



Μάθημα για μέντορες

Πίσω στο Μάθημα

1^η Ενότητα –Είσαι έτοιμος/ η να γίνεις μέντορας;

Ανταλλαγή ορθών πρακτικών για την ένταξη

Το βιογραφικό σημείωμα είναι ένα από τα πιο θεμελιώδη στοιχεία για μια επιτυχημένη είσοδο στην αγορά εργασίας. Υπό αυτήν την έννοια, δημιουργήθηκε ένα μοντέλο βιογραφικού που περιλάμβανε τόσο το παιδαγωγικό όσο και το επαγγελματικό μέρος, δηλαδή, ήταν ένα διαισθητικό μοντέλο που αποτελείται από μια απλή και ελκυστική διάταξη, που συμμορφώνεται με τα πρότυπα που ορίζονται για την κατασκευή ενός «καλού βιογραφικού». Γνωρίζοντας ότι το κοινό-στόχος αυτού του μαθήματος είναι άτομα με διανοητική και αναπτυξιακή αναπηρία (DID), μία από τις κύριες προκλήσεις στην ανάπτυξη αυτού του μοντέλου βιογραφικού θα ήταν η απλοποίηση, τόσο της ίδιας της δομής όσο και των στοιχείων που πρέπει να συμπληρώσουν οι εκπαιδευόμενοι. Ως εκ τούτου, έχουν οριστεί οι ακόλουθες ενότητες:

Προσωπικά δεδομένα (Όνομα ηλικία, κινητό τηλέφωνο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και εθνικότητα). Ορισμένα από αυτά τα δεδομένα συμπληρώνονται αυτόματα για να διευκολύνεται η συμπλήρωσή τους. Αυτή η ενότητα διαθέτει επίσης ένα πεδίο εισαγωγής εικόνας.

Η ενότητα "**Επαγγελματική Εμπειρία**" περιέχει πεδία για αυτόματη συμπλήρωση, όπως οι ημερομηνίες που εμφανίζονται σε ένα ημερολόγιο για μια ευκολότερη και πιο διαισθητική επιλογή της ημερομηνίας που θα χρησιμοποιηθεί. Στη συνέχεια, εμφανίζονται τα πεδία "Όνομα υπηρεσίας, εταιρείας ή τύπου εργασίας" και "Θέση ή καθήκοντα που εκτελούνται", έτσι ώστε οι μαθητές να μπορούν να προσδιορίσουν σε ποιους τομείς έχουν εργαστεί και ποιες θέσεις είχαν, καθώς και ποιες ήταν σχετικές με τις επαγγελματικές τους εμπειρίες.

Η ενότητα "**Εκπαίδευση και Κατάρτιση**" περιέχει πεδία για αυτόματη συμπλήρωση, παρόμοια με την προηγούμενη ενότητα, όπως "Ημερομηνία" και "Ίδρυμα Εκπαίδευσης και Κατάρτισης". Το μόνο πεδίο που διαφέρει είναι το «Μάθημα, Κατάρτιση ή Ισοδύναμο Επίπεδο», το οποίο επιτρέπει τον προσδιορισμό του τύπου ή του επιπέδου εκπαίδευσης του μαθητή.

Η ενότητα "**Προσωπικές δεξιότητες**" αποτελείται μόνο από αυτόματη συμπλήρωση πεδίων. Τα αρχικά πεδία προορίζονται για γλωσσικές δεξιότητες, δηλαδή «Μητρική Γλώσσα» και «Άλλες Γλώσσες». Παρακάτω εμφανίζονται τρία πεδία που σχετίζονται με το επίπεδο «κατανόησης», «ομιλίας» και «γραφής» και μπορούν να ταξινομηθούν, λαμβάνοντας υπόψη το κοινό

ευρωπαϊκό πλαίσιο αναφοράς για τις γλώσσες, δηλαδή μέσω κοινών επιπέδων αναφορά (A: Βασική γνώση - A1: Αρχάριος; A2: Βασικός χρήστης γλώσσας, B: Ανεξάρτητος χρήστης - B1: Μέτρια Γνώση, B2: Καλή γνώση, C: Ικανοποιητική γνώση - C1: Πολύ καλή γνώση, C2 – Άριστη γνώση). Αυτό το πλέγμα βρίσκεται ως υποσημείωση στο πρότυπο βιογραφικού, έτσι ώστε οι μαθητές να μπορούν να συμβουλευονται κάθε επίπεδο και την περιγραφή του, καθοδηγώντας την επιλογή τους όταν επιλέγουν τα επίπεδα "κατανόηση", "προφορική" και "γραφή".

