

4	4	6	3
1			
3	5		40
8		8	

1.1. Příležitosti: Co mě baví, v čem jsem dobrý/á

„Jediný způsob, jak dělat dobře svoji práci, je milovat to, co děláš.“

Steve Jobs

Hledání vlastní cesty

Zamysli se nad následujícími otázkami:

- Co rád děláš?
- Existuje povolání, kde bys mohl svoji zálibu využít?
- Je možné na tvém koníčku postavit podnikání?

Souhlasíš s uvedeným
citátem?



1. Po přečtení medailonku Katky Brabcové budeš jistě znát odpověď na následující otázky:

- Co Katka považuje za klíčové pro úspěch ve své práci ilustrátorky?
- Jakými cestami Katka prošla, než se naplno začala věnovat dráze ilustrátorky?
- Kde hledá Katka inspiraci pro svou práci?
- Kdy Katka začala malovat?

Po přečtení medailonku Jana Lukačeviče budeš jistě znát odpověď na následující otázky:

- a. Kde se Honza nechává inspirovat, když hledá řešení problémů v rámci výzkumu?
- b. Co Honza očekává od práce, kterou dělá?
- c. Jak Honza popisuje svoji práci?
- d. Proč se Honza nestal profesionálním sportovcem?

2. Pokus se namalovat obrázek nebo napsat krátký příběh o tom, jak by se tvé záliby mohly v dospělosti proměnit v povolání nebo podnikání tvých snů.



1	4	6	7
2			
3	5		10
8		9	

1.2. Příležitosti: Jak vznikají podnikatelské nápady?

„Všechny sny se mohou stát skutečností, když sebereme odvahu je následovat.“

Walt Disney

Hledání podnikatelských příležitostí

1. Zamysli se nad odpovědí na otázky:
 - a. Co je podnikání?
 - b. Jak podle tvého názoru souvisí podnikání a výše uvedený citát?
2. Po přečtení medailonku podnikatele Davida Macháčka budeš jistě znát odpověď na následující otázky:
 - a. Jak vznikl nápad vyrábět slámová brčka?
 - b. Jaký je postup výroby brček?
 - c. V čem je konkurenční výhoda slámových brček?
 - d. Jak David pomáhá chránit mořské želvy?
3. Hledání nápadu pro „Náš podnik“:
 - a. Co vás baví?
 - b. Jak by se to dalo využít pro vaše podnikání?

Souhlasíš s uvedeným citátem?



1	4	6	7
2			
3	5		10
8		9	

1.3. Příležitosti: Znáš podnikatele ve svém okolí?

“Být připraven je nejdůležitější předpoklad úspěchu.”

Henry Ford

Rozhovory s podnikateli

Podle úspěšných lidí je velice důležité vždy se poučit z chyb a využívat ověřené cesty svých předchůdců. Rozhovor s podnikatelem, který je úspěšný v oblasti tvého zájmu, by ti mohl posloužit jako dobrá inspirace pro tvé budoucí podnikání.

1. Zamysli se, zda znáš někoho, kdo podniká, a to nejlépe v oblasti, která tě zajímá.
2. Jak budeš postupovat, pokud žádného podnikatele osobně neznáš? Kde budeš hledat?
3. Než půjdeš na setkání s vybraným podnikatelem, zjisti si o něm/ní co nejvíce informací z dostupných zdrojů (např. internet). Pomůže ti to v kladení konkrétních otázek a dotyčného tvá informovanost jistě potěší.
4. Než vyrazíš na rozhovor, je dobré si zapamatovat základní otázky a zamyslet se alespoň nad dalšími 3 otázkami, které by tě zajímaly.
5. Pomůže, když si otázky (i ty 3 své) vytiskneš a vezmeš na rozhovor s vybraným podnikatelem. Když je člověk nervózní, snadno zapomíná.
6. Vyraž do terénu!



Rozhovor s podnikatelem

Jméno podniku:

Jméno podnikatele:

1. Jakým podnikáním se zabýváte?
2. Jak dlouho podnikáte?
3. Co Vás vedlo k tomu, že jste začal podnikat?
4. Řekněte jednu věc, kterou víte dnes, ale bylo by fajn, kdybyste ji věděl již v době, kdy jste začínal s podnikáním.
5. Jakou radu byste dal začínajícímu podnikateli?

Vaše otázky:

4	4	6	7
1	5		10
5			
8		6	

1.4. Příležitosti: Kdo je podnikatel a jaké má vlastnosti?

„Zkušenosti mohou být pro úspěšné podnikání výhodou, ale nejsou nutností. Mnohem důležitější jsou však zdravý rozum, aktivní přístup k životu, schopnost komunikovat s lidmi, pracovitost a vytrvalost.“

Ivana Šabatová

Seznam vlastností úspěšného podnikatele/podnikavého člověka

1. Zdravé sebevědomí: víra v sebe samého
2. Ochota vzít na sebe riziko: schopnost přijmout skutečnost, že se věci nemusí podařit
3. Cílevědomost: tvrdě pracovat bez toho, aby nás nutil někdo jiný
4. Vytrvalost: zkoušet znovu a znovu to, co se nedaří
5. Umění spolupracovat: schopnost najít a získat spolupracovníky s potřebnými dovednostmi
6. Trpělivost: schopnost počkat si na úspěch
7. Nadšení/vášeň: schopnost nadchnout se a milovat to, co dělám
8. Soustředěnost: schopnost zaměřit se na dosažení vytyčeného cíle
9. Flexibilita: schopnost naučit se nové dovednosti a reagovat na nové výzvy
10. Vynalézavost: schopnost nalézat nová řešení a využívat nejnovější poznatky
11. Otevřenost: schopnost hledat nové možnosti
12. Nezávislost: schopnost samostatně hledat cesty k úspěchu
13. Informovanost: schopnost vyhledávat užitečné informace
14. Propagace: soustavné informování a propagování svého podnikání všemi dostupnými prostředky
15. Síťování: schopnost hledat důležité kontakty pro rozvoj podnikání



Otázky k medailonkům



Otázky k medailonku Martina Hausenblase, ADLER International, a.s.

V textu medailonku Martina Hausenblase najdete odpovědi na otázky 1-4. Na otázky 5 a 6 odpovězte se svými spolužáky.

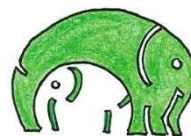
1. Proč začal Martin Hausenblas podnikat?
2. Jakou měli úlohu přátelé Martina Hausenblase při budování jeho podnikání?
3. V čem je nová služba poskytovaná firmou Liftago a jakým způsobem řeší problémy svých zákazníků?
4. Napište některé důležité vlastnosti podnikatele, které Martina Hausenblas zmínil.
5. Vyberte tři charakteristiky ze seznamu vlastností podnikatelů, které se dle vašeho mínění hodí nejvíce pro Martina Hausenblase. Svůj výběr zdůvodněte.

Vlastnost 1:

Vlastnost 2:

Vlastnost 3:
6. Ze seznamu vlastností podnikatelů vyberte dvě, které jsou dle vašeho názoru klíčové pro začínajícího podnikatele. Svůj výběr zdůvodněte.

Otázky k medailonku Arthura F. Sniegona, ochránce slonů



V textu medailonku naleznete odpovědi na otázky 1-3.

Na otázky 5 a 6 odpovězte se svými spolužáky.

1. Jakou zálibu měl Arthur, když byl malý?
2. Jaké sny chtěl uskutečnit „až bude velký“?
3. Jak proměnil svoji zálibu na své povolání?
4. Vyberte tři charakteristiky ze seznamu vlastností podnikatelů, které se dle vašeho mínění nejvíce hodí na Arthura F. Sniegona. Svůj výběr zdůvodněte.

Vlastnost 1:

Vlastnost 2:

Vlastnost 3:
5. Ze seznamu vlastností podnikatelů vyberte dvě, které jsou dle vašeho názoru klíčové pro začínajícího podnikatele. Svůj výběr zdůvodněte.

Otázky k medailonku Marka Siváka, MARKOVA ZAHRÁDKA



V textu medailonku Marka Siváka hledejte odpovědi na otázky 1-4.

Na otázky 5 a 6 odpovězte se svými spolužáky.

1. Co Marka inspirovalo k založení zahrádky?
2. Proč se ostatní lidé k Markovi přidali?
3. Jaké výhody jim to přineslo?
4. Jaké výhody to přineslo ostatním lidem z ulice?
5. Vyberte tři charakteristiky ze seznamu vlastností podnikatelů, které se nejvíce dle vašeho mínění hodí pro Marka Siváka. Svůj výběr zdůvodněte.

Vlastnost 1:

Vlastnost 2:

Vlastnost 3:
6. Považujete Marka Siváka za podnikatele? Svou odpověď zdůvodněte.

Otázky k medailonku Terezy Jurečkové, PRAGULIC

V textu medailonku Terezy Jurečkové naleznete odpovědi na otázky 1-4.
Na otázky 5 a 6 odpovězte se svými spolužáky.



1. Jak vznikl nápad netradiční průvodcovské služby po Praze?
2. Co pomohlo Tereze Jurečkové překonat počáteční nesnáze a malé zkušenosti s podnikáním?
3. Co bylo podle slov Terezy Jurečkové klíčové pro dosažení úspěchu organizace PRAGULIC?
4. V čem je pro zákazníky průvodcovská služba jiná než tradiční prohlídky Prahou?
5. Vyberte tři charakteristiky ze seznamu vlastností podnikatelů, které se dle vašeho mínění nejvíce hodí na Terezu Jurečkovou. Svůj výběr zdůvodněte.

Vlastnost 1:

Vlastnost 2:

Vlastnost 3:
6. Ze seznamu vlastností podnikatelů vyberte dvě, které jsou dle vašeho názoru klíčové pro začínajícího podnikatele. Svůj výběr zdůvodněte.

4	6	7
1	5	10
3		
8	9	

2.1. Potřeby klientů: Co klient potřebuje?

„Čím moudřejší je člověk, tím méně má potřeb.“

Diogenés ze Sinópy

Hledání potřeb klientů



1. Zamysli se nad následujícími otázkami a vyjádři svůj názor:
 - a. Co jsou to potřeby? Jaké potřeby máme?
 - b. Jsou potřeby nás všech stejné?
 - c. Existuje podle vás rozdíl mezi potřebami a přáními? Jaký?
 - d. Souhlasíte s uvedeným citátem? Pokud ano, proč? Pokud ne, proč?
 - e. Jak se podle vás dají naše potřeby naplňovat?
 - f. Jakou úlohu při naplňování našich potřeb hraje trh?

-
2. Po přečtení medailonku podnikatelů Martina Wallnera a Tomáše Hubra budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:

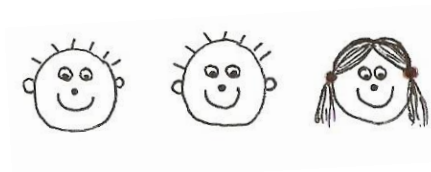
- a. Jaké výrobky prodává na trhu firma Mixit.cz?
- b. Kdo je konkurence pro firmu Mixit.cz?
- c. Jakou výhodu mají výrobky firmy Mixit.cz oproti konkurenčním směsím müsli?



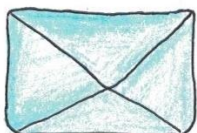
d. Jakou mají nevýhodu výrobky firmy Mixit.cz oproti konkurenčním směsím müsli?

e. Jaké potřeby klientů uspokojují produkty firmy Mixit.cz?

f. Kdo si podle vás kupuje výrobky firmy Mixit.cz?



3. Tichá pošta trochu jinak



Nyní se se svými spolužáky podíváte na nápad na „Náš podnik“ v rámci společné hry. Paní učitelka vám vysvětlí její pravidla.

Po ukončení hry se zamysli nad těmito otázkami:

a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?

b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?

c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Případně co to bylo?

A	4	6	7
2			
5	5	10	
8		9	

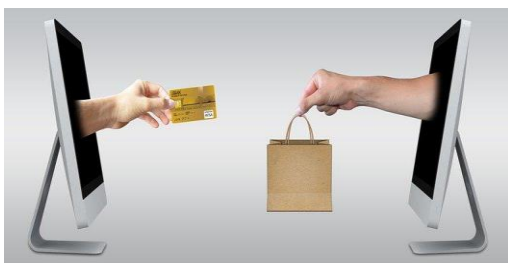
3.1. Klienti: Kdo jsou moji klienti?

“Zákazník není závislý na nás. My jsme závislí na něm.”

(Kenneth B. Elliott)

Hledání zákazníků

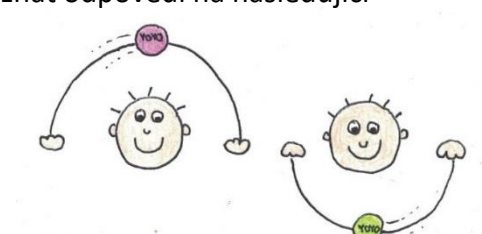
1. Se spolužáky se podívejte na následující fotografie a zamyslete se nad odpověďmi na uvedené otázky.



- a. Co mají obě fotografie společné?
- b. Co se na obrázcích podle vás odehrává?
- c. Komu patří podle vás ruce na obrázcích? Pokuste se osoby, které na obrázku nejsou vidět popsat. Kdo jsou a proč se aktivity na obrázku účastní?

-
2. Po přečtení medailonku podnikatele Vaška Kroutila budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:

- a. Jak Vašek zjistil, že lidé mají potřebu kupovat yoya?
- b. Co pro Vaška znamená být podnikatelem?

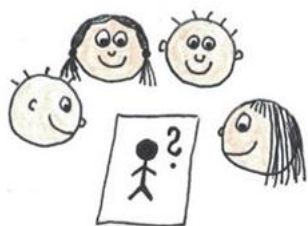


c. Kdo jsou podle vás klienti obchodu Vaška Kroutila?

3. Kdo je můj zákazník?

Nyní se svými spolužáky popíšete, kdo bude zákazníkem vašeho výrobku nebo služby, kterou jste si vymysleli v rámci předchozích pracovních listů. Je důležité si uvědomit, že zákazníkem vašeho výrobku nebo služby nemohou být nikdy všichni lidé, proto je dobré zúžit zaměření na zákazníka co nejkonkrétněji. Vaše nápady запиšte společně na papír.

Zde jsou otázky, které vám v tom pomohou:



- a. Kolik je vašemu zákazníkovi let?
- b. Kde žije?
- c. Je váš zákazník žena nebo muž?
- d. Co váš zákazník potřebuje vyřešit? Jakou potřebu mu můžete pomoci svým výrobkem naplnit?
- e. Bude mít váš výrobek či služba uživatele? Kdo jsou tito uživatelé?

Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

A	4	6	7
1	5		10
3			
8		2	

4.1. Řešení: Co chci vyrábět?

„Prvním pravidlem marketingu je mít skvělý výrobek.

Druhým pravidlem je nikdy nezapomenout na první pravidlo.“

Viktor Kiam

Jaký výrobek či službu chci poskytovat?

1. Se spolužáky se podívejte na následující fotografii a vymyslete krátký příběh, který by odpovídal na následující otázky.

- a. Kdo jsou lidé na obrázku?
- b. Proč nemají boty?



2. Po přečtení medailonku Salvátora Sošky budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:
 - a. Jaké výrobky prodává na trhu firma Salvátora Sošky?
 - b. V čem jsou výrobky firmy We are Ferdinand jiné?
 - c. Co všechno bylo třeba zařídit a udělat, než se začaly prodávat první ponožky?
 - d. Na trhu se prodává celá řada výrobků nebo služeb. Pokuste se stručně popsat, jaký je podle vás rozdíl mezi výrobkem a službou?

3. První podoba vašeho výrobku nebo služby

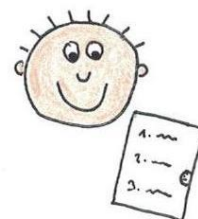
Nyní se svými spolužáky budete mít za úkol popsat postup výroby produktu, který chcete vytvořit. Potřebné informace si můžete vyhledat na internetu, v knihách nebo časopisech.



Vytvořte si návod, kde budou jednotlivé kroky postupu výroby popsány. Můžete vše napsat na papír, vytvořit obrázek nebo prezentaci na počítači.

Určitě v návodu nezapomeňte zmínit:

- Jaký materiál budete potřebovat?
- Jaké technologie budete užívat?
- Kolik lidí bude pro výrobu potřeba? Jaké budou mít úkoly?
- Jaké jsou náklady na výrobu? Vezměte v potaz cenu materiálu, technologií, lidí, apod.



Můžete vytvořit první verzi svého výrobku.



Představte postup výroby vašeho nápadu svým spolužákům.

Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

- Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

A	4	6	7
1			
3	5		40
8			3

4.2. Řešení:

Jak můj výrobek či služba řeší problémy mých klientů?

“Neřešte problémy, které nikdo nemá!”

Ash Maurya

Jaký je problém a jak jej vyřešíme?

1. Zamysli se nad následujícími otázkami a vyjádři svůj názor:
 - a. Kdy jste naposledy někoho požádali o pomoc? Jaký problém jste řešili?

- b. Existují výrobky či služby, které vaše problémy řeší? Jak?

- c. Jsou problémy k něčemu dobré? Jaký by byl svět bez problémů?

- d. Souhlasíte s uvedeným citátem? Pokud ano, proč? Pokud ne, proč?



-
2. Po přečtení medailonku projektu „Nenech to být!“ budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:

- a. Jak se zrodil nápad na projekt „Nenech to být“?

- b. Komu pomáhá projekt „Nenech to být“?

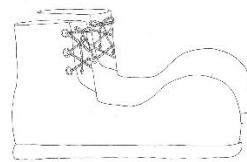
- c. Jaký problém projekt pomáhá řešit?

- d. V čem jsou výhody systému „Nenech to být“ oproti schránkám důvěry ve školách?



3. Kouzelné boty aneb problémy a jejich pojmenování

V předchozích pracovních listech jste si se spolužáky vymysleli výrobek nebo službu, kterou byste chtěli prodávat, a kdo budou vaši zákazníci. Nyní budete mít za úkol zamyslet se nad problémy, které vaši zákazníci nejvíce řeší. A najít důvody, proč jim zrovna váš výrobek může pomoci s jejich problémy nebo zlepšit jejich život. Zákazníci totiž dávají přednost výrobkům, které jim usnadňují život nebo jej dělají příjemnější. Pokud toto bude váš výrobek splňovat, máte šanci na úspěch.



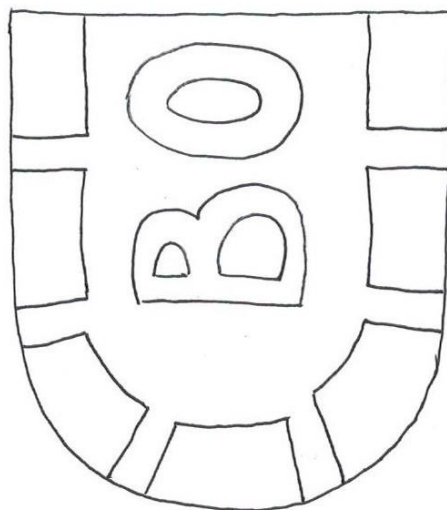
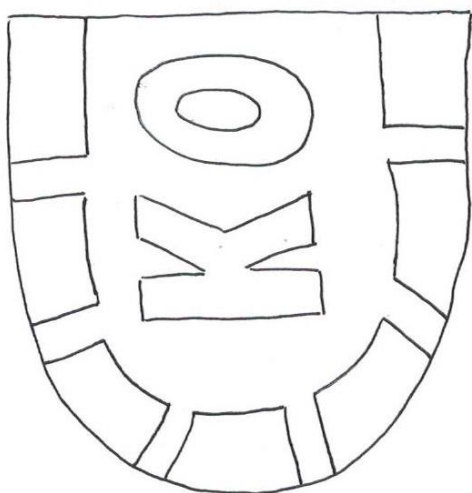
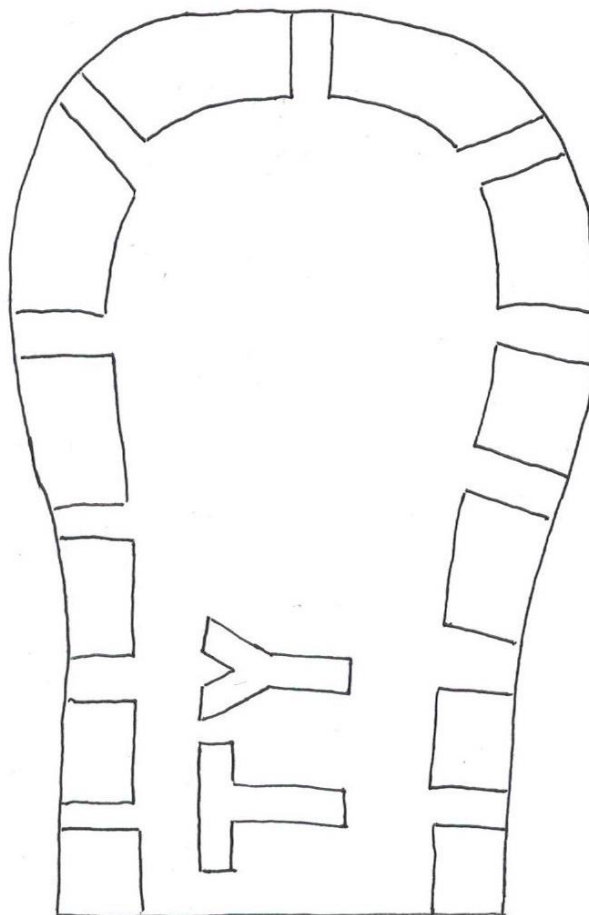
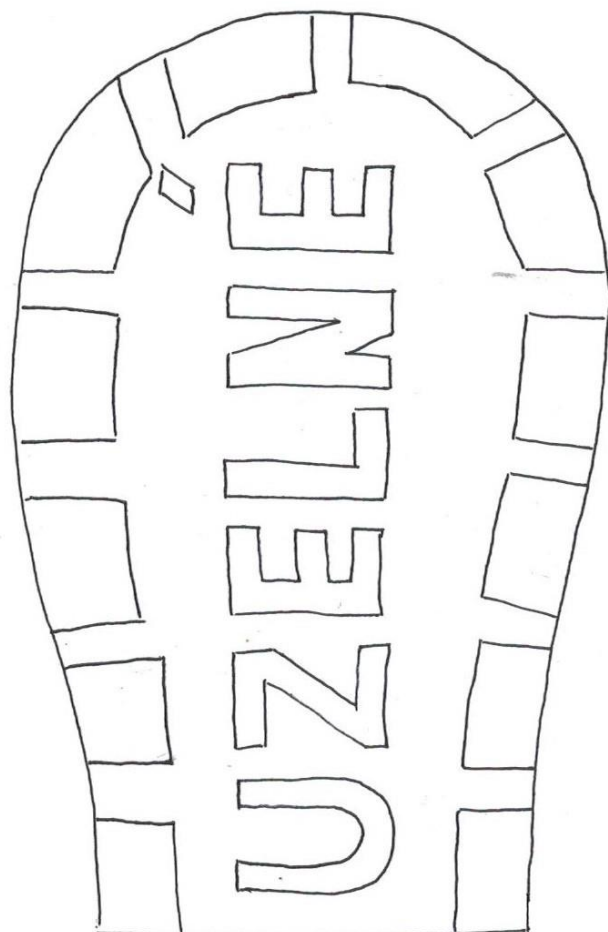
- a. Abyste mohli lépe pochopit své zákazníky, je dobré pokusit se vcítit, jaké to je, být v jejich kůži. Pomohou vám v tom „kouzelné boty“. V těchto kouzelných botách se můžete na chvíli proměnit ve vašeho zákazníka. Když se postavíte na obrys kouzelných bot, stanete se na chvíli tím, komu chcete prodávat své výrobky. Říkejte nahlas, jak se cítíte, co by vám zlepšilo život a jaké problémy vás trápí. Nechte každého člena skupiny, aby si kouzlo vyzkoušel. Určete si jednoho člena skupiny, který bude nápady a problémy zapisovat na papír.
- b. Ze zapsaných problémů si vyberte 3 problémy, které považujete za nejdůležitější. Důležité je být co nejkonkrétnější.
- c. Nyní se každý z vás sám zamyslí nad otázkami:
Jaký problém vašich zákazníků může váš výrobek či služba vyřešit?
Jak váš výrobek usnadní nebo zlepší život vašich zákazníků?
- d. Popovídejte si společně o tom, na co jste přišli a hledejte odpovědi, na kterých se shodnete jako skupina.

