

STARTUP



Lokalna
Akcijska
Skupina
med Snežnikom
in Nanosom

PROGRAM
RAZVOJA
PODEŽELJA

Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

»Naložbe sofinancirajo Republika Slovenija, Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo in Evropska unija iz Evropskega sklada za regionalni razvoj«.



1. DEL: UVOD

MA TAKU, DA VAS UVEDEMO ;)

KDO SMO Z VAMI?

- Dolores Keš
- Ana Širca
- Doris Komen Horvat



KO SANJAŠ, SANJAJ NA VELIKO! ALI KAJ SE DA DOSEČI

- Lani se je v Postojni startu skupinica 4 sedmošolcev, 2 so bili zelo zagnani in moti





popri

UVRSTITEV V FINALE
POPRI 2022

500 €

Glavni organizator tekmovanja:
**Primorski
Tehnološki
Park.**

Soorganizatorji:



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

Regijski partnerji:



TEHNOLOŠKI PARK
LJUBLJANA
VL



UNDE ARMOR?

KAJ SE DA... ČE JE VOLJA

- Nagrado so vložili v nadaljnji razvoj svoje ideje – postavili so si spletno stran...
- In še dodatno pilili in loščili svojo idejo.
- Napočilo je državno tekmovanje POPRI - Tekmovanje v podjetniških idejah mladih...





Nagrada - darilo
za podjetniško idejo
FAIRYTALES

OŠ. MIROSLAVA VILHARJA
POSTOJNA

5.4.2022

3.000 EUR

Yvo Boscan.

K
K



**Če je uspelo njim,
lahko tudi vam!**


PREDSTAVITVE POSLOVNIH IDEJ



DELO

TO DO:

- Katere probleme rešuje produkt / storitev / rešitev.
- Poiščite konkurenco in obstoječe rešitve.
- 15 minut.



2. DEL: KUPCI, UPORABNIKI

A NI TU ENU IN ISTU?



KUPCI

- Prvi in najboljši kupci so tisti, ki najbolj potrebujejo vaš izdelek oziroma storitev.
- Nato jim dodajamo vedno več lastnosti (npr. starost, spol, kje živijo, ...), da dobimo natančnejši opis - prototipnega kupca .

KUPEC IN UPORABNIK E-FAIRYTALES

- Uporabnik = otroci v starosti med 1 in 10 letom, ki platformo uporabljajo s pomočjo staršev ali sami. Svoj prosti čas preživljajo kakovostno.
- Kupec:
 - Starši v starosti med 20 in 50 let, ki so zaposleni, imaj vsaj slovensko povprečno plačo in jim občasno zmanjka časa za večerno branje knjig, zavedajo se pomena zgodnjega branja z otrokom in skrbijo za otrokov razvoj.
 - Stari starši, ki imajo vnuke v varstvu, zavedajo se pomena kakovostnih vsebin in nevarnosti na spletu, zato jim berejo ali omogočajo poslušanje pravljic oz. ogled animacij.
 - Šole, vrtci in knjižnice, ki se zavedajo pomena vključevanja kakovostnih in digitalnih vsebin v svojo ponudbo, obogatijo pa jih še z ustvarjanjem oz. drugimi načini, ki dopolnjujejo učni načrt.

TO DO:

1. Določite kdo so vaši uporabniki.
2. Določite kdo so vaši kupci.
3. Določite prve kupce.
 - Opišite prototipnega kupca (spol, starost, ...)



3. DEL: EDINSTVENA PONUJENA VREDNOST

OJEJ... ;)

ZAKAJ SI DRUGAČEN?

- Ker vaša ideja že obstaja, ampak jo v nekem delčku izboljšujete!
- Ker uvajate popolnoma novo ponudbo!
- Ker poenostvljate rešitev!
- Ker združujete neverjetno strast do nečesa s poslovnim modelom in zagnanim vstopom na trg!
- Ker obstoječe rešitve in ponudbo postavljate v popolnoma novo okolje!
- Ker s svojo rešitvijo kupce delate posebne!

- Zakaj so drugačni e-Fairytales? Ker pišejo, rišejo in animirajo otroci za otroke (zgodba) in ker ponujajo celostno rešitev na enem mestu.







STAND OUT FROM THE CROWD

ZAKAJ SI VREDEN ~~NAKUPA?~~ POZORNOSTI

- Izluščiti moraš res bistvo produkta in ga povedati z le nekaj besedami.
- Poleg tega je zelo pomembno, da je tvoja EPV drugačna.

