



ACE Youth

Arts and Creative Entrepreneurship

IO2 ACE Youth

Учебни материали

Педагогически съвети за млади
ментори в творческия сектор



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

2020-3-TR01-KA205-097137

Резюме

До 2020 г. секторите на културата и творчеството се характеризират с растеж и генерират работни места във всички сфери, най-вече за младите хора, като същевременно укрепват социалното приобщаване и сближаването на общностите. Творческият сектор стимулира иновациите, като действа като катализатор на промените и стимулира изобретенията и напредъка в разнообразния културен и икономически пейзаж. Творческите сектори не само са основен двигател на културното многообразие в Европа, но и включват изключително иновативни компании и се считат за един от най-динамичните сектори в Европа.

Въпреки това, заедно с туризма, именно културните и творческите сектори бяха най-силно засегнати от кризата с Ковид-19. Творческите професии и занаяти, свързани с местата за провеждане на концерти (като сценични изкуства, музика на живо, фестивали, кино и т.н.), бяха най-тежко засегнати от мерките за социално отдалечаване. Рязкото намаляване на приходите изложи на риск финансовата им устойчивост и доведе до съкращения с отражение върху цялата система за създаване на пазарна стойност на техните доставчици, както от творческия, така и от нетворческия сектор.

Проектът Ace Youth ще подпомогне този сектор, който е най-изложен на риск, като изгради и сподели мерки и материали за предлагане на предприемачески компетенции и обучение за устойчивост за най-засегнатите амбициозни млади хора.

Наставничеството може да изиграе своята роля в подкрепа на начинаещите млади предприемачи и ние предлагаме в материалите на проекта да бъде включено наставничество между поколенията. Широко разпространено е и мнението, че в цяла Европа липсват съгласувани инициативи за обучение по предприемачество, насочени към конкретна целева група, и сега е идеалният момент да се съчетае обучението по предприемачество с обучението по устойчивост за младите хора в културния и творческия сектор.

Проектът е разделен на три основни части:

IO1 ACE Youth - учебна програма за предприемачество в творческия сектор

IO2 ACE Youth - Насоки за ментори в творческия и креативен сектор

IO3 ACE Youth - MOOC платформа

Освен видимите резултати, основен резултат ще бъде нов модел на сътрудничество между заинтересованите страни във всички страни партньори и света на бизнеса. Друга основна цел на проекта ACE Youth е да премахне пречките пред предприемачеството и започването на бизнес в културния и творческия сектор. Подкрепяйки предприемчивите млади хора от всякакво ниво да проучат достатъчно рано възможностите да станат предприемачи, можем да се стремим да гарантираме, че тази конкретна възможност има същата тежест като работата за изграждане на професионална кариера, която може дори да не съществува в близко бъдеще.

Младите хора ще бъдат крайните бенефициенти на проекта, които ще се възползват от наставничеството и обучителните материали, както и от взаимодействието с други хора, изправени пред същите предизвикателства, свързани с превръщането на "това, което обичаш да правиш" в значимо предприемаческо начинание. Потребностите на младежките лидери също са задоволени и те ще имат достъп до нови методи за подпомагане на младите хора да разгърнат пълния си творчески потенциал.

Стремим се също така да насърчим по-благоприятно отношение към творческото предприемачество от гледна точка на обществеността. Ключът към това е да се намали стигмата на неуспеха сред предприемачите и да се популяризират предприемаческите умения като ценни житейски умения. Изследванията и иновациите са в основата на концепцията на проекта и ние сме наясно, че тенденциите се променят, а това, което се е смятало за вярно само преди няколко години, вече не е валидно. За да бъдем наистина иновативни, трябва да уловим актуалните тенденции, особено в сегашния климат на Covid -19, и да гарантираме, че младите бенефициенти на проекта ще получат смислено обучение, полезни съвети и насоки за творчество.

Учебните материали ACE YOUTH за творческия сектор и млади ментори е насочен конкретно към настоящи собственици на предприятия, които играят съществена роля в подпомагането на начинаещи предприемачи при стартирането на собствен бизнес. Чрез модела на потапяне и наставничество на младите хора ще бъде предоставена краткосрочна възможност да се запознаят отблизо със собствениците на малки предприятия, с ежедневните предизвикателства при управлението на бизнес, с многобройните необходими умения и с различните роли, които опитните предприемачи трябва да изпълняват ежедневно. Те ще могат да използват материалите, за да извлекат най-доброто от младите предприемачи и да внесат предимство между поколенията в техния бизнес.

Материалите за наставници от творческия сектор и млади ментори и други помощни материали също ще помогнат на наставяваните да идентифицират личните и междуличностните умения, които може да са им необходими, за да разберат живота на предприемача, както и възможността да получат реална представа за света на творческата индустрия.

Екип на проекта

Община на град Тося- Турция

Асоциация "Submeet - incontrarsi per crescere" – Италия

Vita Education - Великобритания

VsI Ziniu kodas – Литва

Teach Solais – Ирландия

Дружество Знание – България

Академия Postal 3 Vigo S.L. – Испания



Учебни материали за творческия сектор и млади ментори - модули и съдържание

Резюме	1
Част 1 - Методи за наставничество	5
Част 2 - Творчески решения за съвременни проблеми	16
Част 3 - Свързаност за общността и бизнеса	26
Част 4 - Планиране за устойчивост	32
Част 5 - Маркетинг на наставничеството	40
Част 6 - Практическо потапяне и модел на наставничество	45
Заклучение	54



Часть 1 - Менторство и методы



Менторът и професионални граници

Поставянето на граници като ментор е от съществено значение. Границите в ролята на наставник са онези явни и скрити начини, по които се уверявате, че сте етични, безопасни и подходящи и които ви позволяват да останете в рамките на ролята на наставник. Освен това границите са нещо, което моделирате като наставник, и следователно са нещо повече от правила, насоки и ограничения, които поставяте между себе си и наставявания. Те са както поведенчески, така и процедурни.

Управлението на граници е отговорност на ментора!

Ето някои насоки, които можете да вземете предвид, когато определяте границите си:

- Можете ли да определите цели за вашите менторски взаимоотношения?
- Предоставяйте личните си контакти, само ако се чувствате комфортно да разкривате тази информация.
- Въздържайте се да давате пари назаем или да купувате нещо скъпо за вашия наставяван.
- Установете основни правила с вашия наставяван. Запазете поверителността.
- Съобразявайте се с финансовите и екологичните ограничения на наставявания, както и с неговия религиозен и културен произход.
- Можете ли да се споразумеете за подходящ начин за прекратяване на връзката ви?

За да бъде успешен процесът на наставничество, трябва да се установи доверителна връзка, което понякога води до размиване на границите. Тук споделяме някои от най-често срещаните грешки, допускани от наставниците:

#1: Изграждане на едностранна връзка: Всяка връзка между наставник и наставяван трябва да бъде взаимна. Наставяваните трябва да се чувстват подкрепяни и да контролират своите лични и професионални цели.

#2: Липса на определяне на ангажимента: Освен определянето на крайните цели, наставниците и наставяваните трябва да определят как ще изглежда ангажиментът. И двете страни трябва да определят ясни очаквания за броя на срещите, продължителността на всяка сесия, дали взаимоотношенията са с фиксирана продължителност и т.н.

#3: Липса на поставени цели: Както при всяко начинание и бизнес стратегия, и наставникът, и наставляваният трябва да съгласуват възприятията си за личен и професионален успех. След като поставят основите, те трябва да определят целите на своето сътрудничество.

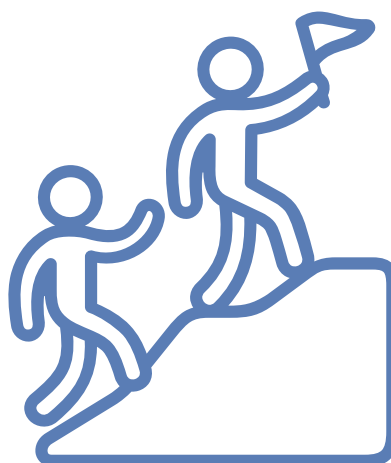
#4: Да критикувате, вместо да градите: Важно е наставникът да не влиза в ролята на критик и съдия. Неговата роля е да дава обратна връзка само за областта, която двамата предварително са се съгласили да развият.

#5: Липса на гъвкавост: Въпреки че ролите на наставника и наставлявания са договорени в началото, все пак е важно да се помни, че хората са уникални. Всеки наставник носи различен енергиен заряд и внася различен привкус в отношенията си с наставлявания.

#6: Загуба на доверието: За да се гарантира успехът, отношенията между наставника и наставлявания трябва да бъдат изградени на основата на доверие. Нарушаването на доверието ще доведе до липса на мотивация и регресия. Ето защо всеки наставник трябва съзнателно да подхранва доверието във връзката.

Източници:

- <https://www.tenthousandcoffees.com/blog/top-10-mentoring-mistakes-to-avoid>
- <https://scottishmentoringnetwork.co.uk/assets/downloads/resources/AimhigherSuffolkMentorHandbook.pdf>
- <https://www.amandadudman.co.uk/blog/2018/10/22/mentoring-a-to-z-series-blog-managing-boundaries>



Структурирано менторство

Преди това и в следващите модули ще разгледаме характеристиките на наставничеството, различните видове наставници, границите, методите за оценка и в какви условия може да се прилага. В този модул ще разгледаме характеристиките на структурираното наставничество. За да направим това, първо трябва да направим разграничение между структурирано и неструктурирано менторство.

Неструктурирано менторство

Неструктурираното менторство има неструктурирани характеристики. Понякога организациите искат да прилагат неформално наставничество, за да повишат ангажираността и да подобрят личните взаимоотношения и работата в мрежа, а не като цел за обучение и развитие. Неструктурираното менторство няма строги насоки относно двойките ментор-наставяван. Наставниците и наставяваните сами определят своето темпо и своите цели.