Až budete hotovi, představte své odpovědi ostatním spolužákům.

Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?





1	4	6	3
2	5		10
3			
8		9	

5.1. Cesty ke klientům: Kde najdu první klienty?

Hledání prvních zákazníků

1. Se spolužáky se podívejte na následující fotografii a zamyslete se nad odpověďmi na uvedené otázky.



a. Kdo jsou podle vás mladíci na obrázku?

b. Proč podle vás mají na sobě formální oblečení?

2. Po přečtení medailonku podnikatele Radima Nigrima budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:

a. Kde našel Radim první zákazníky?

b. Jak postupoval při hledání dalších zákazníků?

c. Co je podle Radima klíčové pro úspěch v podnikání?

3. Kde hledat první zákazníky?

Nyní se svými spolužáky zamyslete, kde byste oslovili první zákazníky, kteří by si mohli koupit váš výrobek.

Nejprve si na papír stručně shrňte:

a. Co budete vyrábět?

b. Kdo je váš zákazník?

c. Jaké problémy zákazníka váš výrobek pomáhá řešit?



Vaším úkolem bude dnes přijít s návrhy, kde hledat první zákazníky.



Pro začátek je dobré najít místa, kde se schází co nejvíce lidí, které jste popsali jako vaše možné zákazníky. Takovými místy mohou být nákupní centra, trhy, sociální sítě na internetu, blogy, diskusní fóra, atd.

Vodítkem pro hledání takových míst jsou následující otázky:

Na jakých místech mohu nalézt zákazníky, kterým je určen můj výrobek/služba?

Jsou taková místa na internetu?

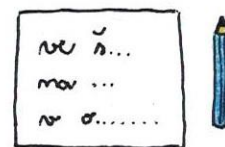
Jsou taková místa v našem okolí?



Pro hledání odpovědí pracujte společně pomocí metody „brainstorming“. Její pravidla si přečtěte společně s paní učitelkou. Pokud něčemu nerozumíte, zeptejte se. Potom už můžete začít pracovat.

Základní pravidla brainstormingu:

- Mluvit by měl v jednom okamžiku pouze jeden.
- Vyslovené nápady by neměly být nikým komentovány ani hodnoceny. I ten zdánlivě nejloupežší nápad může inspirovat ostatní.
- Všechny nápady je třeba zapisovat.
- Po fázi vymýšlení přijde na řadu výběr nejlepších nápadů.



Po ukončení aktivity vše zhodnoťte pomocí těchto otázek:

- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

A	4	6	7
1	5		10
3			
8		9	

5.2. Cesty ke klientům: Jak upoutám pozornost klienta?

Jak zaujmout

1. Se spolužáky se podívejte na následující fotografii a pokuste se vymyslet co nejvíce možných odpovědí na otázku: K čemu slouží prostor na obrázku?

Než začnete, zvolte si, kdo bude zapisovat vaše nápady.

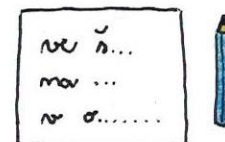


2. Po přečtení medailonku podnikatelky Alice Kavkové budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:

- a. Co Alice prodává?
- b. Kde své výrobky nabízí a představuje?
- c. Jak Alice využila internet v počátcích svého podnikání?

Marketingový plán

Nyní se svými spolužáky vytvoříte plán, jak dát zákazníkům vědět o vašem výrobku nebo službě. A hned tento plán vyzkoušíte.



Je dobré vědět, že pokud někdo má zájem prodávat své výrobky například hry jako Alice, potřebuje najít děti a dospělé, které pro hry nadchne a oni si je budou chtít koupit. Tomu se říká marketing. V marketingu se snažíte lidem představit váš výrobek nebo službu tak, aby si jej chtěli koupit. Pokud lidé nebudou vědět, že prodáváte hry, nikdy za vámi nepřijdou, aby si nějakou koupili.

Co by měl marketingový plán obsahovat?

- *Celkové stručné shrnutí*
 - o CO a pro KOHO vyrábíte? Jakou potřebu zákazníka náš výrobek naplňuje?
- *Současná konkurence na trhu*
 - o Jaké podobné výrobky nebo služby se již prodávají?
- *Cíle krátkodobé/dlouhodobé*
 - o Kolik výrobků chcete prodat? Např. do konce příštího měsíce/do konce školního roku
- *Marketingový mix*
 - o Kde si myslíte, že byste mohli najít zájemce o své výrobky/služby?
Pomocná otázka: Kde se dozvídáte o zajímavých výrobcích nebo vidíte výrobky, které byste si chtěli koupit?
 - o Jak by se daly využít sociální sítě pro propagaci vašeho nápadu?
Vymyslete a připravte 1 konkrétní status na Facebook nebo jiné sociální médium.
Naplánujte, kdy byste jej zveřejnili - jaký den a hodinu a odůvodněte proč.
- *Lidé*
 - o Kdo a jak se bude účastnit při realizaci plánu?
- *Rozpočet*
 - o Budete potřebovat finanční prostředky na realizaci plánu? Kolik?



Po ukončení aktivity vše zhodnoť pomocí těchto otázek:

- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

1	4	6	7
2			
3	5		10
8		3	

5.3. Cesty k zákazníkům:

Jak se klientům líbí můj výrobek či služba?

Funguje to správně?

1. V rámci své skupiny se svými spolužáky sdílejte odpovědi na úvodní otázku: Jezdíte rádi na kole? Proč ano? Proč ne? Poté se zamyslete nad alespoň 3 argumenty na podporu a 3 argumenty proti výroku: **“Je výhodnější jezdit do školy na kole než autem”**.



Paní učitelka vám poté určí druhou skupinu, se kterou budete diskutovat, poví vám, jaká jsou pravidla a jak na to.