KAKO NAJDEŠ EDINSTVENO PONUJENO VREDNOST

- Bodi **drugačen**, a zagotovi, da bo ta drugačnost **bistvena**.
- Ciljaj na **zgodnje uporabnike**.

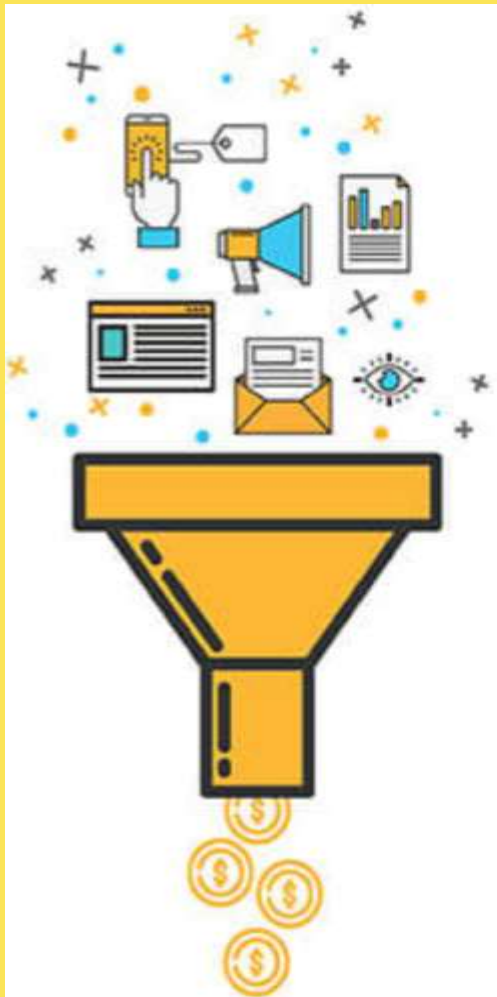
TO DO:

- Določite po čem **se razlikujete** od podobnih proizvodov / storitev / rešitev.
 - Drugačnost naj bo bistvena, ciljajte na zgodnje uporabnike.



5. DEL: KANALI DO KUPCEV

MA, KEJ JE TU... KANALIZACIJA?



- ① Potencialne stranke vas še ne poznajo
- ② So že slišale za vas vendar jih še ne zanimate
- ③ So že slišale za vas in jih zanima kaj ponujate
- ④ Primerjajo vas in vaše rešitve s konkurenco
- ⑤ Postanejo vaša stranka

KANALI ZA PROMOCIJO

- Kdo so tvoji prvi kupci?
- Kje se zadržujejo?
- Kaj berejo?
- Katera družabna omrežja uporabljajo?

KANALI ZA PRODAJO

- Kdo so tvoji prvi kupci?
- Kako izdelek spraviti do kupca tako, da bo to za kupca najbolj priročno?
 - Spletna prodaja, prodaja preko trgovcev, lastna trgovina, ...

TO DO:

- Določite kanale za promocijo in
- Določite kanale za prodajo.

V mislih imejte prve kupce.



4. DEL: REŠITEV

JUHEJ!

REŠITEV

- Vse, kar delate, delate samo zato, da bi **rešili** določeno **težavo** kupcem / uporabnikom.
- Ko govorimo o rešitvi, govorimo o tem, **kako** vaš produkt / storitev **rešuje probleme** uporabnikov / kupcev.

REŠITEV

- **Gremo po korakih:**

1. preverite zapisane (največ) tri ključne probleme,
2. odgovorite kako bi jih rešili na različne načine, brez da v naprej poveste kaj je vaša ideja,
3. rešitve zapišite,
4. zapišite vašo idejo,
5. vprašajte se, ali naša ideja v celoti rešuje navedene probleme?

- Če je vaš odgovor DA → nadaljujte

- Če je vaš odgovor NE → preoblikujte idejo tako, da bo reševala probleme

REŠITEV E-FIRYTALES

PROBLEMI:

Starši nimajo časa

Nekateri otroci ne znajo brati

Ni novih online pravljic

Pravljice večkrat pretežke za najmlajše



REŠITEV:

PLATFORMA – OTROCI ZA OTROKE

CELEGA SVETA - NA KATERI KUPEC

PROSTO IZBERE NAROČNIŠKI MODEL IN

NA TA NAČIN OMOGOČI BRANJE,

POSLUŠANJE ALI/IN GLEDANJE,

KAKOVOSTNIH PRAVLJIC V RAZLIČNIH

JEZIKIH



PROTOTIPIRANJE

MA, KEJ JE TU? ŠE PREBRAT NE ZNAM!