Неструктурираните програми за наставничество предлагат и някои предимства; липсата на структура, график, дневен ред или цели дава възможност за по-голяма гъвкавост. Тя е много по-органична и естествена, а участниците се чувстват така, сякаш програмата е единствено в тяхна полза, а не в полза на компанията.

Един от недостатъците на неструктурираното наставничество е, че проследяването на напредъка е възможно почти само при наличието на структура. Също така е безсмислено да се провежда програма за наставничество, без да се оценява нейното въздействие. Вашата организация ще се нуждае от подкрепата на структурирана програма, за да проследи въздействието на инициативата за наставничество, да установи какво работи или не работи и да гарантира, че целите на настоящата и бъдещите програми за наставничество са постигнати.

Структурирано менторство

Структурираното менторство е активен начин, по който наставяваният чете, гледа или слуша, за да научи повече за целите на развитието, които се опитва да постигне, и след това работи заедно с ментора си, за да приложи тези теории в реални ситуации. Наставниците и наставяваните се подбират по определени критерии. Те са информирани за границите и са обучени за целите и очакванията на програмата.

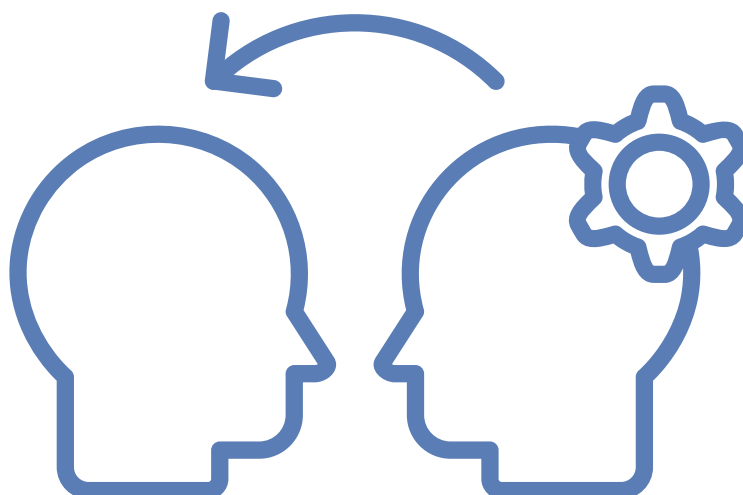
Менторите и наставляваните могат да следват тези насоки и да се включат в насоката на целта на менторската програма. Този тип е една от най-използваните програми за корпоративно наставничество на работното място.

Структурираното наставничество може да бъде индивидуално или в рамките на малка група и да продължи с всякаква продължителност - от няколко седмици до няколко месеца или повече. По време на този процес двойката може да проследява напредъка и да отчита растежа на наставлявания през определени интервали от време.

За разлика от неструктурираните програми, които възприемат подход на свободно падане на наставничеството, структурираните програми за наставничество обръщат повече внимание на това да се гарантира, че ценностите и ползите от наставничеството са добре разбрани чрез сесии за повишаване на информираността за наставничеството. Това ще бъде от полза и за двамата ви!

Източници:

- [Structured Mentorship, Close to the Gap Foundation - Structured Mentorship | Close the Gap Foundation](#)
- [Structured vs Unstructured Mentoring? Now that is the question, Mowgli Mentoring organisation - Structured vs Unstructured Mentoring? Now that is the question | by Mowgli Mentoring | Medium](#)
- [Mentor Toolkit, The Ohio State University](#)



Типове менторство

Преди да говорим за моделите на менторство, нека да споменем отличителните характеристики на ментора. Наставникът е доверен съветник, който предлага подкрепа на някого, който се нуждае от нея (наричан още "наставляван").

Всяко менторско взаимоотношение е различно - някои продължават с години, а други - с една среща на кафе. Дългосрочната връзка може да включва планирана програма за наставничество. Краткосрочната връзка може да включва подпомагане на наставлявания да се справи с конкретен проблем.

Всички видове наставничество са свързани с обединяването на хора с цел създаване на взаимноизгодни отношения, в които те могат да се учат и развиват. Организациите могат да използват наставничеството за различни цели, като избират различни видове програми за постигане на множество цели.



В този модул ще ви представим няколко вида менторство, от които може да се вдъхновите:

- **Индивидуално менторство:** Най-популярният и познат вид наставничество е този, при който един опитен наставник си сътрудничи с един младши наставляван, за да постигне определена цел.
- **Обратно менторство:** При този вид наставничество ролите се разменят и младшият експерт става наставник на по-старшия.
- **Менторство в група:** Този вид наставничество се наблюдава, когато няколко наставлявани се свързват с един наставник. Това е добър подход за краткосрочно (ситуационно) наставничество.
- **Менторство между колеги:** Понякога при груповото наставничество ролята на наставника се оказва излишна. Събралите се експерти могат да си помагат взаимно чрез партньорско сътрудничество, споделяне на прозрения, опит и нагласи.

Видове ментори

Съществуват много различни видове наставници и менторски сесии, всяка от които има свой собствен набор от умения и методи. В този раздел ще разгледаме трите основни вида наставници: кариерни наставници, ментори на колеги и житейски наставници - всички те са потенциално полезни за вас.

- **Кариерните наставници служат като кариерен съветник и застъпник. Те напътстват наставляваните по отношение на кариерните им цели и им помагат в кариерните преходи. Кариерните наставници обикновено са по-старши от своите наставлявани в същата компания, но могат да работят и другаде.**
- **Менторът обикновено предлага обучение на работното място за новите служители в своята компания. Целта е да се помогне на наставляваните да се установят на новото работно място и да се ускори кривата на обучение. Наставниците на колеги се фокусират върху представянето на работни процедури и умения за работа и предлагат ресурси за работа.**
- **Житейският ментор използва собствения си минал опит, за да насърчава и подкрепя своя наставляван.**

Един от най-добрите начини да откриете наставника в себе си е да проучите наставничеството, което сте получавали преди. То може да е било еднократна намеса или дългосрочна връзка; може да е било официално или неофициално. Когато обаче сте били "докоснати" от ментор, вие го знаете.

Източници:

- Why the Power of Mentoring can Change the World <https://www.youtube.com/watch?v=u4kTlK5mUHc>
- Why Leadership and Mentorship Does Not Need to Fail Us <https://www.youtube.com/watch?v=mibnG8XeHLU&t=4s>
- Seven types of mentors <https://www.youtube.com/watch?v=2NWVCNMbGzI>
- The five types of mentors you need in your life <https://ideas.ted.com/the-5-types-of-mentors-you-need-in-your-life/>

Инструменти за подкрепа на менторството

Независимо дали връзката ви с наставника продължава няколко месеца, година или повече, от решаващо значение е да разберете различните етапи, през които ще премине. Те включват цел, ангажираност, растеж и завършване.

В този модул ще се съсредоточим върху последната фаза, в която се измерва въздействието на процеса на наставничество - и можете да размишлявате върху опита си с менторството.

Последният етап на наставничеството е фазата на завършване. Тя настъпва, когато наставляваният успешно е постигнал целите си с помощта на своя наставник и взаимоотношенията естествено приключват.

Основните показатели на този етап са:

- **Постигане на целите, поставени в началото на наставничеството**
- **Приключване в добри отношения, като и наставникът, и наставляваният се чувстват удовлетворени от опита**
- **Усещане за достатъчна увереност, за да продължите да напредвате без напътствията на наставника.**
- **Предаване на придобитите умения и знания на други колеги или подчинени**

От съществено значение е и наставникът, и наставляваният да почувстват, че в края на наставничеството се приключва. Независимо дали това се постига чрез празнуване на успехите или чрез обсъждане, и двете страни трябва да чувстват, че са спечелили нещо от опита си и са готови да продължат напред.

Успешните програми за наставничество трябва да се проследяват, измерват и оценяват на три височини:

- **програмата**
- **менторската връзка**
- **индивида**

Инструменти за подкрепа на менторството

За да бъдете ефективни, трябва да имате възможност да събирате показатели и обратна връзка през целия жизнен цикъл на програмата.

Измервайте наставничеството на три нива - индивидуално обучение, състояние на програмата и активност на наставническата връзка.

На **ниво програма**, изградете метрики около определени бизнес цели.

За **връзките с наставници** искате да разберете поведението на наставниците, за да идентифицирате пречките и възможностите.

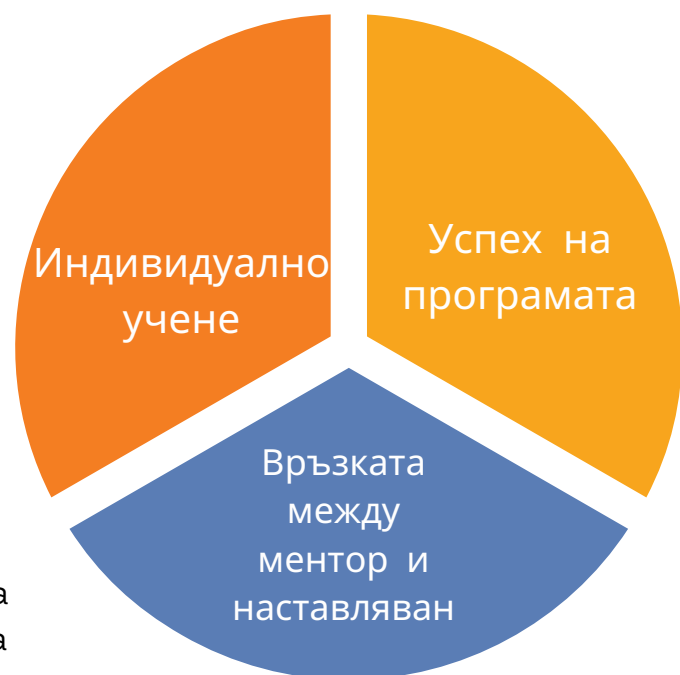
Обичайните въпроси, които ще искате да зададете, са:

- **Дали срокът за наставничество е твърде дълъг, твърде кратък или точно толкова, колкото е необходимо?**
- **Дали наставничеството се развива продуктивно или изостава?**
- **Използват ли участниците ресурсите на съдържанието, които сте предоставили?**

За **участниците**, искате да разберете въздействието на наставничеството по отношение на резултатите, като същевременно получите обратна връзка за програмата. Един от най-лесните начини за получаване на резултати и обратна връзка е чрез анкети.

