Natančno opredelite problem in rešitev, ki jo je podjetje pričakovalo.

Jedro:

- a. Kako ste se lotili reševanja problema. To vključuje: kako ste se odločili, kaj naj vsak naredi; kaj je vsak dejansko naredil; katere podatke ste dobili od podjetja ali iz drugih virov;
- b. Težave ali ovire, na katere ste naleteli in kako ste jih premagali;
- c. Kaj ste izdelali, npr. bazo podatkov, spletno stran, reklamni katalog.

Sklep:

- a. Lahko napišete nekaj o tem, ali ste pri reševanju problema uživali in zakaj.
- b. Ali ste kot skupina dobro sodelovali?
- c. Ali mislite, da ste nalogo za podjetje dobro opravili?
- d. Lahko tudi smernice za nadaljnji razvoj.

Priloga:

- seznam virov ter
- seznam specializiranih in strokovnih izrazov z razlago.

Organizacija poročila



Naslovnica poročila:

- a. privlačno razporejen naslov poročila
- b. imena sodelujočih
- c. datum priprave poročila

Uvod naj:

- a. predstavi podjetje ter
- b. natančno opredeli problem, s katerim so se dijaki ukvarjali.

Jedro naj vsebuje:

- a. podrobno vsebino poročila. S katerimi dejavnostmi so pristopili k reševanju problema.
- b. težave/ovire.
- c. končni izdelek.

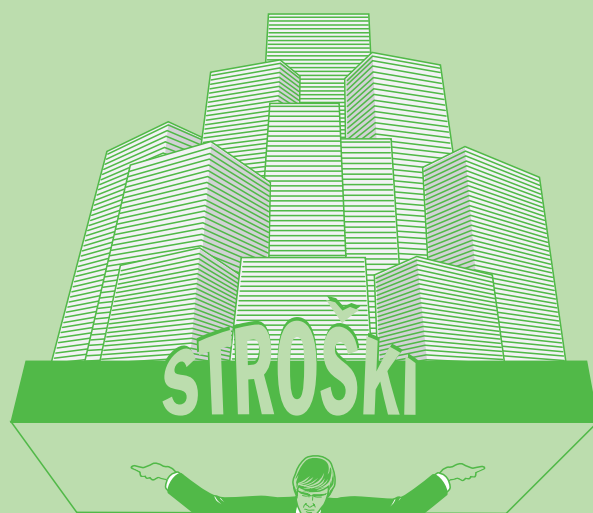
Sklep naj:

- a. pove nekaj o tem, ali so dijaki pri reševanju problema uživali in zakaj,
- b. ali so kot skupina dobro sodelovali in
- c. ali mislijo, da so nalogo za podjetje dobro opravili,
- d. lahko tudi smernice za nadaljni razvoj.

Priloga:

- seznam virov ter
- seznam specialnih in strokovnih izrazov z razlago.

USTVARITI NOVO MALO PODJETJE



Ustvariti novo malo podjetje

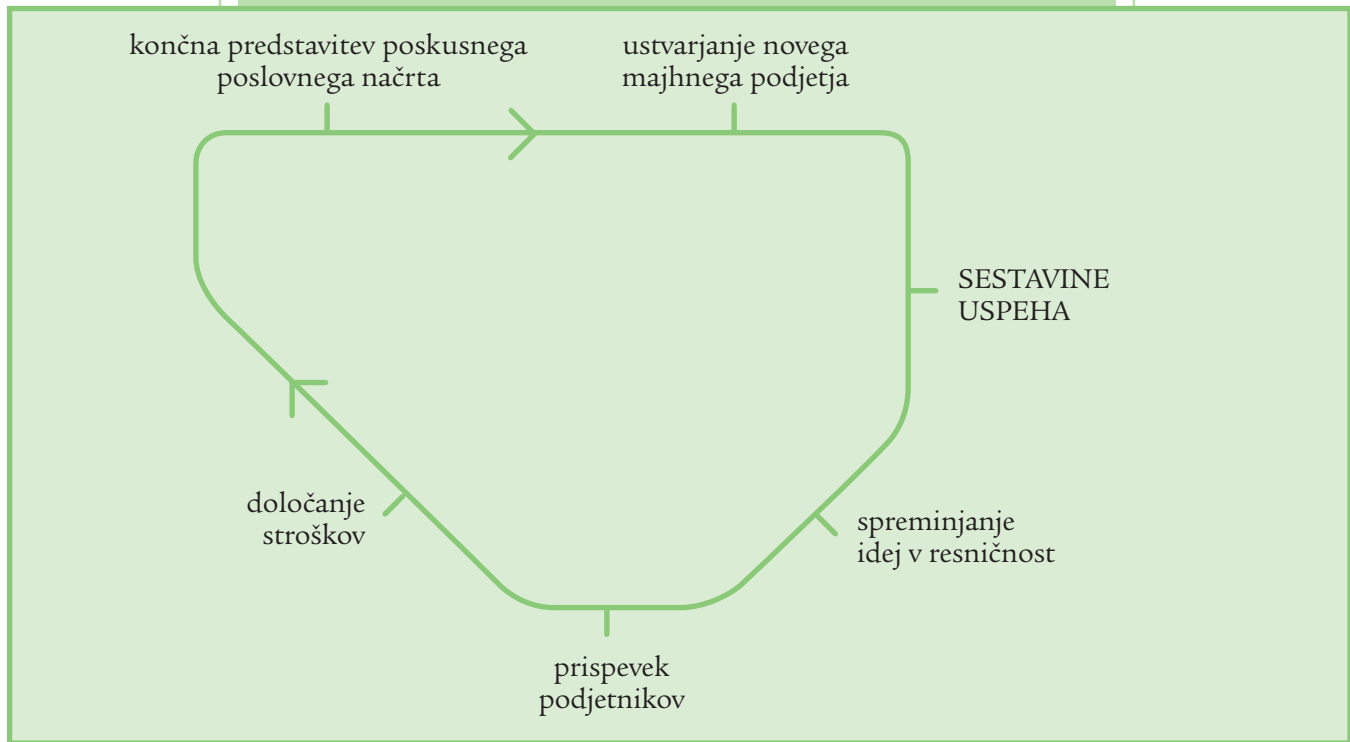
Namen:

- Spodbuditi sodelujoče, da raziščejo procese, ki so potrebni pri ustvarjanju manjše samostojne poslovne dejavnosti z uporabo svojih osnovnih spretnosti in znanj.
- Razviti poslovno idejo do točke, ko bi jo bilo mogoče tudi dejansko uresničiti.

Cilji:

- Poglobiti razumevanje štirih ključnih »sestavlin uspeha«, nujnih za uspeh manjšega posla oz. podjetja.
- Pomagati dijakom, da sebe in svoje ideje pretehtajo glede na štiri ključne sestavine uspeha.
 - Pomagati dijakom, da nadgradijo svoje pomanjkljivosti, tako da je uspeh njihovega poslovnega projekta verjetnejši.

Ustvariti novo malo podjetje

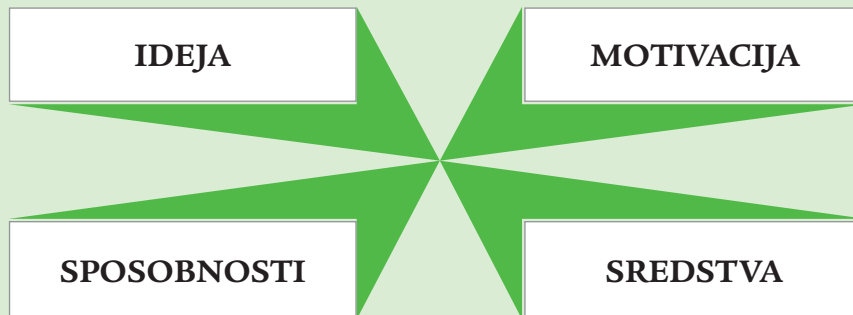


V modulu 4 bomo spoznali:

- Sestavine uspeha
- Uresničevanje idej
- Prispevek podjetnikov
- Določanje stroškov
- Končna predstavitev poskusnega poslovnega načrta

Sestavine uspeha

Štirje prikazani osnovni dejavniki predstavljajo značilnosti vsakega uspešnega manjšega posla. To so IDEJA, MOTIVACIJA, SPOSOBNOSTI, SREDSTVA.



Prosojnico in diagram velikosti A1 teh **štirih dejavnikov uspeha** najdete v dodatnih gradivih na zgoščenci. Lahko jih razstavite, ko izvajate naslednje dejavnosti, tako da se dijaki zavedajo, da je to ključ do zagona uspešne manjše poslovne dejavnosti.

IDEJA

KAJ natančno boste delali?

Proizvod oz. storitev je nekaj, kar se bo lahko prodajalo.

MOTIVACIJA

ZAKAJ si želite to narediti?

Oseba, ki namerava začeti posel, ima dovolj volje in odločnosti, da uspe, tudi ko se pojavijo težave in gredo stvari slabo.

SPOSOBNOSTI

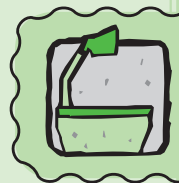
ZNATE to narediti?

Oseba, ki namerava začeti posel, ima dovolj ustreznih sposobnosti, da si zagotovi uspeh.

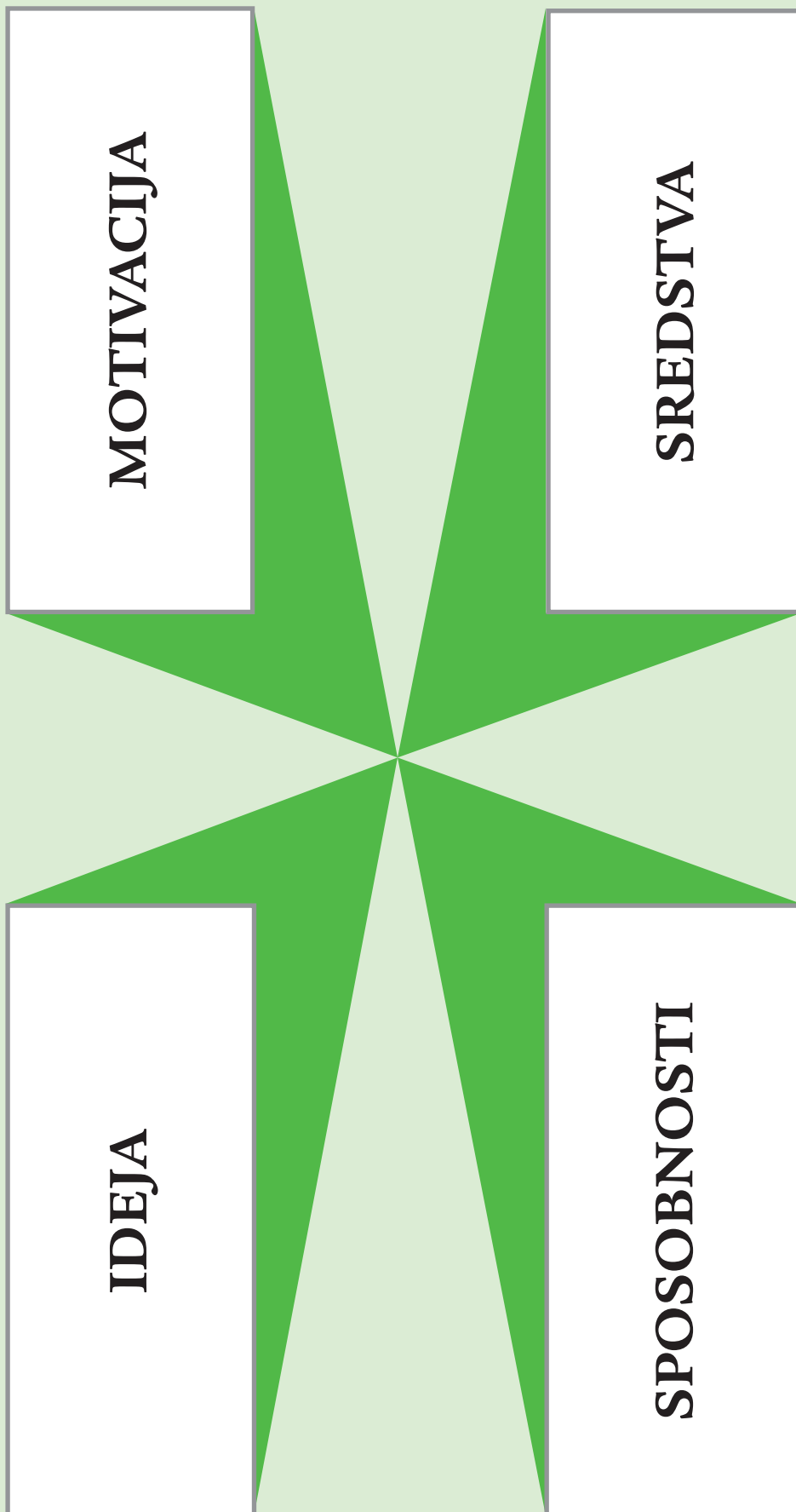
SREDSTVA

KAJ vam bo pomagalo?

