ՔՀԿ-ների Ձեռնարկատիրական կարողությունների զարգացման եռօրյա դասընթաց

Դեպի բիզնես գաղափարի աշխատանքային պլան

ՕՐԻՆԱԿ

Նախաբան.

Մտագրոհի գաղափարները տալիս հաշվի առեք հետևյալ փոփոխականները, որոնց շուրջ հետագայում աշխատելու եք:

Մտագրոհի ժամանակ արտահայտված գաղափարների հանդեպ սեփականության իրավունք չկա:

Գաղափարները և պատասխանները հետապնդում են ուսուցողական նպատակ:

Բոլոր պատասխանները մոտավոր են: Լավ բիզնես պլան մշակելը պահանջում է երևակայություն: Այս վարժությունների նպատակն է՝ երևակայությունն արթնացնելը, ապագայի պլանավորման ճեպանկարը կազմակերպելը:

Խմբային աշխատանքի ժամանակ կարող են պատասխանվել և՛ առաջին խմբի, և՛ երկրորդ ու երրորդ խմբերի հարցերը, սակայն դուք հնարավորություն կունենաք հարցերի մեջ խորանալ խմբային աշխատանքների հաջորդ փուլերում: Հնարավոր է նաև գաղափարները փոխվեն, հստակվեն կամ նոր գաղափարներ առաջարկվեն սկզբնականի փոխարեն, խմբավարի առաջնորդությամբ:

Խմբային աշխատանքի առաջին փուլում ամենադժվարը վերջին խնդրի (գնագոյացում) հստակեցումն է: Մենք չենք պահանջում ճշգրտություն այս հարցում, այլ պարզապես՝ հասկանալ, թե ինչպես պիտի դա որոշվի:

Գլխավոր հարցերը, որ պիտի պատասխանվեն բիզնես գաղափարը գործարկել սկսելու համար	Առաջին պատասխան Առաջին օրվա խմբային աշխատանքի համար	Ինչպե՞ս եք պատասխանները հստակեցնելու (մարկետինգային մոտեցման, հետազոտման ձեր ուղիները և մոտեցումները) Երկրորդ օրվա խմբային աշխատանքի առաջին մասի համար	Ի՞նչ գործողություններ եք կատարելու, որպեսզի պատասխանները հստակեցնեք (նախնական բիզնես պլանի ուրվագիծ) Երկրորդ օրվա խմբային աշխատանքի երկրորդ մասի համար
Ծառայություն, ձեր կողմից գնորդին առաջարկվող արտադրանքը կամ ծառայությունը (գիշերակացի տրամադրում, սրճարան, սննդի պատրաստում կամ այլ):	*Բանալի բառեր*		
Սպառողներ, ովքեր օգտվում են ձեր արտադրանքից կամ ծառայությունից (տարիքային խումբ, մասնագիտական պատկանելիություն, բնակվելու վայր կամ այլ):			
Մրցակիցներ, ովքեր նույնանման արտադրանք վաճառողներ կամ նույնանման ծառայություն մատուցողներ են:			
Պայմաններ/ռեսուրսներ - փաստացի առկա և անհրաժեշտ ռեսուրներ. ֆինանսական միջոցներ, տարածք, մասնագիտական հմտություններ կամ այլ:			
Կիրառվող գնային քաղաքականություն - գնի որոշումը (վաճառքի գնի հաշվարկը, որը կլինի գրավիչ գնորդին և իմաստավոր), վաճառքի եղանակները (փաթեթավորում, գովազդ, ակցիաներ, բոնուսային համակարգ և այլն):			
և այլն			