Попитайте участниците и заинтересованите страни доколко програмата за наставничество е постигнала своите цели и целите на организацията.

Също така ги попитайте за техните идеи за подобряване на програмата.



Условия за наставничество

Този модул има за цел да подпомогне новите ментори със съвети за по-ефективно организиране на процеса. Процесът на наставничество невинаги е лесен, затова тук ще намерите някои идеи, които да ви помогнат да започнете и да подкрепите наставявания.

В края на този модул ще сте наясно с правилата, които трябва да спазвате, за да създадете ефективно менторско взаимоотношение.

#1: Задавайте въпроси: Една от основните задачи на наставника е да задава въпроси. Задавайки въпроси, вие насочвате наставявания към търсене на отговори и смисъл. По този начин можете да помогнете за откриването на правилната посока по пътя към самореализация. Важно е да не забравяте да научите наставяваното лице да задава въпроси самостоятелно, за да формирате у него нагласа за себедоказване и развитие.

#2: Споделяйте идеи: Взаимоотношенията с наставниците се основават на уважение и признателност и затова е типично за всеки наставяван да търси съвети и обратна връзка от своя наставник. Затова не се притеснявайте да споделяте идеи, когато наставяваният ви ги поиска. Процесът на генериране на идеи в партньорство и изслушването на идеите на другите ви позволява да изтъкнете правилното решение на конкретната ситуация.

#3: Разказвайте истории: Не подценявайте силата на разказването на истории. Сподейки история от професионалния/личния си живот, вие установявате връзка с наставявания и създавате атмосфера на съпричастност и споделяне. Не се страхувайте да споделяте истории за своите неуспехи; това е пример, че пътят не е лесен, но и че всеки неуспех води до нови знания.

#4 Изслушвайте със съпричастност: Понякога основната роля на наставника е да изслушва. Това не означава, че изключваме споделянето и задаването на въпроси. Това означава, че трябва да слушате с разбиране и да осъзнавате моментите, в които трябва да се отдръпнете от водещата роля и просто да слушате. Опитайте се да разберете аргументите, дилемите и несигурността на наставявания. Това ще ви даде информация и насока какви въпроси да зададете, за да ги насочите към откриване на правилната посока.

#5 Окуражавайте: Основата на наставническите взаимоотношения е подобният път, избран от наставлявания и вече следван от наставника. Важно е обаче наставникът да не се подведе и да не започне да споделя готови решения от своя опит. Това означава, че трябва да осигурите насърчение и отношения, в които наставляваният се чувства свободен да задава въпроси, да споделя идеи и конфликти и да търси по-добри решения на конкретни ситуации.

#6: Представяне: Понякога причината, поради която сте избрани за наставник, е вашата мрежа. Ако се чувствате комфортно да споделите контактите си и да въведете наставлявания в областта, хубаво е да зададете ясни инструкции и изисквания, за да определите границите на взаимоотношенията.

Не забравяйте: Това не е част от задължителните ви като ментор!

Взаимоотношенията с наставниците могат да бъдат полезни и поучителни.

Тези съвети ще ви позволят да създадете ефективна и положителна среда, в която да се развивате като наставник.

Източници:

- 7 Tips About How to Mentor Someone: <https://www.td.org/insights/7-tips-about-how-to-mentor-someone>
- How to Be an Amazing Mentor in 10 Ways, according to HubSpot Managers: <https://blog.hubspot.com/marketing/mentor-tips-positive-impact>
- Creating the right environment for mentoring and coaching: <https://www.amandadudman.co.uk/blog/2015/7/3/creating-the-right-environment-for-mentoring-and-coaching>

Част 2 - Творчески решения на съвременни проблеми



Откриване на възможности

Откриването на възможности е отличен инструмент за развитие на бизнеса. Това означава да наблюдавате и да се вслушвате в потенциалните клиенти. Докато се насочвате към потенциалните клиенти - трябва да се вземат предвид техните нужди, желания, предизвикателства и разочарования. Както и тяхното минало, култура и дори травми могат да изиграят значителна роля в процеса на удовлетворяване на потребностите. Колкото повече знаете за начина на живот на вашите клиенти, толкова по-добре сте в състояние да ги разберете и да им дадете това, което наистина искат. Това е силно послание, което трябва да бъде отправено към всеки млад предприемач - и вие можете да го подкрепите!

Да умееш да откриваш възможности означава да използваш въображението и способностите си, за да идентифицираш възможностите за създаване на стойност.

Идентифицирайте трудностите и се отървете от тях:

Идентифицирайте системите, които са ненужно сложни или които разчитат твърде много на бюрократични процедури, и ги опростете.

Насочете се към неудовлетворените нужди:

Помислете къде клиентите и потребителите са недоволни от дадено решение. Пример: Превръщане на стар ван за доставки в камион за гурме храна, за да се запълни празнината в селски район.

Открийте неефективността и я коригирайте:

Наблюдението на това кога и къде услугите са неподходящи е отличен начин да се открие възможност с голям потенциал. Например: повишаване на ефективността на паркирането.

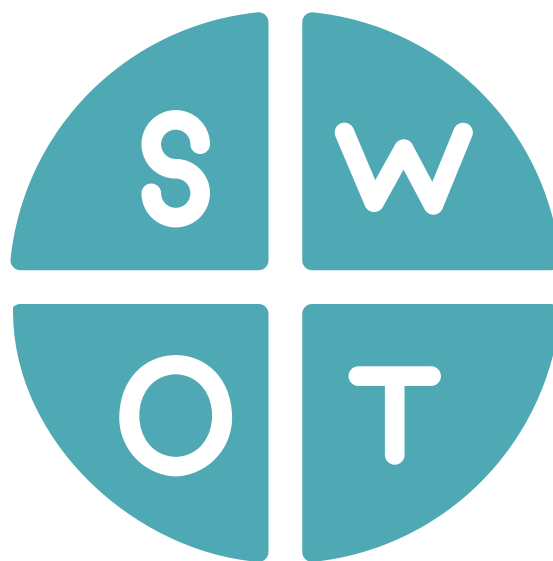


SWOT Анализ

SWOT анализът е метод за идентифициране и анализиране на вътрешните силни и слаби страни и външните възможности и заплахи, които определят настоящите и бъдещите операции и помагат за разработването на стратегически цели. Това е основен инструмент за всички млади предприемачи и като ментор можете да помогнете за развитието на този подход.

Пример за въпроси, които могат да бъдат зададени за вашите силни страни:

- Какви предимства имате в екипа си? (знания, образование, мрежа, умения и репутация)
- С какви физически активи разполагате (клиенти, оборудване, технологии, парични средства и патенти)?
- Какво е вашето конкурентно предимство?
- Кой са най-положителните атрибути на вашата марка?
- С какви ресурси разполагате, с които вашите конкуренти не разполагат?



Пример за въпроси, които могат да бъдат зададени за вашите слаби страни:

- От какво се нуждае нашата компания, за да бъде конкурентоспособна?
- Какво трябва да се подобри в нашата компания?
- Какви са пропуските в нашия екип?
- Благоприятно ли е местоположението ни за нашия успех?
- Какво задържа вашата компания или проект?
- Кой са най-негативните характеристики на вашата марка?
- С какви ресурси разполагат вашите конкуренти, с които вие не разполагате?

Силните (S) и слабите (W) страни са вътрешни фактори, върху които имате известен контрол.

Примерни въпроси, които могат да бъдат зададени за вашите възможности:

Разраства ли се пазарът, на който работим? Има ли актуални тенденции, които ще накарат хората да купуват нашите продукти?

Има ли събития, които биха могли да бъдат от полза за развитието на бизнеса ви?

Има ли някакви регулаторни промени, които биха били от полза за вашия бизнес?

Какво мислят клиентите за вашата компания?



Възможностите (О) и заплахите (З) са външни фактори, върху които по същество нямате контрол.

Примери за въпроси, които могат да бъдат зададени за вашите заплахи:

Имате ли потенциални конкуренти?

Ще могат ли доставчиците все още да осигуряват необходимите ви суровини на необходимите ви цени?

Може ли бъдещото развитие на технологиите да промени начина, по който извършвате дейността си?

Променя ли се поведението на потребителите по начин, който би могъл да има отрицателно въздействие върху вашия бизнес?

Има ли пазарни тенденции, които биха могли да се превърнат в заплаха?

"Петте сили на Портър"

Петте сили на Портър е рамка, която може да помогне на вас и наставлявания да анализирате нивото на конкуренция на даден пазар. Накратко казано, състоянието на конкуренцията зависи от пет основни сили:

Заплахата от нови участници на пазара

Новите участници са нови компании, които потенциално могат да навлязат на пазара и да застрашат традиционните участници.

Колкото повече са бариерите пред навлизането, толкова по-малка е заплахата.

Сила на договаряне на доставчиците

Имат ли доставчиците право да налагат своите условия при преговорите? Силата на доставчиците може да повлияе на цените и следователно на рентабилността на дружеството.

Ето някои елементи, които трябва да се вземат предвид на това ниво:

- брой и размер на доставчиците
- степента на недостиг на продуктите, продавани от доставчиците
- разходите за смяна на доставчиците.

Сила на договаряне на купувачите

Имат ли те възможност да влияят върху цените, прилагани от дружеството, и върху другите условия на продажбата?

На ниво клиенти е необходимо да се проучи по-специално:

Броят на клиентите и съответната им тежест в бизнеса, размерът на клиентите и тяхното местоположение.