Η ενότητα "**Βασικές δεξιότητες**" περιλαμβάνει δεξιότητες οι οποίες, έπειτα από σχετικές συναντήσεις με διάφορες εταιρείες, έχουν αναγνωριστεί ως «βασικές δεξιότητες» που οι μαθητές θα πρέπει να πρέπει να ενσωματώσουν με επιτυχία στην αγορά εργασίας. Μερικές από αυτές τις βασικές ικανότητες είναι: ακρίβεια, σεβασμός, επίλυση συγκρούσεων, δημιουργικότητα κλπ. Για να καταστεί σαφέστερος ο βαθμός συνάφειας που έχουν αυτές οι ικανότητες με το προφίλ ενός επιτυχημένου μαθητή, εφαρμόστηκε μια κλίμακα τύπου Likert με τα ακόλουθα στοιχεία: 1-Καθόλου, 2-Λίγο, 3-Μέτρια, 4-Πολύ, τα οποία αντιπροσωπεύουν τα επίπεδα τάσης που οι μαθητές αισθάνονται ότι έχουν σύμφωνα με την ικανότητα που θα επιλέξουν.

Η ενότητα "**Δεξιότητες επικοινωνίας**" περιλαμβάνει τη μεθοδολογία που υιοθετήθηκε για τη συμπλήρωση των βασικών δεδομένων, παρόμοια με την προηγούμενη ενότητα. Οι διαφορές εμφανίζονται μόνο στα στοιχεία της κλίμακας Likert που εφαρμόζονται, όπως : 1-Καθόλου καλές δεξιότητες, 2-Καλές δεξιότητες, 3- Αρκετά Καλές δεξιότητες, 4-Πολύ Καλές δεξιότητες, 5- Εξαιρετικές δεξιότητες. Επίσης, οι δεξιότητες είναι διαφορετικές και εφαρμόζονται δεξιότητες που σχετίζονται με την επικοινωνιακή πτυχή των μαθητών. Δεξιότητες όπως: Μη λεκτική επικοινωνία, Ενεργή ακρόαση, Συμπάθεια, Σεβασμός, μεταξύ άλλων.

Η ενότητα "**Οργανωτικές δεξιότητες**" διαρθρώνεται με την ίδια μεθοδολογική διαδικασία, δηλαδή, μέσω της εφαρμογής μιας κλίμακας Likert με τα ίδια στοιχεία ταξινόμησης (από 1-Καθόλου καλές δεξιότητες έως 5- Εξαιρετικές δεξιότητες). Όσον αφορά δεξιότητες καθαυτές, πλαισιώνονται από πτυχές της οργανωτικής διαχείρισης όπως: διαχείριση ιδεών, διαχείριση χρόνου, αίσθηση οργάνωσης, αυτονομία, ευελιξία, μεταξύ άλλων.

Η ενότητα "**Ψηφιακές δεξιότητες**" είναι δομημένη σύμφωνα με ένα σύνολο ψηφιακών εργαλείων (Microsoft Office Word, PowerPoint, Excel, Έγγραφα Google και Παρουσιάσεις, Google Hangouts, Skype, Padlet, Windows Movie Maker, Engine, Gmail). Αυτά τα εργαλεία έχουν αναγνωριστεί ως βασικό σύνολο εργαλείων για την ψηφιακή μάθηση των μαθητών και ταξινομούνται ανάλογα με τα επίπεδα: βασικά, ενδιάμεσα και προχωρημένα. Αυτά τα επίπεδα επιτρέπουν στους μαθητές να κατανοήσουν καλύτερα τον τομέα τους και τη χρηστικότητα για κάθε ψηφιακό εργαλείο.

Πηγή: CV LITERACIA DIGITAL_diogo bernardo.pdf

CV

LITERACIA DIGITAL PARA O MERCADO DE TRABALHO

DADOS PESSOAIS



NOME: Diogo Bernardo Fernandes Rosário

IDADE: 20 anos

TELEMOVEL: Clique ou toque aqui para introduzir texto.

EMAIL: 180200004@ese.ipsantarem.pt

NACIONALIDADE: Portuguesa

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

DATA DE: 03/01/2017 **ATÉ:** 01/06/2018

NOME DA ENTIDADE, EMPRESA OU LOCAL DE TRABALHO: Biblioteca na Escola Ginestal Machado

CARGO OU FUNÇÃO DESEMPENHADA: Administrativo

EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

DATA DE: 01/09/2016 **ATÉ:** 01/06/2018

INSTITUIÇÃO DE ENSINO OU FORMAÇÃO: Escola Dr Ginestal Machado

CURSO, FORMAÇÃO OU NÍVEL EQUIVALENTE: Carpintaria, 12 ano

DATA DE: 11/10/2018 **ATÉ:** 09/06/2020

INSTITUIÇÃO DE ENSINO OU FORMAÇÃO: Escola Superior de Educação de Santarém

CURSO, FORMAÇÃO OU NÍVEL EQUIVALENTE: Curso Literacia Digital para o Mercado de Trabalho

