



Vállalkozói

Tőkeszerzés és az ötlet "eladása"

Minden üzleti ötlet megvalósításához pénz kell. A finanszírozást általában befektetők biztosítják – de először meg kell őket győzni, hogy van értelme az ötletedbe pénzt fektetni! Ebben az egységben megnézzük, hogy lehet ezt megtenni.

Tudományágak	Társadalomtudomány és Gazdasági ismeretek
Téma	Egyenlőtlenségek és Pénzgyűjtés
Becsült idő	1 óra 30 perc
Tanulási célok	<p>Miután végigmész az egész egységen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • megtudod, mi az a pitch deck • megtanulod, hogyan tudod ötletedet hatékonyan bemutatni korlátozott idő alatt • betekinthsz abba, hogy egy ötlet bemutatása közben mi ragadja meg bármely közönség figyelmét • és azt is megtudod, hol keresheti a vállalkozás a kezdeti növekedéséhez szükséges finanszírozást

Bemelegítés

Próbáltál már valakit meggyőzni valamiről? Beszéljük meg, milyen "eszközöket" használtál erre.

Magadban gondolj egy helyzetre, amikor megpróbáltál valakit valamiről meggyőzni. Például a szüleidtől vagy gondviselődtől pénzt akartál kérni valamire, amit nagyon szeretted volna.

- Milyen érveket használtál?
- Kiemelted az adott termék/szolgáltatás megvásárlásának előnyeit?

Ha olyasmi volt, amit egy barátoddal vagy rokonokkal akartál csinálni, velük együtt adtad elő a kérésed? Ha igen, mindenki beszélt?

Beszélgétek át ezt a pajtiddal és hasonlítsátok össze a válaszaitokat.

Tanulás

1

Nézd meg ezt a rövid prezentációt arról, mi mindent kell tudnod a tökéletes bemutató létrehozásához. Megtanítja, hogyan tudod megnyerni a potenciális befektetőket!

A vállalkozás megkülönböztetésének szükségessége

A potenciális befektetőket folyton megkeresik vállalkozók - a befektetők ugyanazokat az érveket hallgatják meg, hogy miért kellene ebbe az új lehetőségbe befektetni. Ahhoz, hogy sikeresen meggyőzd őket a te kezdeményezésed támogatásáról, meg kell különböztetned magad - nem csupán az üzleti ötleteddel (ez természetes).



A vállalkozás megkülönböztetésének szükségessége

Keltsd fel a figyelmet azzal, hogy hatásos bemutatót tartasz arról, **ki vagy**, és miért kell meghallgatni téged!

Az üzleti világban üzleti alaptevékenységünket az úgynevezett egyedi ajánlati pontokkal (USP) különböztetjük meg másokétól. Az USP az, ami miatt más vagy, mint a többiek, és így potenciálisan sikerrel járhatasz.

Az USP előállításához:

- ismerned kell erősségeidet, azaz, hogy miben vagy jó: nagyszerű csapat, jó elhelyezkedés, stb.
- Mitől vagy más, mint a többiek: először elégíted ki az adott igényt, jobb minőséget vagy alacsonyabb árat kínálsz, egyetlen vagy az adott helyen, stb.



Mi az az „elevator pitch”?

Képzeld el, hogy egy lifftben utazol valakivel, akitől szeretnél valamit. Mindketten a földszinten szálltok be, ő pedig a harmadikra megy. Ha senki más nincs a lifftben, legfeljebb 2 percet tudsz csak vele tölteni.



Nem tud kiszállni a lifftből, és lehet, hogy mások nem tudnak beszállni a következő emeleten. Ennyi lehetőséged van arra, hogy felkeltsd a figyelmét!

Ez az „elevator pitch” avagy liftes bemutatkozás - az üzleti ötleted bemutatása a potenciális befektetőnek körülbelül 2 perc zavartalan időtartamban. Ezért a lehető legjobban ki kell használnod ezt a pár percet!

Erre kell összpontosítanod:



Ki vagy, kik vannak a csapatodban

Sok vállalkozás a csapatot alkotó tagok személyisége és energiája miatt válik sikeressé vagy kudarccá.