Заплахата от заместващи продукти или услуги

Вероятно на пазара ще навлязат нови продукти или услуги, които ще представляват алтернатива на съществуващото предлагане.

Колкото по-голяма е стойността, предлагана от заместващия продукт в сравнение със съществуващата оферта, толкова по-вероятно е клиентите да го купят и следователно толкова по-висок е рискът за дружеството.

Съществуващо съперничество в отрасъла

Настоящата конкуренция е на пазара, който се определя от броя на съществуващите конкуренти и от това какво може да прави всеки конкурент.

Тези въпроси ще ви помогнат да стимулирате работния поток:

- Броят на конкурентите на пазара?
- Размерът и разнообразието на конкурентите?
- Степента на диференциация на конкурентите?
- Растежът на пазара?

SCAMPER

Това е творческа дейност за мозъчна атака, която дава възможност на вас и наставляваното лице да разгледате продукти и услуги и да разгледате концепция, идея, проблем или ситуация от различни гледни точки.

Съвместна работа

Използвайте основния принцип **SCAMPER** и започнете от това, което вече съществува, и се стремете да го промените; да разгледате нов елемент с добавена стойност. За да се създаде нещо оригинално, не е задължително то да е нещо ново, но творчеството може да се развие от промени или комбинации на съществуващи идеи.

SCAMPER означава:

Заместник: Заменете една част от наблюдавания обект с друга.

Комбинирайте: Съединяване на няколко елемента, за да се образува един.

Адаптиране: Адаптиране на съществуващ продукт, услуга или решение към ново приложение.

Модифициране: Промяна на функция.

Да се използва по друг начин:
Използване в друго приложение.

Елиминирание: Размислете какво може да се премахне.

Обърнете: Променете реда на нещата.



PESTLE

PESTLE анализът е рамка или инструмент, който можете да използвате, за да анализирате и наблюдавате факторите на макросредата, които могат да окажат силно въздействие върху дейността на вашата организация.

Съвместна работа

Това е отличен метод за предизвикване на дискусия между вас и наставляваното лице и отразява текущото състояние на нещата, демографските и обществените промени.

Политически фактори:

- Всички правителствени решения (фискална политика, външна търговия и др.)
- Стабилността на политическата система, управляващите партии и техните ориентации, както и потенциалните промени, които могат да настъпят при следващите избори
- Данъчно облагане и социална защита,
- външнотърговската политика,
- схеми за помощ и субсидии,
- Основните лобита, свободата на пресата и нивото на корупция.

Икономически фактори:

- Всички фактори, които оказват влияние върху покупателната способност и поведението на потребителите (разполагаем доход, безработица, лихвени проценти и др.)
- Икономически растеж, БВП, БНП,
- Разполагаем доход и покупателна способност,
- Равнището на безработица
- Инфлация и финансова стабилност,
- Лихвени проценти,
- достъп до финансиране и умения (човешки ресурси).



Социологически фактори

- Всички социални характеристики, влияещи върху покупателната способност (демография, ниво на образование, разпределение на доходите, нагласи за свободното време и работа, социална мобилност и др.)
- Разпределение на доходите,
- Демография (изследване на населението),
- Социална мобилност,
- Образователното равнище на населението,
- Нагласи към свободното време и работата.

Технологични фактори

- Всички технологични иновации, които могат да нарушат пазара (публични разходи за научноизследователска и развойна дейност, нови патенти, открития и др.)
- Равнището на иновациите и възможните разрушителни технологии
- Достъп до нови технологии,
- Еволюцията на каналите за комуникация и дистрибуция.

Правни фактори:

- Всички закони и наредби, които оказват влияние върху правната рамка, в която работи дружеството
- Закон за конкуренцията,
- Бизнес право,
- Трудово право, защита на работниците и здравеопазване,
- Защита на потребителите,
- Защита на данните,
- Право и защита на интелектуалната собственост (авторско право, патенти, търговски марки и др.)

Екологични фактори:

- Всички фактори, свързани с околната среда, оказват влияние върху начина, по който се извършва дейността (третиране на отпадъци, емисии на замърсяване и др.)
- Закони и разпоредби за опазване на околната среда,
- преработка на отпадъци,
- Емисии на замърсяване,
- Наличност на природни ресурси,
- Стандарти за рециклиране.

Защо да използвате swot, pestle... с предприемачите?

Тук ви показахме различни аналитични методи, полезни за бъдещия ви бизнес и за интегриране на ментор. От вас зависи да изберете тези, които са ви най-удобни и най-подходящи за развитието на най-добрите ви съвместни идеи.

Бъдещите предприемачи могат да използват тези инструменти, за да анализират ситуации и условия за разработване на творчески проекти и идеи. Лесни за прилагане, те могат да се прилагат редовно и да се адаптират към променящите се условия.

С помощта на SWOT анализа ще проучите силните/слабите страни на вътрешната среда, както и заплахите/възможностите на външната среда.

Ще получите структурен и официален анализ на това, което се случва във външната среда на компанията, с метода PESTEL.

Scamper ще ви позволи да мислите творчески за продуктите и услугите... и накрая, Porter ще ви помогне да анализирате компетентността.

Тези различни методи могат да се използват самостоятелно, но също така и във взаимна зависимост. Например, Pestle може да ви помогне със SWOT диаграмата.

Примери за ситуации, в които можете да го използвате, са:

- Възползване от нова бизнес възможност
- Отговаряне на нови тенденции
- Внедряване на нова технология
- Справяне с промени в дейността на конкурентите ви
- Проблеми с персонала
- Корпоративна култура и имидж
- Разработване на нов продукт
- Организационна структура
- Реклама
- Финансови ресурси
- Оперативна ефективност

Този списък не е изчерпателен; можете да го допълвате, особено в творческа среда с ментор. Обикновено тези инструменти се използват от планиращите и вземащите решения, но нищо не ви пречи да си сътрудничите, за да обогатите наставническия си опит!

Пропуски на пазара и уникални предимства

Пропускът на пазара е възможност да предложите нещо, което клиентите искат, но което в момента не се предлага от друг бизнес. Терминът "празнина" се отнася до разликата между търсенето и предлагането. Откритата дискусия между наставника и наставявания относно пазарните условия е полезно занимание и често извежда на преден план очакванията на поколенията. Помнете, че уникалният продажбен потенциал (Unique Selling Point - USP) е това, което отличава даден продукт или марка от неговите конкуренти и може да бъде вашата сила и възможност номер едно.

Примери за дефицити на пазара:

В града ви липсва определена кухня, а местните хора са любопитни към хранителните култури на други страни.

Необходимо е приложение за интелигентни пътувания, а изглежда, че много граждани пътуват до определена дестинация и резервират пътувания чрез смартфон.

Необходимост от безплатни онлайн разговори и по-бърза комуникация (например така е създаден WhatsApp)

Как да определим пазарните пропуски:

Независимо дали стартирате малък бизнес, или търсите възможности за растеж в настоящия си бизнес, пазарните пропуски могат да бъдат отличен източник на вдъхновение за следващата ви голяма идея.

- На първо място, върнете се към анализа на S.W.O.T. и обърнете внимание на силните си страни. Те са това, което можете да предложите. Не се колебайте да използвате миналия си опит като ориентир.
- Мислете в малка степен, когато става въпрос за пропуски. Колкото по-конкретен е пазарът ви, толкова по-вероятно е да успеете да се насочите ефективно към него.
- Ако видите, че някой успешно е запълнил празнина на пазара в един отрасъл, бихте могли да пресъздадете този успех в подобен.
- Следете законодателството в процес на приемане. Понякога дадена индустрия може да претърпи големи промени поради правни причини. Една компания излиза, а вашата - влиза.
- Идентифицирайте нерешени проблеми. Решаването на съществуващ проблем ще ви допадне на потребителите и ще накара продуктите ви да се продават на практика сами. Това е нещото, за което почти всеки успешен предприемач продължава да говори.

Пряк начин да откриете тези скрити пропуски е да попитате потенциалните си клиенти какво им липсва на настоящия пазар. Можете да направите това, като проучите тенденциите в бранша или направите реални анкети/анкети.

Част 3 - Свързаност на общността и бизнеса



Социална медиа

Някога социалните медии бяха предимно за забавление, но вече не е така. Няма значение дали управлявате малък онлайн магазин, или национално предприятие - социалните медии са от съществено значение за вашия бизнес. Не е необходимо да знаете всяка модна дума или да имате магическия брой последователи. Можете да започнете веднага, което е отличен аспект на свързаността, върху който можете да работите с млад наставник.



Социалните медии ви позволяват да правите поне четири основни неща: да откривате нови идеи и тенденции, да се свързвате със съществуващата и нова аудитория по по-задълбочен начин, да привличате вниманието и трафика към работата си и да изградите, изработвате и подобрявате своята марка.

Социална медия

Социалните медии предоставят огромен бизнес потенциал, тъй като потребителите обичайно влизат в тях ежедневно и се запознават с компаниите. Социалните медии обаче непрекъснато се променят, затова е важно да сте в крак с развитието на платформите и да търсите начини да оптимизирате използването на наличните инструменти. Имайки предвид това, ето няколко важни съвета, които предприятията трябва да имат предвид, когато курират присъствието си във всички онлайн опции. Вижте как вашият наставник работи с платформите по-долу и обсъдете потенциалните ползи и капани на социалните медии.

- Познавайте платформите си. Уверете се, че разбирате всяка платформа и какъв тип съдържание се използва във всяка от тях. Вашият бизнес може да е подходящ за присъствие на всички или само на някои от тях.
- Дръжте публикациите фокусирани върху марката. Пишете само за бизнеса си и за неща, които са свързани с него.
- Създавайте взаимоотношения. Бъдете социални, отговаряйте на коментари, харесвайте публикации и следвайте хората.
- Дайте приоритет на органичния растеж. Колкото по-истинско е присъствието ви онлайн, толкова по-привлекателно е за реалните потребители да се ангажират.
- Създавайте оригинално съдържание. Уверяването, че страницата ви е изпълнена с автентични изображения и видеоклипове, може да ви помогне да станете по-разпознаваеми.