COMPETÊNCIAS PESSOAIS

LÍNGUA MATERNA: Português – Portugal

OUTRAS LÍNGUAS: Inglês – Estados Unidos

3ª Ενότητα - Πρόκληση ευκαιριών και απασχολησιμότητα σε ψηφιακό περιβάλλον

Αυτοαπασχολούμενος

Διάγνωση επιχειρηματία

Η επιχειρηματικότητα είναι εξαιρετικά απαιτητική και συνεπάγεται σημαντικό κίνδυνο, επομένως σχετική απόφαση πρέπει να ληφθεί προσεκτικά. Μια ιδιαίτερα δημοφιλής άσκηση είναι να εκτιμηθεί η επιχειρηματική ικανότητα, να αναλυθεί με ρεαλισμό και μετωπικότητα ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, θεμελιώδους σημασίας για έναν επιχειρηματία, τα οποία περιγράφονται παρακάτω:

Μάθετε πώς: Σχολική, ακαδημαϊκή ή επαγγελματική κατάρτιση που σχετίζεται με την ταυτότητα που παρουσιάζεται.

Γνώση στον τεχνικό τομέα που σχετίζεται με την ιδέα που παρουσιάζεται.

Επαγγελματική εμπειρία: Επαγγελματική εμπειρία σχετική με την ιδέα που παρουσιάζεται.

Επιχειρηματική εμπειρία: Επιχειρηματική εμπειρία σχετική με την υλοποίηση της ιδέας που παρουσιάζεται.

Γνώση του Τομέα: Επίπεδο γνώσης του τομέα και των περιχώρων του, στους τομείς της ιδέας που παρουσιάζεται.

Προσωπικά χαρακτηριστικά:

Οριμότητα: Εκδηλώνεται το επίπεδο ευθύνης και ο αυτοέλεγχος.

Εικόνα, ομιλία και επικοινωνία: Επάρκεια της εικόνας για το πλαίσιο της κατάστασης αξιολόγησης, στάση σώματος, τυπικότητα/ ανεπίσημη επαφή, τύπος λεξιλογίου που χρησιμοποιείται, δομή του περιεχομένου της ομιλίας, ευφράδεια, αντικειμενικότητα των περιεχομένων της συζήτησης, βαθμός σαφήνειας στην επεξήγηση ιδεών και σκέψης, δυνατότητα προσβασιμότητας του λεξιλογίου που χρησιμοποιείται.

Δημιουργικό δυναμικό: Ικανότητα δημιουργίας ιδεών που μπορούν να εκτιμηθούν.

Καινοτόμος στάση: Ικανότητα χρήσης του δημιουργικού δυναμικού στην υλοποίηση ιδεών που μπορούν να εκτιμηθούν.

Πνεύμα Πρωτοβουλίας: Ικανότητα δομής σχεδίων δράσης, εσωτερικών και εξωτερικών, για την υλοποίηση δράσεων.

Προσωπική επιβεβαίωση: Ικανότητα του ατόμου να μεταφέρει μια θετική προσωπική εικόνα για να γοητεύσει, να κινήσει το ενδιαφέρον και να πείσει τους συνομιλητές.

Ορισμός και σαφήνεια των στόχων: Ικανότητα καθορισμού σαφώς και κατάλληλα των επιδιωκόμενων στόχων.



Ικανότητα ποσοτικοποίησης κινδύνων: Ικανότητα ποσοτικού προσδιορισμού με σαφή, συνειδητό και κατάλληλο τρόπο σε σχέση με την πραγματικότητα, σύμφωνα με τα εσωτερικά χαρακτηριστικά και το περιβάλλον, τους κινδύνους που συνδέονται με την επιχειρηματική ανάπτυξη της παρουσιαζόμενης ιδέας.

Ικανότητα Κινδύνου: Ικανότητα ρίσκου με σαφή, συνειδητό και κατάλληλο τρόπο σε σχέση με την πραγματικότητα, σύμφωνα με τα εσωτερικά χαρακτηριστικά και το περιβάλλον.

Αυτοανάλυση: Ικανότητα προσδιορισμού των πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών που είναι εγγενείς στον εαυτό του και της ιδέας που παρουσιάζεται.

Παρακινητικοί παράγοντες: Εστίαση στο θέμα. Ικανότητα συγκέντρωσης και άμεσης σκέψης για να εξηγήσει το άτομο την ιδέα που παρουσιάζεται.

