



Enhancing the social inclusion
of low income single parents

Αίσθηση Πρωτοβουλίας και Ικανότητα του Επιχειρείν

Πρακτικές Ασκήσεις

Εκπονήθηκε από: Socialiniu Inovaciju Fondas



ASOCIATIA HABILITAS
Centru de resurse și formare profesională



KINDLING A BETTER WORLD



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

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Πρακτικές Ασκήσεις

Άσκηση 1. Τα πλεονεκτήματα της δημιουργικής και της κριτικής σκέψης

Υλικοτεχνικός εξοπλισμός: στυλό, μολύβια, χαρτί

Χρόνος: 15 λεπτά.

Περιγραφή:

Βήμα 1. Να διαβάσετε τις προτάσεις που ακολουθούν στον παρακάτω πίνακα και να αποφασίσετε εάν περιγράφουν έναν Κριτικά σκεπτόμενο ή έναν Δημιουργικά σκεπτόμενο άνθρωπο.

Προτάσεις	Κριτικά σκεπτόμενος	Δημιουργικά σκεπτόμενος
Ικανός/ή να λαμβάνει λογικές, σαφείς και τεκμηριωμένες αποφάσεις		
Ικανός/ή να ενεργεί δημιουργικά σε μία πρακτική κατάσταση		
Ικανός/ή να αναγνωρίζει τη σχέση ανάμεσα σε διαφορετικές διεργασίες, συμμετέχοντες/ουσες, διαδικασίες και να αποδέχεται άλλες εμπειρίες, ώστε να βρει πιθανές λύσεις		
Ικανός/ή να διατυπώνει λογικές και ορθά μελετημένες κρίσεις		
Ικανός/ή να αναζητά πολλές πιθανές απαντήσεις αντί για μία		
Ικανός/ή να εξετάζει τα προβλήματα ή τις καταστάσεις μέσα από μία νέα προοπτική που προτείνει εναλλακτικές λύσεις		
Ικανός/ή να αναπτύσσει πρωτότυπες και διαφορετικές ιδέες		
Δεν βιάζεται να επικρίνει ιδέες κατά τη διάρκεια της διαδικασίας – συμπεριφέρεται σε όλες τις ιδέες σαν να εμπεριέχουν κάτι που είναι πιθανότατα χρήσιμο		
Είναι ανοιχτόμυαλος/η, αποφασιστικός/η, ικανός/η να αποβάλει το συναίσθημα, όταν αναλύει ένα πρόβλημα, και παρατηρεί τα γεγονότα αντικειμενικά για να πάρει μία λογική απόφαση		



--	--	--

Βήμα 2. Να διαβάσετε τις ακόλουθες καταστάσεις και να επιλέξετε την απάντηση που ταιριάζει καλύτερα με την πιθανή συμπεριφορά που θα εκδηλώνατε σε κάθε κατάσταση.

Κατάσταση 1

Πώς θα συμπεριφερόσασταν εάν έπρεπε να αποφασίσετε ποια επιχειρηματική ευκαιρία να επιλέξετε;

- α) Θα αναλύσω τις πιθανές επιχειρηματικές ευκαιρίες, καθώς και τις ικανότητές μου, τις οικονομικές ευκαιρίες και τις γνώσεις μου, ώστε να είμαι επαρκής απέναντι σε αυτή την επιχειρηματική ευκαιρία.
- β) Θα επιλέξω το είδος της επιχειρηματικότητας που είναι στη μόδα και έχει κύρος.
- γ) Θα επιλέξω το ίδιο με τον/την φίλο/η μου, καθώς θα έχει πλάκα να ανταγωνιζόμαστε ο/η ένας/μία τον/την άλλο/η.

Κατάσταση 2

Θέλετε να ξεκινήσετε μία επιχείρηση με έδρα το σπίτι σας, αλλά ένας/μία φίλος/η σας σάς είπε ότι αυτή η επιχειρηματική ιδέα δεν είναι ενδιαφέρουσα και δεν θα πετύχει. Πώς θα συμπεριφερόσασταν;

- α) Βασίζομαι στη γνώμη του/της φίλου/φίλης μου και ψάχνω για μία διαφορετική επιχειρηματική ιδέα.
- β) Συγκεντρώνω πληροφορίες για παρόμοιες επιχειρήσεις που υπάρχουν και πόσο επιτυχημένες είναι για να αναλύσω την κατάσταση και να λάβω μία τελική απόφαση.
- γ) Σταματώ και δεν επιχειρώ καν να ιδρύσω μία επιχείρηση με έδρα το σπίτι μου.