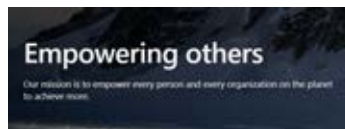
Ha te és a csapatod el tudja nyerni a befektető figyelmét, akkor csodákra lehet képes azon a piacon, amelyre összpontosítasz.

Ne legyél szégyenlős - a bemutatkozásban „el kell adnod” magadat és a csapatodat, el kell mondani, milyen nagyszerű, hogy a tiétek ez az üzleti ötlet.



Küldetés

Miért szeretnéd létrehozni ezt a vállalkozást?
Milyen üzletágban tevékenykedik a vállalkozás?
Mi a célja?



A Microsoft küldetése!



A Nike küldetése!



Mit fog csinálni a vállalkozás?

Alapos, de tömör és rövid áttekintést adj arról, mit fogtok csinálni:

Szolgáltatást vagy terméket szolgáltatatsz?
Mik ennek a fő jellemzői?

Legyél konkrét és lelkes a termékkel/szolgáltatással kapcsolatban!



Mi az USP?

Ki kell emeled, miért érdemes téged tovább hallgatni - mitől vagy te más. Gondolj olyanokra, mint:

- ✓ Árképzés - az általad felfedezett igényre esetleg létező megoldásoknál olcsóbbat kínálsz?
- ✓ Minőség - magasabb minőségi színvonalat kínálsz?
- ✓ Termékek/szolgáltatások palettája - a szélesebb paletta miatt vagy jobb másoknál?
- ✓ Mennyire könnyű veled üzletelni - a könnyű ügyintézésrel találtál problémát más vállalkozásoknál és ezt kezeled?
- ✓ Gyorsaság - arról van szó, hogy másoknál gyorsabban tudsz terméket vagy szolgáltatást nyújtani?
- ✓ Megbízhatóság - megbízhatóbb leszel a többiekénél?



Bevonás

Próbáld bevonni a közönséget - ne csak monológot mondj el, próbáld felkelteni a figyelmüket.

Ezt leggyakrabban egy csali bevezetésével lehet elérni, egy kérdéssel, egy ígérettel, valami merész dologgal!



Hogyan add elő?

A bemutatkozás előadásmódja szinte ugyanilyen fontos!

Legyél bátor, szilárd hangon beszélj, és **önbizalommal** adj elő. Ha a beszélgetés másik résztvevője nem érzi úgy, hogy hiszel magadban és az ötletedben, ő miért tenné?

Tarts fenn szemkontaktust és gesztikulálj az előadásod közben - de vigyázz, ne mozogj túl sokat! Maradj a határidőn belül - ez fontos, az emberek érdeklődése lankad, ha valami túl sokáig tart! Könnyedén megnéznél egy 2-3 percnél hosszabb videót?

Ne felejtse el az összes felvetendő pontot megemlíteni - mindent írj le, és tükör előtt gyakorolj időre.



Most, hogy végigmentél a prezentáción, **gondolj egy üzleti ötletre**. Felhasználhatod a pajtiddal együtt az előző egységben létrehozott valamelyik ötletet.

Beszélgétek meg :

Mik az üzleti ötlet kulcsfontosságú elemei, amelyek megkülönböztetik az általad meghatározott problémára már létező megoldásoktól? Nincs másik olyan, ami nagyon hasonlót kínál?

Alkotás

1

A pajtiddal nézzétek át még egyszer a prezentációt.

Aztán itt az ideje saját **összefoglaló bemutató elkészítésének**.

Ne feledd belevenni az összes felvetett pontot!

2

A végén olvasd át és nézd át a prezentációt, majd gyakorold stopperrel - maradj 2 percen belül.

Ha túl hosszú: Mi az az információ, ami nem feltétlenül szükséges? Vizsgáld a hallgatóság: az ötlet potenciális befektetőinek szemszögéből!

Értékelés

A vállalkozás létrehozása során probléma lehet a finanszírozás. A pajtiddal beszélj meg, hogy hogyan lehet az induló költségeket fedezni, például közösségi finanszírozás (**crowdfunding**) révén.

Milyen összeget céloznál meg, és milyen szervezetet, intézményt vagy vállalkozást érdekelhet az ötleted befektetesként?