



Μάθημα για μαθητές

Πίσω στο Μάθημα

## 1<sup>η</sup> Ενότητα - Δημιουργήστε ένα προφίλ νικητή

### Ηλεκτρονικό χαρτοφυλάκιο

CV LITERACIA DIGITAL\_ maria luisa douwens .pdf

**CV**

LITERACIA DIGITAL PARA O MERCADO DE TRABALHO

---

**DADOS PESSOAIS**

	<b>NOME:</b> Maria Luisa Teixeira da Mota <b>IDADE:</b> 19 anos <b>TELEMOVEL:</b> 911710585 <b>EMAIL:</b> luisamota1999@gmail.com <b>NACIONALIDADE:</b> Portuguesa
---	--

---

**EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL**

**DATA DE:** Clique ou toque para introduzir uma data. **ATÉ:** Clique ou toque para introduzir uma data.  
**NOME DA ENTIDADE, EMPRESA OU LOCAL DE TRABALHO:** Fábrica da Pólvora, Barcarena, Oeiras  
**CARGO OU FUNÇÃO DESEMPENHADA:** Jardineira

**DATA DE:** Clique ou toque para introduzir uma data. **ATÉ:** Clique ou toque para introduzir uma data.  
**NOME DA ENTIDADE, EMPRESA OU LOCAL DE TRABALHO:** Câmara Municipal de Oeiras  
**CARGO OU FUNÇÃO DESEMPENHADA:** Administrativa

---

**EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO**

**DATA DE:** Clique ou toque para introduzir uma data. **ATÉ:** Clique ou toque para introduzir uma data.  
**INSTITUIÇÃO DE ENSINO OU FORMAÇÃO:** Escola Básica São Julião da Barra  
**CURSO, FORMAÇÃO OU NÍVEL EQUIVALENTE:** 9º ano

**DATA DE:** 11/10/2018 **ATÉ:** 10/06/2020  
**INSTITUIÇÃO DE ENSINO OU FORMAÇÃO:** Escola de Superior de Santarém  
**CURSO, FORMAÇÃO OU NÍVEL EQUIVALENTE:** Curso digital para o mercado de trabalho

**Να είστε προετοιμασμένοι να παρουσιάσετε τον εαυτό σας (πώς να προετοιμαστείτε για μια συνέντευξη)**

Η παρουσίαση της Deloitte

## Διαφάνεια 1

Εργαστήριο

Βιογραφικό σημείωμα και συνεντεύξεις

IP Santarém | 20 Μαΐου 2019

## Διαφάνεια 2

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Στιγμές πρόσληψης

1 ΑΙΤΗΣΗ

2 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

3 FOLLOW-UP

## Διαφάνεια 3

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Αίτηση

ΑΙΤΗΣΗ- τι είναι αυτό;

Είναι μια **έκφραση ενδιαφέροντος** για μια συγκεκριμένη ανοιχτή ευκαιρία απασχόλησης (**αίτηση για μια διαφήμιση ή μια αγγελία που έχουμε δει**) ή για μια πιθανή ευκαιρία που μπορεί να υπάρχει (**αυθόρμητη αίτηση**)

## Διαφάνεια 4

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Αίτηση

ΑΙΤΗΣΗ - Πώς πρέπει να υποβάλω αίτηση;

... με την προετοιμασία και αποστολή **βιογραφικού**

... σε ορισμένες περιπτώσεις, προσθέτοντας μια συνοδευτική επιστολή ενδιαφέροντος για εργασία σε αυτήν την εταιρεία

## Διαφάνεια 5

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Μερικές ερωτήσεις σχετικά με τα βιογραφικά

## Διαφάνεια 6

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

Πρέπει να συμπεριλάβω μια φωτογραφία στο βιογραφικό μου;

Υπάρχει μοντέλο / πρότυπο για βιογραφικά; Ποιο πρέπει να ακολουθήσω;

Πώς να οργανώσω τις πληροφορίες στο βιογραφικό;

Πόσες σελίδες πρέπει να έχει ένα βιογραφικό;

Πρέπει να βάλω τους βαθμούς των μαθημάτων που έχω παρακολουθήσει;

Τι είδους πληροφορίες πρέπει να περιλαμβάνονται;

## Διαφάνεια 7

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

**Δεν υπάρχει μεμονωμένο μοντέλο για βιογραφικό. Μερικά παραδείγματα:**

## Διαφάνεια 8

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

- **Μπορούμε να επιλέξουμε τη μορφή**, εκτός αν μας ζητηθεί συγκεκριμένη μορφή (παραδειγμα: EUROPASS)
- Κατά την επιλογή της μορφής του βιογραφικού, το κύριο μέλημα θα πρέπει να είναι η **απλή και σαφής ανάγνωση** και η ευχάριστη όψη
- **Το βιογραφικό σημείωμα είναι δομημένο/ οργανωμένο**
- **Πρέπει να είμαστε προσεκτικοί**, αλλά προσέξτε, διότι οι πολλές εικόνες και τα χρώματα θα μπορούσαν να προκαλέσουν σύγχυση
- **Πρέπει να επισημάνουμε τις Πληροφορίες που σχετίζονται με την αίτηση**
- Επιπλέον, **το βιογραφικό σημείωμα πρέπει να είναι καλά γραμμένο και απαλλαγμένο από ορθογραφικά λάθη**

## Διαφάνεια 9

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

Για μαθητή/ φοιτητή/ πρώτη δουλειά

Προσωπικά δεδομένα και επαφές

Εκπαίδευση και κατάρτιση  
Επαγγελματική εμπειρία ή άλλες σχετικές δεξιότητες  
Δεξιότητες που αποκτήθηκαν  
Επιπλέον πληροφορίες

Διαφάνεια 9

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

**Προσωπικά δεδομένα και επαφές**

Πλήρες όνομα

Διεύθυνση

Τηλέφωνο

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Ημερομηνία γέννησης

Ιθαγένεια

Φωτογραφία (επαγγελματική)

**[ΟΝΟΜΑ, ΕΠΙΘΕΤΟ]**

Ημερομηνία γέννησης: [έτος-μήνας-ημέρα]

Διεύθυνση: [διεύθυνση], [ταχυδρομικός κώδικας] , [χώρα]

Τηλ.: [τηλέφωνο επικοινωνίας με διεθνή κωδικό] | E-mail: [διεύθυνση email. Τι συμβουλεύεστε συχνά; ]

LinkedIn: [εισαγωγή συνδέσμου από το προφίλ σας στο LinkedIn] | Ταυτότητα Skype:

[Εισαγωγή φωτογραφίας εδώ (προαιρετικό)]

Διαφάνεια 11

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό - Παραδείγματα φωτογραφιών

Διαφάνεια 12

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

**ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ**

Ημερομηνία έναρξης και λήξης

Ακαδημαϊκό πτυχίο

Ίδρυμα

ΚΥΚΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Γλώσσα

Μέσος όρος

Συμπληρωματικά μαθήματα ή/ και εκπαίδευση

#### **ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ**

##### **ΟΝΟΜΑ ΣΧΟΛΕΙΟΥ, [ηλικία] - [χώρα] [ημερομηνία ολοκλήρωσης]**

*[σχετική περιγραφή του σχολείου για τον εργοδότη, κατά περίπτωση]*

[μάθημα, π.χ. Πρόγραμμα ανταλλαγής]

- [επιτεύγματα, π.χ. βαθμοί, βραβεία, υποτροφίες, σχετική εργασία που εκτελέστηκε]

- άλλες πληροφορίες σχετικές με τη θέση για την οποία υποβάλλετε αίτηση, π.χ. Πλήρες πρόγραμμα στα Αγγλικά]

##### **ΟΝΟΜΑ ΣΧΟΛΕΙΟΥ, [ηλικία] - [χώρα] [ημερομηνία ολοκλήρωσης]**

*[σχετική περιγραφή του σχολείου για τον εργοδότη, κατά περίπτωση]*

[μάθημα, π.χ., Πτυχίο Πολιτικών Μηχανικών]

- [επιτεύγματα, π.χ. βαθμοί, βραβεία, υποτροφίες, σχετική εργασία που εκτελέστηκε]

##### **ΟΝΟΜΑ ΣΧΟΛΕΙΟΥ, [ηλικία] - [χώρα] [ημερομηνία ολοκλήρωσης]**

*[σχετική περιγραφή του σχολείου για τον εργοδότη, κατά περίπτωση]*

[μάθημα, π.χ. Γυμνάσιο Επιστήμης και Τεχνολογίας]

- [επιτεύγματα, π.χ. βαθμοί, βραβεία, υποτροφίες, σχετική εργασία που εκτελέστηκε]

Διαφάνεια 13

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

#### **ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ**

Ημερομηνία έναρξης και λήξης

Όνομα εταιρείας

Λειτουργία ή θέση

Περιγραφή των κύριων αρμοδιοτήτων

Ένδειξη επιτευχθέντων αποτελεσμάτων

## ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

[ΕΠΩΝΥΜΙΑ] [ημερομηνία έναρξης] - [ημερομηνία λήξης]

[θέση, π.χ., Summer Trainee], [τμήμα, π.χ., τμήμα μάρκετινγκ], [ πόλη] - [χώρα]

- [επιτεύγματα / προστιθέμενη αξία που αναπτύχθηκε / δεξιότητες, για παράδειγμα, συνέβαλα στη μείωση του κόστους ταξιδιού κατά 10%, με την ανάπτυξη ενός συστήματος ελέγχου του κόστους που υπολογίζει το κόστος ταξιδιού ανά όχημα, απέκτησα γνώση για διάφορες πτυχές της επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένης της αλληλεπίδρασης με τους πελάτες, της ανάπτυξης προϊόντων και της λογιστικής, μέσω της πραγματοποίησης εκ περιτροπής αρμοδιοτήτων]

- [επιτεύγματα / προστιθέμενη αξία / δεξιότητες που αναπτύχθηκαν]

[ΕΠΩΝΥΜΙΑ] [ημερομηνία έναρξης] - [ ημερομηνία λήξης]

[θέση, π.χ. Summer Analyst], [τμήμα, π.χ., Investment Banking Division], [πόλη] - [χώρα]

- [επιτεύγματα / προστιθέμενη αξία / δεξιότητες που αναπτύχθηκαν]

- [επιτεύγματα / προστιθέμενη αξία / δεξιότητες που αναπτύχθηκαν]

### Διαφάνεια 14

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

1 Τι έκανες;

- Εργα

- Ευθύνες

2 Αποτελέσματα

- Ποσοτικά

- Ποιοτικά

3 δεξιότητες

- Προσωπικές

- Τεχνικές

### Διαφάνεια 15

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

- Ξεκινήστε τις προτάσεις στο βιογραφικό με ρήματα δράσης

Παραδείγματα:

Ανέπτυξα / δημιούργησα / διαχειρίστηκα / μείωσα / βελτίωσα / παρουσίασα / εκπαιδύτηκα κ.λπ.