Po ukončení aktivity se zamyslete nad těmito otázkami:

Jak se vám dařilo přesvědčit spolužáky, pokud jste zastávali jiný názor, než který jste měli hájit?

Jak se vám dařilo, pokud jste hájili názor, který zastáváte?

-
2. Po přečtení medailonku Víta Ježka budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:

- a. Jakou službu Vít poskytuje?
- b. Jak Vít testoval, zda svůj nápad na půjčování jízdních kol zaměřuje na správného zákazníka?
- c. Pro koho je služba Rekola, půjčování kol ve městě, určena? Kdo je zákazníkem služby?
- d. Jaký chybný předpoklad měl Vít Ježek ohledně chování zákazníků, kteří si půjčují různá kola?

3. Průzkum mezi zákazníky

Nyní se svými spolužáky budete mít za úkol otestovat svůj podnikatelský nápad u potenciálních zákazníků (svých spolužáků).

Před samotnou výrobou produktu či spuštěním služby ve větším měřítku je vždy moudré ujistit se, že lidé mají o váš nápad zájem a budou ochotni za něj zaplatit. Jednou z cest, jak toho dosáhnout, je promluvit si s potenciálními zákazníky a zjistit, zda by o produkt či službu měli zájem.



Popište svůj nápad na výrobek či službu tak, abyste jej byli schopni popsat a odpovědět na případné otázky zákazníků (spolužáků z jiných skupin).

Základním vodítkem pro vás může být otázka:

Jak jednoduše popíši svůj výrobek nebo službu přirovnáním k již existujícím výrobkům?

(Příklad: Chci začít provozovat půjčovnu kol (existující služba), která budou ve stojanech stát v centru města a lidé si je budou moci pomocí aplikace v mobilním telefonu vypůjčit, použít jako dopravní prostředek po městě a vrátit do stojanu na jiném místě ve městě. (jiné řešení-inovace))

Paní učitelka vám nyní pomůže s organizací průzkumu.

Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

- Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

Otázky pro rozhovor se zákazníky:

1. Líbí se Vám nápad na tento produkt?
2. Myslíte, že potřebujete tento produkt?
3. Používal byste tento produkt?
4. Jak byste jej používal?
5. Znáte nějaké další lidi, kteří by produkt používali?
6. Co se Vám na produktu nejvíce zamlouvá?
7. Co se Vám na tomto produktu nelíbí?
8. Za jakou cenu byste tento produkt koupil?
9. Napadá Vás něco důležitého, na co jsem se nezeptal?

A	4	6	7
1			
3	5		40
8		9	

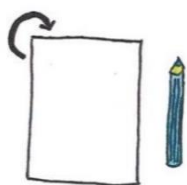
6.1. Výjimečnost:

V čem je můj výrobek či služba pro klienty jedinečný?

„Nikdy nedostanete druhou příležitost udělat první dobrý dojem.“

(neznámý autor)

Výstižné pojmenování jedinečnosti



Se spolužáky a paní učitelkou si vyzkoušíte malý experiment.

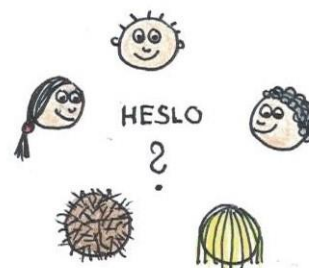
Poslouchejte pozorně instrukce.

1. Po přečtení medailonku podnikatele Matěje Doležala budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:

- Jak se květinový ateliér MD Creative Matěje Doležala odlišuje od jiných květinářství?
- Jak a kde Matěj propaguje svůj květinový ateliér?
- Jak zní krátký slogan Matějova květinového ateliéru?

2. Slogan pro náš výrobek nebo službu

Nyní se svými spolužáky vymyslíte krátkou větu, která výstižně pojmenuje jedinečnost vašeho výrobku nebo služby. Slogan musí zákazníka zaujmout. Bude to to první, co se o vašem výrobku (službě) zákazník dozví a rozhodne se, jestli se chce dozvědět víc.



Společně s paní učitelkou budete hledat cesty, jak na to.

Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?

- b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?

- c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

A	4	6	7
1			
3	5		10
8		9	

6.2. Výjimečnost:

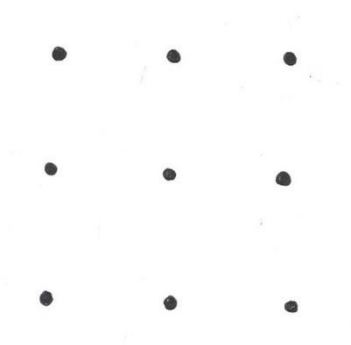
Jaké podobné výrobky či služby se již prodávají?

„Poznejte svou konkurenci. Zjistěte, v čem jste silní, a v čem spočívají slabá místa vaší konkurence.“

Jack Trout

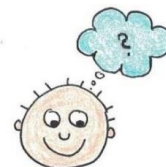
Hledání konkurence

1. Vaším úkolem se spolužáky je spojit 9 teček, co vidíte na obrázku, čtyřmi rovnými čarami tak, aby konec jedné čáry navazoval na začátek čáry druhé. Dejte se do práce.



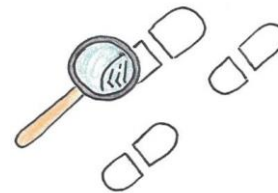
2. Po přečtení medailonku Lucie Částkové budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:

- a. S jakým netradičním nápadem přišla Lucie Částková?
- b. Kdo byl inspirací pro její podnikatelský nápad?
- c. Existují na trhu podobné hry, jako je ta Luciina?



3. Průzkum trhu

Nyní se svými spolužáky zjistíte, jaké jiné podobné výrobky, jako je váš nápad na podnikání, již na trhu existují.



K hledání můžete využít internet nebo jiné zdroje informací (časopisy, noviny, letáky, vlastní průzkum v místě bydliště).