PROTOTIP

- Če želite potencialnemu kupcu prikazati delovanje vaše rešitve, je dobro, če mu to rešitev POKAŽETE.
- Ker na začetku nimate denarja, da bi izdelali perfekten proizvod, izdelate le nek **približek**, s pomočjo katerega si kupec **lažje predstavlja**, kako bo izgledal končni proizvod oz. storitev.

GOOGLE GLASS?

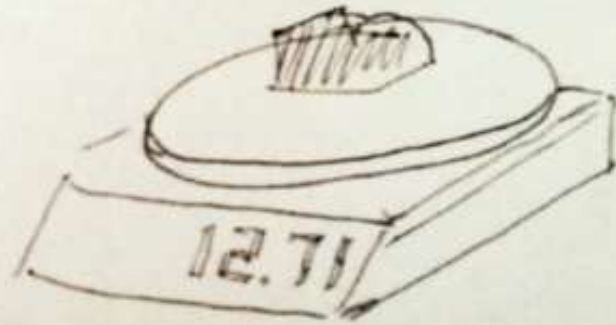
GLASS



Sheet Protector

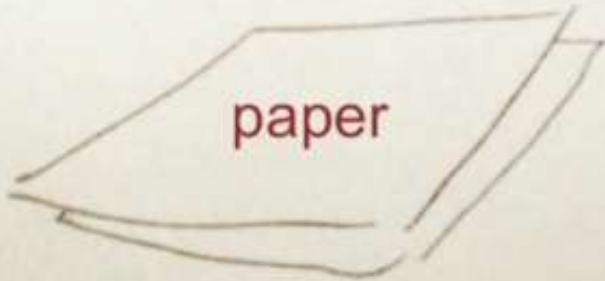


modeling wire



clay

scale



paper



Prototyping Rule #3:
Use materials that move at the *speed of thought* to maximize your rate of learning.



[◀ Nazaj](#)[✉ Pošlji](#)[! Prijavi](#)[👍 Všeč mi je](#)[Deli z drugimi](#)

Naprava za zaznavo glutena v hrani

Cena: **150,00 €**



Glukagen je prenosna naprava za zaznavanje glutena v hrani. Pomaga ljudem s celiakijo in drugim, da lahko brezskrbno uživajo hrano izven domače kuhinje.

Šifra oglasa:

Vpisano: 18. 2.

Spremenjeno: 18. 2.

Objavljeno v:

Oglas poteče čez 29

Prodajalec

Uporabnik:

glukagen

Naslov:

6253 Postojna

Pošlji elektronsko

Vsi oglasi tega prod

Uporabnik že od 18.

