מרעיון

לפיתרון

מוכנים לקחת אחריות?

מה עושים היום?

1 האם כל רעיון יכול להפוך למיזם?

2 מה הם שלבי הקמת המיזם?

3 בניית תכנית עבודה

מרעיון למיזם

"לפני כל דבר אחר, הכנה היא המפתח להצלחה"

-אלכסנדר בל-

יזמות היא תהליך - מרעיון למוצר / שירות

המוצר / השירות חייב לענות על צורך ממשי!

תנאים להצלחת מיזם:
צורך ממשי + רעיון בר קיום + פתרון המתאים לצורך + יזם או קבוצת יזמים + משאב המאפשר מימוש+רווח חברתי / עסקי

צורך
וקהל היעד

מניע ורעיון

פיתרון,
הצעת ערך
והשפעה עתידית

מאיפה מתחילים?

"מי הלקוח ומה הבעיה שהוא רוצה לפתור? מה הוא באמת צריך?"

על מנת להצליח במיזם יש לענות על צורך/רצון ממשי.
בשביל זה נצטרך נתונים אמיתיים מלקוחות פוטנציאליים ולהבין לעומק מה הם צריכים (סקר שוק).
לפני שניגש להבין איך מאבחנים צורך ממשי, נתחיל עם תרגיל להבנת מושג הצורך.

תרגיל - צורך

ביחרו פריט

זהו את המוצר
מהו לדעתכם השימוש במוצר?
מהי התועלת שניתן להפיק מהמוצר, ייעודו ושימושו, ועל אילו צרכים הוא עונה?
מה הם החומרים מהם עשוי המוצר?
היכן לדעתכם מייצרים את המוצר?
תרגיל עבר, הווה, עתיד
האם המוצר עונה על צורך, פותר בעיה, דמיוני, מחליף מוצר קיים או תוספת למוצר קיים?
העניקו שם למוצר (גם אם יש לו, תנו לו שם אחר)

הכינו מסמך עם שם המוצר, הצורך עליו הוא עונה, היסטוריית המוצר, הרעיון, הפתרון והאם יש לכם רעיון מוצלח לפיתוח עתידי של המוצר.

הציגו את המסמך בעל פה. משך ההצגה - עד שתי דקות. בהצלחה!

ועכשיו... חברו בין שני פריטים ומצאו להם שני שימושים חדשים. הגדירו את הצורך שלהם.

המיצם שלי

צורך

רעיון

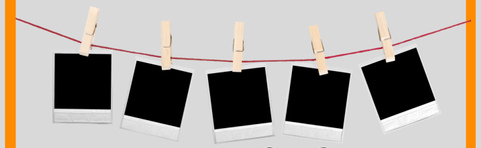
שם המוצר

פיתרון

ראיונות

רשימת מרואיינים

שאלות לראיון



סקיצת אוטו

רעיון, הצעת ערך ופיתרון

כיצד ניגשים לזה? כיצד פותרים צורך? מהיכן מקבלים רעיון?

טכניקות להעלאת רעיונות

"רעיונות יש לכל אדם, ולעתים קרובות זהים. אך יש לדעת כיצד להשתמש בהם."

-מישל קולוצ'י-

משחק הקוביות

שלב ראשון - בוחרים פריט ומטילים את הקוביות.
שלב שני - מחברים את הפריט הנבחר עם המילים שיצאו בהטלת הקוביות ויוצרים מוצר מותאם!

