



Ενότητα 2:

Επιχειρηματική πρακτική

Θέμα 2.1.

Σχεδιασμός επιχείρησης για τις ΠΔΒ: προετοιμασία επιχειρηματικού σχεδίου και παρουσίαση επιχειρηματικών ιδεών

Συγγραφείς:

**Marília Durão, Augusto
Neves, Sónia Nogueira,
Patrícia Remelgado, Sandra
Fernandes**

Ίδρυμα:

**Universidade Portucalense,
Πορτογαλία**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή της παρούσας δημοσίευσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντανάκλα τις απόψεις μόνο των δημιουργών, και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν φέρει ουδεμία ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που εμπεριέχονται σε αυτήν. Αριθμός έργου: 2020-1-BG01-KA203-079193.

Το υλικό αυτό αποτελεί μέρος του εκπαιδευτικού περιεχομένου του προγράμματος «Διαχείριση και επιχειρηματικότητα στους κλάδους του πολιτισμού και της δημιουργικότητας». Αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της Στρατηγικής Συνεργασίας Erasmus+ «*FENICE - Προώθηση της Επιχειρηματικότητας και της Καινοτομίας στις Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες (ΠΔΒ) μέσω Διεπιστημονικής Εκπαίδευσης*».

Το περιεχόμενο της εκπαίδευσης με μια ματιά:

Πρόγραμμα Fenice

Ενότητα 1: Κατανόηση της Επιχειρηματικότητας στις ΠΔΒ

Θέμα 1.1. Δημιουργικότητα, Καινοτομία και Διατομεακές Συνεργασίες. Πνευματική ιδιοκτησία.

Θέμα 1.2. Επιχειρηματικότητα, Διοίκηση και Ηγεσία στις ΠΔΒ

Ενότητα 2: Επιχειρηματική Πρακτική – Μοντελοποίηση μίας Επιχείρησης ΠΔΒ

Θέμα 2.1. Σχεδιασμός επιχείρησης για τις ΠΔΒ: προετοιμασία επιχειρηματικού σχεδίου και παρουσίαση επιχειρηματικών ιδεών

Θέμα 2.2. Δημιουργία αξίας: Οικονομική, Αγοραία και Πολιτιστική αποτίμηση προϊόντων και υπηρεσιών στις ΠΔΒ

Θέμα 2.3. Αγορά, Ανταγωνισμός, Κατανάλωση και εμπορική προώθηση (Branding) στις ΠΔΒ

Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στην αρχική σελίδα του έργου: <http://www.fenice-project.eu>

Δήλωση πνευματικών δικαιωμάτων



Το παρόν έργο χορηγείται με άδεια Creative Commons Αναφορά Δημιουργού - Μη Εμπορική Χρήση - Παρόμοια Διανομή 4.0 Διεθνές (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Μπορείτε να:

- μοιραστείτε - αντιγράψετε και αναδιανέμετε το υλικό με κάθε μέσο και τρόπο
- προσαρμόσετε - αναμείξετε, τροποποιήσετε και δημιουργήσετε πάνω στο υλικό

υπό τους ακόλουθους όρους:

- Αναφορά Δημιουργού - Θα πρέπει να καταχωρίσετε αναφορά στον δημιουργό, με σύνδεσμο της άδειας, και με αναφορά αν έχουν γίνει αλλαγές. Μπορείτε να το κάνετε αυτό με οποιονδήποτε εύλογο τρόπο, αλλά όχι με τρόπο που να υπονοεί ότι ο δημιουργός αποδέχεται το έργο σας ή τη χρήση που εσείς κάνετε.
- Μη Εμπορική Χρήση - Δε μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το υλικό για εμπορικούς σκοπούς.
- Παρόμοια Διανομή - Αν αναμείξετε, τροποποιήσετε, ή δημιουργήσετε πάνω στο υλικό, πρέπει να διανείμετε τις δικές σας συνεισφορές υπό την ίδια άδεια όπως και το πρωτότυπο.



Μελέτη περίπτωσης

Το Pitch ως εργαλείο επιχειρηματικής επικοινωνίας της Juliana Lobo, ειδικός επικοινωνίας

Περιγραφή

Η Juliana Lobo, η οποία μαρτυρεί τη σημασία του Pitch ως εργαλείου επιχειρηματικής επικοινωνίας, διαθέτει πτυχίο στην Κοινωνική Επικοινωνία, με κατεύθυνση στη Δημοσιογραφία, από το Ομοσπονδιακό Πανεπιστήμιο του Maranhão (Βραζιλία/Maranhão), μεταπτυχιακό δίπλωμα στην επικοινωνία πολυμέσων και διδακτορικό στην Πληροφορία και την Επικοινωνία σε Ψηφιακές Πλατφόρμες, από το Πανεπιστήμιο του Aveiro (Πορτογαλία). Είναι προσκεκλημένη επίκουρη καθηγήτρια στο Polytechnic Institute of Viseu και ερευνήτρια στο Κέντρο Ερευνών Digimedia του Πανεπιστημίου του Aveiro.

Για τη Juliana, το Pitch είναι μία από τις κύριες στρατηγικές/τεχνικές επικοινωνίας στις επιχειρήσεις. Το Pitch είναι μια άμεση και σύντομη παρουσίαση, με στόχο την πώληση της επιχειρηματικής σας ιδέας σε έναν πιθανό επενδυτή.