## Διαφάνεια 16

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

### ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Εξωσχολικές δραστηριότητες

Περιοχές ενδιαφέροντος

Προσωπικές αναφορές

Άλλες σχετικές δραστηριότητες

### ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ

Αγγλικά: [περιγραφή όλων των ομιλούμενων γλωσσών και των επιπέδων τους σύμφωνα με το Κοινό Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Αναφοράς για τις Γλώσσες (A1 έως C2) και σχετικά πιστοποιητικά, π.χ. Πιστοποιητικό επάρκειας στα Αγγλικά (CPE-2008)]

Γαλλικά: [επίπεδο σύμφωνα με το Κοινό Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Αναφοράς για τις Γλώσσες (A1 έως C2) και σχετικά πιστοποιητικά]

IT: [περιγραφή σχετικών δεξιοτήτων και πιστοποιητικών, π.χ. Υψηλές δεξιότητες στο MS Office, Access, SPSS και SAP]

### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ

- [επιτεύγματα / προστιθέμενη αξία / δεξιότητες που αναπτύχθηκαν, π.χ.: ]
- Αγορά επενδυτικών κεφαλαίων: δημιούργησα απόδοση 30% σε 18 μήνες, διαπραγματεύοντας ενεργά προσωπικά και οικογενειακά κεφάλαια στις παγκόσμιες αγορές μετοχών, συμπεριλαμβανομένων των NYSE, Deutsche Borse και Warsaw Sotck Exchange.
- Αθλητισμός: έπαιξα ποδόσφαιρο σε ομοσπονδία για 6 χρόνια, κέρδισα εθνικά και διεθνή πρωταθλήματα και ήμουν αρχηγός ομάδας για 2 χρόνια. Εκπαιδεύτηκα για τον Μαραθώνιο της Virgin Londin 2010 (μέλος της εθνικής ομάδας τένις της Πορτογαλίας, κατατάσσεται 4η στη χώρα)
- Μουσική: τραγουδιστής ενός ροκ συγκροτήματος, έχω λάβει μέρος σε ζωντανές συναυλίες για περισσότερους από 200 θεατές

## Διαφάνεια 17

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Βιογραφικό

- Σχηματίστε ομάδες των δύο
- Σκεφτείτε μια εμπειρία και πώς αυτή η εμπειρία έχει αναπτύξει κάποια ικανότητα σε σας που είναι απαραίτητη για μια δουλειά
- Γράψτε μια σημείωση σύμφωνα με όσα μάθαμε
- Μοιραστείτε όσα γράψατε και λάβετε σχόλια
- 20 λεπτά

## Διαφάνεια 18

Εργαστήριο προσλήψεων

Διακοπή

20 λεπτά

## Διαφάνεια 19

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Συνέντευξη

1 ΑΙΤΗΣΗ

2 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

3 ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ

## Διαφάνεια 2

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Συνέντευξη

Πώς πρέπει να ντυθώ;

Πρέπει να μιλήσω για τον μισθό;

Ποια είναι η μέση διάρκεια μιας συνέντευξης;

Τι είδους ερωτήσεις τίθενται σε μια συνέντευξη;

Πρέπει να ρωτήσω για τις ώρες εργασίας;

Πρέπει να δείξω πάρα πολύ ενθουσιασμό για την ευκαιρία;

Πρέπει να ζητήσω τα στοιχεία του ατόμου που παίρνει τη συνέντευξη;

## Διαφάνεια 22

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Συνέντευξη

- Να γνωρίζετε ότι οι πρώτες εντυπώσεις μετράνε
- Προσπαθήστε να μάθετε εκ των προτέρων εάν η εταιρεία διαθέτει επίσημο ένδυμα. Σε περίπτωση αμφιβολίας πάντα επιλέγετε το επίσημο στυλ.
- Προσέξτε για "ατημέλητη εμφάνιση"

## Διαφάνεια 23

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"



Συνέντευξη

### **Συμβουλές για γυναίκες**

- Αποφύγετε την υπερβολική χρήση μακιγιάζ
- Μην φοράτε κοσμήματα που αποσπούν την προσοχή του ατόμου που παίρνει συνέντευξη
- Τα νύχια πρέπει να είναι καθαρά και βαμμένα σε φυσικά χρώματα
- Το άρωμα δεν πρέπει να είναι πολύ έντονο
- Πρέπει πάντα να θέτετε την ερώτηση " Θα βγαίνατε έτσι τη νύχτα; ". Εάν ναι, τα ρούχα που έχετε επιλέξει δεν είναι κατάλληλα!

### **Συμβουλές για άντρες**

- Φορέστε μια γραβάτα που είναι στη σωστή θέση και ένα πουκάμισο με κουμπιά
- Φορέστε καθαρά και γυαλισμένα παπούτσια - Πάντα!
- Μπορείτε να έχετε γενειάδα, αρκεί να μην φαίνεται ότι ξεχάσατε ξυριστείτε το πρωί

Διαφάνεια 24

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Συνέντευξη

**ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ**

- Η μέση διάρκεια είναι 35/ 40 λεπτά
- Απαντήστε απευθείας στις ερωτήσεις
- Ακούστε προσεκτικά
- Δώστε στο άτομο που παίρνει τη συνέντευξη χώρο για αλληλεπίδραση, μην μονοπωλήσετε τη συνομιλία

Διαφάνεια 25

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Συνέντευξη

**ΑΚΡΙΒΕΙΑ**

- Είναι απαραίτητο να είμαστε ακριβείς! Δείχνει αφοσίωση στην ευκαιρία που δίνεται και σεβασμό στο άτομο που παίρνει τη συνέντευξη
- Σχεδιάστε να φτάσετε περίπου 10 λεπτά πριν, σε περίπτωση απρόβλεπτου γεγονότος

Διαφάνεια 26

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Συνέντευξη

#### ΠΡΟΤΥΠΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

- Πείτε μου για τον εαυτό σας
- Ποια ήταν η βάση της επιλογής σας για αυτό το μάθημα;
- Τι σας άρεσε περισσότερο στο μάθημα; Τι σας άρεσε λιγότερο ;
- Έχετε άλλες δραστηριότητες εκτός από τις σπουδές σας; Εάν ναι, ποιες; Τι έχετε μάθει από αυτές τις δραστηριότητες;
- Ποιοι είναι οι βραχυπρόθεσμοι και μακροπρόθεσμοι στόχοι σας;
- Τι ψάχνετε σε μια δουλειά;
- Τι σας οδήγησε να στείλετε το βιογραφικό σας στην εταιρεία μας;
- Τι γνωρίζετε για την εταιρεία μας;
- Γνωρίζετε κάποιον που εργάζεται ήδη εδώ;
- (...)

Διαφάνεια 27

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Συνέντευξη

#### ΜΙΣΘΟΣ

- Θα πρέπει να αποφεύγεται εκτός εάν σας ζητηθεί να μιλήσετε για τις προσδοκίες σας
- Πριν από τη συνέντευξη πρέπει να προσπαθήσετε να καταλάβετε πόσο πληρώνει η αγορά για αυτήν τη θέση εργασίας
- Δεν πρέπει να γίνονται συγκρίσεις μισθών με άλλες εταιρίες
- Πρέπει να καθοριστεί ένα εύρος μισθού

Διαφάνεια 28

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Συνέντευξη

#### ΠΡΩΤΗ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ

Μελέτη...

- Η ιστορία της εταιρείας ...
- Ποια είναι η θέση στην αγορά - Συλλέξτε μερικούς αριθμούς που σας επιτρέπουν να έχετε εικόνα για την εταιρεία: αριθμός υπαλλήλων, μισθός ...
- Επιχειρηματικοί τομείς της εταιρείας ...
- Τι λένε για την εταιρεία, ποιο είναι το περιβάλλον εργασίας, τα κύρια χαρακτηριστικά κ.λπ.

### Διαφάνεια 29

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Συνέντευξη

ΠΑΝΤΑ! ΑΛΛΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

- Να είστε καλοί / ευγενικοί με όλους ... συμπεριλαμβανομένου του ατόμου στη ρεσεψιόν
- Όταν έρθει το άτομο που θα σας πάρει τη συνέντευξη, αν κάθεστε, σηκωθείτε και περιμένετε να σας προσφέρει μια θέση
- Προσέξτε τη χειραψία: σταθερή και σύντομη!
- Χαμόγελο

### Διαφάνεια 30

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Συνέντευξη

1 ΑΙΤΗΣΗ

2 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

3 FOLLOW-UP

### Διαφάνεια 32

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Follow-up

Ποια είναι η καλύτερη μέθοδος follow-up της διαδικασίας;

Τι γίνεται αν δεν θυμάμαι πλέον το άτομο που μου πήρε συνέντευξη;

Κατά μέσο όρο, πόσο καιρό χρειάζεται για να επικοινωνήσουμε με την εταιρεία;

Πρέπει να συνεχίσω να ψάχνω για δουλειά;

Πρέπει να περιμένω από την εταιρεία να επικοινωνήσει μαζί μου;

Αν καλέσω περισσότερες από μία φορές, δεν φαίνομαι απελπισμένος;

### Διαφάνεια 33

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

Follow-up

... Follow-up: ναι ή όχι;

- Ναί! Δείχνει την προληπτικότητα και το ενδιαφέρον για την ευκαιρία εργασίας

... Η συνέντευξη κλείνει

- Ρωτήστε το άτομο που παίρνει τη συνέντευξη για τα χρονοδιαγράμματα της διαδικασίας
- Ανταλλάξτε κάρτες ή γράψτε τα στοιχεία επικοινωνίας του ατόμου
- Ρωτήστε εάν μπορείτε να καλέσετε / να στείλετε follow-up email
- Στείλτε ευχαριστήριο σημείωμα μετά τη συνέντευξη: μέσω email, LinkedIn ... κανόνας έως 2 ημέρες αργότερα!

... Άλλες συμβουλές

- Είναι λογικό να λαμβάνετε σχόλια από την εταιρεία εντός 1 έως 2 εβδομάδων
- Να παρακολουθείτε τη διαδικασία ναι, αλλά μην είστε υπερβολικοί

Διαφάνεια 34

Εργαστήριο "Πώς προετοιμαζόμαστε για πρόσληψη;"

ΑΝΟΙΞΕ

## 2<sup>η</sup> Ενότητα - Επιλέξτε μια επιτυχημένη ζωή στην αγορά εργασίας

### Αυτοαπασχολούμενος

#### ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΕΑΣ

Για να δημιουργήσετε τη δική σας δουλειά είναι απαραίτητο να αναπτύξετε δεξιότητες όπως η δημιουργικότητα, η ομαδική εργασία, η αυτονομία, το αίσθημα ευθύνης και η οργάνωση, καθώς και η εκτίμηση της μάθησης.

Όταν έχετε μια ιδέα, μια επιχειρηματική ιδέα, και θέλετε να ξεκινήσετε μια επιχειρηματική δραστηριότητα, μπορεί να χρειαστεί να την παρουσιάσετε σε:

- επενδυτές (άτομα ή/ και οντότητες που μπορούν να βάλουν χρήματα στο έργο σας για να το αναπτύξουν)
- συνεργάτες (άτομα και οντότητες που μπορούν να σας βοηθήσουν να αναπτύξετε την επιχείρησή σας)
- πελάτες (για να τους πείσετε να αγοράσουν το προϊόν ή την υπηρεσία σας)
- προμηθευτές (για να τους δείξετε τι θέλετε να κάνετε και τι χρειάζεστε)
- κάποιον που θέλετε να προσλάβετε (για να τον πείσετε να έρθει να εργαστεί για σας)

Για αυτόν τον λόγο, είναι σημαντικό να δομήσετε την επιχειρηματική ιδέα λαμβάνοντας υπόψη ορισμένα βασικά ζητήματα, για παράδειγμα:

1. Ποιο είναι το πρόβλημα που εντοπίσατε;	Αυτό θα πρέπει να είναι το αποτέλεσμα μιας ανάλυσης που πραγματοποιήσατε για τον προσδιορισμό των αναγκών και των επιχειρηματικών ευκαιριών.
2. Ποια είναι η πρόταση λύσης σας;	Η επιχειρηματική σας ιδέα, τι θα θέλατε να εφαρμόσετε.
3. Ποιος θα αγοράσει από εσάς;	Η αγορά σας.
4. Πώς θα γίνετε γνωστοί και θα πουλήσετε;	Η διανομή και η προώθηση.
5. Ποιους πόρους χρειάζεστε;	Πώς να οργανώσετε την επιχείρησή σας.
6. Ποια αποτελέσματα περιμένετε;	Το αποτέλεσμά σας.