Objava o

🖨 Natisni oglas

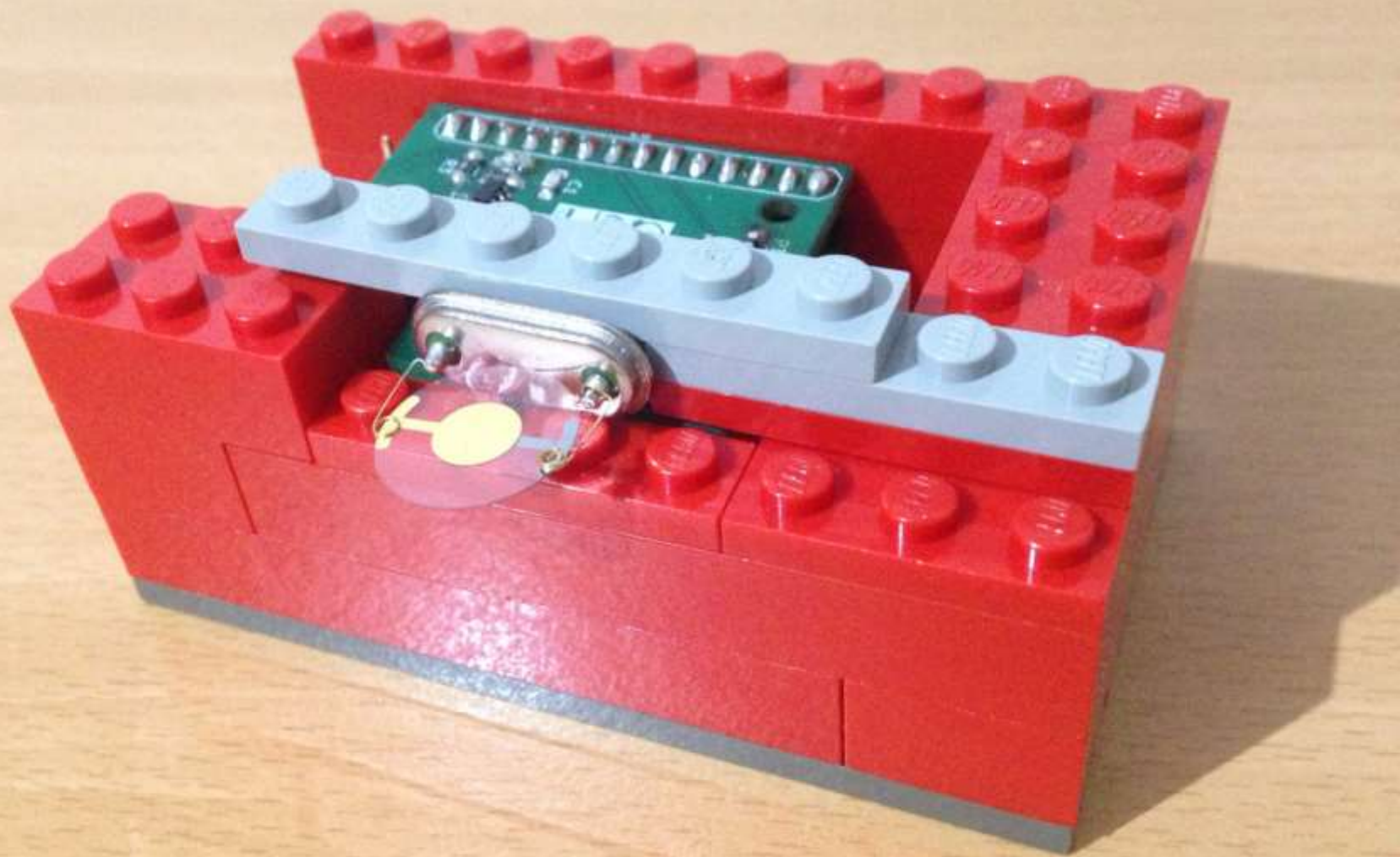
✉ Pošlji prijatelju

🛡 Nasveti za varen nakup

! Prijavi neprimerno vsebino

📍 Izpostavitev o

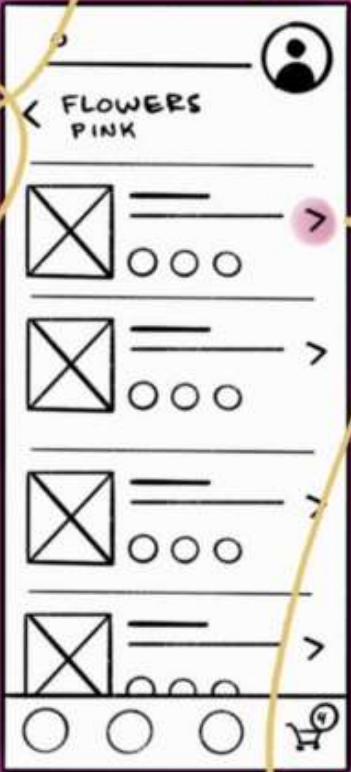
📄 Prodajna pog

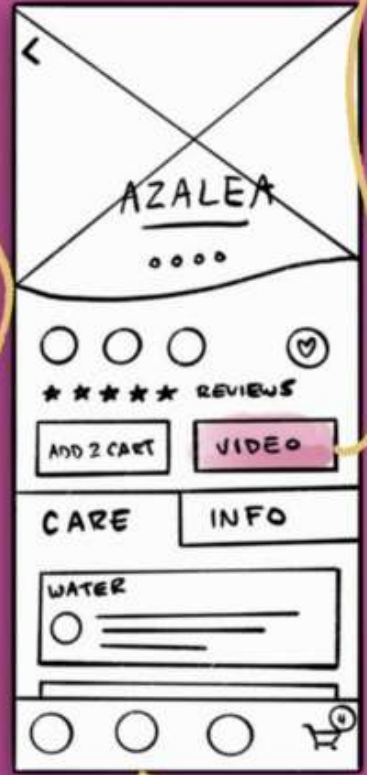


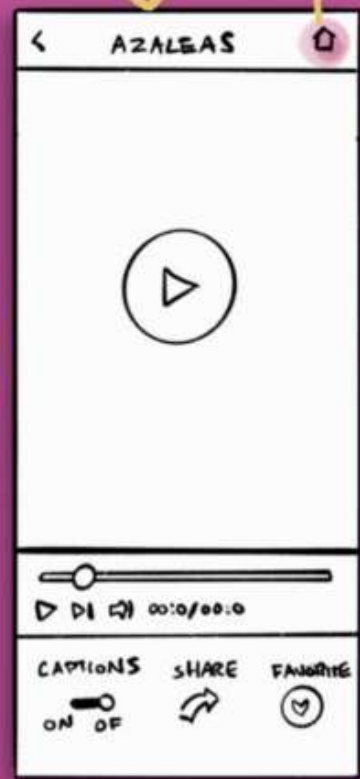
KAJ PA ČE IMAMO APLIKACIJO?



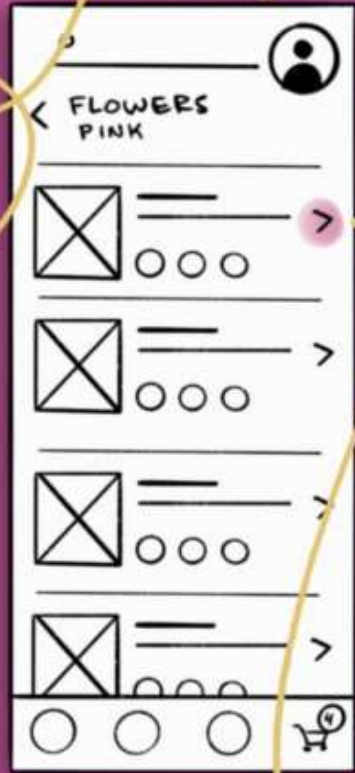












KAJ PA ČE IMAMO STORITEV?

- Prikažite kako izgleda korišćenje storitve!
Filmček!

- https://www.youtube.com/watch?v=d5_hIVuwD6g&t=8s
- Samo, da ne izgubim...

TO DO:

- **Opišite**, kako vaš produkt / storitev rešuje probleme uporabnikov / kupcev.
- **Izdelajte prototip.**



6. DEL: STROŠKI

KAKO IZRAČUNAM STROŠKE?

- Najprej določi:
 - **kaj** vse potrebuješ in
 - **koliko** tega potrebuješ.
- Potem poišči, koliko te stvari **stanejo**.
- Stroški = koliko česa potrebujem x cena tega

DELITEV STROŠKOV

- **Stalni** stroški so stroški, ki so neodvisni od količine proizvodnje. V isti višini obstajajo celo, ko nič ne proizvajamo.
- Primeri: Najemnina, zavarovanje, ...
- **Spremenljivi** stroški so stroški, ki se spreminjajo v odvisnosti od količine proizvodnje. Več kot delamo, višji so spremenljivi stroški. Ko nič ne delamo, spremenljivih stroškov ni.
- Primeri: stroški materiala in surovin, stroški porabljene elektrike, ...

TO DO:

- Izračunajte stroške za izdelavo 1 proizvoda oz. storitve.
- Izračunajte koliko stroškov boste imeli vsak mesec 1. leta
- Izračunajte letne stroške 2. in 3. leta