סיעור מוחות

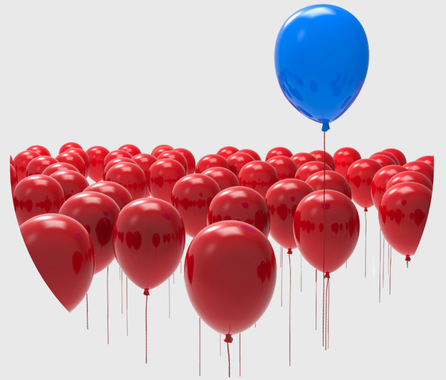
שלבים:
1.הגדרת בעיה מוגדרת
2. העלאת רעיונות משוגעים לחלוטין אפשר לשלב בין הרעיונות שזורקים לאוויר ואפילו מומלץ
3. מיון וסינון רעיונות.
דוגמא לסיעור מוחות: מכירת קרח לאסקימוסים

גירוי אקראי

בחרים מילה אקראית לחלוטין . זה יכול להיות מהאינטרנט, עיתון וכו.
מילה שלא קשורה לנושא בכלל.
ואז מחברים בינה ובין מילה מהנושא עליו עובדים.
למשל: אילו רעיונות עולים לכם מחיבור בין המילה ספר לקלמנטינה?

חשבתם על רעיון?

הצעת הערך



בידלו!

הצעת הערך היא הצהרה אסטרטגית. דיוק של מי לקוח פוטנציאלי, איזו בעיה אתה הולך לפתור לו, ומדוע הפתרון שלך טוב יותר מאחרים הקיימים בשוק? דאגו לסקר שוק אקטואלי ולחזון אסטרטגי. מיהו הלקוח ומה הערך שאתה מייצר עבורו? הבידול שיגרום לקנות את המוצר שלך בתחרות הקיימת בשוק.

דיוק!

הצעת ערך טובה היא הרבה מעבר למיתוג פרסום למוצר/שירות. היא צריכה להיות אפקטיבית ומנוסחת באופן ברור כי היא תשמש חזון ומטרה אסטרטגית למיזם שלכם! לקוחות פוטנציאליים שיקראו בפעם הראשונה את הצעת הערך יתקבעו במה שהם חושבים על המוצר/ שירות שלכם.

"הכוח לעצמך מהן המטרות והערכים שלכן,
ותן להם להניע אותך לקראת פעולה."
-סיימן ה"ע-

אתם הייתם משתכנעים?

עכשיו קיראו את מה שכתבתם?

השתמשו ב**כלי עצר מספר 4**.

בניסוח הצעת הצרך יש להקפיד להכניס את הנקודות הבאות:

- הבידול
- התלוסת הקיימות בשוק
- הצהרת הצרך (ההטבה) של המיצם
- הפיתרון (מוצר / שירות)
- הרעיון
- הצורך/הבעיה
- לקוח היעד

- רעיון למוצר / פיתרון: כיצד המיצם / המוצר /השירות שלכם מתמבר לצורך /בעיה? פונה באומצות נקודת הכאב או הפוטנציאל הלא ממומש של לקוח היעד.
- בידול - כיצד הפיתרון שלכם טוב יותר מהמתחרים בשוק במידה וקיימים כאלה?
- מקדו את נקודות הכאב / פוטנציאל לא ממומש (התשובים ביותר ולאו יותר משנוש).
- האם אתם חושבים שהלקוחות הפוטנציאליים יהיו מוכנים לשלם עבור הפיתרון המוצע בהצעת הצרך?

- צורך / בעיה / לקוח - הצורך הנובע מהשטח והבעיות בהם ענקל לקוח היעד שלך. הצורך יכול להיות ביצד נקודתי כאב שלנית כגון עלות גבוהה, כאבים, חוסר הנלחה) או פוטנציאל לא ממומש (מוצר עצר, ניצול משאב).

- ההווה - איך הם מתמודדים היום? - התבסס על הראיונות שביצעתם - איך היום הם מטפלים בבעיה /בצורך?

השתמשו ב**כלי עצר מספר 4** על מנת להתכונן לכתיבת הצעת הצרך.

מיקוד הצלת הערך

כלי עבור מספר 4

מה התועלת מהמוצר למקור היעד?

מקור היעד	רצון	תלונת בשוק
ערך / בעיה/ עזרה כאב / סטטוס/ אל תאומם	פיתרון	כיצד

השתכנעתם?

אל מה יובא למקור מהמיפוי? מה התועלת? הייתם קונים?

מתרגלים הלעת ערק

היום כל רעיון יכול להפוך למיזם!

thank
you