## Ι.ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

Πρώτα απ' όλα, για να εξοικειωθείτε με μια σειρά από όρους που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα και την επιχειρηματική δραστηριότητα, έχουμε απαριθμήσει έναν μικρό αριθμό εννοιών με οικονομική ερμηνεία, τους οποίους μπορείτε να συμβουλευτείτε κάθε φορά που έχετε οποιαδήποτε αμφιβολία σχετικά με τη σημασία μιας λέξης.

*Μίνι-γλωσσάριο Επιχειρηματικότητας - 50 επιχειρηματικοί όροι:*

### **Ενεργό**

Οποιοδήποτε αντικείμενο με αξία: μετρητά στο χέρι ή στην Τράπεζα, απαιτήσεις, ακίνητα, εξοπλισμός, δικαιώματα ιδιοκτησίας, προϊόντα σε απόθεμα κ.λπ.

### **Ισολογισμός**

Έγγραφο που παραθέτει κατά σειρά όλα τα περιουσιακά σας στοιχεία και τις οικονομικές σας υποχρεώσεις σε μια δεδομένη στιγμή.

### **Εμπορεύματα**

Φυσικά προϊόντα που ικανοποιούν τις ανάγκες των ανθρώπων.

### **Καταιγισμός ιδεών**

Η δημιουργική δραστηριότητα που αναπτύχθηκε σε ομάδα που επιδιώκει να ανταποκριθεί σε προβλήματα ή προκλήσεις.

### **Κεφάλαιο**

Παράγοντας παραγωγής: Χρήματα και φυσικά αντικείμενα όπως εργαλεία, κτίρια και οχήματα που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία παραγωγής.

### **Πελάτης**

Οντότητα που αποκτά ή χρησιμοποιεί αγαθά ή υπηρεσίες.

### **Ανταγωνισμός**

Μια κατάσταση όπου διαφορετικοί παραγωγοί/ πωλητές ενός δεδομένου αγαθού ή/ και υπηρεσίας ανταγωνίζονται ανεξάρτητα από αγοραστές/ καταναλωτές για να πουλήσουν περισσότερα- χρησιμοποιώντας διαφορετικά εργαλεία όπως τιμές, ποιότητα προϊόντος, υπηρεσίες μετά την πώληση, διαφήμιση κ.λπ.

### **Καταναλωτής**

Τελικός χρήστης προϊόντος ή υπηρεσίας.

### **Δικαστικά έξοδα**

Τα κόστη είναι έξοδα που πραγματοποιεί η οντότητα με σκοπό να ετοιμάσει το προϊόν της προς πώληση, να το κατασκευάσει ή να το μεταπωλήσει ή να εκπληρώσει τη συμβατική του υπηρεσία.

**Κόστος παραγωγής**

Άθροισμα πληρωμών που γίνονται σε πόρους που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αγαθού ή υπηρεσίας.

**Σχέδιο**

Αρχική ιδέα, δημιουργία, ανάπτυξη, διαμόρφωση, σχεδιασμός αντικειμένων που θα παραχθούν ή θα κατασκευαστούν.

**ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑ-διάκριση**

Δυνατότητα ενός προϊόντος να γίνει διαφορετικό και να γίνεται αντιληπτό από τους πελάτες ως διαφορετικό από τους ανταγωνιστές.

**Κατανομή**

Τοποθέτηση προϊόντων ή/ και υπηρεσιών έτσι ώστε να μπορούν να τα αποκτήσουν οι πελάτες.

**Επιχειρηματίας**

Εκείνος που, προσδιορίζοντας μια ευκαιρία και λαμβάνοντας ρίσκο, δημιουργεί, εγκαινιάζει και δημιουργεί νέες επιχειρήσεις με σκοπό να κερδίσει.

**Επιχειρηματικότητα**

Η δραστηριότητα δημιουργίας μιας επιχείρησης ή συνόλου επιχειρήσεων, αναλαμβάνοντας οικονομικό ρίσκο με την ελπίδα του κέρδους.

**Αφερεγγυότητα**

Όταν ο οφειλέτης έχει υποχρεώσεις εκπλήρωσης υψηλότερες από το εισόδημα που έχει ή περιμένει να λάβει.

**Παράγοντες παραγωγής**

Πόροι που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών.

**Φόροι**

Επιβολή οικονομικής ή άλλης επιβάρυνσης στον φορολογούμενο. Προορίζεται να καλύψει τα γενικά έξοδα του κράτους, όπως η εκπαίδευση, η υγεία, η δικαιοσύνη, η άμυνα και η κοινωνική ασφάλιση.

**Βιομηχανία**

Οικονομική δραστηριότητα με στόχο την επεξεργασία πρώτων υλών σε εμπορεύσιμα προϊόντα.

**Καινοτομία**

Η δράση ή η διαδικασία της καινοτομίας.

**Εφεύρεση**

Κάτι νέο, διαδικασία ή μηχανή που δεν υπήρχε πριν και που διαφέρει από τις εξελίξεις ή βελτιώσεις που έγιναν σε προηγούμενες εφευρέσεις.

**Επένδυση**

Τοποθετώντας χρήματα σε μια επιχείρηση ή ένα έργο για να κερδίσετε περισσότερα χρήματα .

**Διαδικασία παραγωγής**

Σύνολο δραστηριοτήτων που εκτελούνται για την παραγωγή αγαθών ή προϊόντων.

**Κέρδος**

Οικονομικό κέρδος από έσοδα μετά την αφαίρεση όλων των δαπανών.

Κέρδος = Έσοδα - Κόστος.

**Μάρκα**

Όνομα ή σύμβολο που αντιπροσωπεύει ένα προϊόν ή μια εταιρεία.

**Εμπορία**

Το άθροισμα όλων των δραστηριοτήτων που επηρεάζουν τις πωλήσεις, από παραγωγό σε καταναλωτή.

**Αγορά**

Οποιοδήποτε μέρος, φυσικό ή εικονικό, όπου οι αγοραστές και οι πωλητές επιχειρούν να ανταλλάξουν αγαθά, υπηρεσίες, πόρους και χρήματα.

**Αγορά-στόχος**

Το σύνολο των δυνητικών πελατών του προϊόντος ή της υπηρεσίας που παράγεται ή διατίθεται στο εμπόριο και ως εκ τούτου ο πωλητής σκοπεύει να προσελκύσει.

### **Επιχειρηματικό μοντέλο**

Περιγραφή του γιατί υπάρχει μια επιχείρηση και πώς προορίζεται να λειτουργήσει.

### **Φόροι**

Αλλαγή από προηγούμενη κατάσταση, μοντέλο ή κατάσταση σε μελλοντική κατάσταση, μοντέλο ή κατάσταση για απρόσμενους και ανεξέλεγκτους λόγους ή για προγραμματισμένους και προκαταρκτικούς λόγους.

### **Ανάγκες**

Αγαθά ή υπηρεσίες που μια οντότητα (άτομο ή εταιρεία) αναζητά και χρειάζεται να έχει.

### **Επιχείρηση**

Μια εμπορική δραστηριότητα.

### **Δικτύωση**

Δίκτυο επαφών και σχέσεων που δημιουργούνται σε διάφορους τομείς και συμβάλλουν στην ανάπτυξη της επιχείρησης.

### **Προσφορά**

Προϊόντα ή υπηρεσίες που προορίζονται να πωληθούν σε μια συγκεκριμένη τιμή σε μια συγκεκριμένη ώρα.

### **Ευκαιρία**

Ένας χρόνος ή ένα σύνολο συνθηκών που καθιστά δυνατή την πραγματοποίηση κάποιας υπηρεσίας.

### **Προϋπολογισμός**

Εκτίμηση των δαπανών που θα πραγματοποιηθούν και των εσόδων που θα ληφθούν σε μια δεδομένη χρονική περίοδο.

### **Οργανόγραμμα**

Διάγραμμα της οργανωτικής δομής μιας δεδομένης επιχείρησης, που καθορίζει τους διαφορετικούς τομείς ευθύνης.

### **Εξωτερική ανάθεση**

Πρόσληψη εξωτερικών προμηθευτών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

### **Υποχρεώσεις**

Άθροισμα εκκρεμών ποσών.

### **Επιχειρηματικό σχέδιο**

Έγγραφο που παρουσιάζει πληροφορίες σχετικά με το πλαίσιο (παρελθόν και παρόν) και το μέλλον μιας υπάρχουσας επιχείρησης ή ενός νέου έργου.

### **Τιμή**

Αξία προϊόντων ή υπηρεσιών που ορίζονται σε μετρητά.

### **Βλάβη**

Απέναντι από το κέρδος. Η ζημιά συμβαίνει όταν το κόστος υπερβαίνει τα έσοδα.

### **Αναζήτηση**

Επιθυμητή ποσότητα προϊόντων και/ ή υπηρεσιών σε μια δεδομένη τιμή σε μια δεδομένη στιγμή.

### **Παραγωγικότητα**

Σχέση μεταξύ παραγωγής και χρησιμοποιούμενων εισροών. Όσο μεγαλύτερη είναι η ποσότητα που παράγεται από παράγοντες που χρησιμοποιούνται τόσο μεγαλύτερη είναι η παραγωγικότητα. Η παραγωγικότητα είναι ένα από τα καλύτερα μέτρα για τη μέτρηση της επιχειρηματικής απόδοσης.

Μια εταιρεία με αυξημένα αποτελέσματα στην παραγωγικότητά της είναι μια οντότητα με καλύτερη χρήση των πόρων της και η οποία επιτυγχάνει καλύτερα αποτελέσματα.

### **Επιχειρηματικό έργο**

Ένα επιχειρηματικό έργο ορίζεται ως επιχείρηση, που συχνά περιλαμβάνει έρευνα, η οποία σχεδιάζεται προσεκτικά για την επίτευξη ενός στόχου.

### **Διαφήμιση**

Εργαλείο προώθησης που στοχεύει στη μετάδοση πληροφοριών σχετικά με προϊόντα και υπηρεσίες σε ένα καθορισμένο κοινό, χρησιμοποιώντας διαφορετικούς πόρους.

### **Συνταγή**

Άθροισμα των ποσών που ελήφθησαν για τις δραστηριότητες της εταιρείας. Συνήθως είναι τα ποσά που λαμβάνονται για τις πωλήσεις, αλλά μπορεί επίσης να είναι χορηγίες και επιδοτήσεις.

### **Ανθρώπινο δυναμικό**

Είναι οι εργαζόμενοι μιας εταιρείας, θεμελιώδους σημασίας για την παραγωγή των αγαθών ή των υπηρεσιών που θα προσφέρει.

### **Μισθός**

Ποσό που καταβλήθηκε στον εργαζόμενο ως αντάλλαγμα για την εργασία του. Το άθροισμα των μισθών είναι μέρος των εξόδων προσωπικού.