Реактивност

Способността на бизнеса да идентифицира и ефективно да се адаптира към непрекъснатите промени в своята индустрия и предпочитанията на своите клиенти. Фирмите, които ефективно се адаптират към промените, са в състояние по-добре да се справят с прекъсванията и постоянно да отговарят на очакванията на своите клиенти.

- **Развитието на отзивчивост се основава на процеса на идентифициране, улавяне и трансформиране.**
- **Идентифицирането е способността да се откриват възможности в компанията и на пазара.**
- **Улавянето е способността да се мобилизират ресурси, за да се използват възможностите.**
- **Трансформирането е способността на компанията да оценява своите вътрешни и външни компетенции.**

Ето някои начини, по които бизнесът може да подобри бързината си на реакция:

- Попитайте клиентите си какво искат. Проучване сред съществуващите ви клиенти може да ви покаже къде са силните и слабите ви страни.
- Управлявайте очакванията на клиентите. Насочвайте клиентите към канала, който най-добре ги обслужва, и останете реалистични по отношение на своята мисия.



Разработване на процедури. Определете критерии за това колко бързо екипът ви трябва да реагира на запитванията на клиентите, вътрешните процеси и промените на пазара.

Професионална мрежа

Създаването на професионални мрежи означава целенасочено създаване и поддържане на взаимоотношения с други професионалисти от вашия бранш и свързаните с него области с цел развитие на вашия бизнес или марка. Работата в мрежа ви позволява да развивате взаимоотношения с други хора, които са от взаимна полза за развитието и устойчивостта на вашия бизнес. Целта на професионалната работа в мрежа обикновено е да можете да поискате услуги от хората в мрежата си и да им помогнете в замяна.

Създаването на професионални мрежи изисква инициативност. Трябва да положите усилия, за да се срещнете с хора, а след това да установите и поддържате тези взаимоотношения. Много инструменти за работа в мрежа, включително приложения и уебсайтове, могат да ви помогнат да изградите успешни взаимоотношения. Това е още една предприемаческа функция, която много млади наставници имат на една ръка разстояние. Търсенето на нови начини за използване на професионалната мрежа може да бъде добър бизнес ход.

Ето четири начина да развиете професионалната си мрежа, които биха били чудесен микропроект, по който да работите в екип:

- Използвайте профил в LinkedIn, за да добавите към професионалните си контакти и да научите повече за и да популяризирате бизнеса си.
- Помолете за представяне, за да се запознаете с нови професионални контакти.
- Подхранвайте вече установените си връзки.
- Винаги оставайте отворени за нови възможности.



Професионални контакти: Подгответе се за срещите, водете откровени разговори и проследявайте



Не трябва: да поставяте хората на пиедестал, да забравяте да слушате или да се обезкуражавате от отхвърлянето.

Социална отговорност

Социалната отговорност означава, че предприятията, освен че трябва да бъдат финансово жизнеспособни, трябва да действат по начин, който е от полза за обществото. Сега повече от всякога е важно компаниите да се фокусират върху социалната отговорност.

Социално отговорните компании трябва да дават приоритет на преследването на постижими и добри дългосрочни цели за своите заинтересовани страни и за света, като приемат политики, които насърчават благосъстоянието на обществото и околната среда, като същевременно намаляват отрицателното въздействие върху тях.

Компаниите могат да действат отговорно по много начини, като например да насърчават доброволчеството, да извършват промени, които са от полза за околната среда, да прилагат етични трудови практики и да се ангажират с благотворителност.

Корпоративна социална отговорност

Корпоративната социална отговорност (КСО) традиционно се разделя на четири категории: **екологична, филантропска, етична и икономическа отговорност.**

Екологичната отговорност е убеждението, че организациите трябва да се държат възможно най-екологично.

Етичната отговорност е свързана с това да се гарантира, че организацията работи справедливо и честно.

Филантропската отговорност се отнася до стремението на предприятието да подобри активно света и обществото.

Икономическата отговорност е практика, при която фирмата подкрепя всички свои финансови решения с ангажимента си да прави добро в изброените по-горе области.



Част 4 - Планиране на устойчиво развитие



Планиране на устойчиво развитие

Устойчивостта на бизнеса се стреми да създаде дългосрочна стойност за акционерите чрез използване на възможностите и управление на рисковете, произтичащи от икономическите, екологичните и социалните отговорности на организацията.

Устойчивостта на бизнеса трябва да отговаря на потребностите на организацията и нейните заинтересовани страни днес, като същевременно защитава, поддържа и подобрява екологичните, социалните и икономическите ресурси, необходими за бъдещето.

Устойчивостта на бизнеса е все още нововъзникваща дисциплина и въпреки че има известно общо съгласие относно това какво трябва да се направи, за да се постигне устойчивост на бизнеса, има сравнително малко съгласие относно термините, които трябва да се използват. Това отчасти се дължи на факта, че устойчивостта на бизнеса е свързана с широк спектър от различни области, включително организационно поведение, бизнес стратегия, управление на операциите, счетоводство, финанси, икономика, екология, етика и социална психология - и това са само някои от тях.

В една толкова бързо развиваща се област на практиката е лесно да се затъне в блатото на философията и терминологията - и точно тук старшият наставник може да подкрепи по-младия предприемач в ориентирането в риска, за да изгради по-устойчиво предприятие.

Законодателство

Законодателството е съвкупност от закони, въведени от всяко правителство с цел защита на бизнеса, служителите и потребителите. Предприятията трябва да действат в рамките на тези закони, за да гарантират справедливо и безопасно отношение към всяка страна, свързана с бизнеса. Ако предприятията не спазват законодателството, могат да бъдат предприети правни действия, като глоби, ограничения и лишаване от свобода - това е сива зона за много млади хора.

Различните видове законодателство, които предприятията трябва да спазват, включват закони за заетостта, закони за защита на потребителите и закони за интелектуалната собственост.

Трудовото законодателство включва осигуряване на безопасността на служителите и гарантиране на справедливостта на работодателите, а законите за интелектуална собственост включват защита на идеи, творения, дизайни, имена и логота - чужди за мнозина от поколението "копирай и постави".

3. Търговски кредитори

Банките са още по-малко склонни да инвестират или да отпускат заеми на стартиращи предприятия, отколкото рисковите капиталисти. Те обаче са най-вероятният източник на финансиране за утвърдени малки предприятия. Стартиращите предприемачи и собствениците на малък бизнес твърде бързо критикуват банките и финансовите институции, че не финансират нови предприятия. Банките не трябва да инвестират в предприятия и са строго ограничени в това отношение от федералните закони за банките.



4. Алтернативни кредитори

Освен стандартните банкови заеми утвърденият малък бизнес може да се обърне и към специалисти по вземания, за да вземе заем срещу своите вземания.

Най-често финансирането на вземания се използва за подпомагане на паричния поток, когато оборотният капитал е блокиран във вземания.



5. Финансиране от приятели и семейство

Ако мога да кажа само едно нещо на начинаещите предприемачи, то би било, че трябва да знаете какви пари са ви необходими и да разберете, че те са изложени на риск. Знайте колко залагате и не залагайте пари, които не можете да си позволите да загубите.

Финансиране

Процесът на търсене на пари трябва да съответства на нуждите на компанията. Къде да търсите пари и как да ги търсите, зависи от вашата компания и от вида пари, от които се нуждаете. Например има огромна разлика между бързо развиваща се компания, свързана с интернет, която търси втори кръг на рисковото финансиране, и местен магазин за търговия на дребно, който иска да финансира втори обект.

1. Рисков капитал

Дейността на рисковия капитал често се разбира погрешно. Много стартиращи предприятия се оплакват, че рисковият капитал не инвестира в нови или по-рискови начинания. Заради предполагаемите им хищнически бизнес практики хората говорят за рисковите капиталисти като за акули (или лешояди).

Това не винаги е така. Хората, които наричаме рискови капиталисти, често са бизнесмени, които са наточени да инвестират чужди пари и имат професионална отговорност да намалят риска.

2. Инвестиции от ангели

Ангелските инвестиции са много по-разпространени от рисковия капитал и обикновено са много по-достъпни за стартиращи предприятия и на по-ранни етапи на растеж. Има важни различия между тях и рисковия капитал. Ангелските инвеститори често са групи или отделни лица, които влагат собствени средства и са склонни да инвестират в компании на по-ранни етапи на растеж. В същото време рисковият капитал обикновено изчаква да минат няколко години на растеж, след като стартиращите предприятия имат по-голяма история.

Как да намерим ангелски инвеститори

Следващият ви въпрос, разбира се, е как да намерите "ангелите", които биха искали да инвестират във вашия бизнес. Някои агенции, центрове за бизнес развитие и бизнес инкубатори са свързани с инвестиционните общности във вашия район. Обърнете се първо към местния център за развитие на малкия бизнес, заедно с вашия ментор и на първо място вижте какво е налично на местно ниво.

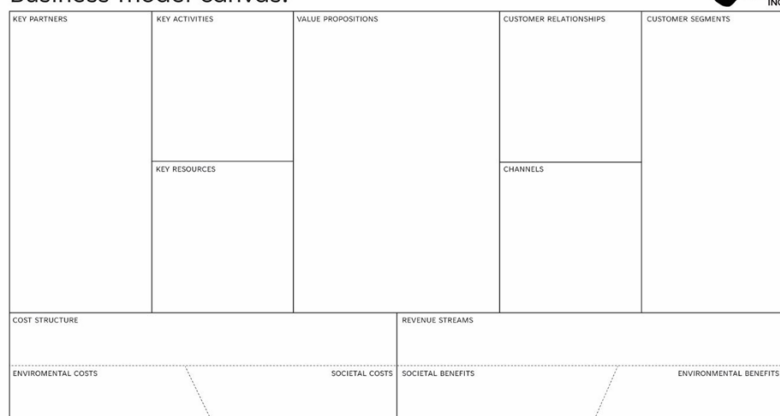


Модел Canvas

Business Model Canvas (BMC) е стратегически управленски инструмент за бързо и лесно дефиниране и комуникиране на бизнес идея или концепция. Това е документ от една страница, който разглежда основните елементи на бизнеса или продукта, като последователно структурира идеята.