Αίσθηση ευκαιρίας: Δυνατότητα εντοπισμού πραγματικών και κατάλληλων επιχειρηματικών ευκαιριών.

Διαθεσιμότητα / Δέσμευση / Κίνητρο / Προσδιορισμός: Επίπεδο διαθεσιμότητας και δέσμευσης, εσωτερικό και εξωτερικό, που εκφράζεται για την υλοποίηση της ιδέας που παρουσιάζεται. Επίπεδο κινήτρου και κινητοποίησης πόρων, εσωτερικών και εξωτερικών, που αποδεικνύονται χρήσιμοι για την υλοποίηση της ιδέας που παρουσιάζεται. Επίπεδο προσδιορισμού, εσωτερικού και εξωτερικού, που εκφράζεται στην υλοποίηση της ιδέας που παρουσιάζεται.

Προσωπική ενέργεια: Επίπεδο εξωτερίκευσης και κινητοποίησης εσωτερικής ενέργειας για την υλοποίηση της ιδέας που παρουσιάζεται.

Οικογενειακή θέση: Επίπεδο υποστήριξης και οικογενειακός ενθουσιασμός για το έργο.

Πηγή: <http://sitiodoempreendedor.nersant.pt/>



Center for Social
Innovation



Πώς να γίνετε επιχειρηματίας

10 βήματα για την επιτυχία στην αυτοαπασχόληση

ΒΗΜΑ 1 – ΕΧΕΤΕ ΜΙΑ ΔΥΝΑΤΗ ΙΔΕΑ

Το πρώτο βήμα που πρέπει να κάνετε είναι αναμφίβολα να έχετε καλές, καινοτόμες, διαφοροποιημένες ιδέες που μπορούν να επιτύχουν ισχυρή αποδοχή στην αγορά.

Για να γίνει κανείς επιχειρηματίας είναι απαραίτητο να έχει μια ισχυρή Επιχειρηματική Ιδέα, η οποία ανταποκρίνεται σε μια αναγνωρισμένη ΕΥΚΑΙΡΙΑ, η οποία δεν έχει ακόμη αξιοποιηθεί επαρκώς, και να ξέρει πώς να την εκμεταλλευτεί με καινοτόμο τρόπο.

Οι πηγές ιδεών μπορούν να χωριστούν σε τρεις κύριες ομάδες:

1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ / ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΓΥΡΩ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
2. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΙΔΕΩΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΙ ΣΕ ΑΛΛΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
3. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Φυσικά, είναι απαραίτητο να έχουμε τη δυνατότητα εντοπισμού ευκαιριών. Εκτός από την ευαισθησία, πρέπει να συλλέξετε πληροφορίες και να αυξήσετε τις γνώσεις σας.

Ωστόσο, μια καλή ιδέα δεν είναι συνώνυμη της επιτυχίας. Για την ελαχιστοποίηση των κινδύνων αποτυχίας είναι απαραίτητο να αφήσουμε την ιδέα να ωριμάσει και να αξιολογήσουμε τους κινδύνους και τις δυνατότητές της, ιδίως με την κατανόηση των τάσεων της αγοράς.

ΒΗΜΑ 2 - ΜΕΛΕΤΗΣΤΕ ΤΟ ΟΛΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η διαδικασία ωρίμανσης πρέπει να περιλαμβάνει μια εις βάθος μελέτη του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος, ξεκινώντας με μια ανάλυση του προφίλ του επιχειρηματία, δεδομένου ότι ο επιχειρηματίας θα πρέπει να έχει ένα σύνολο χαρακτηριστικών και δεξιοτήτων που δεν έχουν όλοι, και ως εκ τούτου τα πιθανά κενά πρέπει να ελαχιστοποιηθούν πριν προχωρήσουμε με την επιχείρηση.

Κάποιος πρέπει να έχει την τεχνογνωσία, να είναι δημιουργικός, να είναι πειστικός, να είναι ανθεκτικός και με αυτοπεποίθηση για να εφαρμόσει μια ιδέα και να διασφαλίσει την αποδοχή του προϊόντος / υπηρεσίας, καθώς και να είναι δυναμικός και προσεκτικός στις επιχειρηματικές ευκαιρίες, προκειμένου να προσαρμόσει τις υπηρεσίες στην αγορά και τις οικονομικές διακυμάνσεις.



Ο τρόπος αντιμετώπισης του κινδύνου είναι ένας άλλος σχετικός παράγοντας. Ως επιχειρηματίας, είναι σημαντικό να έχετε την προθυμία να αναλάβετε ορισμένα ρίσκα, αλλά με μετρημένο τρόπο. Το ρίσκο είναι να αποδεχτείτε τις προκλήσεις.

Η ηγεσία είναι ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό. Η δυνατότητα δομής της επιχείρησης, η οργάνωση της λειτουργίας της εταιρείας, η διαχείριση των ανθρώπινων και υλικών πόρων είναι θεμελιώδους σημασίας για την κατανόηση του τρόπου προστιθέμενης αξίας στην εταιρεία.

Στο εξωτερικό περιβάλλον, η αγορά και οι τάσεις που αναμένεται να επηρεάσουν την επιχείρηση, καθώς και η ισχύουσα νομοθεσία, πρέπει να αναλυθούν.

Είναι απαραίτητο να έχουμε πλήρη γνώση τόσο του προφίλ των δυνητικών πελατών, του τύπου του προϊόντος / της υπηρεσίας που αναζητούν, όσο και του μεγέθους της αγοράς, καθώς και των προμηθευτών και του ανταγωνισμού, των πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών τους, των τιμών που και των περιθωρίων για αύξηση ή μείωση.

Όλη αυτή η μελέτη είναι χρονοβόρα και, μερικές φορές, απαιτεί πολλούς πόρους, καθώς ορισμένα από τα δεδομένα που πρέπει να ληφθούν, ενδέχεται να εκπροσωπούν κάποιο κόστος. Αυτή η μελέτη θα πρέπει να κάνει χρήση του τεράστιου όγκου πληροφοριών που διατίθενται στο διαδίκτυο, πηγές με στατιστικές πληροφορίες, ενώσεις επιχειρήσεων και τομέων, νομοθεσία και διαδικτυακές πύλες επίσημων υπηρεσιών.

ΒΗΜΑ 3 - ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ, ΕΣΤΙΑΖΟΝΤΑΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΜΙΑΣ ΚΑΛΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ

Ο καθορισμός του επιχειρηματικού μοντέλου είναι απαραίτητος για να μπορέσουμε να περάσουμε από την ιδέα στην επιχείρηση, ή μάλλον, να μετατρέψουμε την ιδέα σε επιχείρηση.

Είναι σημαντικό να συνειδητοποιήσουμε ότι μια ιδέα από μόνη της δεν έχει αξία. Αυτό που μπορεί ή όχι να μετατρέψει την ιδέα σε κάτι πολύτιμο είναι η εφαρμογή της και πώς θα πραγματοποιηθεί.

Κατά τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού μοντέλου, οι πρώτες ερωτήσεις που πρέπει να απαντηθούν είναι " ποιος είναι ο πελάτης " και " τι εκτιμά ο πελάτης ".

Γνωρίζοντας αυτές τις απαντήσεις, θα είστε σε θέση να ορίσετε μια αξιόλογη πρόταση για τους πελάτες σας, δηλαδή, να ορίσετε πώς η προσφορά σας θα αντιπροσωπεύει κάτι που εκτιμά ο πελάτης σας. Τότε θα μπορείτε να πείτε πώς θα κερδίσετε χρήματα σε αυτήν την επιχείρηση.

Στη συνέχεια, είναι απαραίτητο να καθορίσετε πώς θα δημιουργήσετε, θα διατηρήσετε και θα εμβαθύνετε τη σχέση με τους πελάτες σας, καθώς και ποια κανάλια θα χρησιμοποιήσετε για να τους προσεγγίσετε.

Έχοντας ορίσει όλα αυτά τα ζητήματα, θα είστε σε θέση να θέσετε το επιχειρηματικό μοντέλο σε λειτουργία, δηλαδή, να εκτελέσετε την επιχείρηση στην οποία προτείνετε ποιες είναι οι βασικές δραστηριότητες, ποιοι είναι οι βασικοί πόροι που θα πρέπει να έχετε, ποιες θα είναι οι βασικές σας συνεργασίες και ποιο το κόστος που σχετίζεται με αυτές τις δραστηριότητες.

ΒΗΜΑ 4 - ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Υπάρχει ένας τεράστιος πειρασμός σε πολλούς επιχειρηματίες να μετακινηθούν από τη φάση ΙΔΕΑ στη φάση ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ χωρίς να περάσουν από τη μελέτη του περιβάλλοντος και χωρίς να καθορίσουν το επιχειρηματικό μοντέλο. Αυτός ο πειρασμός είναι λάθος επειδή ένα Επιχειρηματικό Σχέδιο είναι ένα πολύ σημαντικό εργαλείο που η χρησιμότητά του εξαρτάται από την ποιότητα των πληροφοριών που περιέχει.