### **Υπηρεσίες**

Δραστηριότητες που εξυπηρετούν την ικανοποίηση των αναγκών ατόμων ή εταιρειών.

### **ΠΡΟΚΛΗΣΗ:**

Υπάρχουν 4 βασικές έννοιες προς συμπλήρωση, ξέρετε τι σημαίνουν αυτές οι έννοιες; Εάν χρειάζεστε βοήθεια χρησιμοποιήστε το λεξικό και την αναζήτηση στο Διαδίκτυο.

### **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ:**

### **ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ:**

### **ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:**

### **ΕΥΚΑΙΡΙΑ:**

## **II. ΙΔΕΑ**

Η βάση της επιχειρηματικότητας είναι η μετατροπή ιδεών σε επιχειρήσεις. Έτσι, ο επιχειρηματίας πρέπει να έχει μια καλή επιχειρηματική ιδέα! Αυτό από μόνο του δεν εγγυάται την επιτυχία, αλλά είναι μια πολύ σημαντική αρχή.

### **ΕΧΕΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΙΔΕΑ:**

**Αν θέλετε να γίνετε ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑΣ, πρέπει να έχετε μια καλή Επιχειρηματική Ιδέα, η οποία ανταποκρίνεται σε μια ΕΥΚΑΙΡΙΑ που έχετε εντοπίσει και να γνωρίζετε πώς να επωφεληθείτε με έναν καινοτόμο τρόπο.**

Αλλά πώς μπορούμε να έχουμε μια επιχειρηματική ιδέα;

Οι ιδέες προέρχονται από πολλές πηγές! Γεννιούνται από έναν συνδυασμό παρατήρησης της πραγματικότητας, της όρασης, της εμπειρίας, της ανάγκης, των προτιμήσεων και των χόμπι, των ονείρων, των συνομιλιών, της μάθησης ...

Ας δούμε μερικές πηγές ιδεών:

#### **1) Παρατηρήστε το περιβάλλον**

Οι επιχειρηματικές ιδέες πρέπει να ανταποκρίνονται στις ανάγκες.

Σε πολλές περιπτώσεις, οι ανάγκες μπορούν να εντοπιστούν με φθηνό και αποτελεσματικό τρόπο: παρακολουθώντας, ρωτώντας και ακούγοντας.

Σε αυτήν την παρατήρηση θα πρέπει να μπορούμε να κάνουμε ερωτήσεις όπως:

- Θα μπορούσε να γίνει καλύτερα; (Αυτό μπορεί να είναι προϊόν ή υπηρεσία)
- Θα μπορούσε να γίνει με μικρότερο κόστος;
- Ποια άλλη λειτουργία θα μπορούσε να έχει αυτό το προϊόν ή η υπηρεσία;



- Τι περιορισμός υπάρχει;
- Τι χρειάζεται εδώ; (Εδώ μπορεί να είναι η τοποθεσία, η περιοχή, η χώρα, ...)
- Τι ανάγκες δεν μπορούν να καλυφθούν εδώ;
- Ποιοι πόροι υπάρχουν και μπορούν να χρησιμοποιηθούν ή να χρησιμοποιηθούν καλύτερα;

Η παρατήρηση της πραγματικότητας με δημιουργικό τρόπο και η σκέψη για την επίλυση προβλημάτων είναι πραγματικά ένας από τους καλύτερους τρόπους για να έχετε Επιχειρηματικές Ιδέες.

## **2) Εισαγάγετε επιχειρηματικές ιδέες που ήταν επιτυχημένες αλλού**

Οι ιδέες που αναπτύσσονται σε άλλες χώρες και περιοχές που δεν υπάρχουν ακόμη στην περιοχή μας μπορούν να αποτελέσουν πηγή έμπνευσης κατά τη δημιουργία μιας επιχείρησης. Αλλά να είστε προσεκτικοί, δεν δουλεύουν όλες οι ιδέες σε όλα τα πλαίσια. Πρέπει να παρατηρούμε για να δούμε αν αυτή η ιδέα προσαρμόζεται στην αγορά μας και στους πελάτες μας, με άλλα λόγια, στην πραγματικότητα όπου θα αναπτυχθεί η επιχείρηση.

## **3) Η αλλαγή ως πηγή ιδεών**

Μια άλλη μεγάλη πηγή επιχειρηματικών ιδεών είναι η Αλλαγή. Υπάρχουν κινήσεις και μετασχηματισμοί που αλλάζουν τον κόσμο στον οποίο ζούμε και αυτές οι αλλαγές καταλήγουν να αποτελούν πηγή νέας επιχείρησης.

Δείτε μερικά παραδείγματα:

### **3.1 \_ Κοινωνικές αλλαγές**

\_ Αλλαγές που συμβαίνουν στην κοινωνία στην οποία ζούμε και στον τρόπο που ζούμε στην κοινωνία.

### **3.2 - Δημογραφική αλλαγή**

Αλλαγές στη δημογραφία.

### **3.3 - Επιχειρηματικές αλλαγές**

Αλλαγές που συμβαίνουν και μεταμορφώνουν τον επιχειρηματικό κόσμο.

### **3.4 - Νομοθετικές αλλαγές**

Αλλαγές στο νόμο που φέρνουν αλλαγές και επιχειρηματικές ευκαιρίες.

### **3.5 \_ Τεχνολογικές αλλαγές \_ Αλλαγές στην τεχνολογία που αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο δραστηριοποιούμαστε.**

## **ΠΡΟΚΛΗΣΗ**

Καθορίστε την επιχειρηματική σας ιδέα, προσδιορίζοντας το πρόβλημα / ευκαιρία που εντοπίστηκε και τους παράγοντες καινοτομίας / διαφοροποίησης που παρουσιάζει η ιδέα.

ΠΟΙΑ ΑΝΑΓΚΗ / ΠΡΟΒΛΗΜΑ / ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΕΝΤΟΠΙΖΕΤΕ;

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ ΣΑΣ;

ΤΙ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ / Ή ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΘΑ ΠΩΛΗΣΕΤΕ;

ΣΕ ΠΟΙΟΝ ΘΑ ΤΟ ΠΩΛΗΣΕΤΕ;

ΠΟΙΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ / ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ Η ΙΔΕΑ ΣΑΣ;

## **III. Η ΑΓΟΡΑ**

Για να έχετε μια επιτυχημένη επιχείρηση χρειάζεστε πελάτες. Οι πελάτες είναι όλοι οι άνθρωποι που μπορούν να αγοράσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρετε.

Λάβετε υπόψη ότι δεν είστε μόνοι στην αγορά. Υπάρχουν άλλες εταιρείες και άλλες επιχειρήσεις που επιζητούν την προσοχή των δυνητικών πελατών σας. Αυτές οι άλλες εταιρείες είναι οι ανταγωνιστές σας.

Έτσι, ένα από τα πιο σημαντικά βήματα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής σας ιδέας είναι να γνωρίζετε τα χαρακτηριστικά των πελατών και των ανταγωνιστών σας.

### **Ποια είναι η αγορά;**

Η αγορά είναι ο τόπος όπου πραγματοποιούνται αγορές και πωλήσεις ενός προϊόντος ή υπηρεσίας υπό μια συγκεκριμένη τιμή και συνθήκες. Αυτή η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί τόσο σε φυσικό όσο και σε εικονικό χώρο.

Υπάρχουν 3 θέματα στα οποία η γνώση της αγοράς είναι πολύ σημαντική:

- Γνωρίζοντας τους πελάτες σας
- Γνωρίζοντας τους ανταγωνιστές σας
- Γνωρίζοντας το μέγεθος της αγοράς σας

### **ΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΑΣ**

Οι πελάτες είναι τα πιο σημαντικά άτομα σε μια επιχείρηση. Μεγάλο μέρος της προσπάθειας ανάπτυξης των επιχειρήσεων πρέπει να κατευθύνεται προς την κάλυψη των αναγκών, των συμφερόντων και των επιθυμιών των πελατών. Επομένως, πρέπει να τους προσφέρετε την καλύτερη ποιότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας που θέλουν, να γνωρίζετε τις τιμές που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν και να τις αντιμετωπίζετε με τη μέγιστη προσοχή. Αυτός είναι ο μόνος τρόπος για να βεβαιωθείτε ότι έχετε ικανοποιήσει πελάτες που θα αγοράσουν ξανά από εσάς. Η ικανοποίηση πελατών είναι ο καλύτερος τρόπος για να εξασφαλίσετε ότι έχετε περισσότερες πωλήσεις.

### **ΝΑ ΘΥΜΑΣΤΕ:**

**Χωρίς πελάτες, χωρίς πωλήσεις. Χωρίς πωλήσεις η επιχείρησή σας θα αποτύχει!**

Οι πελάτες αγοράζουν προϊόντα ή/ και υπηρεσίες για να ικανοποιήσουν διαφορετικές ανάγκες και επιθυμίες. Για παράδειγμα:

- Ποδήλατα, επειδή χρειάζονται μεταφορά ή για διασκέδαση/ άθληση.
- Ρούχα, γιατί θέλουν να ντυθούν σύμφωνα με και την κοινωνία στην οποία ζουν.
- Smartphone, επειδή θέλουν να είναι σε θέση να επικοινωνούν και να απολαμβάνουν πληροφορίες και ψυχαγωγία.
- Κούρεμα, επειδή θέλουν να φαίνονται ελκυστικοί, κλπ.

### **ΠΡΟΚΛΗΣΗ**

Προσδιορίστε πελάτες

ΠΟΙΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΘΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΕΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ;

### **ΝΑ ΘΥΜΑΣΤΕ:**

**Εάν προσφέρετε προϊόντα/ υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ανάγκες, τα ενδιαφέροντα και τις επιθυμίες των πελατών σας, τότε είστε στο δρόμο προς την επιτυχία.**

### **Πώς να γνωρίσετε τους πελάτες σας;**

Για να μάθετε ποιοι είναι οι πελάτες σας και τι ψάχνουν, πρέπει να κάνετε πολλές ερωτήσεις.

- Ποιοι είναι οι διαφορετικοί τύποι πελατών στην επιχείρησή σας; Συνήθως άνδρες, γυναίκες, παιδιά, νέοι, ηλικιωμένοι, εταιρείες, ...;
- Πότε αγοράζουν;
- Πόσο καιρό και σε ποια ποσότητα πραγματοποιούν τις αγορές τους; Μία φορά το χρόνο, μηνιαία, κάθε μέρα, κλπ;

Για να βρείτε τις απαντήσεις, μπορείτε να κάνετε μια μελέτη αγοράς, να κάνετε μια έρευνα, να μιλήσετε με πιθανούς πελάτες.