Дясната страна се фокусира върху клиента (външен), докато лявата страна на платното се фокусира върху бизнеса (вътрешен). Външните и вътрешните фактори се срещат около стойностното предложение, което е обменът на стойност между вашия бизнес и вашия клиент.

Business model canvas.



Платно на бизнес модела - в края на урока има пълноразмерна версия, която може да се използва!

Как да го използвате?

Предложение за стойност:

Стойностното предложение е в основата на всеки нов бизнес. То е основната концепция за обмен на стойност между вашия бизнес и вашите клиенти. Обикновено стойността се разменя от клиента срещу пари, когато проблемът е решен или болката е облекчена за него от вашия бизнес.

Добри въпроси, които да зададете (заедно с вашите ментори), когато определяте новия си бизнес:

Какъв е проблемът, който решавам?

Защо някой би искал да реши този проблем?

Какъв е основният мотив за този проблем?

Business model canvas.



Стратегическо планиране, повишаване на квалификацията и управление на риска

Повишаването на квалификацията е процесът на придобиване на нови умения или на преподаване на нови умения на работниците. Преквалификацията е процес на усвояване на нови умения, за да можете да вършите друга работа, или на обучение на работници за извършване на друга работа (Cambridge Dictionary)

И двете са ефективни стратегии за борба с това, което се очаква да се превърне в постоянен недостиг на умения. Преквалификацията означава да се търсят хора със "съседни умения", които са близки до новите умения, които ви трябва. Културата на повишаване на квалификацията означава обучение на служителите на нови, усъвършенствани умения, за да се преодолее недостигът на таланти. Работата с вашите наставявани и съществуващите членове на екипа може да помогне за тяхното самоусъвършенстване и да подобри вашия бизнес. LinkedIn Learning установи, че ако компаниите инвестират активно в кариерата на служителите си, до 94% от работниците биха избрали да останат при тях по-дълго.

Въпреки че две трети от организациите смятат, че програмите за развитие на работната сила ще помогнат за преодоляване на недостига на умения, те често се бавят с предприемането на действия поради финансови ограничения и липса на подходящи технологии.

Въпреки това, ако не предприемете действия сега, способността на компанията ви да постигне дългосрочните си цели е изложена на риск, ако няма достъп до подходящите умения.

Един от най-добрите начини за използване на преквалификацията и повишаването на квалификацията във вашата организация е чрез предоставяне на служителите на структурирани "кариерни пътеки". Кариерното развитие е процесът, използван за определяне на курса на личното развитие на служителите. Както стратегиите за преквалификация, така и тези за повишаване на квалификацията могат да бъдат въведени във вашия бизнес като начин за съгласуване на кариерата на служителите с бизнес целите на организацията.

Успешните стратегии за кариерно развитие се основават на подход, основан на компетенциите. Това позволява на организацията ви да оцени специфичните компетенции, необходими за всяка уникална роля, и да разбере развитието на уменията, необходими на служителите, които преминават на нови позиции.

Кариерната пътека е лична за всеки отделен служител и му помага да разпредели стъпките, необходими за постигане на дългосрочните му кариерни цели и да напредне в кариерата си по страничен път или чрез повишение. Тя изисква разбиране на необходимите знания, умения и личностни качества и помага да се определят специализираните умения и допълнителното обучение, необходими за осъществяване на тези стремежи.

Ползи от кариерното ориентиране:

Въвеждането на кариерно ориентиране във вашата организация носи със себе си редица предимства, включително:

Задоволяване на бъдещото търсене: Идентифицирането на вече наличните способности ви позволява да насочите развитието на критични умения в съществуващата работна сила, за да отговорите на бъдещото търсене.

Идентифициране на скрити умения: Кариерното ориентиране дава възможност на служителите ви да детайлизират и оценяват собствените си умения, разкривайки потенциал, за който бизнесът може да не знае.

Създаване на култура на мобилност на талантите: Днешните таланти търсят работодатели, които са ангажирани с бъдещото им кариерно развитие. Стратегията за кариерно ориентиране не само привлича таланти във вашата организация, но и повишава мотивацията и нивото на задържане на служителите. Кариерното развитие също така създава вътрешно движение, както по хоризонтала, така и по вертикала, и видимо демонстрира, че вашата организация цени хората си.

Тъй като скоростта на цифровата трансформация продължава с пълна сила, ефективната стратегия за кариерно развитие, която включва преквалификация и повишаване на квалификацията, е от полза както за служителите, така и за HR. Още повече, че това трябва да е императив за талантите във вашата организация, ако искате да сте в крак с променящия се пазар на умения.



Част 5 - Маркетинг за менторство



Маркетинг за ментори

Маркетингът често може да изглежда като непозната и трудна за разбиране област, особено в началото на предприемаческия път. Когато управлявате бизнес, интегрирането на шестте основни принципа в маркетинговата стратегия може да помогне на бизнеса да се развива ефективно. То не само помага на собственика на бизнеса да следва ръководство за създаване на ценен продукт или услуга, начин за оптимизиране на продажбите и вниманието към продукта от страна на клиентите и подпомага начинаещите предприемачи по пътя.

Продукт: Продуктът е предмет или услуга, които се продават. Най-важното е да се предлага продукт, който е необходим на пазара. Ако има дефицит на нещо, като създадете навременен продукт, ще си гарантирате дълготраен бизнес.

Цена: Цената е стойността, която клиентът е готов да плати за предлагания от вас продукт. Създаването на ефективна ценова стратегия, която е изгодна за вас и за клиента, е метод, който ще генерира продажби за компанията.

Място: Мястото е мястото, на което клиентът може да закупи продукта. Това може да бъде място в реалния живот или онлайн.

Промоция: Промоцията е от съществено значение за запознаване на клиентите със стойността на вашия продукт. Основната ѝ идея е да привлече вниманието към продукта и да заинтересува хората да искат да научат повече за него. Целта е да ги накарате да го купят.

Хора: Хората са лицата, които участват в маркетинговия процес - от гледна точка на служителите и клиентите. Едната страна създава промоцията, а другата я оценява и предоставя обратна връзка, за да се надява да помогне за подобряването ѝ в бъдеще.

Представяне: Презентацията е начинът, по който продуктът се вижда на пазара. Визуализациите, като например опаковките или рекламите, могат да повлияят на покупателните навици на хората.



Насочване

Ако имате продукт, който искате или планирате да продавате, едно от най-важните неща е да познавате аудиторията си. Препоръчваме ви да създадете личност на купувача, която да представя идеалния ви клиент - това е чудесна дейност, която можете да извършите заедно с вашия ментор. Създайте профил въз основа на продукта, който трябва да бъде продаден. След това вие, като собственик на бизнес, трябва да си зададете няколко важни въпроса:

- **За кого създавам този продукт? (Мъже/ жени? Възрастни/ деца?)**
-
- **Къде ще се използва моят продукт? (Образование? Самообслужване? Хранително-вкусова промишленост?)**
-
- **Къде живее моята целева аудитория? (Град/ село? Може ли да се използва навсякъде?)**
-
- **Как моят продукт може да достигне до клиента (Дали се продава онлайн или в магазин?)**



Благодарение на оценката на вашите продукти вече можете да създадете стратегия за това как вашият продукт ще привлече търсения клиент.

Това ще ви помогне да намерите най-добрия начин за популяризиране на вашия продукт. Ако той се продава онлайн, трябва да създадете запомнящ се уебсайт, добавки и тенденции в платформите на социалните медии.

Тези неща трябва да са лесно достъпни и лесни за навигация. Ако продуктът може да бъде закупен в магазин, опаковката трябва да бъде "звездата на шоуто".

От това зависи дали продуктът ще заинтересува клиента и тя трябва да е насочена към аудиторията, която искате да привлечете (анимационни дизайни за деца и др.).

Таргетирането по същество представлява намиране на най-добрия начин за достигане до аудиторията, която би се заинтересувала от покупката на продукта. Точно това направихте току-що.

Цифрово присъствие и SEO

Дигиталното присъствие е много важно за всеки бизнес. В днешно време цифровият свят е един от най-големите и леснодостъпни пазари. Хората също така са склонни да пазаруват онлайн повече от всякога. Наличието на продукт, който може да бъде закупен онлайн, ще отвори клиентска база в по-голям мащаб, а освен това онлайн услугите създават възможност за международен бизнес.

Потенциалът на онлайн търговията е и по-удобен за клиента; той може да купи и проучи даден продукт, без да излиза от дома си.

Цифровото присъствие е и отличен начин за разузнаване на конкуренцията; може да видите ефективни начини, които другите следват, за да подобрят онлайн присъствието си, които можете да дублирате и един ден да поведете по пътя на другите - наставляваният ще има ценен принос в тази дейност!

Пандемията COVID-19 принуди бизнеса да се адаптира към онлайн света и да създаде своето дигитално присъствие, което доведе до увеличаване на броя на уебсайтовете, които се създават всеки ден, което доведе до много конкурентен онлайн пазар.



По тази причина се използват неща като SEO (оптимизация за търсачки). Основната цел на това е да се достигне до уебсайта на човек, който търси информация, продукти или услуги, които биха били подходящи. Използването на SEO става все по-важно с всеки изминал ден, тъй като броят на уебсайтовете расте заедно с него.