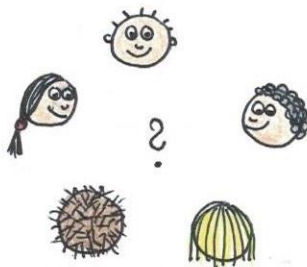
Zde jsou základní otázky, které byste si měli odpovědět:

- a. Jakou službu/výrobek chcete poskytovat?
 - Jaký problém zákazníků váš výrobek či služba řeší?
 - Proč by měli zákazníci mít zájem si váš výrobek nebo službu koupit?
 - Kdo zaplatí za váš výrobek nebo službu?
- b. Kdo je váš zákazník?
 - Jaký problém zákazníků váš výrobek či služba řeší?
 - Proč by měli zákazníci mít zájem si váš výrobek nebo službu koupit?
 - Kdo zaplatí za váš výrobek nebo službu?
- c. Kdo je vaše konkurence?
 - Existují jiné firmy, které již poskytují podobné služby/výrobky?
 - Jaké výrobky vyrábějí?
 - Kolik takových firem je?
 - V čem se jejich výrobky liší od vašich?
 - V čem jste podle vás lepší?

- V čem jste podle vás horší?
 - Za jakou cenu své služby/výrobky konkurence prodává?
- d. Jaký další krok je podle vás třeba učinit pro realizaci vašeho podnikatelského nápadu?
- Existují jiní podnikatelé, kteří by mohli mít zájem, aby byl váš nápad úspěšný?
 - Za jakou cenu bychom chtěli prodávat naše služby/produkty?

Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?



A	4	6	3
1			40
5	5		
8		5	

7.1. Moje výhoda: Proč jsem lepší než ostatní?

Proč bychom výrobek či službu měli poskytovat zrovna my?

1. Podívejte se se spolužáky na 9 obrázků ve vašem pracovním listu. Vaším úkolem bude společně vyprávět krátký příběh inspirovaný obrázky.

Jak na to?

Koho napadne, jak může příběh začít, začne vyprávět, koho napadne, jak pokračovat, pokračuje.

Vždy mluví pouze jeden a ostatní poslouchají. Každý by měl dostat prostor říci část příběhu.



-
2. Po přečtení medailonku Vlada Ryasnyho budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:

a. Jaké vlastnosti byly důležité pro Vladův úspěch?

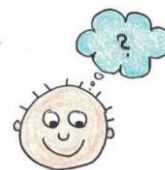
b. Jaké povolání pro Vlada vybrali jeho rodiče?

c. Jaké znalosti jsou pro Vlada a jeho práci obzvláště důležité?

d. Jaká úskalí jsou spojena s Vladovým úspěchem?

Zamyslete se se spolužáky nad otázkou:

- Co máte nebo umíte, co konkurence nemůže jednoduše zkopírovat či koupit?



Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolech pracovalo:

- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

8.1. Náklady: Za co budu muset platit svým dodavatelům či spolupracovníkům a kolik?



1	4	6	7
2			
3	5		10
8		3	

Jaké jsou moje náklady?

1. Paní učitelka vám předá jeden předmět. Společně se spolužáky vymyslete co nejvíce netradičních způsobů, jak by bylo možné tento předmět použít. Zvolte si jednoho zapisovatele, který bude vaše nápady zaznamenávat. Na vymýšlení máte 5 minut.



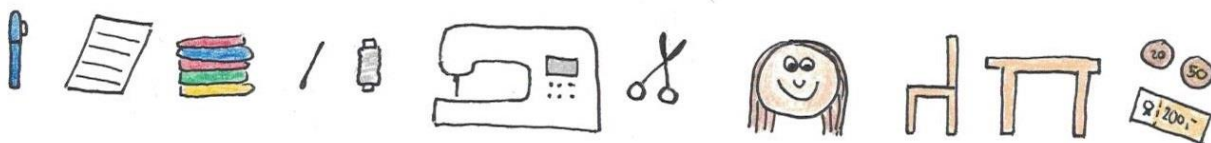
-
2. Po přečtení medailonku Martina Wallnera a Tomáše Hubra budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:
 - a. Jaké výrobky prodává na trhu firma Mixit.cz?
 - b. Kdo je zaměstnavatelem Martina Wallnera a Tomáše Hubra?
 - c. Jaké měli podle vás náklady kluci z Mixit.cz, když začínali podnikat?

-
3. Co bude výroba našeho produktu či poskytování služby stát?

Se spolužáky se nyní zamyslete nad tím, co všechno budete potřebovat k výrobě vašeho produktu a kolik budete muset zaplatit svým dodavatelům či spolupracovníkům.

Jako vodítko vám pomohou následující otázky, které se v rámci svého týmu snažte zodpovědět :

- Jaké suroviny nebo materiál budete potřebovat nakoupit? Kolik bude stát?
- Kdo vám bude pomáhat a jakou práci bude dělat? Kolik času tato práce zabere?
- Kde budete své produkty vyrábět a kolik budete za pronájem místa platit?
- Budete platit ještě za něco jiného? (např. pronájem prodejního místa,...)
- Kolik peněz celkem budete potřebovat pro realizaci vašeho nápadu?



Vše si запиšte a nakreslete nebo graficky znázorněte na větší papír nebo formou prezentace na počítači.

Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

1	4	6	7
2	5		10
3			
8			5

9.1. Cena: Jakou bude mít můj výrobek či služba cenu?

Hledání ceny

1. Se spolužáky si přečtete následující otázky a zamyslete se nad odpovědi:

- Jaké máte sny nebo přání?
- Co byste k jejich uskutečnění potřebovali?
- Máte vymyšlený plán, jak je uskutečnit?



2. Po přečtení medailonku Tomáše Vejmolý, budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:

- Proč začal Tomáš prodávat křížaly?
- Za kolik korun prodává jeden balíček?
- Co všechno musel Tomáš s podporou rodičů koupit a za co musel platit, aby mohl vyrábět a prodávat křížaly?
- Kde Tomáš prodával své křížaly?

3. Jakou cenu dáme našemu výrobku či službě?

Se spolužáky nyní stanovíte cenu pro svůj výrobek nebo službu, kterou chcete poskytovat. Můžete na to jít různými cestami.

- Při stanovování ceny je možné vycházet z toho, kolik zákazníci platí za podobné již prodávané produkty či služby u konkurence.