#### ΠΡΟΚΛΗΣΗ

Χαρακτηρίστε τους πελάτες

ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΜΙΑ ΣΕΙΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΑΓΟΡΑΣ ΠΟΥ ΣΥΝΟΨΙΖΕΙ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	ΠΡΟΦΙΛ
ΤΥΠΟΣ ΠΕΛΑΤΗ	ΤΕΛΙΚΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ( ) ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ( ) ΔΙΑΝΟΜΕΑΣ ( )
ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ	ΙΔΙΩΤΕΣ ( ) ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ ( ) ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ( )
ΗΛΙΚΙΑ	ΕΝΗΛΙΚΕΣ S ( ) ΗΛΙΚΙΩΜΕΝΟΙ ( ) ΕΦΗΒΟΙ ( ) ΠΑΙΔΙΑ ( )
ΓΕΝΟΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ ( ) ΑΝΔΕΣ ( ) ΑΛΛΟ ( )
ΠΟΥ ΒΡΙΣΚΟΝΤΑΙ	
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	ΥΨΗΛΟ ( ) ΜΕΣΑΙΟ ( ) ΧΑΜΗΛΟ ( )
ΠΟΤΕ ΘΑ ΑΓΟΡΑΖΟΥΝ ΑΥΤΟ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ Ή ΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ ( ) ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΑ ( ) ΜΗΝΙΑΙΑ ( ) ΚΑΘΕ ΔΥΟ ΧΡΟΝΙΑ ( ) ΕΤΗΣΙΩΣ ( )
ΠΩΣ ΘΑ ΑΓΟΡΑΖΟΥΝ	ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ( ) ΜΙΚΡΕΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ( ) ΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝ ( )
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ	ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΘΑ ΑΥΞΗΘΟΥΝ ( ) ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΘΑ ΜΕΙΩΘΟΥΝ ( ) Ο ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΘΑ ΜΕΙΝΕΙ Ο ΙΔΙΟΣ ( )
ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΓΟΥΣΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ (ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ ΟΠΩΣ: ΕΠΙΠΕΔΟ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ, ΧΡΩΜΑ, ΜΕΓΕΘΟΣ, κ.λπ.)	
...	

#### ΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΑΣ

Ανταγωνιστές είναι οι άλλες εταιρείες και επιχειρήσεις που βρίσκονται ήδη στην αγορά και προσφέρουν τα ίδια ή παρόμοια προϊόντα ή / και υπηρεσίες στη δική σας.

Ως εκ τούτου, είναι πολύ σημαντικό να αναλύσετε τον πιθανό ανταγωνισμό σας, αλλά πρώτα είναι απαραίτητο να γνωρίζετε με ποιον ανταγωνίζεστε. Η γνώση τους θα σας επιτρέψει να είστε πιο προετοιμασμένοι όταν πρέπει να τους αντιμετωπίσετε.

**Υπάρχουν επομένως πολλές ερωτήσεις που πρέπει να τεθούν:**

- Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές σας;
- Ποια προϊόντα / υπηρεσίες πωλούν;
- Πού βρίσκονται;
- Είναι μεγάλες ή μικρές επιχειρήσεις;
- Ποιες τιμές χρεώνουν;
- Έχουν ποιότητα;
- Πώς διαφημίζονται;
- Ποιες είναι οι δυνάμεις και οι αδυναμίες τους;

**ΠΡΟΚΛΗΣΗ**

**ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ**

Για να σας διευκολύνει να γνωρίσετε τους ανταγωνιστές σας, μπορείτε να απαντήσετε σε αυτές τις ερωτήσεις χρησιμοποιώντας έναν οδηγό που συνοψίζει το προφίλ των πιθανών ανταγωνιστών σας και να οργανώσετε τις πληροφορίες σας:

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ 1	ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ 2
ΟΝΟΜΑ		
ΠΡΟΪΟΝΤΑ Ή ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ		
ΤΙΜΕΣ		
ΠΟΙΟΤΗΤΑ		
ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ		
ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ		
ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ		
ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ		
ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ		
ΠΩΣ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΩ ΑΥΤΕΣ ΤΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΟΥ;		

**ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΑΣ**

Εφόσον έχετε ήδη ορίσει τα προϊόντα / υπηρεσίες που θα πουλήσετε και την ποιότητα και τις τιμές που χρειάζονται οι πελάτες και οι ανταγωνιστές σας, θα πρέπει τώρα να σκεφτείτε τη γεωγραφική περιοχή που θα καλύψετε και το μέγεθος της αγοράς σας.

Μόλις αποφασίσετε ποια γεωγραφική περιοχή θα καλύψει η επιχείρησή σας, θα μπορείτε να μάθετε πόσους δυνητικούς πελάτες υπάρχουν σε αυτήν τη γεωγραφική περιοχή. Ένας δυνητικός πελάτης είναι κάποιος που έχει τα χρήματα και το ενδιαφέρον να αγοράσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας.

Για παράδειγμα:

- Εάν η επιχείρησή σας είναι αφιερωμένη στην πώληση απλών προϊόντων σε μαθητές, τότε όλοι οι μαθητές στη γεωγραφική σας περιοχή είναι δυνητικοί πελάτες.
- Εάν πρόκειται να παράγετε και να πουλάτε προϊόντα πολυτελείας, τότε μόνο ένας μικρός αριθμός ατόμων θα είναι σε θέση να πληρώσει για τα προϊόντα σας και μόνο αυτός ο μικρός αριθμός θα είναι οι δυνητικοί πελάτες σας.

Για να γνωρίζετε το μέγεθος της αγοράς είναι απαραίτητο να διερευνήσετε πόσοι δυνητικούς πελάτες υπάρχουν στη γεωγραφική περιοχή που έχετε ορίσει. Με αυτές τις πληροφορίες μπορείτε να εκτιμήσετε τον όγκο της αγοράς για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας.

Άλλες πηγές πληροφοριών στις οποίες μπορείτε να απευθυνθείτε είναι Δημοτικά Συμβούλια, οντότητες που εκπροσωπούν τομείς δραστηριότητας, ενώσεις κ.λπ.

Αλλά μην ξεχνάτε ότι υπάρχει ανταγωνισμός στην αγορά, οπότε η επιχείρησή σας θα πάρει μόνο ένα μέρος της αγοράς.

Μόλις αποφασίσετε ποια γεωγραφική περιοχή θα καλύψει η επιχείρησή σας, θα μπορείτε να μάθετε πόσοι δυνητικούς πελάτες υπάρχουν σε αυτήν τη γεωγραφική περιοχή. Ένας δυνητικός πελάτης είναι κάποιος που έχει τα χρήματα και το ενδιαφέρον να αγοράσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας.

Για παράδειγμα

Σε ένα σχολείο της γειτονιάς υπάρχει 1 κυλικείο, αλλά η εξυπηρέτηση διαρκεί πολύ και πολλοί άνθρωποι παραπονούνται ότι η προσφορά προϊόντων είναι περιορισμένη. Μια ομάδα επιχειρηματιών που επαληθεύουν αυτήν την ανάγκη αποφάσισε να ανοίξει ένα καινούργιο κυλικείο και θέλει να μάθει το μέγεθος της αγοράς της και να εκτιμήσει πόσους πελάτες μπορεί να προσεγγίσει.

Το Σχολείο έχει 2.000 μαθητές, 60 εκπαιδευτικούς και 40 υπαλλήλους. Άτομα εκτός από μαθητές, δασκάλους ή προσωπικό δεν επιτρέπεται να μπουν στο κυλικείο.

Γεωγραφική Περιοχή	Σχολείο Γειτονιάς		
Εύρος Πελατών	Όλοι οι μαθητές στο σχολείο + εκπαιδευτικοί και προσωπικό του σχολείου	2.000 + 60 + 40	2100
Δυνητικοί Πελάτες	Όσοι παίρνουν χρήματα στο σχολείο για να ψωνίσουν από το κυλικείο	70% του συνόλου των πελατών παίρνει χρήματα στο σχολείο για να ψωνίσει από το κυλικείο	= 70% x 2100 1.680
Πελάτες που θα αγοράσουν από το καινούργιο κυλικείο	Όσοι προτιμούν τα νέα προϊόντα και την υπηρεσία του καινούργιου κυλικείου	Το 40% των μαθητών που παίρνουν χρήματα θα προτιμήσουν το καινούργιο κυλικείο	= 40% x 70% x 2100 672

ΠΡΟΚΛΗΣΗ

ΕΚΤΙΜΗΣΤΕ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ: ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ ΑΥΤΟ ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΚΑΙ ΝΑ ΤΟ ΕΦΑΡΜΟΣΕΤΕ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΑΣ ΙΔΕΑ ΓΙΑ ΝΑ ΓΝΩΡΙΣΕΤΕ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΑΣ ΚΑΙ ΝΑ ΕΚΤΙΜΗΣΤΕ ΤΟΝ ΑΡΙΘΜΟ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΑΣ.

ΓΙ' ΑΥΤΟ:

1- ΟΡΙΣΤΕ ΤΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΣΑΣ ΠΕΡΙΟΧΗ.

2- ΕΛΕΓΤΕ ΤΟΝ ΑΡΙΘΜΟ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΠΟΥ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΣΕ ΑΥΤΗΝ ΤΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ. ΓΙΑ ΑΥΤΟ ΙΣΩΣ ΧΡΕΙΑΣΤΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΦΥΓΕΤΕ ΣΕ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ, ΔΗΜΟΤΙΚΑ ΣΥΜΒΟΥΛΙΑ, ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ, ΕΝΩΣΕΙΣ ΚΛΠ.

3- ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΕ ΤΟΥΣ ΠΙΘΑΝΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΑΣ.

4- ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕ ΠΟΙΟ ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΠΑΡΕΤΕ.

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ			
ΕΥΡΟΣ ΠΕΛΑΤΩΝ			
ΔΥΝΗΤΙΚΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ			
ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΑΓΟΡΑΣΕΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ			

#### ΝΑ ΘΥΜΑΣΤΕ:

Εάν στην έρευνά σας καταλήξετε στο συμπέρασμα ότι δεν θα έχετε αρκετούς πελάτες, τότε θα πρέπει να επανεξετάσετε την επιχειρηματική σας ιδέα.

#### IV. ΔΙΑΝΟΜΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

##### Πού και πώς θα πουλήσετε

Πρέπει να καθορίσετε πώς θα πουλήσετε (ποια κανάλια διανομής θα χρησιμοποιήσετε) και πώς θα επικοινωνείτε και θα προωθείτε την επιχειρησή σας.

- Ποια μέθοδο διανομής πρόκειται να επιλέξετε για να παραδώσετε τα προϊόντα σας στους τελικούς καταναλωτές; Ποια κανάλια διανομής θα χρησιμοποιήσετε; Πώς θα φτάσετε στους "κύριους πελάτες" σας;
- Θα έχετε ένα κατάστημα και θα πουλάτε απευθείας σε πελάτες;
- Θα χρησιμοποιήσετε εκπροσώπους πωλήσεων, διανομείς ή αντιπροσώπους;
- Θα πουλάτε σε λιανοπωλητές (καταστήματα) που με τη σειρά τους πωλούν σε τελικούς πελάτες;

Τα κανάλια διανομής ποικίλλουν ανάλογα με τον τύπο προϊόντος ή υπηρεσίας που προσφέρετε και τη στρατηγική που έχετε ορίσει:

- Κανάλια άμεσης διανομής: Πωλούν απευθείας σε πελάτες.  
Προϊόν → Τελικοί πελάτες
- Κανάλια έμμεσης διανομής: Πωλούν μέσω διαμεσολαβητών.  
Μεσάζων → Προϊόν → Τελικοί πελάτες

##### ΠΡΟΚΛΗΣΗ

Ορίστε ποιο κανάλι ή κανάλια ταιριάζουν καλύτερα στην επιχειρηματική σας ιδέα.

ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΤΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΠΟΥ ΘΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ ΚΑΙ ΠΟΥ ΘΑ ΤΟ ΒΡΕΙΤΕ.