Когато хората използват търсачката, информацията, която се появява веднага при търсене на вашата марка, е от решаващо значение за вашата репутация, тъй като много малко потребители ще кликнат до втората страница с резултати. За да избегнете тези черни точки в SEO, използването на лесно формулируеми думи е ключът.



Креативност

Чрез креативност бизнесът може да създаде своя собствена идентичност. Различните подходи и творчески резултати могат да ви помогнат да откриете и изградите база от клиенти. Външният вид или начинът на използване на продукта, който продавате, е това, което на първо място привлича вниманието на клиента, и това трябва да продължи да се подобрява, ако целта е да се разшири бизнесът.

Когато се продава продукт, креативността се оценява от клиента от самото начало до финализирането на сделката. Най-важно е първото впечатление. Например рекламите трябва да са насочени към определена аудитория и да са лесни за разбиране, запомнящи се и привличащи вниманието. Ако рекламата се хареса на потенциалните клиенти, те могат да потърсят в интернет, за да научат повече за продукта. Вие и наставяваният можете да обсъдите този процес...

Уебсайтовете понякога могат да бъдат огромно разочарование за фирмите, защото могат да бъдат трудни за навигация, а предоставената информация за продукта е твърде ограничена. Разбира се, от съществено значение е да се съсредоточите върху визуалната страна на уебсайта; това е, което прави продукта и бизнеса поне да изглеждат професионални.

И накрая, мястото, където се забелязва и е необходима креативност, е в крайния продукт. Когато хората получат даден продукт, той трябва да бъде точно това, за което са платили. Дори опаковката, в която се предлагат продуктите, е от значение. Цялостният вид и усещане за продукта също са от решаващо значение.

Защо да не сравним очарованието на видеоклиповете за разопаковане в YouTube?

Това е моментът, в който клиентът ще се замисли дали да закупи продукта отново. Ако той е провал при пристигането си, няма да има чести купувачи, а само еднократни клиенти.



Част 6 - Практическо потапяне и модел на наставничество



Инструменти за потапяне и менторство

За да се извлече максимална полза от програмата за потапяне на наставници и наставлявани в Ace Youth, е необходимо да се обърне специално внимание на структурата на дейностите, за да се гарантира, че всички ще се възползват от цялостното упражнение. Следващите страници ще съдържат съвети и ресурси в подкрепа на взаимоотношенията между наставник и наставляван. Това представлява среща на педагогическите ресурси със структурираната програма, която ще бъде пилотирана от партньорството.

Дневник на стажанта

Дневникът за потапяне позволява на наставляваните да записват задачите и задълженията, които са изпълнявали, и уменията, които са придобили по време на наставничеството, както и да размишляват върху личния си опит.

Ще го въведете в първия ден на програмата за потапяне в наставничество:

Във всеки дневник за стаж трябва да има някои съществени данни:

- Изпълнени ежедневни задачи
- Ежедневни познания
- Ежедневни проблеми, трудности и въпроси, с които сте се сблъскали
- Практикувани или развити умения, като например:
 - Общуване
 - Критично мислене
 - Творческо мислене
 - Работа в екип
 - Планиране/организиране
 - Управление на времето
 - Компютърни умения
 - Фокус върху клиента
 - Инициативност и самостоятелност



Student's name:		MON	TUE	WED	THU	FRI
Tasks completed						
What I learned						
Troubles, issues						
Skills practised or developed:						
o communication						
o critical thinking						
o creative thinking						
o teamwork						
o planning / organising						
o time management						
o computer skills						
o customer focus						
o initiative and independence						

2020-3-TR01-KA205-097137



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

Разбиване на леда за менторство

След първоначалния поздрав между наставника и наставлявания тези дейности представляват първата стъпка към нов опит; те осигуряват бърз скок в напредъка и улесняват комуникацията. Разбиването на леда помага на всички да се опознаят много бързо, което позволява цялостна работа в екип и взаимно сътрудничество. В сценария за придобиване на професионален опит и наставничество ефективното разбиване на леда ще повиши значително мотивацията и участието на обучаемия.

Пример.1 - Отхвърлен

Както и в известния филм на Том Ханк, всички се представят за изгубени и попаднали на необитаем остров и са помолени да опишат един предмет, който биха донесли на острова, и защо. Тази игра е средство за сплотяване на екипа и за опознаване.

Пример 2 - Опишете картинката

Това е тиймбилдинг игра за общуване и картинки, в която всеки член на групата трябва да опише картинката, която му е дадена. Картинките за тази игра могат да бъдат от детски книжки или комикси: можете да изберете източник, който да отговаря на целта. Те трябва да опишат случващото се със свои думи.

Пример.3 - Разходка на доверието

Разходката на доверието е популярна дейност за сплотяване на екипа, която помага на хората да се упражняват да се доверяват един на друг. Като ръководител ще водите партньор със завързани очи около препятствия, като използвате вербални или невербални инструкции. След приключване на дейността помолете участниците да разсъждават и да споделят какво са научили от това преживяване, като използвате някои примерни въпроси, като например

1. Какво е да си "водач" и да носиш пълна отговорност за безопасността на партньора си?
2. Имаште ли трудности да се доверите на партньора си, докато сте със завързани очи? Защо или защо не?
3. Защо е важно да се доверявате на съотборниците си?
4. След това какво е усещането, когато вие и вашият съотборник успешно сте се доверили един на друг, за да постигнете нещо предизвикателно?

Последващи действия и размисли

Това е най-важната част от всяка дейност: след планирането и изпълнението на потапящото наставничество трябва да има размисъл, проследяване, при което се разглежда напредъкът на планираното спрямо действителното и, ако е необходимо, се коригира чрез подходящи контрамерки.

В този опит за наставничество на младежи от асоциацията целите трябва да са ясни от самото начало, а планът на дейността - за постигането им. Въпреки това нещата никога не следват съвсем точно нашите очаквания и нещо може да се обърка. Например, някой аспект може да не е напълно задоволителен, нещо извън вашия контрол или очаквания: във всеки от тези случаи проследяването на напредъка и извършването на подходящи корекции е единственият ключ към постигането на крайните цели. Чрез нашите размисли можем да идентифицираме пречките, които може би пречат на наставяваните да постигнат целите си за работа в сянка. Основните тенденции биха могли да включват недобро владение на академичната лексика, ограничено запознаване с текстове и липса на възможности за практикуване на уменията.

Основният инструмент за проследяване на професионалния опит е използването на въпросници за оценка, които се прилагат както към стажанта, така и към работодателя, за да се получи по-балансирана перспектива за действителното състояние.

Placement follow-up chart					
STUDENT:					
Week nr:					
Targets of the week	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆	☆
Target 1					
Target 2					
Target 3					
.....					
Proposals for improvement					

Placement follow-up chart					
EMPLOYER:					
Week nr:					
Targets of the week	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆	☆
Proposals for improvement					

За да се постигне правилно и стабилно проследяване, предварително се определят подходящи етапи (като седмични и месечни цели).

Ако не се споразумеем за ясни и лесни за оценка основни цели, няма да има гаранция, че проследяването може да бъде ефективно и в крайна сметка няма да има гаранция, че крайните цели на професионалния опит ще бъдат постигнати. Доста често основните етапи не са измерими в цифри: затова винаги се препоръчва да се предложи ранг 1-5, за да се оцени доколко задоволителни са били тези етапи досега.

Въпроси за разглеждане

Освен инструментите за последващи действия, които представихме накратко преди, винаги си струва да оцените удовлетворението от свършената работа по време на наставническия стаж. Много организации разработиха свои собствени въпросници за преглед, които им позволяват да събират значима обратна връзка, за да разберат как да подобрят ангажираността, мотивацията и проактивността на наставляваните.

Най-често използваните инструменти се основават на персонализирани въпроси или шаблони. Анкетите могат да бъдат анонимни или идентифицирани и можете да ги настроите да се повтарят автоматично.

Получаването на честни прозрения без компромис с анонимността е изключително ценно. Личният живот на вашите наставлявани се зачита, докато вие получавате подробна представа за техните нужди, което ви позволява да **превърнете прозрението в действие**.

Въпросите за преглед също така са разработени така, че да помагат на лидерите и менторите да провеждат целенасочени дискусии за представянето. Прегледите са възможност за провеждане на ценни разговори, споделяне на смислена обратна връзка, съгласуване на очакванията за представянето, обсъждане на целите и създаване на план за действие за осъществяване на тези цели.

От гледна точка на наставляваните, въпросите за прегледа са начин да се застъпят за работата си, да изразят притеснения или нужди, да получат обратна връзка и да споделят с наставника си кариерните си цели. Като запознава наставника с личните и професионалните си нужди, наставляваният е в състояние да достигне по-бързо и ефективно следващото ниво на кариерата си.



Примери за въпроси за преглед от наставляваните

С какъв принос се гордеете най-много през този период на преглед?

Този въпрос дава възможност на наставляваните да разсъждават върху миналото си представяне, да изтъкнат силните си страни и да подчертаят областите на потенциален растеж. Отговорът ще даде на наставника им повече контекст за това как наставляваните виждат собственото си представяне и какъв вид дейности намират за значими. Това също така е възможност за лицето да се замисли за ролята си на наставляван и да се гордее с работата си, което може да е от полза за морала.

Коя е любимата/най-малко любимата част от ролята ви?

Този въпрос позволява на наставляваните да подчертаят какво харесват и какво не харесват в настоящия си опит на ментор. Тези отговори предлагат на наставника представа за болезнени точки или повтарящи се блокажи, с които се сблъсква, като същевременно му позволяват да научи кои аспекти на опита се харесват на наставлявания. Тази информация може да помогне на наставника да предприеме действия за подобряване на опита на наставлявания и да направи ролята по-приятна (или поне поносима) за настоящия и бъдещия наставляван.

Какви са личните и професионалните ви цели?

Този въпрос си струва да бъде включен във всеки преглед на изпълнението и самоанализ. Отговорът на този въпрос не само е от полза за вашите ръководители, но и помага на вашите наставлявани да обмислят дейността си и да проверят със себе си къде искат да се развиват професионално.