Vyberte si výrobek nebo službu podobnou té, kterou chcete prodávat, a zmapujte ceny konkurenčních firem. Zamyslete se nad rozdíly v ceně. Ovlivní nějak zákazníka? Je pro vás některá z cen přijatelnější? Stanovte si cenu na základě průměru konkurenčních cen.

Výrobek:

Prodejce	Cena výrobku

Cena na základě průměru konkurenčních cen:.....

b. Stanovení ceny na základě nákladů.

Sepište a spočítejte si náklady za materiál potřebný k výrobě jednoho vašeho výrobku nebo služby a případné další náklady, k tomu přidejte částku za čas potřebný pro výrobu (např. 80Kč za hodinu) a výsledný součet vynásobte dvěma.

Při stanovení ceny je dobré se držet mezi minimální cenou, která přesně pokrývá náklady, a maximální cenou, kterou jsou zákazníci ochotni maximálně zaplatit. Cenu testujte již od začátku takovou, jakou ji chcete mít u finálního produktu (služby). Ověřte si tím, jestli jsou zákazníci ochotni za váš produkt (službu) opravdu zaplatit. Navíc je vždy jednodušší zlevnit, než zdražit. Cenu lze testovat například předprodejem.

2. Stanovte si cenu svého produktu či služby a v rámci krátké prezentace ji představte spolužákům se zdůvodněním, proč jste zvolili právě tuto cenu.



Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

- Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

10.1. Udržitelný růst: Co znamená úspěch a jak jej měřit?

A	4	6	7
1			
3	5		10
8		9	

“Každá lidská činnost se nakonec musí nějak projevit v číslech.”

Tomáš Baťa



Čeho chceme dosáhnout?

1. Po přečtení medailonku Tomáše Vejmolý budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:
 - a. Proč začal Tomáš vyrábět a prodávat křížaly? Čeho chtěl dosáhnout?
 - b. Myslíte, že byla jeho aktivita úspěšná? Pokud ano, jak byste svou odpověď zdůvodnili?
Pokud ne, jak byste svou odpověď zdůvodnili?

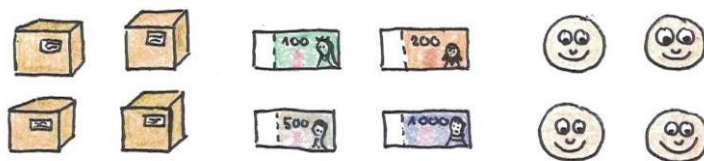
2. Po přečtení medailonku Marka Siváka budeš jistě znát odpovědi na následující otázky:
 - a. Proč začal Marek uklízet na dvoře domu, kde bydlel? Čeho chtěl dosáhnout?
 - b. Myslíte, že byla jeho aktivita úspěšná? Pokud ano, jak byste svou odpověď zdůvodnili?
Pokud ne, jak byste svou odpověď zdůvodnili?

3. Úspěch jak jej vnímáme my.

Se spolužáky nyní stanovte konkrétní indikátory, které vám pomohou poznat, zda je váš projekt úspěšný.

- a. Zamyslete se nad odpovědí na otázku: Jak poznáte, že to, co děláte, děláte dobře a jste úspěšní?

- b. Stanovte si indikátory úspěšnosti vašeho projektu. Ke každému indikátoru je vždy dobré uvádět jaká byla situace na začátku, konkrétní číslo, které má být dosaženo, a dobu, kdy chceme tohoto čísla dosáhnout.



Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

A	4	6	7
1			
2	5		40
3			
8		9	

10.2. Udržitelný růst:

Jak vytrvat při dosahování stanovených cílů?

„Tři nejdůležitější věci, kterých je třeba k dosažení jakéhokoliv velkého cíle, jsou:

tvrdá práce, vytrvalost a zdravý rozum.“

Thomas Alva Edison



Vytrvalost a jak ji podpořit

1. Se spolužáky budete mít za úkol vytvořit společný obrázek. Během práce na něm spolu nebudete moci mluvit.

-
2. Po přečtení medailonku o Včelí farmě Cihlářovi, budete jistě znát odpovědi na následující otázky:

- a. Jaké překážky museli Cihlářovi překonávat při budování jejich farmy?



- b. Kdo z rodiny je zapojen do hospodaření na farmě?

- c. Jaké netradiční pochoutky z medu se na farmě vyrábějí?

-
3. Hra “Padající balónek - jak je udržet ve vzduchu?”

Se spolužáky si nyní zahrajete hru s balónky. Paní učitelka vám poví, jak na to.



Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

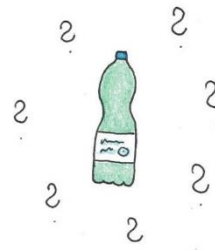
- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?

A	4	6	7
1			
3	5		40
8		3	

10.3. Udržitelný růst: Etika podnikání?

Myslím při svém podnikání na druhé a naši planetu?

1. Paní učitelka vám předá jeden předmět, který je běžně považován za odpad. Společně se spolužáky vymyslete co nejvíce způsobů opětovného využití daného předmětu. Zvolte si jednoho zapisovatele, který bude vaše nápady zaznamenávat. Na vymýšlení máte 5 minut.



2. Po přečtení medailonku Barbory Vilišové budete jistě znát odpovědi na následující otázky:
 - a. Jaké produkty lze koupit pod značkou WIN WIN love?
 - b. Jak se Barbora dostala k podnikání?
 - c. Jak Barbora svým podnikáním přispívá k ochraně životního prostředí a udržitelnému rozvoji?
 - d. Jaká je společná vize týmu značkou WIN WIN love?

3. Jaká je naše dlouhodobá vize a poslání?

Se spolužáky budete nyní hledat na internetu odpověď na otázky:

- a. Co je to vize a poslání organizace?
- b. K čemu je dobré mít vizi a poslání organizace?



Až budete znát odpovědi na tyto otázky, podělte se o ně se svými spolužáky a pokuste se formulovat vlastní vizi a poslání pro váš projekt.



Na závěr je dobré si říci, jak se vám na úkolu pracovalo:

- a. Překvapilo vás něco při práci na zadaném úkolu?
- b. Objevily se při práci na úkolu nějaké problémy? Jaké? Jak jste je řešili?
- c. Naučili jste se během práce na aktivitě něco nového? Co?