ΠΟΥ ΘΑ ΑΝΟΙΞΕΤΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΑΣ;

ΓΙΑΤΙ ΕΠΙΛΕΞΑΤΕ ΑΥΤΗΝ ΤΗΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ;

ΠΟΙΑ ΜΟΡΦΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΕΠΙΛΕΞΑΤΕ;

(ΕΠΙΣΗΜΑΝΕΤΕ ΑΥΤΑ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΝΟΗΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΑΣ ΙΔΕΑ)

( ) ΠΩΛΗΣΗ ΑΠΕΥΘΕΙΑΣ ΣΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΜΟΥ

- ( ) ΠΩΛΗΣΗ ΣΕ ΕΜΠΟΡΟΥΣ ΛΙΑΝΙΚΗΣ (ΑΛΛΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ)
- ( ) ΚΑΤ' ΟΙΚΟΝ ΔΙΑΝΟΜΗ
- ( ) ΠΩΛΗΣΗ ΣΕ ΔΙΑΝΟΜΕΙΣ
- ( ) ΠΩΛΗΣΗ ΜΕ ΚΑΤΑΛΟΓΟ Ή /ΚΑΙ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
- ( ) ΑΛΛΟ:

### ΠΩΣ ΘΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΗΣΕΤΕ

Η επικοινωνία είναι ένα ζήτημα που δεν πρέπει ποτέ να ξεχνάτε, ειδικά κατά την έναρξη μιας νέας επιχείρησης.

### ΑΝΑΚΛΗΣΗ:

Κανείς δεν αγοράζει αυτό που δεν ξέρει!

Προώθηση σημαίνει ενημέρωση για την προσέλκυση πελατών που αγοράζουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι προώθησης και επικοινωνίας της επιχείρησής σας και των προϊόντων και των υπηρεσιών σας.

#### Μπορείτε να θυμάστε εύκολα τρόπους διαφήμισης ως εξής:

\_ Φυλλάδια, Διαδίκτυο κ.λπ.

Διαφήμιση σε βιτρίνες και εταιρικά οχήματα.

Προώθηση πωλήσεων: προσφορές, επιδείξεις, δώρα, μείωση τιμών, δείγματα προσφορών κ.λπ.

Η πώληση σημαίνει ότι έχετε πείσει τους πελάτες να αγοράσουν το προϊόν ή την υπηρεσία σας. Αλλά για να συμβεί αυτό πρέπει να αποδείξετε και να πείσετε ότι αυτό που πουλάτε είναι καλό.

Και για να το κάνετε αυτό, πρέπει να επικοινωνείτε.

#### Εκτός από τη διαφήμιση μπορείτε επίσης να:

\_ Πραγματοποιήστε πώληση μέσω τηλεφώνου ή καταλόγου.

\_ Επισκεφτείτε τους πελάτες απευθείας.

\_ Συμμετέχετε σε τοπικές, εθνικές ή διεθνείς εκθέσεις.

Η προώθηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας έχει κόστος και δεν έχουν όλοι οι τύποι προώθησης και επικοινωνίας το ίδιο αποτέλεσμα. Για αυτόν τον λόγο πρέπει να καθορίσετε ποιες στρατηγικές θα χρησιμοποιήσετε λαμβάνοντας υπόψη τον τύπο της επιχείρησής σας, την αγορά-στόχο και τον προϋπολογισμό που διαθέτετε.

Πρέπει επίσης να μάθετε τι είδους προώθηση κάνει ο ανταγωνισμός για να καταλάβετε τι κάνουν οι άλλοι καλά και πώς μπορείτε να το κάνετε ακόμη καλύτερα.

### ΠΡΟΚΛΗΣΗ

Πρέπει επίσης να μάθετε τι είδους προώθηση κάνει ο ανταγωνισμός για να καταλάβετε τι κάνουν καλά και πώς μπορείτε να το κάνετε ακόμη καλύτερα.

ΤΩΡΑ ΟΡΙΣΤΣΕ ΠΟΙΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΘΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΑΚΟΛΟΥΘΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ:

1. Αναλύστε τους ανταγωνιστές σας και δείτε τι είδους προώθηση χρησιμοποιούν.
2. Μάθετε το κόστος των διαφόρων τύπων διαφήμισης.
3. Συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα με τις μορφές προσφοράς που φαίνονται πιο κατάλληλες για την επιχείρησή σας.

ΤΥΠΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΨΤΕ ΠΩΣ ΘΑ ΤΟ ΚΑΝΕΤΕ	ΚΟΣΤΟΣ


#### V. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Για να λειτουργεί αποτελεσματικά η επιχείρησή σας, βασική προϋπόθεση είναι να είναι καλά οργανωμένη. Αυτό σημαίνει ότι έχει σαφώς καθορισμένη λειτουργία και ότι έχει το κατάλληλο προσωπικό για να κάνει τη δουλειά.

**Για να οργανώσετε και να λειτουργήσετε την επιχείρησή σας πρέπει να αξιολογήσετε:**

- Τους άνθρωποι που η επιχείρηση θα χρειαστεί.
- Το χώρο που θα χρειαστείτε και τους ανταγωνιστές σας.
- Τα μηχανήματα και τον εξοπλισμό που θα χρειαστείτε.

#### ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ

Οι άνθρωποι που απαρτίζουν τις εταιρείες ποικίλλουν ανάλογα με τις λειτουργίες που πρέπει να εκτελούνται σε αυτές. Για να μάθετε ποια και πόσα άτομα θα χρειαστείτε στην ομάδα σας πρέπει πρώτα να ορίσετε τις λειτουργίες που θα εκτελεστούν στην εταιρεία και το μέγεθος της εταιρείας. Έτσι, μια πρώτη πρόκληση είναι να ορίσετε την οργανωτική δομή της εταιρείας σας και τις λειτουργίες που εκτελούνται σε αυτήν.

Μερικά παραδείγματα τμημάτων και λειτουργιών είναι τα εξής:

#### ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΤΜΗΜΑ

ΘΕΣΗ	ΚΥΡΙΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ
Διαχειριστής	- Εκτελεί το σχέδιο ανάπτυξης της εταιρείας - Ορίζει την οργανωτική δομή - Εκτελεί τον γενικό έλεγχο της εταιρείας - Αναζητεί τους απαραίτητους πόρους για τη λειτουργία της εταιρείας
Διευθυντής Ανθρώπινου Δυναμικού	- Επιλέγει και προσλαμβάνει τους υπαλλήλους - Διασφαλίζει την εφαρμογή του προγράμματος κατάρτισης - Αξιολογεί το προσωπικό
Υπεύθυνος για τον οικονομικό τομέα	Παρακολουθεί τις φορολογικές υποχρεώσεις - Διαχειρίζεται τα λογιστικά αρχεία - Διαχειρίζεται πληρωμές και αποδείξεις

#### ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

ΘΕΣΗ	ΚΥΡΙΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ
Διευθυντής κατασκευής	- Έλεγχος των διαφόρων παραγωγικών εργασιών
Διευθυντής Logistics	- Αντιμετώπιση των αποστολών προϊόντων και παραλαβή πρώτων υλών
Διευθυντής ποιότητας	- Έλεγχος της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών που παράγονται ή παρέχονται
Εργαζόμενοι	- Διεξαγωγή των διαφόρων εργασιών παραγωγής



## ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΘΕΣΗ	ΚΥΡΙΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ
Διευθυντής μάρκετινγκ	- Εφαρμογή της στρατηγικής μάρκετινγκ - Αναζήτηση για νέες αγορές
Πωλητές	- Πραγματοποίηση των πωλήσεων - Κατάκτηση και διατήρηση πελατών

Η δομή που θα εφαρμοστεί εξαρτάται από τους στόχους που επιθυμείτε να επιτύχετε. Όταν σχεδιάζετε τη δομή σας, θα πρέπει να είναι σύμφωνη με τη λειτουργία και το μέγεθος της επιχείρησής σας.

Σε μια μικρή επιχείρηση, στην οποία ο ιδιοκτήτης ενεργεί ως διευθυντής και έχει λίγους υπαλλήλους, η οργάνωση μπορεί να είναι πολύ απλή, στην οποία όλοι οι εργαζόμενοι εξαρτώνται και ανταποκρίνονται άμεσα στον επιχειρηματία:

Παράδειγμα:

Ιδιοκτήτης / διευθυντής επιχείρησης  
Εργαζόμενος 1 Εργαζόμενος 2 Εργαζόμενος 3

Υπάρχουν όμως μεγαλύτερες και πιο περίπλοκες επιχειρήσεις που οργανώνονται σε τμήματα ανάλογα με τον τομέα εξειδίκευσής τους και τις λειτουργίες που εκτελούν στην εταιρεία.

Παράδειγμα:

Διαχείριση  
Διοικητικό Τμήμα  
Τμήμα Παραγωγής  
Τμήμα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων  
Λογιστική και χρηματοοικονομική βιομηχανία μάρκετινγκ  
Λογιστικά  
Ανθρώπινου Δυναμικού Ελέγχου Ποιότητας Πωλήσεις

## ΠΡΟΚΛΗΣΗ

ΠΟΣΑ ΑΤΟΜΑ ΘΑ ΧΡΕΙΑΣΤΕΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΡΟΛΟΥΣ;

Λαμβάνοντας υπόψη την επιχειρηματική σας ιδέα, μπορείτε τώρα να ορίσετε τη δομή της εταιρείας σας, τις λειτουργίες που θα πρέπει να συμπληρώσετε και πόσους ανθρώπινους πόρους θα χρειαστείτε για την ανάπτυξη του έργου σας.

1. ΟΡΙΣΤΕ ΤΙΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΠΟΥ ΘΑ ΕΧΕΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ (Π.Χ. ΔΙΟΙΚΗΣΗ, ΠΑΡΑΓΩΓΗ, ΠΩΛΗΣΕΙΣ Κ.ΛΠ.).

2. ΒΕΒΑΙΩΘΕΙΤΕ ΟΤΙ ΔΕΝ ΞΕΧΝΑΤΕ ΚΑΜΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ.

3. ΣΧΕΔΙΑΣΤΕ ΕΝΑ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΠΟΥ ΔΕΙΧΝΕΙ ΤΗ ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ.

Με τον καθορισμό της οργανωτικής δομής μπορείτε να προσδιορίσετε ποιες λειτουργίες θα πρέπει να συμπληρώσετε και πόσο ανθρώπινο δυναμικό θα χρειαστείτε για την ανάπτυξη του έργου σας.

1. ΠΕΡΙΓΡΑΨΤΕ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΟΥ ΘΑ ΧΡΕΙΑΣΤΕΙΤΕ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ.

2. ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΤΟΝ ΑΡΙΘΜΟ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΧΡΕΙΑΣΤΕΙΤΕ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ.

3. ΠΡΟΣΘΕΣΤΕ ΟΠΟΙΟΝΔΗΠΟΤΕ ΑΛΛΟ ΤΥΠΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΠΟΥ ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΚΑΙ ΔΕΝ ΑΝΗΚΕΙ ΣΤΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ Ή ΘΕΣΗ	ΠΡΟΚΑΛΕΙ ΑΠΩΛΕΙΑ ΣΤΟ ΕΡΓΟ ΜΟΥ	ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΤΜΗΜΑ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		

ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΠΑΡΑΓΩΓΗ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
MARKETING	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		

### ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Για να υλοποιήσετε την επιχείρησή σας πρέπει να αναλύσετε και να ορίσετε ποια τεχνολογία είναι κατάλληλη και ποια μηχανήματα και εξοπλισμό θα χρειαστείτε.

