

GREENIT Nodarbība

33. Uzņēmējdarbības projekta ceturtais posms – Uzņēmuma modeļa rāmis

I. Īss kopsavilkums

- Nodarbības ilgums: 45 minūtes
- Ko skolēni iemācīsies?
 - Kā var uzņēmuma modeļa rāmi izmantot sava zaļā uzņēmuma idejas izveidē
- Ko skolēni darīs nodarbībā?
 - Strādās pie uzņēmuma modeļa izstrādes savai idejai izmantojot uzņēmuma modeļa rāmi
- Kādas spējas skolēni uzlabos?
 - Efektīvu saziņu
 - Pētniecības spējas
 - Spēju darboties komandā
 - Sarunāšanas spējas
- Saistītie priekšmeti:
 - Ģeogrāfija
 - Ekonomika / Uzņēmējdarbība
 - Svešvalodas
 - Filozofija
 - Pilsoniskā izglītība
- Nepieciešamie materiāli:
 - Projektors
 - Klēpjdatore / datore ar skaļruņiem
 - Interneta pieslēgums klasē (ja nav interneta pieslēgums, ir iespējams iepriekš lejupielādēt šīs nodarbības tiešsaistes videoklipus un atnest tos zibatmiņā, vai arī ir iespējams prasīt skolēniem sadalīties grupas un izmantot savus viedtālruņus / tabletes lai skatītos videoklipus)

- o Katrai komandai A3 formātā (vai pat A2) tukšas uzņēmuma modeļa veidnes. Izprintējiet augstākas izšķirtspējas versiju šeit:
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/10/Business_Model_Canvas.png

II. Sākums (5 min.) (GALVENĀ DARBĪBA)

Sakiet skolēniem, ka šodien viņi turpinās strādāt pie savām idejām izmantojot uzņēmuma modeļa rāmi. 24. nodarbībā viņi jau uzzināja par uzņēmuma modeļa rāmi un izveidoja savējo, mēģinādami aprakstīt iemīļotāko precī. Prasiet viņiem atcerēties uzņēmuma modeļa rāmja būtību:

- Kam to var izmantot? (Aprakstīt, pārrunāt, izstrādāt, izaicināt, uzlabot, ieviest jauninājumus, izgudrot uzņēmuma modeli)
- Kādi ir uzņēmuma modeļa rāmja 'būvniecības elementi'? (Klientu segmenti, vērtības piedāvājums, kanāli, attiecības ar klientiem, ieņēmumu plūsmas, galvenie resursi, galvenās darbības, galvenās sadarbības, cenas struktūra)
- Kādi ir uzņēmuma modeļa rāmja ierobežojumi no ilgtspējības principu skatupunkta? (Tas, ka uzņēmuma modeļa rāmis tiek izmantots no uzņēmuma finansiālās dzīvotspējas skatupunkta. Tas nekoncentrējas skaidri uz vidi, dabas resursiem un sabiedrību. Tas neattēlo, piemēram, vai uzņēmums grauj ekosistēmas pakalpojumus ar savām darbībām)

Sakiet skolēniem, ka neraugoties uz šiem ierobežojumiem, uzņēmuma modeļa rāmis ir noderīgs rīks, lai sāktu strādāt pie savas idejas. Viņiem ir tikai jāņem vērā un nedrīkst aizmirst vērtības piedāvājuma centrā iekļaut ilgtspējību.

Padomi skolotājam: Ja jūs vēlaties izlaist šo sākuma daļu, jūs varat prasīt skolēniem mājās pirms nodarbības pārskatīt uzņēmuma modeļa rāmja nodarbību (24.).

III. Praktiskā darbība (35 min.) (GALVENĀ DARBĪBA)

Dodiet katrai komandai tukšu uzņēmuma modeļa rāmja veidni. Komandām ir 35 min., lai apspriestu un aizpildītu to ar informāciju saistībā ar komandas ideju. Viņi var izmantot visu jau zināmo par uzņēmuma modeļa rāmi.

Ja komandu atrastie partneri var apmeklēt stundu, viņi var kā padomdevēji strādāt kopā ar savām komandām.