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο θα πρέπει να περιλαμβάνει λεπτομερείς πληροφορίες για όλα τα κρίσιμα σημεία της επιχείρησης, από την εξήγηση της ιδέας έως το προφίλ των συνεργατών και των διαχειριστών, την ανάλυση της αγοράς, την περιγραφή και την αιτιολόγηση της στρατηγικής, της λειτουργίας και των επενδύσεων που απαιτούνται για τη λειτουργία της, την προβολή και αιτιολόγηση των αποτελεσμάτων της πρόβλεψης, όπως επίσης και των ζητημάτων που σχετίζονται με τον έλεγχο διαχείρισης που πρέπει να εφαρμοστεί και τη στρατηγική εξόδου σε περίπτωση αποτυχίας.

Ένα Επιχειρηματικό Σχέδιο είναι θεμελιώδες για τον καθορισμό στόχων και στρατηγικών για την επίτευξή τους και είναι ένα «ζωντανό» εργαλείο. Θα πρέπει να γνωρίζουμε ότι πολλά πράγματα μπορούν να αλλάξουν με την πάροδο του χρόνου ή να συμβούν διαφορετικά από αυτό που έχει προγραμματιστεί, επομένως το Επιχειρηματικό Σχέδιο πρέπει να επανεξετάζεται τακτικά, παρουσιάζοντας νέες στρατηγικές και καινοτόμες λύσεις για τις νέες προκλήσεις που προκύπτουν.

ΒΗΜΑ 5 - ΕΓΚΑΘΙΣΤΩΝΤΑΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Οι εταιρείες θα πρέπει να αφιερωθούν σε αυτό που κάνουν καλύτερα, με μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και παραγωγικότητα, παρέχοντας στους συνεργάτες τους όλες τις δραστηριότητες που μπορούν, φθηνότερα και πιο αποτελεσματικά από την ίδια την εταιρεία.

Μεταξύ των βασικών δραστηριοτήτων για την επιχείρησή σας, τις οποίες ορίσατε στο Επιχειρηματικό Μοντέλο, θα πρέπει να ορίσετε αυτές που θα καλυφθούν από το εσωτερικό προσωπικό σας και εκείνες στις οποίες θα χρησιμοποιήσετε εξωτερικούς

συνεργάτες. Στη συνέχεια, θα πρέπει να καθιερώσετε εταιρικές σχέσεις με συνεργάτες αναφοράς και να αποτρέψετε, όπου είναι δυνατόν με συμβατικό τρόπο, πώς θα λειτουργούν οι συνεργασίες, ιδίως λαμβάνοντας υπόψη ζητήματα όπως η εμπιστευτικότητα (όπου αυτό είναι σχετικό), η αποκλειστικότητα (όπου αυτό έχει νόημα), η εγγύηση διατήρησης των τιμών, ο ποιοτικός έλεγχος, η κατανομή ευθυνών σε περίπτωση αποτυχιών. Η εταιρεία θα πρέπει επίσης να μελετήσει εναλλακτικές λύσεις εάν είναι απαραίτητο να αλλάξει συνεργάτες.

ΒΗΜΑ 6 - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΜΙΑΣ ΚΑΛΗΣ ΟΜΑΔΑΣ

Μερικές φορές κάποιος θέλουν να αναλάβουν κάποιες δραστηριότητες μόνοι τους, ακόμη και αν αναγνωρίζουν ότι δεν είναι σε θέση. Για παράδειγμα, ένας επιχειρηματίας θα πρέπει να παρουσιάσει το επιχειρηματικό του σχέδιο, αλλά δεν του αρέσει να κάνει εμπορικές παρουσιάσεις. Ή ένας άλλος επιχειρηματίας μπορεί να γνωρίζει πολλά για ένα συγκεκριμένο θέμα, αλλά να μην γνωρίζει τίποτα για τη διαχείριση μιας επιχείρησης. Αυτοί οι επιχειρηματίες θα πρέπει να έχουν έναν καλό διευθυντή στην ομάδα τους, αλλιώς είναι καταδικασμένοι σε αποτυχία.

Η δημιουργία μιας διαφορετικής ομάδας εργασίας, με άτομα που έχουν γνώσεις σε διαφορετικούς τομείς, συμπληρωματικά με τις γνώσεις του επιχειρηματία, μπορεί να είναι καθοριστική για τη διασφάλιση της διαχείρισης των διαφόρων τομέων της εταιρείας και της επιτυχίας της.

Κατά τη σύσταση της ομάδας, είναι σημαντικό να προσέχετε ορισμένα ζητήματα, δηλαδή την εμπιστοσύνη στις επαγγελματικές σχέσεις, τον ορισμό των θέσεων και των λειτουργιών σύμφωνα με τις ικανότητες κάθε μέλους, καθώς και τη δημιουργία και τη μετάδοση στην ομάδα των στόχων προς επίτευξη.