Ακόμα κι αν η επιχειρηματική ιδέα σας αφορά τον τομέα του εμπορίου ή των υπηρεσιών, θα πρέπει επίσης να καθορίσετε τι εξοπλισμός και εργαλεία χρειάζεστε για να διευθύνετε την επιχείρησή σας. Αυτές οι πληροφορίες είναι πολύ σημαντικές όχι μόνο για να μάθετε ποιους ανθρώπινους πόρους χρειάζεστε και τι εξειδίκευση έχετε (γιατί δεν γνωρίζουν όλοι πώς να οδηγούν ή να χειρίζονται ένα μηχάνημα), αλλά και επειδή θα σας βοηθήσουν να μάθετε ποιες επενδύσεις θα πρέπει να κάνετε, δηλαδή πόσα χρήματα χρειάζεστε για να αγοράσετε όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό και έτσι να μπορείτε να δημιουργήσετε την εταιρεία.

### ΠΡΟΚΛΗΣΗ

Τι εξοπλισμός θα χρειαστεί;

ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΤΕ ΤΗ ΛΙΣΤΑ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΩΝ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΕΣΤΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ:

1. Ορίστε τον απαραίτητο εξοπλισμό για να ξεκινήσετε την επιχείρησή σας.
2. Συγκεντρώστε και αναφέρετε τον απαραίτητο εξοπλισμό ανά τμήμα.
3. Σκεφτείτε αν υπάρχουν προδιαγραφές που πρέπει να λάβετε υπόψη.
4. Αναζητήστε τις τιμές κόστους αυτού του εξοπλισμού.

ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ	ΤΙΜΗ (EUR)

### Ο ΧΩΡΟΣ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΟΥ

Ο χώρος που θα χρειαστείτε καθορίζεται από τον τύπο και το μέγεθος της επιχείρησής που σκοπεύετε να αναπτύξετε. Όλα σχετίζονται με τις λειτουργίες που έχετε ορίσει για την εταιρεία σας και τις απαιτήσεις για την ανάπτυξη αυτών των δραστηριοτήτων/ λειτουργιών.

Το μέγεθος εξαρτάται από τον όγκο και τον τύπο παραγωγής, τον εφοδιασμό και την τεχνολογία.

Ανάλογα με το τι έχετε ορίσει, θα πρέπει να αναζητήσετε έναν κατάλληλο χώρο που μπορείτε να αγοράσετε ή να νοικιάσετε. Εάν δεν βρείτε το σωστό χώρο τότε θα πρέπει να εξετάσετε το ενδεχόμενο να βρείτε ένα οικόπεδο και ένα κτίριο.

Για παράδειγμα:

Σε μια εμπορική επιχείρηση, πρέπει να συμπεριλαμβάνονται οι απαραίτητοι χώροι:

- \_ Ο εκθεσιακός χώρος.
- \_ Ο χώρος εξυπηρέτησης πελατών.
- \_ Η περιοχή της αποθήκης.
- \_ Η περιοχή του γραφείου.

Μια επιχείρηση διανομής απαιτεί λιγότερο χώρο έκθεσης, αλλά πολύ περισσότερο χώρο αποθήκευσης. Σε μια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών ο χώρος εξαρτάται από τον τύπο της υπηρεσίας που προσφέρει. Για παράδειγμα, ένα κατάστημα επισκευής αυτοκινήτων απαιτεί άφθονο χώρο για επισκευές και έναν μικρό χώρο γραφείου. Σε μια επιχείρηση παραγωγής (ένα εργοστάσιο), το μέγεθος του χώρου εξαρτάται από τον τύπο των αντικειμένων που θα κατασκευαστούν και την τεχνολογία (χρησιμοποιούμενες μηχανές).

Ο χώρος εξαρτάται από τον όγκο της παραγωγής και την τεχνολογία.

### **ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ**

Η κατανομή των εγκαταστάσεων αφορά την προσαρμογή και τις λειτουργίες που πρέπει να έχει κάθε χώρος για να εξυπηρετήσει τις διαδικασίες παραγωγής. Αυτός ο σχεδιασμός πρέπει να δημιουργηθεί για να επιτρέπει την πιο αποτελεσματική εργασία.

Μια καλή περιγραφή των εγκαταστάσεων σας βοηθά να ελαχιστοποιήσετε το κόστος εργασίας και μεταφοράς, για παράδειγμα. Βοηθά επίσης στη δημιουργία ενός πιο ευχάριστου και παραγωγικού περιβάλλοντος εργασίας.

Για το σχεδιασμό και την κατανομή των εγκαταστάσεων στο χώρο πρέπει να λάβετε υπόψη τα τμήματα, τον εξοπλισμό, τους εργαζόμενους και τα υλικά που θα υπάρχουν σε καθένα από αυτά.

#### **ΝΑ ΘΥΜΑΣΤΕ:**

Ένα καλά εξοπλισμένο περιβάλλον επιτρέπει την ανάπτυξη της εργασίας με ομαλό τρόπο, και εάν και εφόσον οι πόροι είναι βελτιστοποιημένοι.

#### **ΠΡΟΚΛΗΣΗ :**

Τι χώρο θα χρειαστείτε;

ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟΥ, ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ Ή ΤΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

1. Καθορίστε πού θα πραγματοποιηθεί κάθε δραστηριότητα.
2. Σκεφτείτε πού θα βρείτε τα μηχανήματα και τον άλλο εξοπλισμό.

### **VI. Η ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT**

Η ανάλυση SWOT έχει ως στόχο να διακρίνει τα δυνατά και αδύνατα σημεία του επιχειρηματικού σας σχεδίου και να εντοπίσει ευκαιρίες και απειλές που μπορεί να αντιμετωπίσετε.

Η ανάλυση SWOT είναι μια πολύ διαδεδομένη τεχνική για την εκτέλεση της στρατηγικής διάγνωσης της εταιρείας. Αυτή η ανάλυση στοχεύει στον προσδιορισμό της σχέσης μεταξύ των δυνατοτήτων και των αδυναμιών της εταιρείας και των πιο σημαντικών τάσεων στο παγκόσμιο περιβάλλον της εταιρείας, είτε στο επίπεδο της παγκόσμιας αγοράς, είτε της συγκεκριμένης αγοράς, του οικονομικού κλίματος, των νομικών περιορισμών κ.λπ..

Το SWOT είναι ο συνδυασμός των αρχικών (στα Αγγλικά) των τεσσάρων βασικών στοιχείων αυτής της στρατηγικής ανάλυσης. Και συγκεκριμένα:

- **Πλεονεκτήματα (Strenghts):** εσωτερικά πλεονεκτήματα της εταιρείας έναντι ανταγωνιστικών εταιρειών. Π.χ.: Τοποθεσία

- **Αδυναμίες (Weaknesses):** εσωτερικά μειονεκτήματα της εταιρείας σε σχέση με ανταγωνιστικές εταιρείες. Π.χ.: Μικρή εμπειρία στη συγκεκριμένη επιχειρηματική δραστηριότητα
- **Ευκαιρίες (Opportunities):** θετικές πτυχές του περιβάλλοντος με δυνατότητα ανάπτυξης του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της εταιρείας. Π.χ.: Χαμηλά επιτόκια
- **Απειλές (Threats):** αρνητικές πτυχές του περιβάλλοντος με δυνατότητα να θέσουν σε κίνδυνο το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της εταιρείας. Π.χ.: Οικονομική ύφεση

Η ιδέα είναι να αξιολογηθεί, μέσω ενός σε βάθος προβληματισμού στον οποίο θα πρέπει να συμμετέχουν όλοι οι διευθυντές της εταιρείας, ποια είναι αυτά τα στοιχεία. Προηγουμένως, θα ήταν απαραίτητο να συγκεντρωθούν πολλές πληροφορίες:

- Εσωτερικές, για δυνατότητες και αδυναμίες
- Εξωτερικές, για τις ευκαιρίες και τις απειλές (εδώ απαιτείται όραμα και καλή λογική).

**ΠΡΟΚΛΗΣΗ:**

Κάντε την εσωτερική ανάλυση της επιχείρησής σας

**ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΕ ΤΑ ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΣΑΣ:**

**ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΕ ΤΙΣ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΣΑΣ:**

Κάντε μια εξωτερική ανάλυση

**ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ:**

**ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΠΕΙΛΩΝ:**

## VII. Ο ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Ο στόχος οποιουδήποτε επιχειρηματικού έργου είναι να αποκομίσει κέρδος, δηλαδή να επιτύχει έσοδα που υπερβαίνουν όλα τα κόστη που έχει η επιχείρηση. Για να γνωρίζει κάθε εταιρεία πού μπορεί να βασιστεί και να θέσει στόχους, συνιστάται να προετοιμάσει ένα οικονομικό σχέδιο.

**Για να κάνετε τον προϋπολογισμό πρέπει να:**

- \_ Υπολογίσετε τις πωλήσεις σας κατά το πρώτο έτος της επιχείρησής σας.
- \_ Προσδιορίσετε ποιο θα είναι το κόστος σας κατά το πρώτο έτος.

**Για αυτό πρέπει να καθορίσετε:**

Για πωλήσεις: τιμή πώλησης και ποσότητα που πωλήθηκε.

- \_ Κόστος υλικών που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή.
- \_ Κόστος προμηθειών και εξωτερικών υπηρεσιών.
- \_ Αμοιβές προσληφθέντος προσωπικού.

ΒΗΜΑΤΑ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ		
Στάδιο 1	Γνωρίζοντας το κόστος παραγωγής	Γνωρίστε το κόστος των υλικών που πωλούνται ή χρησιμοποιούνται στην παραγωγή.
Στάδιο 2	Γνωρίζοντας την αξία των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν άλλοι	Γνωρίστε το κόστος των υπηρεσιών και των προμηθειών που θα χρειαστείτε για εξωτερική σύμβαση.
Στάδιο 3	Γνωρίζοντας το κόστος προσωπικού	Καθορίστε την αξία των μισθών για κάθε λειτουργία.

Στάδιο 4	Εκτίμηση πωλήσεων	Καθορίστε την τιμή πώλησης και εκτιμήστε την ποσότητα που πωλήθηκε.
Στάδιο 5	Υπολογίστε το αποτέλεσμα	Το αποτέλεσμα θα είναι το υπόλοιπο που λαμβάνετε όταν αφαιρείτε το κόστος από τα έσοδα.
Στάδιο 6	Αναλύστε το αποτέλεσμα	Βεβαιωθείτε ότι έχετε θετικό αποτέλεσμα.

### ΒΗΜΑ 1 | ΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΑ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Σε αυτό το βήμα πρέπει να υπολογίσετε και να γνωρίζετε όλο το κόστος των πρώτων υλών που θα χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή του αγαθού που θα πουλήσετε. Εάν κάνετε μόνο τη μεταπώληση, πρέπει να λάβετε υπόψη ως κόστος την τιμή που πληρώσατε για το προϊόν που πρόκειται να πουλήσετε.

Στην περίπτωση της παραγωγής πρέπει να λάβετε υπόψη όλες τις πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται και τα υλικά που καταναλώνονται.