IV. Refleksija (2 min.) (GALVENĀ DARBĪBA)

Jūs varat uzdot sekojošos jautājumus visai klasei un uz klausīt dažas atbildes no brīvprātīgajiem. Vai arī jūs varētu prasīt skolēniem uzrakstīt savas atbildes rakstiski pievienotajā darba lapā:



V. Mājasdarbs (3 min. lai paskaidrotu) (GALVENĀ DARBĪBA)

Komandām mājās būs jānoskatās sekojošie videoklipi un jāmēģina atbildēt uz jautājumiem:

- Kas jaunuzņēmuma sākumā ir viens no galvenajiem jautājumiem? (Kas ir mans patērētājs un kā uzzināt ar ko man ir jāveic intervijas)
- Kuru cilvēku grupu ir vislabāk intervēt? (Sāc ar ideju meklēšanu par potenciālajām mērķauditorijām, tad sašaurini un centies no katras mērķauditorijas intervēt cilvēkus)
- Ar cik daudziem cilvēkiem ir labi runāt idejas pašā sākotnējā stadijā? (Parasti pietiks ar 7-8 intervijām)
- Kāds ir klientu intervijas mērķis? (Saprast pēc iespējas vairāk klienta paradumus un ar kādiem izaicinājumiem viņš/viņa saskaras – tā nav mēģināšana pārdot mūsu preci/ideju, pieņemot tas ir jau gatavs risinājums. Vēl viens mērķis ir noteikt citus līderus un aktīvus cilvēkus, kuri aktīvi mēģina risināt problēmu)
- Kādi ir labi veidi kā atrast klientus ar kuriem var sarunāties? (Iešana uz pasākumiem; kāds cits iepazīstina; ‘aukstie’ e-pasti – rakstīšana bez jebkāda iepriekšēja kontakta)
- Kādus jautājumus klientu intervijas laikā ir vislabāk uzdot? (Pēc iespējas vairāk atklāto jautājumu; nekādi jautājumi, kas intervētā atbildēs izraisītu aizspriedumus; jautājumi, kas ļauj aprakstīt kā cilvēkam paskaidrot kā viņš tagad un pagātnē darīja lietas, nevis to, ko viņi vēlas nākotnē redzēt)
- Kā strukturēt klientu interviju? (Sāciet ar cilvēka pašreizējo paradumu noskaidrošanu saistībā ar problēmu, kuru tu pieņem, ka varēsi ar savu ideju atrisināt. Turpiniet uzdot jautājumus par viņu izaicinājumiem, lai noskaidrotu vai pastāv problēmas. Uzdodiet jautājumus saistībā ar to, vai noteiktais cilvēks aktīvi mēģina risināt problēmu un kā viņš mēģina risināt to problēmu)

Videoklipi (kopējais skatīšanās laiks ir apmēram 45. min.):

- **“16. lekcija – Kā veikt lietotāja interviju”**: <https://www.youtube.com/watch?v=qAws7eXItMk> (atskaņot no 05:51 min. līdz 20:15 min.).
- **“Klientu intervijas...pareizais veids– Webshop”**: <https://www.youtube.com/watch?v=iUnllmBYHoY> (atskaņot no 17:11 min. līdz 30:11 min.). Skolēni šajā videoklipā bieži dzirdēs saīsinājumu ADHD. ADHD nozīmē “uzmanības deficīta hiperaktivitātes traucējumi (*attention deficit hyperactivity disorder*)”.
- **“Runa: Klientu attīstība / Problēmu meklēšanas intervija – Taupīgo jaunuzņēmumu satikšanās Berlīnē”**: <https://www.youtube.com/watch?v=etSL8hvgU5A> (atskaņot no 04:35 min. līdz 16:24 min.). Šajā videoklipā ir parādīta pieredze un darbības, kuras ir gūtas no Vācijas jaunuzņēmuma, kas koncentrējas uz uzņēmuma projektu vadības problēmu risināšanu. Šajā videoklipā tiek runāts par plānošanas jautājumiem un interviju veikšanu jaunuzņēmuma attīstības mazliet vēlākā posmā, kur ir jau sākts veidot prototipus, bet lielākā daļa no padomiem ir derīgi pašai sākotnējai jaunuzņēmuma fāzei, kuras laikā mēģina atrast problēmu.

Komandas var jūsu parastajā saziņas kanālā ar klasi ievietot savas atbildes uz šiem jautājumiem – tādā veidā jūs zināsit, ka viņi ir noskatījušies un pārdomājuši videoklipus.

VI. Ieskats nākošajā nodarbībā

Nākošajā reizē skolēni sagatavos savas klientu intervijas, lai atklātu, kādi realitātē ir viņu klienti.