Κατάσταση 3

Εργάζεστε ως επιχειρηματίας και θέλετε να αναπτύξετε ιδέες για ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία. Πώς θα συμπεριφερόσασταν; (διάφορες πιθανές απαντήσεις)

- α) Θα αναζητήσω μία και μοναδική επιλογή.
- β) Θα αναπτύξω πρωτότυπες και διαφορετικές ιδέες.
- γ) Θα αναζητήσω πολλές πιθανές απαντήσεις και όχι μία.

Βήμα 3. Να ελέγξετε τις απαντήσεις σας στο φύλλο των απαντήσεων και να διαβάσετε τις αιτιολογήσεις.



Άσκηση 2. Ζωγραφική πλάτη με πλάτη (βελτίωση των δεξιοτήτων επικοινωνίας και ενεργητικής ακρόασης)

Υλικοτεχνικός εξοπλισμός: μολύβια, στίλο, χαρτί, κάρτες με γεωμετρικά σχέδια.

Χρόνος: 30 λεπτά

Περιγραφή:

Βήμα 1. Βρείτε ένα άτομο (μέλος της οικογένειας, φίλο/η κτλ.) που θα ήθελε να συνεργαστεί μαζί σας σε αυτή την άσκηση. Εσείς και το άλλο μέλος του ζεύγους που έχετε σχηματίσει θα πρέπει να καθίσετε πλάτη με πλάτη κρατώντας ο/η καθένας/καθεμία στα χέρια του από ένα χαρτί και ένα μολύβι. Ο/Η ένας/μία από εσάς θα πρέπει να αναλάβει το ρόλο του/της ομιλητή/ριας και ο/η άλλος/η θα πρέπει να παίξει τον ρόλο του/της ακροατή/ριας.

Βήμα 2. Ο/Η ομιλητής/ρια θα πρέπει να επιλέξει μία κάρτα με ένα γεωμετρικό σχέδιο και ο/η ακροατής/ρια δεν θα πρέπει να δει το επιλεγμένο σχέδιο.

Βήμα 3. Για πέντε έως δέκα λεπτά, ο/η ομιλητής/ρια περιγράφει το γεωμετρικό σχέδιο και ο/η ακροατής/ρια προσπαθεί να αποδώσει αυτή την περιγραφή σε ένα σχέδιο χωρίς όμως να κοιτάξει την εικόνα.

Βήμα 4. Τα μέλη του ζεύγους αλλάζουν ρόλους και επαναλαμβάνουν τα Βήματα 2 και 3.

Βήμα 5. Τα μέλη του ζεύγους παρουσιάζουν τα αποτελέσματα ο/η ένας/μία στον/στην άλλο/η και συζητούν τις ακόλουθες ερωτήσεις:

Για τους/τις ομιλητές/ριες:

1. Ποια βήματα ακολουθήσατε για να βεβαιωθείτε ότι οι οδηγίες σας ήταν σαφείς; Πώς θα μπορούσαν αυτά να εφαρμοστούν σε αλληλεπιδράσεις της πραγματικής ζωής;
2. Μερικές φορές οι λέξεις που έχουμε πει δεν ερμηνεύονται όπως τις εννοούμε. Ενώ μιλάτε, τι θα μπορούσατε να κάνετε για να μειώσετε πιθανές παρανοήσεις σε διαλόγους της πραγματικής ζωής;

Για τους/τις ακροατές/ριες:

1. Τι σας βοήθησε περισσότερο από τις οδηγίες που σας έδωσε ο/η συνεργάτης/ιδά σας;
2. Πώς θα μπορούσε το σχέδιό σας να έχει εξελιχθεί διαφορετικά αν είχατε επικοινωνήσει με τον/την συνεργάτη/ιδά σας;



Άσκηση 3: Αναπτύσσοντας μία κατ' οίκον επιχείρηση, κατάλληλη για μονογονείς

Υλικοτεχνικός εξοπλισμός: στίλο, μολύβια, φύλλα χαρτιού, Η/Υ, πρόσβαση στο διαδίκτυο.

Χρόνος: 60 λεπτά.

Περιγραφή:

Βήμα 1. Σκεφτείτε ιδέες για μία επιχείρηση με έδρα το σπίτι που θα μπορούσε να ανοίξει ένας μονογονέας. Χρησιμοποιήστε όλους τους πόρους που διαθέτετε – κινητά τηλέφωνα, υπολογιστές κτλ. επιλέξτε μία ιδέα που θα θέλατε να επεξεργαστείτε περαιτέρω.