ΒΗΜΑ 7 - ΛΑΒΕΤΕ ΕΠΑΡΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Το ζήτημα της χρηματοδότησης είναι συχνά καθοριστικό κατά την έναρξη μιας νέας επιχείρησης. Επομένως, πρέπει να αντιμετωπίζεται με ιδιαίτερη προσοχή.

Δεν είναι ασυνήθιστο ο νέος επιχειρηματίας να ανησυχεί πολύ για την εγγύηση των πόρων για την πραγματοποίηση της αρχικής επένδυσης και να είναι ικανοποιημένος όταν φτάσει σε αυτούς τους πόρους, ξεχνώντας τη χρηματοδότηση του λειτουργικού μέρους, ειδικά το κεφάλαιο κίνησης που απαιτείται για να μπορέσει η εταιρεία να ξεπεράσει τα χρηματικά ελλείμματα της δραστηριότητάς της, τα οποία είναι φυσιολογικά κατά τους πρώτους μήνες.

Δύο άλλα συνηθισμένα λάθη των νέων επιχειρηματιών σχετικά με τη χρηματοδότηση είναι, αφενός, η βιασύνη να λάβουν χρηματοδότηση, χωρίς να μελετήσουν ποιες επιλογές ταιριάζουν καλύτερα στην περίπτωση τους και, από την άλλη πλευρά, η ιδέα



ότι υπάρχουν φορείς όπου μπορείτε απλά να τους επισκεφτείτε, να ζητήσετε το 100% των χρημάτων που χρειάζεστε, χωρίς καν να βάλετε κεφάλαια, και να σας το δώσουν.

Το ζήτημα της χρηματοδότησης είναι κρίσιμο, επομένως ο επιχειρηματίας θα πρέπει να επιδιώξει να χρηματοδοτηθεί επαρκώς μελετώντας και καθορίζοντας το προφίλ χρηματοδότησης που θα υιοθετήσει, τη λύση που ταιριάζει καλύτερα στην περίπτωση του, το ποσό που θα είναι απαραίτητο, το κόστος χρηματοδότησης και το χρόνο και τη μορφή αποπληρωμής του χρέους.

Οι πηγές χρηματοδότησης χωρίζονται σε 3 τύπους:

- Κεφάλαιο (ίδια κεφάλαια, επενδυτές, επιχειρηματικά κεφάλαια, μαζική χρηματοδότηση)
- Κίνητρα (επιχορηγήσεις, κονδύλια και προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης)
- Χρέος (Τράπεζα, ...)

Η λύση για κάθε περίπτωση μπορεί να προέρχεται από μία μόνο πηγή ή να είναι ένας συνδυασμός των διαφόρων πηγών.

ΒΗΜΑ 8 – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η επικοινωνία είναι ένα από τα πιο σημαντικά ζητήματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την έναρξη μιας νέας επιχείρησης.

Είναι προφανές ότι κανείς δεν αγοράζει αυτό που δεν ξέρει τι ακριβώς είναι και αυτό που δεν γνωρίζει ότι υπάρχει. Ακόμα και οι πλανόδιοι πωλητές έχουν περάσει από το στάδιο του να βρουν έναν αρκετά εμπορικό δρόμο και να σταθούν πίσω από τον πάγκο, περιμένοντας τους πελάτες να σταματήσουν και να ψωνίσουν.

Σήμερα, ο ανταγωνισμός δεν είναι μόνο έντονος αλλά και παγκόσμιος, όλα τα ζητήματα που σχετίζονται με την επικοινωνία και την προώθηση είναι θεμελιώδη, οπότε η στρατηγική επικοινωνίας και οι πόροι για την εφαρμογή της είναι ζητήματα που πρέπει κάθε επιχειρηματίας να έχει σε προτεραιότητα.

Φυσικά, η πραγματοποίηση πολύ περιεκτικών διαφημιστικών εκστρατειών και η χρήση μέσων υψηλής διείσδυσης στην αγορά είναι κάτι που κοστίζει πολλά χρήματα και είναι μόνο προσιτό σε μεγάλες εταιρείες. Ωστόσο, υπάρχει ένα ευρύ φάσμα εργαλείων και μέσων επικοινωνίας, κάποια από τα οποία έχουν χαμηλό κόστος, που μπορούν και πρέπει να τεθούν σε εφαρμογή, όχι μόνο κατά το άνοιγμα της επιχείρησης, αλλά και κατά την ανάπτυξή της. Η επικοινωνία δεν είναι κάτι που μπορεί να εξαντληθεί τον πρώτο μήνα, οπότε πρέπει πάντα να υπάρχει ένα σύνολο καθορισμένων ενεργειών και ένας προϋπολογισμός που διατίθεται για τη διαφήμιση.