Oseba, ki namerava začeti posel, se mora dobro zavedati, kako širok obseg različnih sredstev je potreben za uspeh.



Sestavine uspeha



Sestavine uspeha

vaja: Vprašanja za Darjo

Dijaki naj si predstavljajo, da je k njim prišla prijateljica Darja na pogovor o svoji zamisli, da bi v vašem kraju odprla prodajalno sendvičev. Katera splošna vprašanja, ki se nanašajo na vsakega izmed štirih dejavnikov uspeha, bi ji morali postaviti, da bi dobili jasno predstavo o tem, kakšne so možnosti, da ji uspe?

To vajo lahko začnete z možgansko nevihto z vsemi dijaki, pri čemer jih spodbujate, da razmišljajo o različnih vprašanjih, ki bi jih postavili Darji. Vprašanja so povezana z dejavniki uspeha. Dijaki delajo v skupinah po štiri in pri tem uporabljajo učni list z naslovom »Vprašanja za Darjo«, na katerega zapišejo svoja vprašanja.

Po desetih ali petnajstih minutah naj skupine predstavijo svoja vprašanja drugim dijakom, pri čemer vsaka skupina prevzame odgovornost za vprašanja v zvezi z enim izmed dejavnikov uspeha.

Vprašanja lahko prikažete na prosojnici ali tabli v enaki obliki kot na učnem listu.

Po želji lahko dodate in prikažete tudi naslednja vprašanja o vsakem izmed dejavnikov uspeha:

Prosojnica 1



IDEJA

KAJ natančno boš delala?

Imaš jasno predstavo o tem, koliko različnih sendvičev boš ponudila?

Katere vrste sendvičev boš ponudila?

Katere osvežilne pijače boš ponudila?

Bo to »za domov« storitev ali bodo stranke jedle v lokalnu?

Katere potrebe strank bo tvoja ponudba zadovoljila?

Od kod bodo prišle tvoje stranke?

Ali obstaja konkurenca – so v bližini druge prodajalne sendvičev?

Bo tvoja prodajalna sendvičev boljša od njihovih?

Koliko boš računala za sendviče?

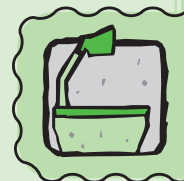
Si bodo tvoje stranke lahko privoščile take cene?

Boš imela dovolj strank?

Kako boš oglaševala svojo prodajalno sendvičev?

Si prepričana, da je posel zakonit? Ali potrebuješ posebno dovoljenje?

Kaj moraš vedeti o higienskih predpisih in odredbah o varnosti pri delu pri prodaji hrane strankam?



Sestavine uspeha

MOTIVACIJA

ZAKAJ si želiš to narediti?

Zakaj si želiš začeti ta posel?

Je to nekaj, kar si si vedno želela narediti?

Kaj želiš doseči? Kakšne ambicije imaš?

Bi tudi v prihodnje raje delala sama ali bi želela posel razširiti in zaposliti veliko ljudi?

Se zavedaš, da se bo spremenilo veliko stvari v tvojem življenju in da boš verjetno imela veliko manj prostega časa?

Si pripravljena na spremembe, ki bodo verjetno vplivale na tvoje življenje?

Si že kaj naredila, da bi s tem pokazala svojo predanost zamisli o odprtju prodajalne sendvičev?

Si pripravljena v posel vložiti svoj denar?

Si že pomislila, kaj se bo zgodilo, če se stvar ne izide? Imaš rezervni načrt?

SPOSOBNOSTI

ZNAŠ to narediti?

Imaš že kakšne izkušnje z vodenjem prodajalne sendvičev?

Imaš veliko izkušenj s pripravljanjem sendvičev?

Imaš kakšne kvalifikacije, ki so pomembne pri vodenju sendvičbara?

Znaš dobro načrtovati?

Znaš dobro reševati težave?

Si sposobna samostojno delati?

Si sposobna delati kot član skupine?

Znaš prevzeti odgovornost?

Si sposobna komunicirati z različnimi vrstami ljudi?

SREDSTVA

KAJ ti bo v pomoč?

Boš potrebovala poslovni prostor?

Boš kupila ali najela poslovni prostor?

Boš potrebovala osebje? Če boš, koliko zaposlenih?

Boš potrebovala avtomobil, kombi ali drugo prevozno sredstvo?

Boš morala kupiti še kaj drugega?

Imaš seznam dobaviteljev?

Ti bo pri poslu pomagala družina?

Si izračunala, koliko bo vse to stalo?

Si premislila, koliko boš računala?

Od koga si boš izposodila denar za zagon posla?



Sestavine uspeha

Vprašanja za Darjo

IDEJA

KAJ natančno boš delala?

MOTIVACIJA

ZAKAJ si želiš to narediti?

SPOSOBNOSTI

ZNAŠ to narediti?

SREDSTVA

KAJ ti bo pomagalo?

Sestavine uspeha



Dijaki so zdaj spoznali, da so ideja, motivacija, sposobnosti in sredstva ključni dejavniki za uspešen razvoj malega podjetja. Da bi dijakom omogočili, da dodatno vadijo aplikacijo dejavnikov uspeha, ponuja naslednja dejavnost drugačen pristop. Dijaki lahko dodatno razmišljajo o dejavnikih uspeha v naslednjem primeru.

vaja: **Prodajalna strica Ivana**

Stricu Ivanu je že dolgo vseč zamisel, da bi odprl lokal z ocvrtimi piščanci. Ima prijetne spomine na čas, ko je kot najstnik ob sobotah delal v takšni podajalni. Po srečnem naključju se je v njegovi soseski ravnokar izpraznil lokal. Stric Ivan je vse življenje delal kot inženir, lani pa je postal tehnološki višek. Sit je bil dela v velikem podjetju in si je zaželel, da bi bil sam svoj šef. Žena in sin sta mu obljubila, da mu bosta pri poslu pomagala, še posebej, ker je lokal v bližini njihove hiše. Vsi dobro poznajo sosesko in so prepričani, da bodo imeli veliko strank. Ivan želi ponuditi večji izbor jedi od običajnih ocvrtih piščancev, saj se je njegova žena ponudila, da bo pekla domač kruh. Zato bi bil posel boljši kot pri drugih podobnih prodajalnah v okolici. Ker ima na razpolago denar od odpravnine, pričakuje, da bo za zagon posla potreboval le manjše bančno posojilo. Navezal je že stike z dobavitelji in ve, kje bo lahko najel opremo za cvrtje, ki jo potrebuje. V prejšnji službi je delal na odgovornem delovnem mestu in ga ni strah lotiti se zahtevnih nalog. Jutri je dogovorjen za sestanek z direktorjem banke glede posojila.

K tej dejavnosti lahko pristopite na različne načine:

- Če imate skupino sposobnejših dijakov, jih razdelite v manjše skupine in pustite, da sami izluščijo dejavnike uspeha. V najboljšem primeru naj bi bili sposobni sami ugotoviti tudi pomanjkljivosti glede na posamezen dejavnik uspeha. Vse to lahko zapišejo na učni list »Prodajalna strica Ivana«.

Nato jim lahko date seznam podrobnejših vprašanj v zvezi z Darjino zamislijo za prodajalno sendvičev, ob katerem preverijo svoja opažanja.

- Če imate skupino dijakov s skromnejšimi sposobnostmi, naj vsak dobi kopijo s scenarijem, nato jih vodite skozi dejavnost tako, da povežejo vsak podatek z ustreznim dejavnikom uspeha.

Za boljše razumevanje teh dejavnikov uspeha lahko dijaki vadijo v parih tudi s pomočjo naslednjih primerov: »internet caffè«, čiščenje oken, športna trgovina, frizerski salon, mesarstvo, cvetličarstvo, biotrgovina, glasbena trgovina, trgovina z rabljenimi otroškimi igračami, trgovina s poročnimi oblekami in darili ... Primer izberite na podlagi zanimanja dijakov. Če uporabite druge primere, ustrezno prilagodite spodnja vprašanja, ki se nanašajo na prodajalno sendvičev.



Sestavine uspeha

Prodajalna ocvrtih piščancev strica Ivana

IDEJA

Kaj natančno bo naredil stric Ivan?

Je kaj spregledal?



Sestavine uspeha

Prodajalna ocvrtih piščancev strica Ivana

MOTIVACIJA

Zakaj bi stric Ivan želel to narediti?

Na kaj ni pomislil?



Sestavine uspeha

Prodajalna ocvrtih piščancev strica Ivana

SPOSOBNOSTI

Zna to narediti?

Katere sposobnosti in znanja še potrebuje?



Sestavine uspeha

Prodajalna ocvrtih piščancev strica Ivana

SREDSTVA

Kaj mu bo v pomoč?

Kaj še potrebuje?



Uresničevanje idej

Kot smo videli, je uspešnost podjetij odvisna od kombinacije »dejavnikov uspeha«. Obstaja tudi priporočeno zaporedje stopenj v procesu ustvarjanja manjšega poslovnega projekta, zato »prihodnje« podjetnike spodbujamo, da sledijo temu zaporedju in tako povečajo možnosti za uspeh.

Da bi pospešili učenje, lahko uporabite spodnjo tabelo z naslovom »Uresničevanje idej – podroben pregled« in vsak korak podrobneje razložite dijakom. Tabelo najdete tudi na priloženi zgoščenki. Skupaj z dijaki lahko pripravite plakat, ki ga lahko razstavite v učilnici.

»Uresničevanje idej – podroben pregled«

Brez ideje ali motivacije	To je začetno stanje. Ni jasne poslovne zamisli ali motivacije.
Groba ideja	To se nanaša na neobdelano poslovno zamisel, preden je bila pretehtana.
Tehtna ideja:	To je zamisel, ki je bila pretehtana po dogovorjenih merilih.
Obseg in sredstva	To se nanaša na nameravano velikost posla in sredstva, ki bodo potrebna za njegovo uresničitev.
Priprava na začetek	Pogajanje z najemodajalci, bankami, dobavitelji itd.
Začetek	Začetek poslovanja.
Preživetje	Nadaljevanje poslovanja v enakem obsegu ali razširitev in prilagajanje spreminjajočim se razmeram.