Βήμα 2. Πραγματοποιήστε μία ανάλυση SWOT της επιχειρηματικής σας ιδέας συμπληρώνοντας τον παρακάτω πίνακα. Λάβετε υπόψη ότι τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία προέρχονται από ενδογενείς παράγοντες και μπορούν να ελεγχθούν. Αντίθετα, οι ευκαιρίες και οι απειλές προέρχονται από εξωγενείς παράγοντες και δεν μπορούν να ελεγχθούν. Βέβαια, ισχύουν για όλες τις επιχειρηματικές ιδέες και όχι μόνο για μία συγκεκριμένη ιδέα.

Επίσης, θα πρέπει να γνωρίζετε ότι υπάρχουν διάφορες στρατηγικές για την ερμηνεία της SWOT ανάλυσης. Για παράδειγμα, χρησιμοποιώντας τα δυνατά σημεία της επιχείρησης μπορούν να μειωθούν οι πιθανές απειλές και να αξιοποιηθούν ευκαιρίες. Παράλληλα, αξιοποιώντας τις ευκαιρίες μπορεί κανείς να μειώσει τα αδύνατα σημεία της επιχείρησής του/της.

Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία



Ευκαιρίες	Απειλές



Βήμα 3.1. Καταρτίστε ένα απλό σχέδιο μάρκετινγκ χρησιμοποιώντας το προτεινόμενο πρότυπο και απαντώντας σε ορισμένες απλές ερωτήσεις.

Σχέδιο μάρκετινγκ	
<p>Συνθέστε ένα λεπτομερές προφίλ του ιδανικού πελάτη της επιχείρησής σας (θα σας βοηθήσει να εξοικονομήσετε χρόνο και χρήμα) – ποιος είναι ο πελάτης σας (φύλο, ηλικία, επάγγελμα κτλ.), πώς και γιατί αγοράζει.</p>	
<p>Περιγράψτε πώς θα προωθήσετε την επιχείρησή σας με διάφορα εργαλεία και κανάλια επικοινωνίας (πώς θα προσεγγίσετε τους πελάτες σας)</p>	



Βήμα 3.2. Πραγματοποιήστε έρευνα αγοράς της επιχειρηματικής ιδέας που επιλέξατε με σαφή και περιεκτικό τρόπο, αφού πρώτα προσδιορίσετε αυτά που ήδη γνωρίζετε, τι χρειάζεται να μάθετε και ποια αποδεικτικά στοιχεία χρειάζεστε για να υποστηρίξετε τα ευρήματα της έρευνάς σας. Μετά σκεφτείτε τους τρόπους με τους οποίους μπορείτε να προσεγγίσετε τους πελάτες.

Η έρευνα θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- Ανάλυση πελατών
- Προφίλ ανταγωνιστών
- Ανάλυση προμηθευτών

α) Ανάλυση πελατών

Σύντομη περιγραφή του πελάτη σας

Οι ανάγκες του πελάτη σας

Ποιος είναι ο πελάτης σας;

Είναι άντρας ή γυναίκα; Πόσων χρονών είναι κατά πάσα πιθανότητα; Ποιο είναι το επάγγελμά του/της;

Με τι ασχολείται;

Εάν πουλάτε την/το υπηρεσία/προϊόν σας σε ιδιώτες – αξίζει να μάθετε ποια είναι τα ενδιαφέροντά τους και το επάγγελμα που ασκούν.



<p>Εάν πουλάτε την/το υπηρεσία/προϊόν σας σε επιχειρήσεις – είναι χρήσιμο να γνωρίζετε τι στόχους προσπαθεί να πετύχει η επιχείρησή τους.</p>	
<p>Γιατί αγοράζει από τη δική σας επιχείρηση;</p> <p>Αν κατανοήσετε γιατί ο πελάτης σας αγοράζει μία/ένα συγκεκριμένη/ο υπηρεσία/προϊόν από την επιχείρησή σας, τότε μπορείτε να ταιριάζετε τις ανάγκες του με αυτό που του προσφέρετε.</p>	
<p>Πότε πραγματοποιεί αγορές;</p> <p>Αν μάθετε ποια είναι η καλύτερη δυνατή στιγμή για να προσεγγίσετε τον πελάτη σας, τότε θα αυξήσετε τις πιθανότητες να κάνετε μία επιπλέον πώληση.</p>	
<p>Πώς προτιμά να πραγματοποιεί αγορές;</p> <p>Δια ζώσης, διαδικτυακά κτλ.</p>	
<p>Πόσα χρήματα διαθέτει;</p> <p>Αν γνωρίζετε πόσα χρήματα πρέπει να δαπανήσει ο πελάτης σας, αυτό συνεπάγεται ότι μπορείτε να ταιριάζετε αυτό που πουλάτε με την οικονομική του ευχέρεια.</p>	
<p>Τι κάνει τον πελάτη να αισθάνεται καλά, όταν πραγματοποιεί αγορές από την επιχείρησή σας;</p> <p>Η καλή εξυπηρέτηση πελατών; Η γρήγορη εξυπηρέτηση;</p>	
<p>Τι προσδοκίες έχει ο πελάτης από την επιχείρησή σας;</p>	