Πολλοί νέοι επιχειρηματίες έχουν την ψευδαίσθηση μια διαδικτυακή σελίδα ή ένα επίσημο δίκτυο είναι αρκετό για να ανοίξει η πόρτα και να μπουν πελάτες στην επιχείρηση. Αυτή η ψευδαίσθηση δύσκολα θα επιβεβαιωθεί, καθώς η αποτελεσματική επικοινωνία είναι μία από τις βασικές δραστηριότητες που ένας επιχειρηματίας δεν μπορεί να αγνοήσει.

ΒΗΜΑ 9 – ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Ένας νέος επιχειρηματίας πρέπει να γνωρίζει τους στόχους που πρέπει να επιτύχει για να επιτύχει για τη βιωσιμότητα της επιχείρησής του και πρέπει να ελέγχει τη δραστηριότητα τακτικά, προκειμένου να γνωρίζει εάν βρίσκεται κοντά ή όχι στην επίτευξη των καθορισμένων στόχων.

Για να κάνει σωστή διαχείριση, ο επιχειρηματίας θα πρέπει να καθορίσει τους βασικούς δείκτες απόδοσης, οι οποίοι πρέπει να ελέγχονται τακτικά. Οι δείκτες αυτοί αφορούν τις πωλήσεις, το μικτό περιθώριο, το κόστος και άλλα τα οποία, κατά περίπτωση, κάθε επιχειρηματίας πρέπει να καθορίσει, για παράδειγμα, τον αριθμό των εμπορικών επισκέψεων που πρέπει να γίνουν, το ποσοστό των εγκεκριμένων προϋπολογισμών, τον αριθμό των επισκεπτών στο ηλεκτρονικό κατάστημα, και τα λοιπά.

Οι δείκτες αυτοί είναι μετρήσιμα μέτρα για να κατανοήσει ο επιχειρηματίας εάν επιτυγχάνονται οι στόχοι του. Ο ορισμός και ο έλεγχός τους είναι πολύ σημαντικός, διότι μέσω αυτών καταλαβαίνει κανείς την ανάγκη να πάρει νέες αποφάσεις για να επιτύχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Ο συστηματικός έλεγχος διαχείρισης σας επιτρέπει να μετράτε και να ενεργείτε αναλόγως στην επιχείρησή σας, αποφεύγοντας αποκλίσεις και επιτρέποντας τη λήψη προληπτικών μέτρων πριν συμβούν σοβαρά προβλήματα.

ΒΗΜΑ 10 – ΑΝΑΘΕΩΡΕΙΤΕ ΚΑΙ ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΖΕΤΕ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΑΣ ΤΑΚΤΙΚΑ

Τα βήματα 1 έως 8 παρέχουν συμβουλές ειδικά για τη φάση προετοιμασίας και την αρχή της υλοποίησης των έργων. Ωστόσο, η μεγάλη περιπέτεια ξεκινά με την έναρξη της δραστηριότητας και ένα πράγμα είναι σίγουρο: ανεξάρτητα από το πόσο καλή ήταν η προετοιμασία θα υπάρξει πάντα κάτι που δεν πηγαίνει σύμφωνα με το σχέδιο. Επομένως, είναι σημαντικό να ορίσουμε σαφώς τους στόχους και να διενεργήσουμε τον έλεγχο διαχείρισης που αναφέρεται στην προηγούμενη παράγραφο. Και όταν η επιχείρηση δεν πηγαίνει όπως έχει προγραμματιστεί (είτε επειδή δεν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες μας, είτε επειδή αναπτύσσεται πολύ γρήγορα, είτε επειδή έχουν συμβεί αλλαγές στην αγορά, είτε για κάποιο άλλο λόγο), είναι απαραίτητο να επανεξετάσετε και να αναπροσαρμόσετε τη στρατηγική καθορίζοντας νέες δράσεις ή να θέσετε νέους στόχους που πρέπει να ελεγχθούν ξανά. Αυτός είναι ένας θεμελιώδης



κύκλος σε εξέλιξη, επειδή η ικανότητα κάποιου να αποφασίζει και να αλλάζει στρατηγικές εγκαίρως είναι απαραίτητη για την επιτυχία ενός επιχειρηματικού έργου.

Πηγή: <http://sitiodoempreendedor.nersant.pt/>



Center for Social
Innovation



HRVATSKA ZAJEDNICA ZA DOWN SINDROM



ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL



Ribatejo