Scenarij na naslednji strani osvetljuje, kako pomembno je slediti tem logičnim stopnjam kot tudi štirim dejavnikom uspeha.



Uresničevanje idej

Primer učitelja umetnosti, ki je postal lončar

Učitelj umetnosti se je izučil za lončarja in že veliko let razstavlja ter prodaja svoje izdelke v okoliških trgovinah domače obrti. Zaradi tega je zelo znan in dobiva precej posebnih naročil od ljudi, ki občudujejo njegovo delo. Zato se je odločil, da bo izkoristil svoje znanje lončarjenja in začel samostojno podjetniško pot ter pustil učiteljsko službo.

Najame bančno posojilo, da bi kupil lokal, plačal gradbenika za ureditev delavnice, da bo lahko vgradil lončarsko peč in lončarski kolovrat ter opremil trgovino s policami in prodajnim pultom.

Kakšne možnosti ima, da bo uspešen?

Spodbudite dijake, da skrbno premišljujejo o tem glede na štiri dejavnike uspeha:

- ideja,
- motivacija,
- sposobnost,
- sredstva.

in priporočeno zaporedje korakov:

- brez ideje ali motivacije,
- groba ideja,
- tehtna ideja,
- obseg in sredstva,
- priprava na začetek,
- začetek,
- preživetje.

Dijaki povežejo dejanja učitelja umetnosti s temi koraki, da bi videli, da je preskočil neposredno z grobe ideje na začetek posla, ne da bi šel skozi nujne stopnje priprave in načrtovanja ter ne da bi upošteval štiri osnovne dejavnike uspeha. Zato ni imel veliko možnosti, da uspe. Učni list za pripombe dijakov je priložen.

Uresničevanje idej



Prenos dejavnikov uspeha na poslovne ideje dijakov

Dijaki bodo imeli zdaj priložnost, da razmislijo o tem, kako bi uresničili svoje poslovne zamisli, ki jih bodo prenesli iz Modula 2. Če kateri izmed dijakov ni dokončal Modula 2, lahko uporabimo poslovne zamisli iz tega modula kot pripomoček za iskanje lastnih poslovnih idej. Druga možnost je, da dijake spomnite, da zamisli za majhne poslovne dejavnosti niso nujno tradicionalne ali običajne.

Razmišljajo lahko na primer o tem, kako bi:

- uporabili svoje spretnosti oz. hobije,
- naredili BTC bolj privlačen,
- izboljšali nočno življenje v svojem kraju,
- popravili luknje v cestah,
- vzdrževali namakalne kanale.

Ko se dijaki v malih skupinah navežejo na neko idejo, si morajo postaviti vprašanja, ki so jih zastavili Darji o njeni prodajalni sendvičev, pri čemer ne smejo pozabiti na vse podrobnosti, ki se tičejo potreb porabnikov, ki jih želijo zadovoljiti, potencialnih strank, kroga ljudi, s katerimi se bodo morali povezati, in konkurence.

Namen je, da utrdijo znanje, pridobljeno v Modulu 2, zato si dijaki lahko spet ogledajo, kakšne so značilnosti dobre poslovne ideje. Prav tako bodo pri tem uporabili štiri osnovne dejavnike uspeha, **IDEJO, MOTIVACIJO, SPOSOBNOSTI, SREDSTVA**, in sledili priporočenemu zaporedju, pri čemer uporabijo učna lista, ki sta na zgoščenki.

Opravljeno delo bo prispevalo k oblikovanju neuradnega poslovnega načrta, ki ga bodo predstavili na koncu tega modula.

Po tem, ko nekaj časa zbirajo podatke s pomočjo učnih listov, lahko nadaljujejo razmišljanje, kako bi na privlačen način s pomočjo informacijske tehnologije svojo poslovno idejo predstavili celotnemu razredu. To lahko naredijo v obliki predstavitve »Powerpoint« ali s pomočjo svojih računalniških programov. Drugi dijaki naj prispevajo konstruktivne pripombe, tako da postavljajo vprašanja, kot npr. »Kje so »luknje«? Na kaj morate biti pozorni?« Predloge se lahko doda na učna lista 3 in 3a.



Uresničevanje idej

Dejavniki uspeha v zvezi z mojo poslovno idejo

Brez ideje ali motivacije
Groba ideja
Tehtna ideja
Obseg in sredstva
Priprava na začetek
Začetek
Preživetje

Na kaj moram biti pozoren/pozorna?



Uresničevanje idej

Dejavniki uspeha v zvezi z mojo poslovno idejo

IDEJA KAJ natančno boš delala?	MOTIVACIJA ZAKAJ si želiš to narediti?
SPOSOBNOSTI ZNAŠ to narediti?	SREDSTVA KAJ ti bo v pomoč?

Na kaj moram biti pozoren/pozorna?



Prispevek podjetnikov

Na tej točki je dobro, da spet povabite nekaj podjetnikov (najbolje štiri), da dijaki z njimi opravijo razgovor. V eni učilnici lahko poteka razgovor z dvema podjetnikoma in s približno štirimi skupinami dijakov, vsakega sprašujeta dve skupini. Dijaki naj postavljajo vprašanja v zvezi s štirimi dejavniki uspeha in priporočenim zaporedjem korakov. Za načrtovanje intervjujev je na voljo učni list.

IDEJA

Kakšna je bila njegova/njena prvotna poslovna ideja?

Se je ideja spremenila/razvila?

MOTIVACIJA

Zakaj se je sploh odločil/-a začeti s svojim poslom?

Je uresničil/-a svoje prvotne ambicije ali so se le-te spremenile?

SPOSOBNOSTI

Katere spretnost in znanja je imel/-a pred začetkom posla?

So bile ustrezne?

Se je naučil/-a novih spretnosti in znanj?

Če je, kako?

SREDSTVA

Kakšna sredstva je sploh imel/-a na začetku?

So bila ta sredstva zadostna?

Je pridobil/-a dodatna sredstva?

Če je, kako?

Kot osnovo za postavljanje vprašanj lahko uporabijo štiri dejavnike uspeha in svoja lastna razmišljanja o poslovnih idejah. Skozi odgovore podjetnika naj skušajo ugotoviti, ali je podjetnik sledil zaporedju korakov, ki so jih spoznali v tem modulu.

Prispevek podjetnikov



Intervju s podjetniki

Priprava na razgovor s podjetniki

- 1 Dijaki si lahko na videu ogledajo igran intervju z mladim človekom, ki namerava ustvariti svoj posel. Ogledu videa naj sledi razprava z dijaki, v kateri jih spodbujajte k ugotavljanju odlik in pomanjkljivosti njegove poslovne ideje v zvezi s štirimi dejavniki uspeha. To lahko zapišejo na učni list 5.
- 2 Dijake razdelimo v dve skupini, vsaka izprašuje podjetnika o **dejavniki uspeha** in načrtuje svoja vprašanja na učni list 6. Če smo dijake razdelili v dvojice in trojice, je vsaka manjša skupina zadolžena, da postavi vprašanja v zvezi z vsakim izmed dejavnikov.
- 3 V vsaki izmed dveh skupin naj bo določen en dijak, ki naj bo zadolžen za to, da postavi splošno vprašanje v zvezi s **priporočenimi stopnjami ob ustanavljanju podjetja**, npr. »Ali ste v glavnem šli skozi tak proces, ko ste začeli ustanavljati svoje podjetje? Če niste, kaj natanko ste naredili?« Prav tako lahko določimo dijake, ki bodo zapisali odgovore podjetnikov.
- 4 Vsi člani skupine lahko uporabijo učni list 7 za zapisovanje opaznanj v zvezi z odlikami in s pomanjkljivostmi **IDEJE, MOTIVACIJE, SPOSOBNOSTI IN SREDSTEV** vsakega podjetnika. Toda analizo naredite šele po odhodu podjetnikov, saj bi bili lahko užaljeni, če bi mislili, da želite usmeriti pozornost na njihove slabosti.
- 5 Prav tako se morajo dijaki zavedati, katera vprašanja so sprejemljiva in katera ne. Ne smejo postavljati vprašanj glede osebnih finančnih sredstev; vprašanja naj bodo splošna. Prav tako se morajo zavedati, da slabosti ne smejo omenjati podjetnikom, namesto tega lahko uporabijo na primer vprašanje: »Če pogledate nazaj, kaj bi bili lahko bolj učinkovito naredili?« ipd.
- 6 Dijaki morajo imeti dovolj časa, da drug z drugim vadijo vprašanja, da pridobijo samozavest in odpravijo pomanjkljivosti. Mogoče boste želeli pregledati vprašanja in se prepričati, ali so primerna.
- 7 Dijake morate pripraviti na to, kako bodo sprejeli podjetnike in se jim zahvalili.
- 8 Podjetnike morate predhodno obvestiti, da se bodo vprašanja nanašala na njihovo poslovno idejo, z njo povezane sposobnosti, motivacijo in sredstva, ter na zaporedje korakov, tako da bodo vedeli, kaj naj pričakujejo.
- 9 Podjetnike pripravite tudi na to, da si bodo ob koncu razgovora vzeli nekaj minut za njihov komentar.
- 10 S pomočjo teh pripomb lahko dijaki dobijo povratne informacije od podjetnikov.

Po odhodu podjetnikov je priporočljivo, da dijake povprašate o njihovih ugotovitvah, pri čemer se še posebej osredinite na:

- odlike in slabosti, ki se nanašajo na idejo, sposobnosti, motivacijo in sredstva poslovnih dejavnosti vsakega podjetnika;
- ali so se izkušnje podjetnikov ujemale s priporočenimi stopnjami ustanavljanja majhnega podjetja;
- ali so dijaki imeli občutek, da so bile njihove tehnike intervjuja zadovoljive.



Prispevek podjetnikov

Intervju s podjetniki

ODLIKE POSLOVNE IDEJE	ODLIKE POSLOVNE IDEJE



Prispevek podjetnikov

IDEJA		MOTIVACIJA	
Odlike	Slabosti	Odlike	Slabosti
SPOSOBNOSTI		SREDSTVA	
Odlike	Slabosti	Odlike	Slabosti



Prispevek podjetnikov

Odlike in slabosti dejavnikov uspeha

Priporočila, ki jih doda podjetnik

Področja, ki so dobro zasnovana:

Področja, ki jim je treba nameniti več pozornosti:



Določanje stroškov

Dijaki so zdaj že dobili nekaj vpogleda v pomen štirih dejavnikov uspeha in priporočeno zaporedje korakov, ki pomagajo maksimirati možnosti za uspešen zagon majhnega posla. Ker so se glede tega že seznanili z izkušnjami podjetnika, naj zdaj bolj razmišljajo o sredstvih, ki bi jih potrebovali, če bi se hoteli preživljati s svojo poslovno idejo.

Predstavljen je primer čistilca oken.

Primer: Servis za čiščenje oken

- Čistilec oken je ugotovil, da mora za preživetje letno zaslužiti €25.200.
- To pomeni, da bo moral »prodati« 35 ur tedensko po €15 na uro, (to so ure, ko dejansko čisti okna; čas prevoza ni vključen) in delati 48 tednov letno (kar pomeni 4 tedne dopusta):

35 prodanih ur tedensko po €15 na uro = €525

Skupni promet = 48 tednov po €525 = €25.200

Toda od tega denarja je treba plačati druge stvari. Nekateri stroški so **spremenljivi/variabilni**, to pomeni, da se lahko iz dneva v dan spreminjajo oz. so odvisni od količine proizvedenih izdelkov, nekateri pa so **fiksni**, to pomeni, da so vedno enaki, ne glede na količino dela, tudi če nič ne proizvajamo.

Spremenljivi stroški	bencin	
	telefon	
	krpe	
	čistilno sredstvo	
	Skupaj =	€1.000
	Ostane	€24.200
Fiksni stroški	zavarovanje in registracija avtomobila	
	najemnina za pisarno	
	obvezno zavarovanje	
	Skupaj =	€4.000
	Ostane	€20.200

Jasno je, da čistilcu ne bo ostalo zelenih €25.200, ki jih potrebuje za preživetje. Moral bo razmisliti, ali naj poviša cene; dela več ur; zniža stroške; ima manj dopusta; ali naj zaposli nekoga, ki bi prav tako prispeval k zaslužku.



Določanje stroškov

Primer: Servis za čiščenje oken

- Čistilec oken je ugotovil, da mora za preživetje letno zaslužiti €25.200.
- To pomeni, da bo moral tedensko »prodati« 35 ur po €15 na uro, (To so ure, ko dejansko čisti okna. Čas prevoza ni vključen.) in delati 48 tednov letno (kar pomeni 4 tedne dopusta):

35 prodanih ur tedensko po €15 na uro = €525

Skupni promet = 48 tednov po €525 = €25.200

Toda od tega denarja je treba plačati druge stvari. Nekateri stroški so **spremenljivi/variabilni**, to pomeni, da se lahko iz dneva v dan spreminjajo, in nekateri so **fiksni**, to pomeni, da so vedno enaki, ne glede na količino dela, tudi če nič ne proizvajamo.

Spremenljivi stroški	bencin	
	telefon	
	krpe	
	čistilno sredstvo	
	Skupaj =	<u>€1.000</u>
Fiksni stroški	Ostane	<u>€24.200</u>
	avto	
	vedra	
	lestve	
	obvezno zavarovanje	
	Skupaj =	<u>€4.000</u>
	Ostane	<u>€20.200</u>

Jasno je, da čistilcu ne bo ostalo zelenih €25.200, ki jih potrebuje za preživetje. Moral bo razmisliti, ali naj poveža cene, dela več ur, zniža stroške, ima manj dopusta ali pa naj zaposli nekoga, ki bi prav tako prispeval k zaslužku.



Določanje stroškov

Ko so dijaki dobili primer, kako izračunati stroške, bodo zdaj morali to narediti za svojo poslovno zamisel, da bi lahko dokončali svoj neuradni poslovni načrt. Dobro je, da imajo na voljo dostop do interneta, e-pošte, telefona in vsega drugega, s čimer si bodo lahko pomagali.

Za začetek lahko z dijaki izvedete možgansko nevihto o stroških in porabi, ki je verjetno skupna vsem njihovim poslovnim dejavnostim, in naredite seznam na tablo.

Skupni stroški so lahko:

- telefon,
- pisarniški material,
- plače,
- ogrevanje in razsvetljava,
- potni stroški.

Dijaki bodo morali preračunati stroške, ki so specifični za njihove poslovne dejavnosti, in jih zapisati na učni list »Določanje stroškov vašega posla«.



Določanje stroškov

Določanje stroškov vašega posla

Fiksni stroški

Skupaj =

Spremenljivi stroški

Skupaj =



Določanje stroškov

Narediti bilanco uspeha

Ko so dijaki preračunali fiksne in spremenljive stroške svojih poslov, naj jih uporabijo pri pripravi bilance uspeha. Da bi lažje razumeli, kaj vse je zajeto v bilanco uspeha, jih vodite skozi primer Janeza Cunje, čistilca oken. Učni list za dijake je priložen.

Ko razpravljate o primeru čistilca oken, morate poudariti, da Janez nudi neko storitev, ne kupuje pa blaga za nadaljnjo preprodajo (kot trgovina).

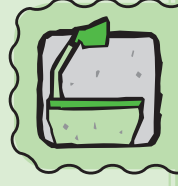
Kupiti mora material kot so čistila, krpe ..., kar pomeni strošek, ki ga mora vračunati v ceno svojih storitev.

Ko dijaki razumejo postopek, bi morali biti pripravljene, da naredijo bilanco uspeha za svoja podjetja, pri tem pa vključijo stroške (ki so jih že zapisali na učni list »Določanje stroškov vašega posla«). V ta namen je na voljo učni list »Bilanca uspeha podjetja«.

Primer bilance uspeha Janeza Cunje, čistilca oken



<u>Prihodek</u>	€	€
Promet (Prodaja)..... število izdelkov (opravljenih storitev) X prodajna cena (35 ur/ teden po €15 na uro, 48 tednov)		25.200,00
<u>Stroški</u>		
Stroški dela	18.000,00	
Bencin	880,00	
Telefon	20,00	
Krpe/Čistilo	100,00	
Stroški vozila (vzdrževanje itd.)	2.000,00	
Vedra	100,00	
Lestve	200,00	
Obvezno zavarovanje	1.700,00	
Skupaj stroški (poraba)	23.000,00	
Bruto dobiček (Promet minus stroški prodaje)		2.200,00
Davki (25 %)	550,00	
Neto dobiček (Bruto dobiček minus davki)		1.650,00





Primer bilance uspeha Janeza Cunje, čistilca oken

<u>Prihodek</u>	€	€
Promet (Prodaja)..... število izdelkov (opravljenih storitev) X prodajna cena (35 ur/teden po 15 na uro, 48 tednov)		25.200,00
<u>Stroški</u>		
Stroški dela	18.000,00	
Bencin	880,00	
Telefon	20,00	
Krpe/Čistilo	100,00	
Stroški vozila (vzdrževanje itd.)	2.000,00	
Vedra	100,00	
Lestve	200,00	
Obvezno zavarovanje	1.700,00	
Skupaj stroški (poraba)	23.000,00	
Bruto dobiček (Promet minus stroški prodaje)		2.200,00
Davki (25%)	550,00	
Neto dobiček (Bruto dobiček minus davki)		1.650,00



Bilanca uspeha podjetja

Ime podjetja: _____

Bilanca uspeha ob koncu leta (datum)

<u>Prihodek</u>	€	€
Promet (Prodaja)..... število izdelkov (opravljenih storitev) X prodajna cena		
<u>Stroški</u>		
Plače		
Zavarovanje		
Obresti za kredit		
Elektrika		
Oglaševanje		
Amortizacija strojev in naprav		
Pisarniški material		
Drugi stroški		
Skupaj stroški (poraba)		
Bruto dobiček (Promet minus stroški prodaje)		
Davki (25%)		
Neto dobiček (Bruto dobiček minus davki)		





Končna predstavitev osnutka poslovnega načrta

Za konec modula, posvečenega ustvarjanju novega manjšega posla, imajo dijaki lahko predstavitev »PowerPoint« za svoje vrstnike in, če bo čas dopuščal, za nekatere podjetnike. Dobro bi bilo, da spodbujate konstruktivne pripombe in opažanja občinstva ob koncu predstavitve; pomembno je, da se ob predstavitvi vsake skupine vprašajo:

»Ima ta posel možnost, da bo uspešen?«

Naš namen ni bil, da bi dijake vodili skozi podroben postopek ustvarjanja poslovnega načrta, saj lastniki direktorji malih samostojnih podjetij v resničnem življenju to redko počno. Osnutek poslovnega načrta, ki poudarja dejavnike uspeha v povezavi z vsakim poslom, je bolj realen.

Predstavitve bodo zato sledile naslednjemu zaporedju:

- Naša **ideja** je, da
- Naša **motivacija** je
- Naše **sposobnosti** so
- **Sredstva**, ki jih potrebujemo, so
- Mislimo, da posel lahko ocenimo na
- Promet v prvem letu bo nekje v obsegu
- Zavedamo se, da je nekaj pomanjkljivosti. Moramo

Dijaki lahko za pripravo svojega osnutka poslovnega načrta uporabijo učni list 12.

Med predstavitvijo naj bo v vsaki skupini vsaj en dijak zadolžen, da zapisuje pripombe in konstruktivno kritiko drugih dijakov in/ali podjetnikov v zvezi z IDEJO, MOTIVACIJO, SPOSOBNOSTMI, SREDSTVI. To jim bo pomagalo prepoznati morebitne pomanjkljivosti in kaj je treba storiti, da jih odpravijo.



Končna predstavitev osnutka poslovnega načrta



Vaš osnutek poslovnega načrta

Zdaj morate narediti svoj osnutek poslovnega načrta in ga predstaviti s pomočjo elektronskega medija.

Ime podjetja

Naša ideja je, da

Naša motivacija je

Naše sposobnosti so

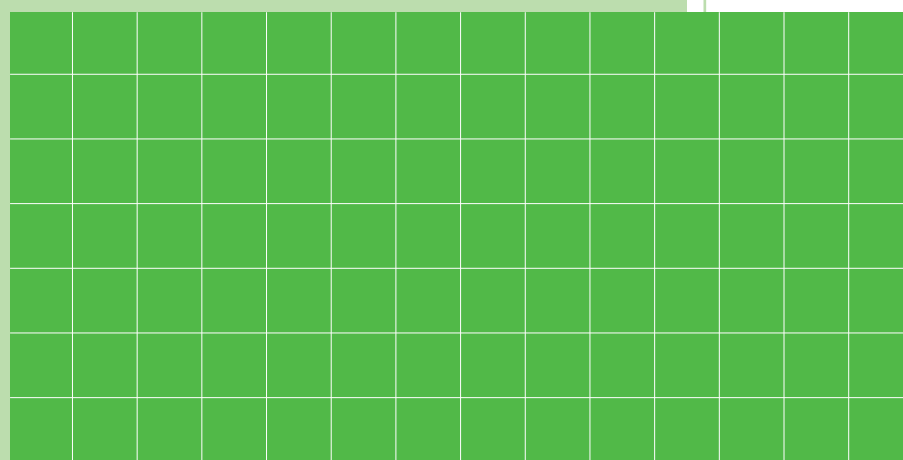
Sredstva, ki jih potrebujemo, so

Mislimo, da posel lahko ocenimo na (glej izračun prihodkov in porabe)

Promet v prvem letu bo nekje v obsegu

Zavedamo se, da je nekaj pomanjkljivosti, ki se jih moramo lotiti

UČINKOVITO VZPOSTAVLJANJE MREŽ



Učinkovito vzpostavljanje mrež

Namen:

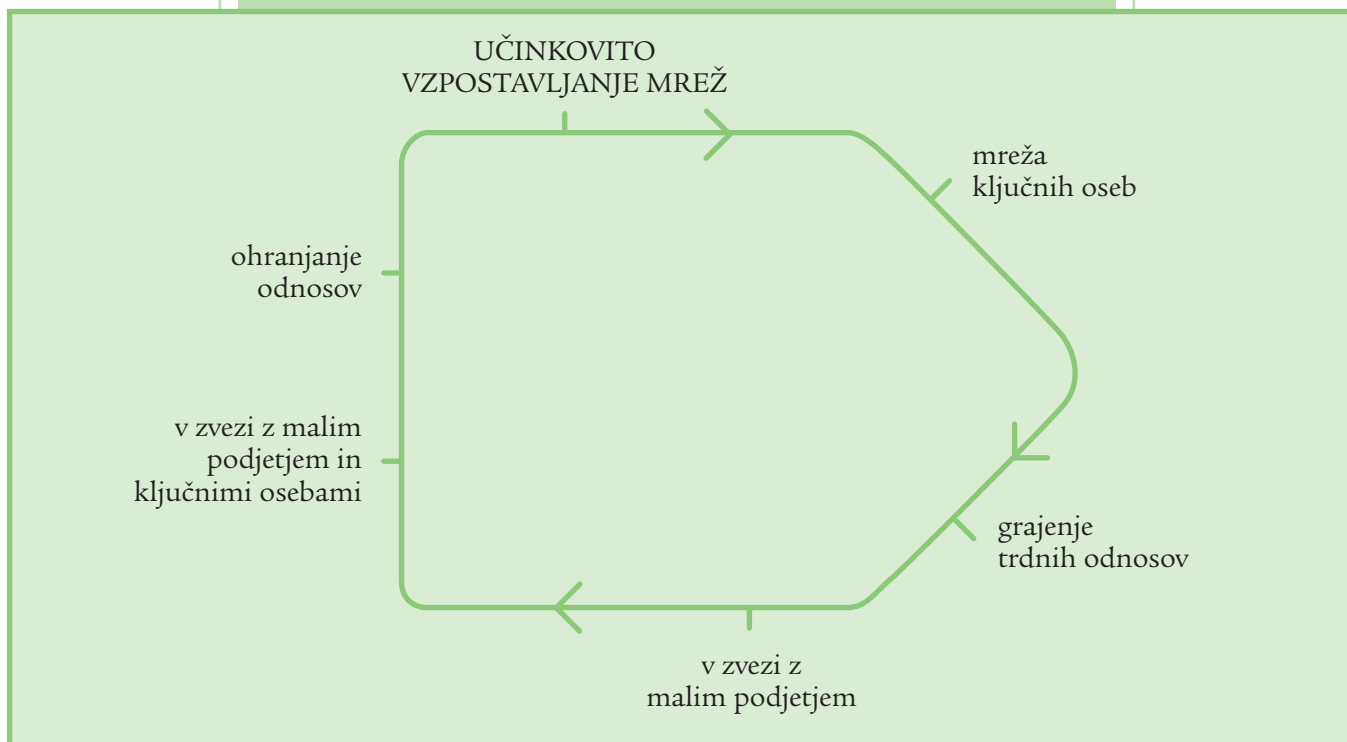
- Osrediniti se na razvijanje in upravljanje odnosov, ki so bistvo uspešnega podjetništva

Cilji:

- Pomagati dijakom razumeti, kaj vse vključuje navezovanje in ohranjanje trdnih odnosov z ljudmi, ki imajo vpliv na majhno podjetje
- Postaviti dijake v vlogo različnih ključnih oseb¹, npr. strank, dobaviteljev, bančnikov
- Pomagati dijakom, da strateško razmišljajo o odnosih v povezavi z malim podjetjem

¹ Drugi izraz, ki se v strokovni literaturi pojavlja za »ključne osebe«, je »deležniki«. Izraz ključne osebe uporabljamo zaradi namigovanja izraza deležniki na finančni delež v družbi.

Učinkovito vzpostavljanje mrež



Ta modul se osredinja na naslednje točke:

- Mreža ključnih oseb
- Grajenje trdnih odnosov
- Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju
- Grajenje trdnih odnosov med ključnimi osebami
- Ohranjanje odnosov



Mreža ključnih oseb

Kaj je mreža ključnih oseb?

Vsa manjša podjetja delujejo v krogu svojih ključnih oseb. To pomeni, da zunaj podjetja obstajajo določene organizacije in posamezniki (ključne osebe), ki vplivajo na življenjski prostor podjetnika; te ključne osebe skupaj s podjetjem tvorijo mrežo.

Vsak podjetnik mora navezati in ohranjati dobre odnose z vsakim članom mreže; torej mora biti učinkovit »tvorec mreže« (»networker«).

Ena izmed motivacij za ustanovitev lastnega podjetja je, da nekdo želi »biti sam svoj šef«, »delati po svoje«, »biti odgovoren samo sebi«, toda kot že rečeno, v resničnem življenju obstaja veliko ljudi, od katerih smo odvisni in ki so odvisni od nas. To so t. i. ključne osebe.

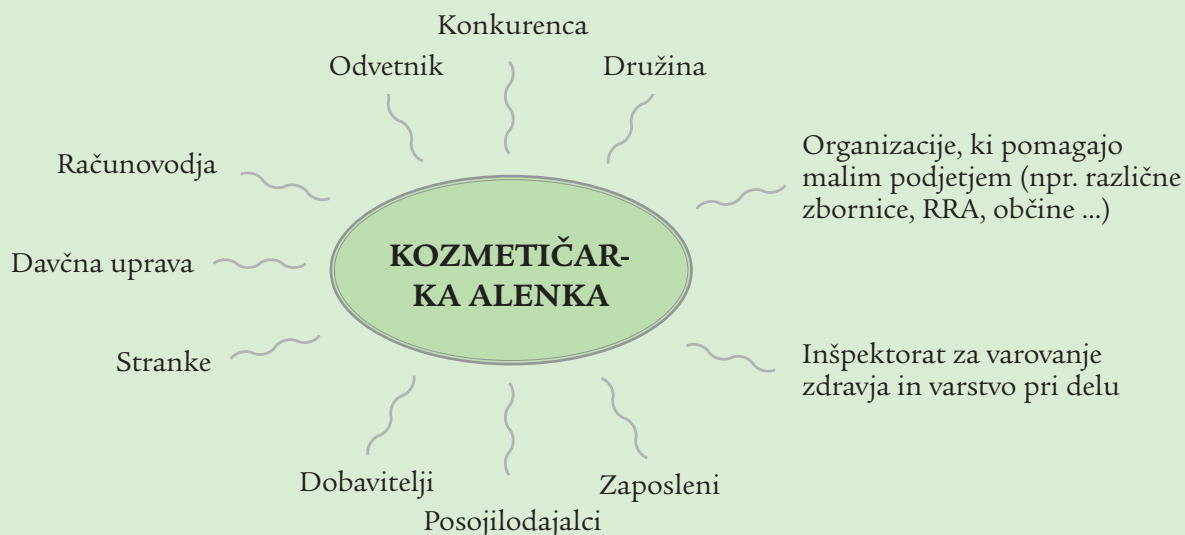
Upravljanje z odnosi, ki so del te soodvisnosti, je bistvo samostojnega podjetništva.

Koncept mreže ključnih oseb je pomemben za vsako malo podjetje. Lahko ga uvedete na primeru kozmetičarke Alenke, ki je predstavljen v nadaljevanju. Če je dijakom bliže, lahko namesto na primeru kozmetičarke koncept mreže ključnih oseb predstavite na primerih frizerke, slaščičarja, mesarja, avtomehanika itd.

Primer:

Ko je kozmetičarka Alenka delala v kozmetičnem salonu v nakupovalnem središču, se je zanašala na svojega delodajalca glede dohodkov in pogojev dela. Če bo postala samostojna podjetnica, bo odgovorna za vzdrževanje odnosov s širokim krogom ključnih oseb. Z dijaki z možgansko nevihto razmišljajte, kdo bi bile lahko ključne osebe, in z idejami svojih dijakov narišite podoben diagram, kot je na spodnji prosojnici (najdete jo tudi na zgoščenki).

Mreža ključnih oseb



Grajenje trdnih odnosov



Da bi dijaki laže razumeli, kaj pomeni graditi odnose z ljudmi, jih lahko vprašate:

»Kakšni ljudje so ti na splošno všeč?«

Na vprašanje naj najprej odgovorijo posamezno, potem v skupini, pri čemer zapišejo tiste lastnosti, ki sta jih omenila vsaj dva dijaka. Seznam vsake skupine lahko predstavite drugim: lahko se zapiše na prekrivanko ali prosojnico in pri tem razpravljate o zanimivih opažanjih.

Dijake opozorite na dejstvo, da ne postanejo prijatelji z vsemi, ki so jim všeč. Vprašanje torej je:

»Kakšen je dober prijatelj?«

V možganski nevihti s celotnim razredom bodo dijaki verjetno našli številna merila za prijateljstvo.

Zdaj naj razmišljajo, kako z nekom sklenejo prijateljstvo. Pri tem si lahko zamišljajo, kako je, ko v razred pridejo novi sošolci.

- Kaj bi naredili, da bi se spoprijateljili z njimi?
- Ali bi:
 - jih povabili k sebi domov,
 - jih povabili, da gredo z vami v kino ali
 - se z njimi pogovarjali o njihovih konjičkih, kaj jih zanimajo itd.?

Kakšna je vloga zaupanja pri sklepanju prijateljstva? Kaj natanko pomeni? Z dijaki lahko razpravljate o tem, kaj pomeni zaupanje, in o njegovi vlogi pri medsebojnih odnosih.

Nato spodbudite enega izmed dijakov, da pove nekaj o osebi, ki ji zaupa, ter zakaj ji zaupa. Kot del razprave, ki sledi, lahko dijaki vprašajo:

- Kakšna dejanja te osebe bi lahko uničila zaupanje?
- Kakšna dijakova dejanja bi lahko uničila zaupanje?

Veliko odnosov se skrha zaradi izgubljenega zaupanja. To lahko učenci opazujejo v TV-nadaljevalkah ali filmih in bi morda želeli razpravljati o primerih, ko je bilo zaupanje med liki uničeno. Lahko pa predlagate, da izberejo like iz knjig, ki so jih prebrali doma ali v šoli.

V dvojicah naj izberejo odnos med dvema televizijskima ali književnima likoma in s pomočjo Učnega lista 1 »Grajenje trdnih odnosov« ugotovijo, kako bi morali like spremeniti svoje ravnanje in obnašanje, da bi lahko obnovili zaupanje. Svoje ideje predstavijo vsemu razredu.

Pri tem poudarite, da lahko tudi dijaki vplivajo na določeno situacijo ter s svojim ravnanjem in z obnašanjem pridobijo simpatije, zaupanje in prijateljstvo drugih ljudi.



Grajenje trdnih odnosov

Izberite lika iz televizijske nadaljevanke ali knjige, ki nista v dobrih odnosih, in naredite seznam stvari, ki jih morata spremeniti pri svojem ravnanju in obnašanju, da bi obnovila zaupanje.

Lik 1 - Težave	Lik 1 - Kaj lahko spremeni
Lik 2 - Težave	Lik 2 - Kaj lahko spremeni

Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju



Pri poslih je prav tako pomembno, da imamo radi ljudi ter da gradimo prijateljstvo in zaupanje.

Da bi dijaki to lažje razumeli, lahko vzamete primere naslednjih malih podjetij:

- Pleskanje in opremljanje stanovanj
- Varstvo otrok
- Zidarstvo
- Konjušnica
- Popravilo in vzdrževanje električnih naprav
- Cvetličarstvo
- Popravilo in vzdrževanje avtomobilov
- Pasji/mačji hotel

Katerega koli izmed zgornjih primerov lahko zamenjate s primeri, ki so bližje dijakom.

Idealen odnos med podjetnikom in stranko (eno izmed ključnih oseb) zgoraj naštetih malih podjetij je posledica ustvarjanja simpatije, zaupanja in prijateljstva.

Dijaki naj se pretvarjajo, da so stranke zgoraj naštetih podjetij in z možgansko nevihto poiščejo tiste osebne značilnosti (tudi zunanje) lastnika, ki bi verjetno ustvarile simpatijo, zaupanje in prijateljstvo. Dijaki naj vključijo vse zgoraj navedene primere, da bo razumevanje res poglobljeno.

Na tej točki je dijake dobro opozoriti, da se te lastnosti spreminjajo glede na starost, spol in premoženjsko stanje strank.

Da bi to lažje predstavili dijakom, jih lahko razdelite v tri skupine, vsaka naj izbere enega izmed naslednjih malih podjetij:

- Popravilo in vzdrževanje električnih naprav
- Popravilo in vzdrževanje avtomobilov
- Pasji/mačji hotel

Vsaka skupina v zvezi z izbranim podjetjem razmišlja, katere osebne značilnosti pričakuje:

- a mlad moški,
- b zakonski par intelektualcev srednjih let,
- c starejša gospa,

da bi se lahko pojavili simpatija, zaupanje in prijateljstvo s podjetnikom/podjetnico.

Pomembno je, da vsaka skupina obravnava primere a), b) in c), tako da vsak dobi priložnost, da se vživi v vloge širšega kroga ljudi. Svoje ideje zapišejo na tri učne liste z naslovom »Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju«.



Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju



Vrste podjetij

- Popravilo in vzdrževanje električnih naprav
- Popravilo in vzdrževanje avtomobilov
- Pasji/mačji hotel

1 Obkrožite izbrano podjetje.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2 Kakšne osebne značilnosti pričakuje **mlad moški**, da bi se lahko pojavili simpatija, zaupanja in prijateljstvo s podjetnikom/podjetnico?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju



Vrste podjetij

- Popravilo in vzdrževanje električnih naprav
- Popravilo in vzdrževanje avtomobilov
- Pasji/mačji hotel

1 Obkrožite izbrano podjetje.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2 Kakšne osebne značilnosti pričakuje zakonski par **intelektualcev srednjih let**, da bi se lahko pojavili simpatija, zaupanja in prijateljstva s podjetnikom/podjetnico?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju



Vrste podjetij

- Popravilo in vzdrževanje električnih naprav
- Popravilo in vzdrževanje avtomobilov
- Pasji/mačji hotel

1 Obkrožite izbrano podjetje.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2 Kakšne osebne značilnosti pričakuje starejša gospa, da bi se lahko pojavili simpatija, zaupanja in prijateljstvo s podjetnikom/podjetnico?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju



Učinkovita nadgradnja prejšnje vaje je, da uporabite nekaj iger vlog, ki ponazorijo dobre in slabe odnose med ključnimi osebami in podjetniki. Nekaj dijakov je vključenih v pripravo na igranje vlog, medtem drugi pripravljajo kontrolni seznam stvari, ki prispevajo k dobrim in slabim odnosom. Vsaj dva dijaka boste potrebovali za opazovalca iger vlog, navodila za njihovo delo najdete na straneh 156 in 157.

Osem dijakov sodeluje pri pisanju scenarija in igranju, drugi dijaki pripravljajo svoje kontrolne sezname za opazovanje iger vlog.

Pred pisanjem scenarijev potrebujejo vsi dijaki nekaj priprave v zvezi z obnašanjem likov, ki bodo prikazani v igrah vlog.

- 1 Dijake spodbudite, da predlagajo vidike pozitivnega in negativnega obnašanja v zvezi z liki iz prve situacije in jih zapišejo na Učni list 3A »Grajenje dobrih odnosov v zvezi z malim podjetjem – situacija 1«.
- 2 Dijaki naj sestavijo podobna seznama pozitivnega in negativnega obnašanja tudi za like iz druge situacije ter jih zapišejo na Učni list 3B »Grajenje dobrih odnosov v zvezi z malim podjetjem – situacija 2«.

Na naslednji strani je kontrolni list, ki ga lahko dopolnite z idejami dijakov.

Situacija 1 (podjetnik in stranka)

Pleskar in njegov pomočnik prideta, da bi naredila predračun za pleskanje in preureditev veže ter stopnišča za zakonski par. Zakonca jima razkazujeta stanovanje in razlagata, kaj bi želela.

Dijaki morajo napisati in nato odigrati dva scenarija:

- a Med njimi se ustvari prijeten odnos, ki temelji na zaupanju.
- b Zakonca takoj začutita odpor do pleskarja in pomočnika; med njimi se razvije slab odnos.

Situacija 2 (podjetnik in dobavitelj)

Prijatelja sta odprla športno trgovino in iščeta dobavitelja. Dogovorijo se za prvi sestanek, da ugotovijo, ali je mogoče skleniti poslovno partnerstvo.

Dijaki morajo napisati in nato odigrati dva scenarija:

- a Lastnika športne trgovine sta optimistična, dobavitelj pa je previden.
- b Dobavitelj je optimističen, lastnika trgovine sta negotova.



Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju

Situaciji 1 in 2

Dobri odnosi

a Podjetnik in pomočnik:

- točna;
- nasmejana;
- poznata (in uporabljata) imena strank;
- čistega in urejenega videza;
- dajeta vtis profesionalnosti (postavljata »prava« vprašanja, imata pravo opremo, zapisujeta zahteve strank, dajeta koristne predloge);
- zanesljiva (držita se dogovorjenih datumov in ur);
- sodelujeta v pogovoru;
- ugotavljata interese strank (iščeta skupne točke);
- prineseta priporočila/mnenja prejšnjih strank;
- pripravita podrobno razčlenjen predračun;
- se hitro odzoveta.

b Stranka:

- prisrčen sprejem;
- sodeluje v pogovoru;
- natančno ve in jasno izrazi, kaj hoče;
- zanima se za prejšnje delo;
- deluje pripravljena najeti podjetje;
- sklene natančen dogovor/se dogovori za datume;
- se hitro odzove na predračun.

Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju



Slabi odnosi

a Podjetnik in pomočnik:

- sta pozna;
- ne prideta, ko ju pričakujejo;
- delujeta neprijazno;
- kislega obraza;
- ne poznata (ali ne uporabljata) imen strank;
- neurejena in umazana;
- nista profesionalna (nimata prave opreme, ne dajeta koristnih predlogov, delujeta nezainteresirano, ničesar si ne zapišeta);
- ne skleneta natančnega dogovora, ne dogovorita se za datume;
- ne obljubita ali ne dostavita predračuna.

b Stranka:

- ni doma ob dogovorjenem času;
- ne sprejme ju prijazno, je nevljudna;
- ni »klepetava«;
- ne ve, kaj želi;
- prepira se o barvi ali tapetah;
- ne pokaže zanimanja;
- ne dogovori se za datume prihodnjih srečanj;
- se ne zmeni za predračun.



Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju



Situacija 1

Pozitivno	Negativno



Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju



Situacija 2

Pozitivno	Negativno



Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju

Situaciji 1 in 2

Dobri odnosi

a Podjetnik in pomočnik:

- sta točna;
- nasmejana;
- poznata (in uporabljata) imena strank;
- čistega in urejenega videza
- dajeta vtis profesionalnosti (postavljata »prava« vprašanja, imata pravo opremo, zapisujeta zahteve strank, dajeta koristne predloge);
- zanesljiva (držita se dogovorjenih datumov in ur);
- sodelujeta v pogovoru;
- ugotavljata interese strank (iščeta stične točke);
- prineseta priporočila/mnenja prejšnjih strank;
- pripravita podrobno razčlenjen predračun;
- se hitro odzoveta.

b Stranka:

- prisrčen sprejem;
- sodeluje v pogovoru;
- natančno ve in jasno izrazi, kaj hoče;
- zanima se za prejšnje delo;
- deluje pripravljena najeti podjetje;
- sklene natančen dogovor/se dogovori za datume;
- se hitro odzove na predračun.

Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju



Slabi odnosi

a Podjetnik in pomočnik:

- sta pozna;
- ne prideta, ko ju pričakujejo;
- delujeta neprijazno;
- sta kislega obraza;
- ne poznata (ali ne uporabljata) imen strank;
- neurejena in umazana;
- nista profesionalna (nimata prave opreme, ne dajeta koristnih predlogov, delujeta nezainteresirano, ničesar si ne zapišeta);
- ne skleneta natančnega dogovora, ne dogovorita se za datume;
- ne obljubita ali ne dostavita predračuna.

b Stranka:

- ni doma ob dogovorjenem času;
- ne sprejme ju prijazno, je nevljudna;
- ni »klepetava«;
- ne ve, kaj želi;
- prepira se o barvi ali tapetah;
- ne pokaže zanimanja;
- ne dogovori se za datume prihodnjih srečanj;
- se ne zmeni za predračun.



Grajenje trdnih odnosov v malem podjetju

Poročanje in povzemanje

Taka igra vlog zahteva natančno poročanje in povzemanje, ki mora vključevati tako opazovalce kot igralce, tako da vsi dijaki dosežejo določene »procesne« cilje in pridobijo določena znanja.

Opazovalce spodbudite, naj komentirajo tiste dele igre vlog, ki so po njihovem mnenju prikazali še posebej pozitivno obnašanje:

- Občutljivost za potrebe stranke;
- dajanje koristnih predlogov;
- prijeten in vljuden nastop ...
- ... in tako dalje.

Prav tako lahko izpostavijo tiste negativne vidike, ki so prispevali k slabim odnosom:

- neupoštevanje potreb strank;
- ni nudenja pomoči, usmerjanja in dajanja koristnih podatkov;
- nezainteresiranost;
- ... in tako naprej.

Igralci prispevajo k poročanju in povzemanju tako, da pojasnijo, kako so načrtovali svoj scenarij, da bi tem bolje prikazali pozitivno in negativno obnašanje, ter povejo, ali se jim zdi, da so to tudi dosegli.

Kar zadeva pridobljeno znanje, se morajo dijaki zavedati, da:

- je grajenje trdnih osebnih odnosov pomembno za uspeh malega podjetja;
- lahko take odnose hitro navežemo s pozitivnim obnašanjem in z govorom;
- lahko tudi v malem podjetju dosežemo, da nas imajo ljudje radi, nas spoštujejo in nam zaupajo.

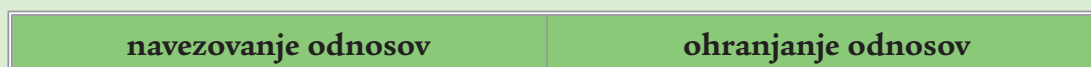
Grajenje trdnih odnosov s ključnimi osebami



Ključne osebe so tisti ljudje, ki vplivajo na malo podjetje in s katerimi je podjetnik v medsebojno odvisnem odnosu.

Dijaki sedaj razumejo, da podjetniki navezujejo in ohranjajo dobre odnose z vsemi svojimi ključnimi osebami

Razvoj odnosov v mreži



Grajenje odnosov znotraj mreže ključnih oseb



Scenarij, ki sledi, se osredinja na odnos med člani glasbene skupine in eno izmed njihovih ključnih oseb (človekom, ki jim bo morebiti posodil denar) – še posebej na to, kar morajo vedeti drug o drugem. To je bistven element navezovanja trdnih poslovnih odnosov (prosojnica je na priloženi zgoščenki).



Grajenje trdnih odnosov s ključnimi osebami

Glasbena skupina in podjetnik – kaj morajo vedeti drug o drugem

Štirje prijatelji so pred kratkim ustanovili podjetje kot glasbena skupina. Kupiti morajo kombi, s katerim bodo prevažali sebe in svojo opremo na nastope. Vedo za podjetnika, ki pomaga mladim ljudem iz lokalne skupnosti, ki se skušajo uveljaviti v poslu, zato z njim navežejo stike, da bi jim finančno pomagal.

Podatki o skupini so na Učnem listu 4² – »Profil skupine«.

Preden sploh pokličejo podjetnika, da se dogovorijo za sestanek, morajo premisliti naslednje:

- 1 Kaj mora podjetnik vedeti o skupini, preden jim bo posodil denar za kombi.
- 2 Kakšen vtis bodo morali narediti.

Dijake morate spomniti, da mora podjetnik vedeti o skupini predvsem stvari, povezane z osebnimi lastnostmi in motivacijo članov skupine.

Z drugimi besedami: poudarek mora biti na tem, kakšni ljudje so in zakaj želijo ustanoviti skupino.

Npr: podjetnik mora vedeti:

- ali so prijetni, motivirani in želijo uspeti;
- kako dobro znajo opisati, za kaj bodo porabili denar;
- kako jasno so zastavljeni njihovi poslovni cilji;
- kakšno korist bo imel, če jih bo podprl;
- kaj so naredili v preteklem letu;
- ali imajo trdne angažmaje;
- ali so pošteni in vredni zaupanja;
- ali so njihova vozniška dovoljenja brez kazenskih točk;
- če v lokalni skupnosti uživajo dober ugled;
- ali so že imeli težave s policijo;
- ali dajejo vtis, da so odločeni uspeti in
- ali se dobro razumejo.

Zgornji seznam (ki je tudi na Učnem listu 5 – Kaj mora podjetnik vedeti o skupini) lahko uporabijo dijaki za izhodišče, ki mu dodajo svoje zamisli.

² Ime skupine lahko dijaki izberejo sami.



Grajenje trdnih odnosov s ključnimi osebami



Profil skupine

Ime skupine je _____, sestavljajo jo štirje člani: Ana Kovač, Klemen Oblak, Tomaž Žgavc in Andrej Rupnik. Vsi so stari 18 let, prihajajo iz Nove Gorice in okolice ter so skupaj eno leto.

Skupina igra rokglasbo in nastopa na bližnjih glasbenih prizoriščih, gostilnah, klubih, rojstnodnevnih zabavah itd. Tipični poslušalci so stari od 14 do 25 let.

Njihova motivacija je ljubezen do rokglasbe, zadovoljstvo, ko ljudem priredijo zabaven večer, želja, da bi pustili občasno delo in bi se preživljali z igranjem v skupini, ter močna potreba po tem, da bi bili sami svoji »šefi«.

Lani (prvo leto skupaj) so bili desetkrat angažirani, večinoma na Primorskem.

Nastopili so na lokalni televiziji na tekmovanju talentov, zato se njihova slava širi po severni Primorski. Za naslednje leto že imajo 12 angažmajev, nekaj v najboljših klubih Primorske.

Do zdaj so jim s prevozi na nastope pomagali družinski člani in prijatelji.

Zdaj potrebujejo kombi za prevoz članov skupine, dveh kitar, klaviatur, bobnov, ojačevalcev, mikrofonov, žarometov itd. na prizorišča nastopov, ki so po vsej severni Primorski. Menijo, da bi jih to stalo približno € 25.000.



Grajenje trdnih odnosov s ključnimi osebami



Kaj mora podjetnik vedeti o skupini

- Ali so prijetni, motivirani in želijo uspeti;
- kako dobro znajo opisati, za kaj bodo porabili denar;
- kako jasno so zastavljeni njihovi poslovni cilji;
- kakšno korist bo imel, če jih bo podprl;
- kaj so naredili v preteklem letu;
- ali imajo trdne angažmaje;
- ali so pošteni in vredni zaupanja;
- ali so njihova vozniška dovoljenja brez kazenskih točk;
- ali v lokalni skupnosti uživajo dober ugled;
- ali so že imeli težave s policijo;
- ali dajejo vtis, da so odločeni uspeti;
- ali se dobro razumejo.
-

Grajenje trdnih odnosov s ključnimi osebami



Glasbena skupina in podjetnik

Tako kot mora podjetnik vedeti določene stvari o skupini, mora tudi skupina vedeti določene stvari o podjetniku. Na Učnem listu 6 najdete profil podjetnika.

Spodnji seznam bo morda kot pomoč in je tudi na Učnem listu 7 z naslovom »Kaj mora vedeti skupina«.

Skupina mora vedeti:

- o dejavnosti, s katero se podjetnik ukvarja, njegovo izobrazbo, starost ...;
- zakaj podjetnik pomaga mladim v lokalni skupnosti;
- kako dolgo jim že pomaga;
- v katere druge projekte je že vlagal;
- koliko je pripravljen vanje vložiti;
- pod kakšnimi pogoji in na kakšen rok jim bo posodil;
- ali gre za enkratno/izjemno posojilo;
- kakšen pristop ima najraje; npr. veliko papirjev, predstavitev, neuraden klepet, prikaz vaših sposobnosti ...
- ali mu je všeč zvrst glasbe;
- ali ima smisel za humor;
- ali ima svojce ali prijatelje, ki mu lahko povejo o tem, kar počne skupina;
-
-

Skupine dijakov lahko predstavijo svoje zamisli in jim dodajo kaj z zgornjega seznama, preden opravijo telefonski pogovor.



Grajenje trdnih odnosov s ključnimi osebami



Profil podjetnika

Podjetniku je ime Erik Vidrih, star je 48 let, poročen, ima dva najstniška otroka (sina in hčer) in živi v Novi Gorici.

Je lastnik uspešnega podjetja VIDRIH INŽENIRING, ki ima sedež v Novi Gorici. Podjetje se ukvarja z notranjim opremljanjem prostorov in stanovanj

V zadnjih petih letih je nekaj dobička podjetja porabil za podporo mladim, ki ustanavljajo majhna podjetja v Novi Gorici.

Njegova motivacija za to izhaja iz njegovih osebnih izkušenj, saj je po obdobju brezposelnosti sam ustanovil podjetje. Zdaj je uspešen podjetnik in želi pomagati drugim, da naredijo enako.

Do zdaj je pomagal že šestim mladim ljudem, da so postali lastniki malih obrtnih in trgovskih podjetij.

Do zdaj še ni pomagal glasbenikom.

Preden podpre določen poslovni projekt, se želi prepričati o:

- sposobnostih in znanju mladega človeka/mladih ljudi;
- njihovi motivaciji in odločnosti;
- tehtnosti njihove ideje;
- njihovem razumevanju, kakšen obseg sredstev bodo potrebovali.

Dijake lahko spomnite, da so to dejavniki uspeha iz modula 4.



Grajenje trdnih odnosov s ključnimi osebami



Kaj mora vedeti skupina?

- O dejavnosti, s katero se podjetnik ukvarja, njegovo izobrazbo, starost ...;
- Zakaj podjetnik pomaga mladim v lokalni skupnosti;
- Kako dolgo jim že pomaga;
- V katere druge projekte je že vlagal;
- Koliko je pripravljen vanje vložiti;
- Pod kakšnimi pogoji in na kakšen rok jim bo posodil;
- Ali gre za enkratno/izjemno posojilo;
- Kakšen pristop ima najraje; npr. veliko papirjev, predstavitev, neuraden klepet, prikaz vaših sposobnosti...
- Ali mu je všeč vaša zvrst glasbe;
- Ali ima smisel za humor;
- Ali ima svojce ali prijatelje, ki mu lahko povejo o tem, kar počne skupina;
-



Grajenje trdnih odnosov s ključnimi osebami

Telefonski razgovor s podjetnikom

Predlagamo, da izberete enega ali dva dijaka, da odigrata prvi telefonski razgovor. Pri tem moramo vedeti, da je to prvi neposredni stik med skupino in podjetnikom in kot tak priložnost, da se skupina (ali njen predstavnik) dobro »proda«.

Dijaka, ki bo odigral vlogo podjetnika, mora skupina prepričati, da se spleča vanje vlagati, zato se morata dogovoriti tudi za naslednji sestanek.

Dijakoma, ki bosta odigrala telefonski razgovor, pri pripravi nanj pomagajo preostali učenci, razdeljeni v dve skupini:

- prva pomaga »predstavniku skupine«,
- druga pomaga »podjetniku«.

Vsaka skupina naj pripravi nekaj vprašanj (in mogočih odgovorov), ki temeljijo na podatkih, ki so jih dobili na Učnih listih 6 in 7.

Telefonski pogovor naj traja štiri ali pet minut.

Povzemanje

Po telefonskem razgovoru:

- dijaki komentirajo dobre in slabe strani prvega kontakta med skupino in podjetnikom;
- dijaki povejo, ali so jih »igralci« prepričali.

Ohranjanje trdnih odnosov s ključnimi osebami

Razvoj odnosov v mreži

navezovanje odnosov

ohranjanje odnosov

Do zdaj so se dijaki seznanili z različnimi pristopi, kako navezati trdne odnose s ključnimi osebami, in jih tudi vadili.

Še poseben izziv je, kako uspešno ohranjati in še naprej razvijati odnose. To je v bistvu podjetniškega načina vedenja. Dijaki naj zdaj razmišljajo o tem, kako lahko uspešno ohranjamo osebne odnose. Začnete lahko tako, da dijake spodbudite, naj ponovno pogledajo, kaj so delali na začetku tega modula – »Kakšni ljudje so ti na splošno všeč?« Premisljijo naj, kako ohranjajo odnose s svojimi prijatelji. V nadaljevanju našteje strategije jim bodo pomagale razumeti, kako je z ohranjanjem odnosov v kontekstu malih podjetij.

Kako ohranjati odnose



- a Pregledovanje odnosov** – pomembno je vedeti, kdo so ljudje, ki vas poznajo z najnovejšimi razvojnimi premiki in idejami na vašem področju.

To pomeni, da moramo biti seznanjeni in v stiku z novimi smernicami, ki bi lahko vplivale na nas in naše ključne osebe.

To lahko naredimo s pomočjo:

- interneta;
- člankov v revijah in časopisih;
- srečanj, namenjenih izmenjavi informacij;
- opazovanja konkurence,
-

- b Razvoj strategije stalnega komuniciranja/stalnih odnosov** – stalni stiki z ljudmi, ki lahko vplivajo na naše poslovno okolje.

To lahko naredimo:

- tako, da po e-pošti ključnim osebam pošljamo izrezke iz časopisov ipd., ki se nanašajo na našo poslovno dejavnost;
- s pogostimi obiski;
- da hodimo na sestanke/prireditve, kjer bi lahko bile naše ključne osebe;
- da jih povabimo na prireditve, ki jih sami organiziramo;
- da jim omogočimo, da spoznajo druge ključne osebe;
- da jim pomagamo pri razvijanju njihovega posla;
-

- c) Strateško razmišljanje** – ustvarjanje odnosov z ljudmi, ki lahko vplivajo na prihodnost našega posla.

To lahko naredimo tako, da:

- presodimo, katere ključne osebe bodo najpomembnejše za nas in naš posel v prihodnosti;
- se z njimi povežemo v skupnih dejavnostih;
- jih povabimo na družabne prireditve;
- poskrbimo za njihovo reklamo;
-

Te informacije so tudi na Učnih listih 8 A in 8 B – »Kako ohranjati odnose«. Ko ste se z dijaki podrobno pogovorili o vsakem izmed vidikov, jih spodbudite, da dodajo še druge vidike, ki so se jih sami domislili.



Kako ohranjati odnose

- a Pregledovanje odnosov** – pomembno je vedeti, kdo so ljudje, ki vas poznajo z najnovejšimi razvojnimi premiki in idejami na vašem področju.

To pomeni, da moramo biti seznanjeni in v stiku z novimi trendi, ki bi lahko vplivali na nas in naše ključne osebe.

To lahko naredimo s pomočjo:

- interneta;
- člankov v revijah in časopisih;
- srečanj, namenjenih izmenjavi informacij;
- opazovanja konkurence;
-

- b Razvoj strategije stalnega komuniciranja/stalnih odnosov** – stalni stiki z ljudmi, ki lahko vplivajo na naše poslovno okolje.