Η ικανοποίηση ή η υπέρβαση των προσδοκιών του πελάτη, εξασφαλίζει την επανάληψη της επιχειρηματικής σας δραστηριότητας.

β) Προφίλ ανταγωνιστών

Πραγματοποιήστε μία έρευνα σχετικά με τους πιθανούς ανταγωνιστές που ενδέχεται να αντιμετωπίσει η επιχείρησή σας. Χρησιμοποιήστε όλους τους πόρους που έχετε στη διάθεσή σας, π.χ. κινητά τηλέφωνα, υπολογιστές κλπ. Γράψτε λίγα πράγματα για 2-3 ανταγωνιστές της επιχείρησής σας και στη συνέχεια, παρουσιάστε μία σύντομη περίληψη που θα αναφέρεται γενικά στις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις.

Ανταγωνιστής 1	
Όνομα και διεύθυνση email & ιστοσελίδα:	
Προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρει:	
Τιμές που χρεώνει:	
Τρόποι προώθησης:	
Πλεονεκτήματα της τοποθεσίας:	
Γενικά δυνατά/αδύνατα σημεία, ατμόσφαιρα, εξυπηρέτηση πελατών, ποιότητα κτλ.:	
Σύνοψη της ανάλυσης ανταγωνιστή:	



Ανταγωνιστής 2

Όνομα και διεύθυνση email & ιστοσελίδα:	
Προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρει:	
Τιμές που χρεώνει:	
Τρόποι προώθησης:	
Πλεονεκτήματα της τοποθεσίας:	
Γενικά δυνατά/αδύνατα σημεία, ατμόσφαιρα, εξυπηρέτηση πελατών, ποιότητα κτλ.:	
Σύνοψη της ανάλυσης ανταγωνιστή:	

Ανταγωνιστής 3

Όνομα και διεύθυνση email & ιστοσελίδα:	
Προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρει:	
Τιμές που χρεώνει:	
Τρόποι προώθησης:	



Πλεονεκτήματα της τοποθεσίας:	
Γενικά δυνατά/αδύνατα σημεία, ατμόσφαιρα, εξυπηρέτηση πελατών, ποιότητα κτλ.:	
Σύνοψη της ανάλυσης ανταγωνιστή:	



γ) Ανάλυση προμηθευτών

Πραγματοποιήστε μία έρευνα σχετικά με πιθανούς προμηθευτές για την επιχείρησή που επιλέξατε. Θα χρειαστεί να δώσετε ονόματα ή διευθύνσεις των προμηθευτών σας, καθώς και τους λόγους για τους οποίους τους έχετε επιλέξει. Γράψτε λίγα πράγματα για 2-3 προμηθευτές.

Όνομα και διεύθυνση του προμηθευτή [Συμπληρώστε το e-mail ή/και το website του, εφόσον υπάρχει.]	Για ποιους λόγους τον έχετε επιλέξει; [Τι Χαρακτηριστικά και Οφέλη προσφέρει στην επιχείρησή σας;]

δ) Μάρκετινγκ

Περιγράψτε πώς θα προωθήσετε την επιχείρησή σας με διάφορα εργαλεία και κανάλια επικοινωνίας (πώς θα προσεγγίσετε τους πελάτες σας)	
---	--



Βήμα 4. Καταρτίστε ένα απλό σχέδιο δράσης – τι βήματα χρειάζεται να γίνουν και μέχρι πότε, συμπεριλαμβάνοντας επίσης τους οικονομικούς πόρους που απαιτούνται για κάθε βήμα.

Σχέδιο Δράσης		
Λίστα με όσα πρέπει να γίνουν	Μέχρι πότε	Απαιτούμενοι οικονομικοί πόροι