Интервю със собственик на бизнес

Собственик на бизнес или предприемач наставник може да бъде интервюиран по много причини, например за да популяризира бизнеса си или да представи компанията си на нови потребители.

Въпреки това за наставниците и собствениците на предприятия може да е полезно да се подготвят преди да дадат интервю, за да определят как могат да обсъдят различни области на своя бизнес и да подчертаят определени качества или ценности, които притежава тяхната компания.

Провеждането на добро интервю със собственик на бизнес може да подпомогне стажа като цяло и да гарантира, че правилният наставяван е на правилното място, като по този начин се създават оптимални условия за успешно наставничество.

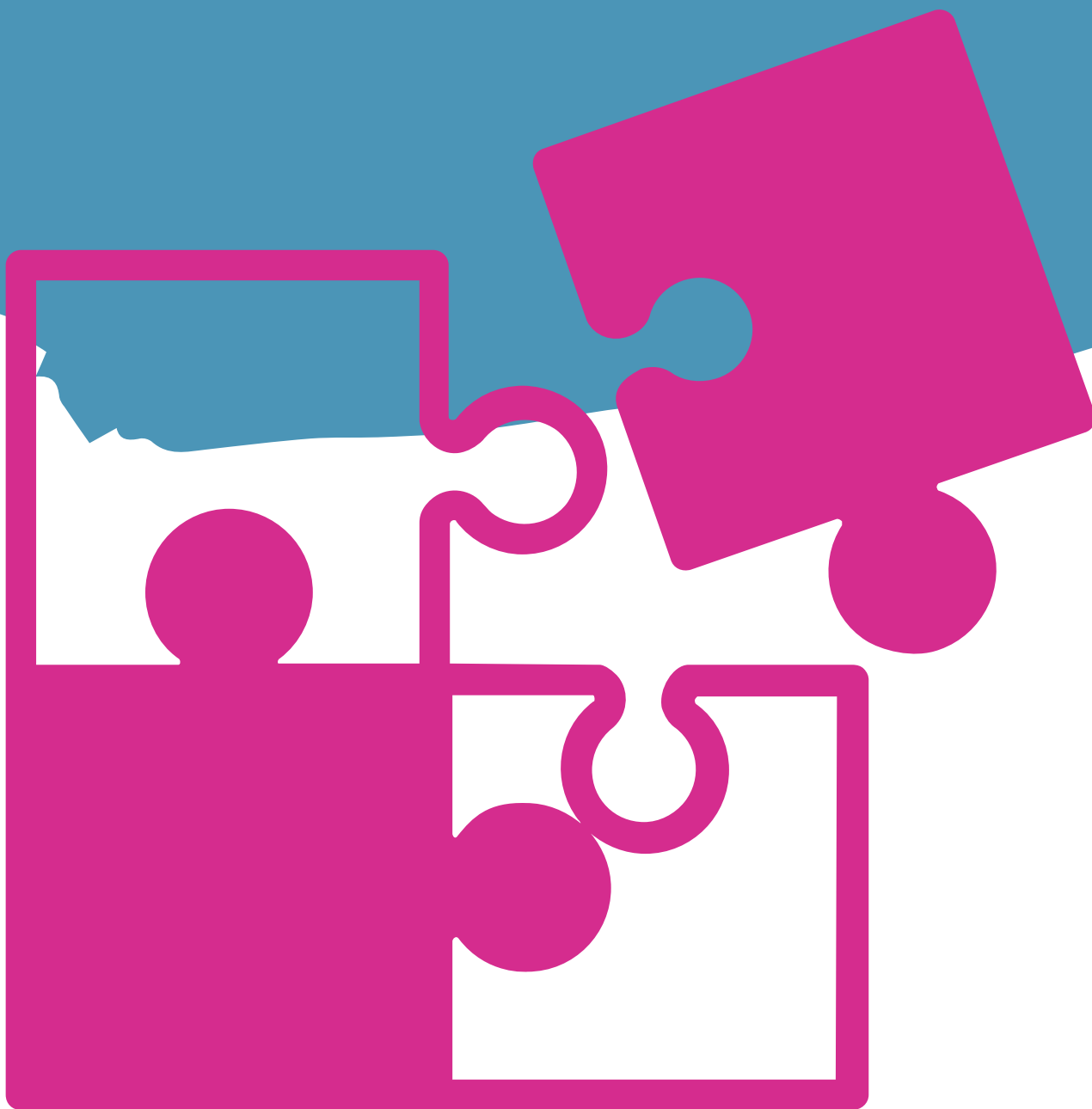
Съществуват стотици възможни въпроси и още повече варианти; на следващата страница ще предложим някои основни, категоризирани по теми.

Общи въпроси	Опит и предистория	Задълбочени въпроси	Оперативни въпроси
<ul style="list-style-type: none">• Кога започнахте бизнеса си?• Защо решихте да станете собственик на бизнес?• Каква беше мисията ви при стартирането на вашата компания?• Колко служители има вашата компания?• Какви услуги или продукти предлагате?• Как рекламирате бизнеса си?• Какви са целите на вашата компания?• Какво ви накара да изберете да създадете компания в този бранш?	<ul style="list-style-type: none">• Откога работите в областта на управлението на бизнеса?• Ръководили ли сте фирми преди вашата?• Използва ли вашата компания възнаграждения за постигнати резултати?• Имате ли предишен опит на вашия пазар или във вашата индустрия?• Как генерирате препоръки от клиенти?• Какви промени направихте в бизнес стратегията си през последните няколко години?	<ul style="list-style-type: none">• Как измислихте името на компанията си?• Как бихте описали културата на работното място във вашата компания?• Връща ли се фирмата ви на общността?• Какво е уникалното във вашата компания?• Какъв вид корпорация е вашето предприятие?• Колко време прекарвате в работа върху бизнеса си всеки ден?• Колко време е необходимо на вашата компания, за да реализира печалба?	<ul style="list-style-type: none">• Как изглежда един нормален ден във вашата компания?• Как управлявате взаимоотношенията с клиентите?• Как делегирате задачи?• Какви бяха някои предизвикателства, с които се сблъскахте при създаването на вашия продукт?• Какви качества търсите в новите служители?• Кои са основните Ви конкуренти на Вашия пазар?

Общи въпроси	Опит и предистория	Задълбочени въпроси	Оперативни въпроси
<ul style="list-style-type: none"> • Кога започнахте бизнеса си? • Защо решихте да станете собственик на бизнес? • Каква беше мисията ви при стартирането на вашата компания? • Колко служители има вашата компания? • Какви услуги или продукти предлагате? • Как рекламирате бизнеса си? • Какви са целите на вашата компания? • Какво ви накара да изберете да създадете компания в този бранш? 	<ul style="list-style-type: none"> • Откога работите в областта на управлението на бизнеса? • Ръководили ли сте фирми преди вашата? • Използва ли вашата компания възнаграждениа за постигнати резултати? • Имате ли предишен опит на вашия пазар или във вашата индустрия? • Как генерирате препоръки от клиенти? • Какви промени направихте в бизнес стратегията си през последните няколко години? 	<ul style="list-style-type: none"> • Как измислихте името на компанията си? • Как бихте описали културата на работното място във вашата компания? • Връща ли се фирмата ви на общността? • Какво е уникалното във вашата компания? • Какъв вид корпорация е вашето предприятие? • Колко време прекарвате в работа върху бизнеса си всеки ден? • Колко време е необходимо на вашата компания, за да реализира печалба? 	<ul style="list-style-type: none"> • Как изглежда един нормален ден във вашата компания? • Как управлявате взаимоотношенията с клиентите? • Как делегирате задачи? • Какви бяха някои предизвикателства, с които се сблъскахте при създаването на вашия продукт? • Какви качества търсите в новите служители? • Кои са основните Ви конкуренти на Вашия пазар?



Заключение



ACE Youth - Заключение

Насочен към високопоставени бизнесмени и лидери, Ace Youth Pedagogy Toolkit ще обедини поколенията в една взаимноизгодна и цялостна програма за наставничество. Модулите и основните бизнес области, разгледани в инструментариума, служат като структура и фокусна точка за насочване на наставника и наставявания по трудния път на бизнес наставничеството.

По време на разработването на този Изход и на цялостния проект установихме, че структурата е от съществено значение както за ментора, така и за наставявания, и инструментариумът Ace Youth Pedagogy Toolkit е разработен така, че да включва инструменти, упражнения и други материали за размисъл, които ще гарантират, че всеки ще извлече полза от периода на потапяне в бизнеса.

Също така стигнахме до заключението, че твърде често, особено при работа в сянка, наставяваният може да се чувства като резервна част, която му пречи и на която понякога се възлагат безсмислени или незначителни задачи, за да бъде заета. Този набор от инструменти служи като мощно средство за избягване на това, като гарантира, че наставяваният има възможност да поеме инициативата и да сподели своите умения.

Консорциумът на проекта Ace Youth, асоциираните партньори и други местни заинтересовани страни са уверени, че Педагогическият инструментариум на Ace Youth ще се превърне в устойчив инструмент в подкрепа на бъдещи стажове, наставници и наставявания.

По дефиниция наставничеството е нещо повече от просто приемане на стажант или работно място. Партньорите са установили, че предоставянето на пространство на млад човек за придобиване на опит, учене и размисъл за определен период е един от най-ефективните, ако не и най-ефективният, начин да се придаде добавена стойност на дадена компания, особено в гражданския, културния и творческия сектор.

Приканваме всички висши бизнесмени и културни и творчески организации да използват ресурсите на проекта Ace Youth и да се възползват от програмата за обмен на умения и формиране на следващото поколение предприемачи и лидери.





With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

2020-3-TR01-KA205-097137



ACE Youth

Arts and Creative Entrepreneurship

www.aceyouth.eu