Στον κόσμο της επιχειρηματικότητας, πρόκειται για μια πολύ επωφελής πρακτική, ειδικά για την προσέλκυση συνεργατών και επενδυτών. Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει πολύ περισσότερα από τη στήριξη σε καινοτόμες ιδέες και την εξεύρεση εξειδικευμένης αγοράς που τις εκτιμά. Εξάλλου, παρόλο που η δημιουργία μιας νεοφυούς επιχείρησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη βούληση του επιχειρηματία, είναι αδιαμφισβήτητο ότι η επιτυχία συνδέεται άμεσα με την προσέλκυση πόρων, εταίρων και πελατών. Αυτή η έλξη γίνεται δυνατή μόνο από την ικανότητα να πουληθεί η ιδέα και να πειστούν οι πιθανοί επενδυτές ότι η οικονομική απόδοση είναι πραγματική δυνατότητα. Όσον αφορά τους πελάτες, ο επιχειρηματίας πρέπει να ξετάζει τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες.

Μέσω του Pitch, είναι δυνατή η πώληση μιας επιχειρηματικής ιδέας σε έναν πιθανό επενδυτή με απλό, άμεσο, συνεπή και αποφασιστικό τρόπο. Χρησιμοποιώντας αυτό το εργαλείο, ο επιχειρηματίας γνωστοποιεί την ιδέα του σε πιθανούς συνεργάτες, προσδιορίζοντας παράλληλα τους στόχους, το κοινό-στόχο, τις στρατηγικές και τις εξειδικευμένες αγορές, τους ανταγωνιστές, τις επενδύσεις και τα περιθώρια κέρδους που σκοπεύει να επιτύχει.

Ωστόσο, η Juliana μας υπενθυμίζει ότι το Pitch αποτελεί μόνο ένα πρώτο σημείο επαφής μεταξύ επιχειρηματία και επενδυτών και πρέπει να θεωρηθεί ως ευκαιρία να ανοίξει κανείς μια πόρτα για μια επαγγελματική συνάντηση που θα επιτρέψει την υλοποίηση της συνεργασίας. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι το Pitch είναι εντελώς διαφορετικό από μια επαγγελματική συνάντηση, καθώς η υλοποίηση μιας πώλησης ή η επισημοποίηση συνεργασιών δεν αποτελούν μέρος της διαδικασίας. Οι ευκαιρίες αυτές μπορεί ακόμη και να προκύψουν, αλλά το Pitch είναι απλώς το πρώτο βήμα για την προσέλκυση ενδιαφερόμενων μερών και την έναρξη μιας πιο μακροχρόνιας και πιο σύνθετης συζήτησης.

Η διάρκεια αυτού του τύπου παρουσίασης μειώνεται συνήθως, προκειμένου να βελτιωθεί η δυναμική της επικοινωνίας μεταξύ του παρουσιαστή και των συμμετεχόντων. Ένα Pitch που διαρκεί πολύ, μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια ενδιαφέροντος των εμπλεκόμενων και να δυσχεράνει την προσέλκυση συνεργατών από την εταιρεία. Ως εκ τούτου, το Pitch τείνει να είναι, σε γενικές γραμμές, δυναμικό, σύντομο, αντικειμενικό και συνοπτικό, προκειμένου να «προδιαθέτει» για συνεργασίες, επενδύσεις και επιχειρήσεις. Η ιδέα είναι ότι ο επιχειρηματίας εξηγεί, άμεσα και αντικειμενικά, τον στόχο του έργου, την αγορά, την προτεινόμενη λύση και τα βραχυπρόθεσμα και μεσοπρόθεσμα σχέδιά του. Επομένως, στο Pitch είναι σημαντικό να επικεντρωθούμε στις σημαντικότερες πτυχές της εταιρείας σας:

- Ποιο είναι το πρόβλημα που πρέπει να λυθεί;
- Ποια είναι η αγορά;
- Ποια είναι η διαφορά της εταιρείας σας;
- Ποιοι είναι οι επαγγελματίες που απαρτίζουν την ομάδα σας;

■ Κύρια σημεία που πρέπει να θυμάστε!

- Ορίστε τα κύρια στάδια για τη σύσταση της επιχείρησής σας και το είδος της επένδυσης που χρειάζεστε
- Εξηγήστε με σαφήνεια το πρόβλημα και τη λύση
- Μελετήστε πολύ καλά την αγορά στην οποία έχει εισαχθεί η επιχείρησή σας
- Μάθετε τις κύριες παραμέτρους για το είδος της επιχείρησής σας και, αν είναι δυνατόν, παρουσιάστε ενθαρρυντικούς αριθμούς
- Δημιουργήστε καλό υποστηρικτικό υλικό για να βοηθήσετε τόσο την παρουσίασή σας όσο και την κατανόηση του κοινού σας
- Να είστε πάντα αντικειμενικοί!

Πηγή/σύνδεσμος



<https://www.linkedin.com/in/juliana-lobo-987a264b/>



jlobo@esev.ipv.pt

Χώρα

Πορτογαλία