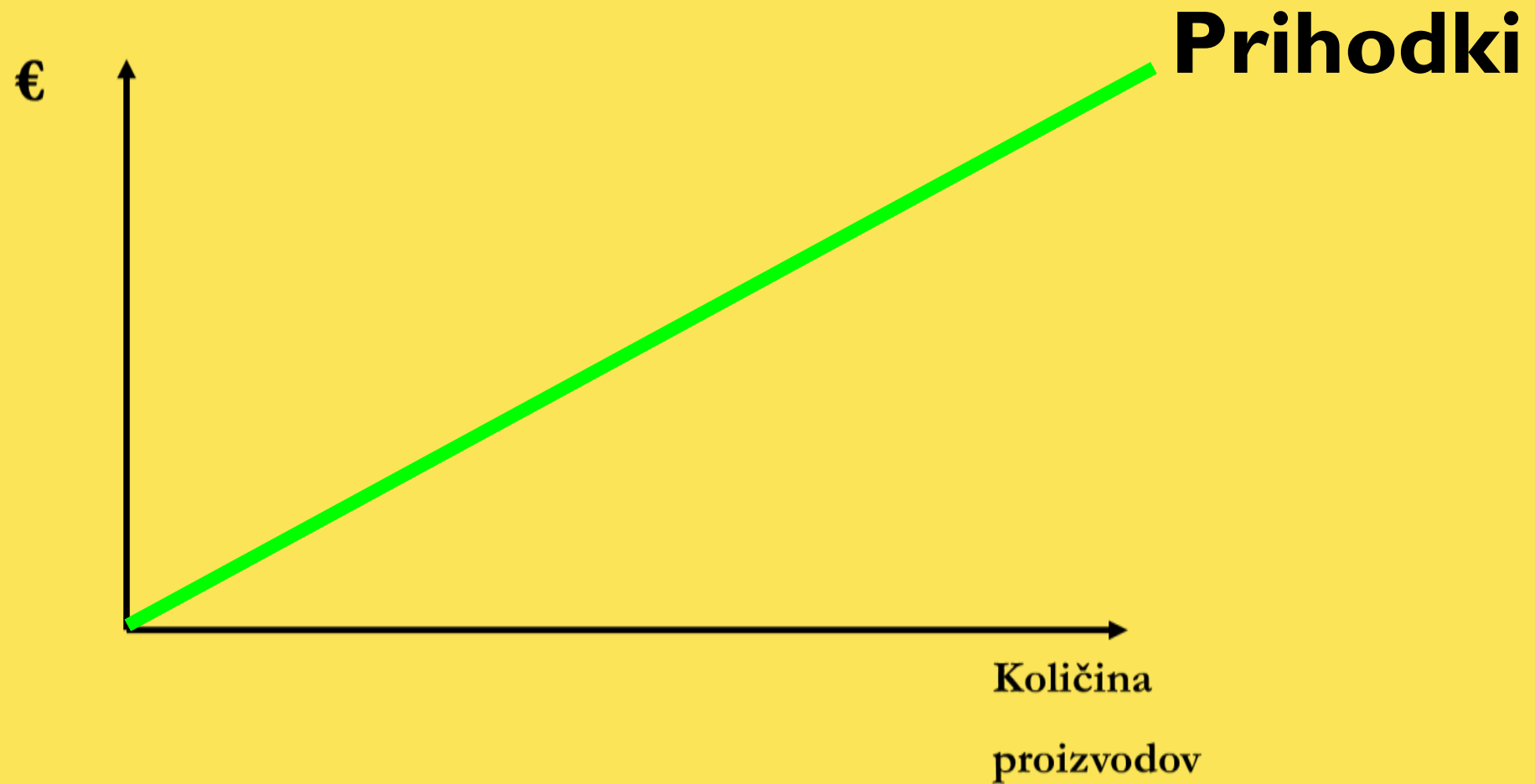
7. DEL: PRIHODKI IN POSLOVNI MODEL

KAKO BOMO SLUŽILI DENAR?

PRIHODKI? KAJ JE TO?

- To je denar, ki ga zaslužite s prodajo izdelkov, storitev, ...
- Prihodki = **cena izdelka** x prodana **količina**

GRAF PRIHODKOV



PRIHODKI

PRIMER IZRAČUNA:

- Prodali bomo 50 proizvodov po ceni 100 EUR (brez DDV).
- Prihodki = cena x količina
- **Prihodki** = 100 EUR x 50 proizvodov
- **Prihodki** = 5.000 EUR

POSLOVNI MODEL

- Poslovni model pove, kako boste pridobivali prihodke.
- Primeri:
 - S prodajo izdelkov / storitev
 - Freemium model (osnovna različica je brezplačna, premium različico je treba plačati)
 - Izdelek je brezplačen, služite z reklamami in prodajo zbranih podatkov (Google, FB, TikTok, ...)
 - ...

TO DO:

- Določite prihodke za **prvo leto po mesecih** in
- Določite prihodke za **2. in 3. leto** (le na letni ravni).



8. DEL: KLJUČNI KAZALNIKI

- Kateri kazalnik boste spremljali na začetku?
- Kaj je za vas najbolj pomembno na začetku poslovanja vašega podjetja?