*Παράδειγμα:*

*Επιχείρηση πώλησης T-shirts με εικόνα ή κείμενο της επιλογής των πελατών. Πουλάτε στον πελάτη ένα τελικό προϊόν που είναι το τυπωμένο και συσκευασμένο μπλουζάκι.*

*Το κόστος παραγωγής του είναι:*

*Το μπλουζάκι - που αγοράζετε από έναν διανομέα*

*Η μεταφορά - για να εκτυπωθεί και να κοπεί στο Plotter*

*Η τσάντα - για να συσκευαστεί το μπλουζάκι*

*Επιπλέον, για να εκτυπωθεί το σχέδιο, το Plotter ξοδεύει μελάνι. Αυτό το μελάνι αποτελεί επίσης κόστος παραγωγής.*

ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	
Μπλουζάκι T-shirt	2,00 €
Μεταφορά	1,50 €
Τσάντα συσκευασίας	0,35 €
Μελάνι για εκτύπωση	0,30 €
Σύνολο	4,15 €

### ΠΡΟΚΛΗΣΗ

Αναλύστε το κόστος παραγωγής

ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	
Σύνολο	

### ΒΗΜΑ 2 | ΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΗΝ ΑΞΙΑ ΤΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Όλες οι επιχειρήσεις πρέπει να χρησιμοποιούν ορισμένες υπηρεσίες ή προμήθειες που παρέχονται από άτομα ή εταιρείες εκτός της εταιρείας.

Σε αυτήν την κατηγορία συμπεριλαμβάνονται όλα τα κόστη που δεν περιλαμβάνουν προσωπικό, υλικά ή έξοδα κεφαλαίου. Μεταξύ αυτών των δαπανών είναι για παράδειγμα το κόστος κατανάλωσης ενέργειας, νερού, τηλεφώνου, ειδών γραφείου, ασφάλισης, ενοικίου κ.λπ.

Για παράδειγμα:

Λογιστής | Ασχολείται με τη λογιστική και τη φορολογική δραστηριότητα. Κόστος 120,00 ευρώ / μήνα.

Εταιρεία Ηλεκτρισμού | Παροχή ηλεκτρικής ενέργειας στην εταιρεία. Κόστος 150,00 ευρώ / μήνα.

Εταιρεία καθαρισμού | Για να διατηρείται ο χώρος καθαρός μία φορά την εβδομάδα. Κόστος 100 ευρώ / μήνα.

Ασφαλιστική εταιρεία | Για να διασφαλιστεί η ασφάλεια του αυτοκινήτου, των μηχανημάτων και των εργατικών ατυχημάτων. Κόστος 60 ευρώ / μήνα.

Ιδιοκτήτης χώρου | Πληρωμή ενοικίου για την εταιρεία που εδρεύει εκεί. Κόστος 400 ευρώ / μήνα.

Εταιρεία Επικοινωνιών | Παροχή τηλεφώνου και Διαδικτύου. Κόστος 70 ευρώ / μήνα.

Μια διαφημιστική εταιρεία, διαφημίσεις Google και τυπογραφία | Παραγγελία διαφημιστικών μέσων.

Η ετήσια επένδυση είναι 3.000,00 ευρώ.

Θα πρέπει επίσης να απευθυνθείτε σε μια σειρά από εξωτερικές οντότητες με τις οποίες θα συνάψετε συμβάσεις για την παροχή υπηρεσιών και προμηθειών που είναι θεμελιώδεις για την επιχείρησή σας.

Προσδιορίστε τις υπηρεσίες που θα χρειαστείτε και ερευνήστε για να μάθετε ποιο θα είναι το μηνιαίο κόστος σας.

#### ΠΡΟΚΛΗΣΗ

##### ΑΝΑΛΥΣΕΙ ΤΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΕΣΤΕ

Περιγραφή	Μηνιαία αξία	Ετήσια αξία
Λογιστής		
Ηλεκτρική ενέργεια		
Καύσιμα		
Νερό		
Εργαλεία		
Προμήθειες γραφείου		
Ενοίκιο		
Τηλέφωνο και Διαδίκτυο		
Ασφάλεια		
Καθάρισμα		
Διαφήμιση		
Άλλα		
ΣΥΝΟΛΟ		

#### ΒΗΜΑ 3 | ΓΝΩΡΙΣΤΕ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Μέχρι τώρα γνωρίζετε το κόστος των υλικών που πωλούνται και καταναλώνονται και το κόστος των εξωτερικών προμηθειών και υπηρεσιών. Οι δαπάνες προσωπικού σχετίζονται με τη δομή του ανθρώπινου δυναμικού, επομένως είναι απαραίτητο να καθοριστεί ο μισθός που θα λάβει κάθε εργαζόμενος.

## ΠΡΟΚΛΗΣΗ

Ορίστε την αμοιβή του προσωπικού που θα εργαστεί στην επιχείρησή σας:

1. Χρησιμοποιήστε τις πληροφορίες που τοποθετήσατε στο προσωπικό που θα χρειαστείτε.
2. Προσθέστε το βασικό μισθό για κάθε άτομο στην αντίστοιχη στήλη.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ Ή ΘΕΣΗ	Προκαλεί απώλεια ΣΤΟ ΕΡΓΟ ΜΟΥ	ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΤΜΗΜΑ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΠΑΡΑΓΩΓΗ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
MARKETING	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		
	ΝΑΙ ΟΧΙ ( )		

Εκτός από τον βασικό μισθό, η εταιρεία αναλαμβάνει επίσης άλλα έξοδα προσωπικού, όπως το κόστος των εκπνώσεων κοινωνικής ασφάλισης και το επίδομα γευμάτων. Μερικές φορές πρέπει επίσης να αναλάβει τα έξοδα ταξιδιού.

Οι κρατήσεις κοινωνικής ασφάλισης είναι εκείνες που επιτρέπουν στο κράτος να καταβάλλει παροχές ασθένειας (όταν οι εργαζόμενοι παίρνουν άδεια ασθενείας), παροχές ανεργίας (όταν οι εργαζόμενοι μένουν άνεργοι) και συντάξεως (όταν οι εργαζόμενοι φτάνουν σε ηλικία συνταξιοδότησης).

## ΒΗΜΑ 4 | ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Για να εκτιμήσετε τις πωλήσεις πρέπει να γνωρίζετε ποια τιμή πώλησης πρόκειται να επιλέξετε και πόσο σκέφτεστε να πουλήσετε.

Αφού ορίσετε το προϊόν ή την υπηρεσία που πρόκειται να πουλήσετε, τα χαρακτηριστικά και τη διαφοροποίησή του, γνωρίζοντας το κόστος παραγωγής και αναλύοντας τον ανταγωνισμό, μπορείτε να καθορίσετε τη μέση τιμή στην οποία σκοπεύετε να πουλήσετε το προϊόν ή την υπηρεσία σας.

## ΠΡΟΚΛΗΣΗ

Ορίστε την τιμή πώλησης

Ποιο είναι το κόστος παραγωγής σας;

Ποια τιμή έχει επιλέξει ο ανταγωνισμός;

Σύμφωνα με αυτό που έχετε ορίσει για το προϊόν/ την υπηρεσία σας, πώς θα τοποθετήσετε την τιμή σας σε σχέση με τον ανταγωνισμό;

( ) Πιο πάνω

( ) Στο ίδιο επίπεδο

( ) Πιο κάτω

Σε ποια τιμή θα πουλήσετε;

Αφού ορίσετε την τιμή πώλησης, μπορείτε στη συνέχεια να εκτιμήσετε την ποσότητα που θα πουλήσετε με βάση την εκτίμηση των δυνητικών πελατών.

**ΠΡΟΚΛΗΣΗ****ΕΚΤΙΜΗΣΤΕ ΤΟ ΠΟΣΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΚΑΝΕΤΕ**

ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	
Υπολογίστε τον αριθμό των πελατών (αγορά) που θα αγοράσει από την εταιρεία σας	
Μέσος αριθμός φορών που κάθε πελάτης αγοράζει ετησίως	
Εκτιμώμενη ποσότητα πωλήσεων για 1 έτος	

Μόλις ορίσετε την τιμή πώλησης και εκτιμήσετε την ποσότητα των πωλήσεων, είναι δυνατόν να εκτιμήσετε την αξία των πωλήσεών σας, δηλαδή την αξία των εσόδων σας.

**ΠΡΟΚΛΗΣΗ****ΔΕΙΤΕ ΤΗΝ ΑΞΙΑ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΑΣ, συμπληρώνοντας τον ακόλουθο πίνακα**

ΑΞΙΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	
Τιμή πώλησης	
<b>x</b>	
Εκτιμώμενη ποσότητα πωλήσεων για 1 έτος	
<b>=</b>	
Αξία πωλήσεων	

**ΒΗΜΑ 5 | ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕ ΤΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ**

Με όλες τις πληροφορίες που αποκτήθηκαν στα προηγούμενα βήματα, μπορείτε να υπολογίσετε το αποτέλεσμα που ελπίζετε να επιτύχετε με τη δραστηριότητά σας.

**ΠΡΟΚΛΗΣΗ****ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕ ΤΟ ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΣΑΣ:**

- Χρησιμοποιήστε τις πληροφορίες που λάβατε στα διάφορα παραπάνω βήματα.
- Στο τέλος, αφαιρέστε τις τιμές κόστους από την αξία εσόδων.

ΔΗΛΩΣΗ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΩΝ		
ΕΣΟΔΑ	ΑΞΙΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	
<b>+</b>		
ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΚΟΣΤΟΣ ΥΛΙΚΩΝ ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	
<b>-</b>		
ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ		



ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	ΚΟΣΤΟΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ	
-		
ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	
-		
Αποτέλεσμα		

## ΒΗΜΑ 6 | ΑΝΑΛΥΣΤΕ ΤΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ

Ο στόχος ενός χρηματοοικονομικού σχεδίου είναι να διασφαλίσει ότι μια επιχείρηση στοχεύει στην απόκτηση κέρδους και ότι, για να γίνει αυτό, τα κέρδη πρέπει να υπερβαίνουν το κόστος. Αυτό σημαίνει:

- ΑΝΑΛΥΣΤΕ ΤΗΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΗ ΑΞΙΑ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΣΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΩΣ ΘΑ ΛΑΒΕΤΕ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
- ΕΚΤΙΜΗΣΤΕ ΤΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΤΗΣ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ
- ΟΡΙΣΤΕ ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ
- ΕΚΤΙΜΗΣΤΕ ΤΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΠΟΥ ΠΩΛΕΙΤΑΙ
- ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕ ΤΑ ΕΣΟΔΑ
- ΑΝΑΛΥΣΤΕ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
- ΑΝΑΛΥΣΤΕ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥΣ

Αυτό το σχέδιο πρέπει να αντικατοπτρίζει εάν η δραστηριότητά σας θα επιτύχει τα απαραίτητα έσοδα και αν αυτά είναι αρκετά υψηλά για να κάνουν την επιχείρηση ενδιαφέρουσα.

Φυσικά, τα έσοδα πρέπει να είναι επαρκή για την κάλυψη του κόστους και έτσι να επιτυγχάνεται θετικό αποτέλεσμα.

Εάν ο προϋπολογισμός σας παρουσιάζει αρνητικό αποτέλεσμα ή επικίνδυνα κοντά στο μηδέν, θα πρέπει να σκεφτείτε και να αναλύσετε το πρόβλημα. Το σχέδιο πωλήσεων και κόστους πρέπει να μελετηθεί και πάλι προσεκτικά, προσπαθώντας να αυξήσει τα έσοδα και να μειώσει το κόστος, αλλά πάντα γνωρίζοντας ότι το σχέδιο πρέπει να είναι επαρκές και ρεαλιστικό.

Πηγή: NERSANT - Associação Empresarial da Região do Ribatejo , Project Vive o Empreendedorismo, 2017.