

Kļūsti par uzņēmēju 5 dienās

Apmācību saturs veidots no šādiem 5 moduļiem:

Modulis 1

Biznesa attīstības process - no idejas līdz pārdošanai:

- Izprast klientu: kā mēs veidojam profilu?
- Veidot vērtību piedāvājumu: kāda ir mūsu pievienotā vērtība?
- Pozicionēšana tirgū: kā mēs atšķiramies no konkurentiem?
- Atbilstošas organizēšanas svarīgums: kopīgu vērtību svarīgums.
- Inovācijas process: kādas kopīgas fāzes mēs varam atrast?
- Veiksmes un neveiksmes: kas ir kritiskie veiksmes faktori?

Modulis 2

Biznesa attīstības paātrināšanas metodes un tehnikas:

- Kompetences trūkumu analīze.
- Ienākumu un biznesa modeļa attīstīšana.
- Intelektuālā īpašuma aizsardzība.
- Produktu, pakalpojumu un procesu kombinācijas noteikšana.
- Produktu, pakalpojumu un procesu modeļa izveide.
- Procesa analīze (Idef0).
- Darba noslogojuma analīze (UML).
- Organizācija, komanda un personīgās kompetences.
- Kvalitatīvās tehnikas novērtēšanas modeļiem.
- Finanšu vērtēšanas modeļi: zaudējumi, ieguvumi un risku analīze.
- Piekļuve finansējumam.
- Biznesa idejas prezentēšana.

Modulis 3

Biznesa modeļu veidošana:

- Visu pušu (ieinteresēto) analīze.
- Svarīgāko ieinteresēto identificēšana.
- Svarīgāko ieinteresēto pušu vērtību un interešu analīze.
- Izveidot vērtību priekšlikumus.
- Kā izveidot vērtību priekšlikumu, no kura neviens nespētu atteikties?
- Kā radīt iekļūšanas barjeras?
- Kā noslēgt pircējus un svarīgāko ieinteresēto?
- Cik elastīgs kāds spēj būt?

Modulis 4

Jauna uzņēmuma mārketingu un pārdošana:

- Mārketinga principi.
- Saistība starp mārketingu un pārdošanu (organizācija).
- Produkta dzīves cikls/ portfeļa vadība.
- Iepazīstināšana ar mārketinga MIX.
- Dažādošanas ierosināšana.
- Cenu stratēģijas.
- Mārketinga budžeta izveide.
- Mārketinga komunikācijas.
- Mārketinga ietekmes novērtējums.

Modulis 5

Mārketinga pētījumi un Jūsu pirmais klients:

- Mārketinga pētījumu uzdevumi.
- Tirgus pētījumu tehnikas.
- Kā tirgus pētījumi tiek lietoti.
- Tirgus pētījumu lietošana.
- Kā izveidot pētījuma kopsavilkumu?
- Lietderīgi avoti tirgus pētīšanai (izpētei).