To lahko naredimo:

- po e-pošti ključnim osebam pošljamo izrezke iz časopisov ipd., ki se nanašajo na našo poslovno dejavnost;
- s pogostimi obiski;
- da hodimo na sestanke/prireditve, kjer bi lahko bile naše ključne osebe;
- da jih povabimo na prireditve, ki jih sami organiziramo;
- da jim omogočimo, da spoznajo druge ključne osebe;
- da jim pomagamo pri razvijanju njihovega posla;
-



Kako ohranjati odnose

- c** **Strateško razmišljanje** – ustvarjanje odnosov z ljudmi, ki lahko vplivajo na prihodnost našega posla.

To lahko naredimo tako, da:

- presodimo, katere ključne osebe bodo najpomembnejše za nas in naš posel v prihodnosti;
- se z njimi povežemo v skupnih dejavnostih;
- jih povabimo na družabne prireditve;
- poskrbimo za njihovo reklamo;



Kako ohranjati odnose

Razvijanje in ohranjanje odnosov s pomočjo spletne strani

Dijaki zdaj razumejo pomen navezovanja in ohranjanja trdnih odnosov v zvezi z malimi podjetji, kar je bistveno za učinkovito vzpostavljanje mrež; prav tako so preizkusili, kako to naredimo pri neposrednih osebnih stikih.

Dejavnike trdnih odnosov (simpatija, zaupanje, navezovanje prijateljstev) lahko razvijamo tudi s pomočjo kataloga ali spletne strani.

V tem delu modula bodo vsi dijaki, samostojno ali v majhnih skupinah, oblikovali spletne strani, ki bodo omogočale učinkovito vzpostavljanje mrež. Dijakom lahko pokažete nekaj dobrih primerov spletnih strani, da lahko analizirajo, kakšne informacije vsebujejo in kako jih je najbolje prikazati.

Dijaki lahko izbirajo, ali bodo oblikovali spletno stran:

1. za izmišljeno podjetje in pri tem uporabijo podatke iz scenarija na naslednji strani

ALI

2. za svoje malo podjetje in pri tem uporabijo ideje iz scenarija na naslednji strani kot vodilo.

Pomembno je, da so spletne strani, kolikor je mogoče, izvirne in privlačne. Povabite lahko podjetnika, učitelja umetnosti, informatika, potencialnega kupca ipd ..., ki bodo sestavljali žirijo. Dijakom, ki bodo naredili najbolj zanimive spletne strani, lahko podelite simbolične nagrade.

Primer kakovostno zasnovane spletne strani

Kot primer kakovostno izvedene spletne strani navajamo spletno predstavitev podjetja Kliping, d. o. o. (www.klipping.si), nagrajeno leta 2007 z nagrado Netko. Navajamo obrazložitev žirije: »Spletno mesto Klipinga je bilo v močni konkurenci izbrano za najboljše zaradi odličnosti oblikovanja in zaradi dobrega nagovora morebitnih uporabnikov. Poleg predstavitve dejavnosti ponuja tudi možnost preizkusa storitve, kar je vsekakor pohvalno. Niti izrezovanje člankov ni več tisto, kar je bilo.«.





Kako ohranjati odnose

Razvijanje in ohranjanje odnosov s pomočjo spletne strani

Vaja: Scenarij

Prositate dijake, naj si predstavljajo, da so ustanovili svoje malo podjetje in zdaj potrebujejo spletno stran, ki jim bo omogočala uspešno povezovanje z eno njihovih ključnih oseb – strankami. Najprej morajo ugotoviti, kaj bi morale določene vrste strank vedeti o vašem podjetju in zakaj. Morali bodo tudi skrbno premisliti, kakšno podobo želite prikazati (scenarij je tudi na Učnem listu 9).

Pomembno je tudi, da spletno stran »ohranjate pri življenju«, to pomeni, da jo dopolnjujete s tekočimi informacijami in skrbite tudi za ustrezne povezave.

Z majhno skupino prijateljev ustanavljate malo podjetje, ki bo ponujalo določene adrenalinske športe: prosto plezanje, alpinistično plezanje, vožnjo s kanuji, smučanje. Pritegniti želite širok razpon strank vseh starosti in različne telesne pripravljenosti, zato ste se odločili, da je dobro imeti spletno stran, ki bo dostopna širokemu krogu ljudi.

Zavedate se, da morate na spletni strani posredovati zelo natančno sliko sebe in svojega podjetja. Prav kot pri osebnih stikih morate ustvariti pozitivno podobo, ki bo pomagala graditi zaupanje in prijateljstvo.

Scenarij

Ustanovili ste svoje malo podjetje in zdaj potrebujete spletno stran, ki vam bo omogočala uspešno povezovanje z eno vaših ključnih oseb – vašimi strankami. Najprej morate ugotoviti, kaj bi morale določene vrste strank vedeti o vašem podjetju in zakaj; morali boste tudi skrbno premisliti, kakšno podobo želite prikazati.

Pomembno je tudi, da spletno stran »ohranjate pri življenju«, to pomeni, da jo dopolnjujete s tekočimi informacijami in skrbite tudi za ustrezne povezave.

Z majhno skupino prijateljev ustanavljate malo podjetje, ki bo ponujalo določene adrenalinske športe: prosto plezanje, alpinistično plezanje, vožnjo s kanuji, smučanje. Pritegniti želite širok razpon strank vseh starosti in različne telesne pripravljenosti, zato ste se odločili, da je dobro imeti spletno stran, ki bo dostopna širokemu krogu ljudi.

Zavedate se, da morate na spletni strani posredovati zelo natančno sliko sebe, svojih družin in svojega podjetja. Prav kot pri osebnih stikih morate ustvariti pozitivno podobo, ki bo pomagala graditi zaupanje in prijateljstvo.



Kako ohranjati odnose

Razvijanje in ohranjanje odnosov s pomočjo spletne strani

Oblikovanje spletne strani

Za začetek naj dijaki ugotovijo, kdo natančno so njihove stranke, da se bodo lahko odločili, kakšne informacije postaviti na spletno stran.

Spodnja skica prikazuje, katere so najverjetnejše vrste strank, kljub temu poskusite narediti svoj seznam različnih vrst strank. Podatki iz skice naj bodo dopolnilo idejam dijakom.



Razmisliti morate:

- kaj mora vedeti določena vrsta strank o vas in vašem podjetju;
- zakaj morajo to vedeti;
- kakšne informacije mora posredovati majhno podjetje na spletni strani.

Kako ohranяти odnose



Razvijanje in ohranjanje odnosov s pomočjo spletne strani

Ugotavljanje potreb strank

Sledeča primera bosta dijakom kot pomoč pri razmišljanju o tem, kaj morajo stranke vedeti in zakaj. Dijaki naj tem primerom dodajo svoje in se odločijo, kakšne podatke naj njihovo malo podjetje posreduje na spletni strani.

Stranke

- **Šolski otroci**
 - a **Kaj** bi morda želeli/morali vedeti?
 - Katere športe nudite.
 - Ali lahko najamejo opremo ali se pričakuje, da imajo svojo.
 - Kakšna oprema je na voljo – je moderna?
 - Ali ponujate učenje za začetnike.
 - Je dovolj izziva za izkušene.
 - Kdaj so na voljo tečaji, npr. ob koncih tedna, med počitnicami, ob koncu ocenjevalnih obdobj.
 - Kakšna sta znanje in izkušene učiteljev.
 - Kako priti do različnih tečajev.
 - Ali so tečaji cenovno dostopni.
 - b **Zakaj** bi želeli/morali to vedeti?
 - Da vidijo, ali je tečaj primeren njihovim sposobnostim in izkušnjam.
 - Da vidijo, ali si ga lahko privoščijo.
 - Da se prepričajo, da so tečaji ob zanje primernih časih.
 - Da ugotovijo, ali ima vaša agencija »pravi imidž«.
 - **Polprofesionalni športniki/športnice**
 - a **Kaj** bi morda želeli/morali vedeti?
 - Kakšna je strokovna usposobljenost osebja, predvsem vodij tečajev.
 - Kako bi tečaji dopolnili njihove osebne načrte treninga.
 - Ali bi se termini tečajev ujemali z njihovimi osebnimi načrti treninga.
 - Kako je urejeno ravnanje v primeru poškodb.
 - Ali se tečajev udeležujejo drugi polprofesionalni športniki.
 - b **Zakaj** bi želeli/morali to vedeti?
 - Ker se želijo prepričati, da so v dobrih rokah.
 - Ker se želijo prepričati, da bodo pridobili strokovno znanje.
- Na spletni strani morajo biti omenjene še druge stvari, med drugim:
- Ime podjetja
 - Koliko ljudi zaposluje
 - Kako dolgo že posluje
 - Kje ima sedež
 - Kje se izvajajo dejavnosti
 - Prevoz, ki je na voljo
 - Kako je urejen prevoz do prizorišč



Kako ohranjati odnose

Ugotavljanje potreb strank

Stranke

- **Šolski otroci**
- a Kaj** bi morda želeli/morali vedeti?
- Katere športe nudite.
 - Če lahko najamejo opremo ali se pričakuje, da imajo svojo.
 - Kakšna oprema je na voljo – je moderna?
 - Ali ponujate učenje za začetnike.
 - Je dovolj izziva za izkušene.
 - Kdaj so na voljo tečaji, npr. ob koncih tedna, med počitnicami, ob zaključku ocenjevalnih obdobj.
 - Kakšna sta znanje in izkušnost učiteljev.
 - Kako priti do različnih tečajev.
 - Ali so tečaji cenovno dostopni.
 -
 -
- b Zakaj** bi želeli/morali to vedeti?
- Da vidijo, če je tečaj primeren njihovim sposobnostim in izkušnjam.
 - Da vidijo, ali si ga lahko privoščijo.
 - Da se prepričajo, da so tečaji ob zanje primernih časih.
 - Da ugotovijo, ali ima vaša agencija »pravi imidž«.
 -
 -



Kako ohranяти odnose

Ugotavljanje potreb strank

Stranke

- **Polprofesionalni športniki/športnice**

a **Kaj** bi morda želeli/morali vedeti?

- Kakšna je strokovna usposobljenost osebja, predvsem vodij tečajev.
- Kako bi tečaji dopolnili njihove osebne načrte treninga.
- Ali bi se termini tečajev ujemali z njihovimi osebnimi načrti treninga.
- Kako je urejeno ravnanje ob poškodbah.
- Ali se tečajev udeležujejo drugi polprofesionalni športniki.
-
-

b **Zakaj** bi želeli/morali to vedeti?

Ker se želijo prepričati, da so v dobrih rokah.

Ker se želijo prepričati, da bodo pridobili strokovno znanje.

Na spletni strani mora biti omenjene še druge stvari, med drugim:

- Ime podjetja
- Koliko ljudi zaposluje
- Kako dolgo že posluje
- Kje ima sedež
- Kje se izvajajo dejavnosti
- Prevoz, ki je na voljo
-
-



Predstavljanje informacij

Zavedajoč se, kako pomembno je ustvariti pozitivno podobo podjetja, ki bo pomagala razvijati zaupanje in prijateljstvo potencialnih strank, dijake spodbudite, naj si zamislijo privlačne in zanimive načine, kako bi na spletni strani predstavili informacije o svojem podjetju. Pri tem lahko uporabijo fotografije sebe, družinskih članov, kolegov, športnih aktivnosti, prevoza in opreme. Lahko citirajo članke iz lokalnih časopisov, ki so pisali o njihovem podjetju, naštejejo športne dosežke, kot so osvojeni pokali ali zmage na tekmovanjih, in vključijo izjave zadovoljnih strank.

Smernice na učnih listih lahko uporabijo tudi dijaki, ki se odločijo oblikovati spletno stran svojega podjetja.

Ko so spletne strani dokončane, žirija podeli nagrade ustvarjalcem najprivlačnejših in najizvirnejših spletnih strani.