PRIMERI KAZALNIKOV

- Število kupcev
- Število sledilcev
- Višina prihodkov
- Stošek na kupca
- Število prodanih produktov / storitev / naročnin
- Število obiskovalcev na spletni strani, itd.



TO DO:

- Določite kateri podatek (največ tri) boste spremljali na začetku.
- To je tisti, ki bo najbolje pokazal, če se vaš posel razvija v pravo smer.



9. DEL: NEULOVVLJIVA PREDNOST

- Kaj je tisto, česar vaši konkurenti nimajo?
- Kaj je tisto, kar bodo vaši konkurenti najtežje skopirali od vas?

NAMIG...

- Razmislite o:
 - vašem znanju in izkušnjah
 - ekipnem duhu
 - pripravljenosti na delo
 - osebnostnih lastnostih
 - sami rešitvi....

TO DO:

- Določite kaj je vaša neulovljiva prednost.



10. DEL: PITCH (PREDSTAVITEV IDEJE)

KAJ JE PITCH?

- „Pitch“ je kratka predstavitev vašega izdelka / storitve.
- Običajno je namen »pitchanja« prepričati investitorja, da ste vredni zaupanja in ga seznaniti s tematiko, z namenom, da bi verjel v vaš projekt ter da bi bil v vašo idejo tudi pripravljen vložiti svoja sredstva.

JAVNI NASTOP

Ko govorite, udeleženci zavestno ali nezavedno sprejemajo sporočila na treh ravneh:

- ver **7 %** (**besedni**): katere besede uporabljate za vsebino, ki jo sporočate;
- ali **38 %** (**slušni**): kako zveni vaš glas, kako hitro govorite, odmori med govorom in
- v **55 %** (**vidni**): kako vas udeleženci vidijo.

TO DO:

- Naredite **pitch** za vašo poslovno idejo.
- PPT naj vsebuje čim več **slik in grafik** in malo teksta.

ZGRADBA PITCH-A

1. Naslovnica (**ime ideje** in/ali slogan, **ekipa** + **1 stavčni opis ideje**)
2. **Problem** opišite skozi zgodbo, podkrepite z **dokazi** (statistika, raziskava...)
3. **Rešitev** (izdelek / storitev), kako značilnosti **rešujejo problem**, delovanje **prototipa** (pokažite!)
4. **Konkurenca**: kako kupci danes rešujejo probleme, v čem je vaš izdelek ali storitev boljši od konkurence
5. **Vstop na trg** (prodajni in promocijski **kanali**, lastnosti trga in njegova velikost)

... ZGRADBA PITCH-A

- 6. Stroški / prihodki** (Naštejte vaše stroške, Opišite, kako ste določili ceno, Opišite poslovni model)
- 7. Rezultati** (Opišite, kaj ste naredili do sedaj: prototip, intervjuji, ...)
- 8. Prihodnost** (Kaj bo vaš naslednji korak, Kaj potrebujete za zagon podjetja, Kaj želite od komisije (povezave, kontakti, informacije, nasvet), ...)
- 9. Ekipa** (Fotografija, Opišite člane vaše ekipe in njihova ključna znanja)
- 10. Zaključek** (Ponovite vaš **slogan**, **Povabite** strokovno komisijo **k vprašanju**, Na prosojnico zapišite vaš **kontakt**)

PROBLEM Naj trije problemi	REŠITEV Naj tri lastnosti	EDINSTVENA PONUJENA VREDNOST Eno, jasno in prepričljivo sporočilo o tem, zakaj si drugačen in zakaj je tvoj produkt vreden nakupa	NEULOVLJIVA PREDNOST Ni možno zlahka kopirati ali kupiti	SEGMENTI KUPCEV Ciljni kupci
	KLJUČNI KAZALNIKI Ključne merljive dejavnosti		KANALI Pot do kupcev	
STRUKTURA STROŠKOV Stroški za pridobivanje kupcev Distribucijski stroški Gostovanje Zaposleni itd.		TOKI PRIHODKOV Model prihodkov Celotna vrednost Prihodek Bruto marža		
PRODUKT		TRG		



Lokalna
Akcijska
Skupina
med Snežnikom
in Nanosom



PROGRAM
RAZVOJA
PODEŽELJA

Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD ZA
REGIONALNI RAZVOJ



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI
RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO