



bringing neighbours closer



part financed by  
European Regional  
Development Fund



LATGALES PLĀNOŠANAS  
REĢIONS

Projekts Nr. LLIV-306 «**Tematiskā biznesa attīstīšana un Tematisko ciemu komandu iespēju paplašināšana Latgales un Radvilišķu reģionos**»,  
akronīms «**Tematiskie ciemi**»

# Apmācību kurss «BIZNESA PRASMES»

**Marika Rudzīte-Griķe**

2013.gada 28.oktobris, Rēzekne





**KĀPĒC RODAS UZŅĒMUMI?**

**KĀPĒC CILVĒKI VEIDO SAVU BIZNESU?**



**KAS IR BUSINESS?**

**Vai JEBKURU ideju VAR PĀRVĒRST  
biznesā?**

**KAS IR LABA biznesa ideja?**

**Vai JEBKURŠ var labu ideju  
pārvērst biznesā?**

# KURSS «BIZNESA PRASMES»

28.10.2013.

**IEVADS**

23.11.2013.

**Pārdošana**

01.11.2013.

**Mazā biznesa  
plānošana**

22.11.2013.

**Mārketings**

02.11.2013.

**Mazā biznesa  
organizēšana**



# KURSA PROGRAMMA -1

## 1.diena: IEVADS

- Kas ir business? Kas ir biznesa prasmes?
- Kādas rakstura īpašības, prasmes un iemaņas svarīgas uzņēmējiem?
- Uzņēmējdarbības būtība un mērķi
- Uzņēmējdarbības formas Latvijā (kuru izvēlēties?)
- Biznesa uzsākšana (Ar ko sākt? Obligāti nepieciešamie resursi - kur tos ņemt?)
- Biznesa uzsākšanas „Domu karte”

# KURSA PROGRAMMA - 2

## 2. Diena – Mazā biznesa plānošana

- Mana produkta pieprasījums
- Produkta cena un produkta vērtība
- VISI man nepieciešamie resursi
- Biznesa plāns
- Finansējuma piesaistes iespējas
- Biznesa uzsākšanas atbalsta organizācijas

# KURSA PROGRAMMA - 3

## 3. Diena – Mazā biznesa organizācija

- Biroja darba organizācija
- Tehniskais nodrošinājums
- Cilvēkresursu organizācija
- Sadarbības nozīme
- Juridiskie jautājumi
- Risku vadība
- LEAN menedžments



# KURSA PROGRAMMA - 4

## 4. Diena - Mārketings

- Sava produkta pārzināšana
- Klientu vēlmju pārzināšana
- Produkta / Pakalpojuma mārketinga stratēģija
- Reklāma, sabiedriskās attiecības, sociālie mēdiji
- Personas mārketings
- Preces noformējums, t.sk. „sīkumiņi”

# KURSA PROGRAMMA - 5

## 5. Diena - Pārdošana

- Sarunas un saskarsme
- „Lifta uzruna”
- Argumentēšana un darbs ar iebildumiem
- Klienta domas (kāpēc nopērk vai nenopērk?)
- Vienreizējs pirkums vai ilgstošas attiecības
- Pārdošana Latvijā un pārdošana ārzemēs
- Eksporta jautājumi

# Lai saskatītu / atrastu ideju:

- Prāta atvērtība
- Domāšanas maiņa
- Pozitīva domāšana
- Entuziasms
- Komunikācija

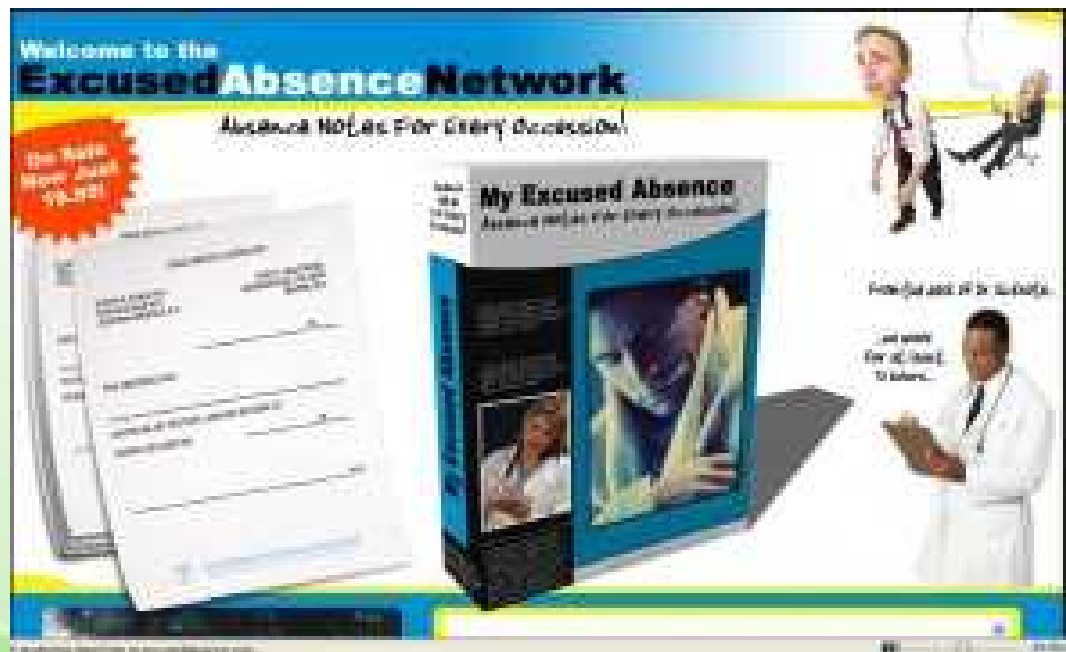


- **Vīrs, kas nopelnīja miljonu ar mājdzīvnieku atkritumu izvešanu:**



<http://pooper-scooper.com/>

- **„Attaisnojuma” vēstules (par 25 USD) darba kavēšanai** (pašlaik interneta vietne apkalpo ap 15,000 klientu mēnesī):



<http://myexcusedabsence.com/>

- **Pusaudzis, kas pārdod ievārījumu – taisītu pēc vecmāmiņas receptes:**



<http://shop.superjam.co.uk/>



Kā govi var  
izmantot biznesā?

# **GAVI VĪRAKS - SPĒKA AROMĀTS**

**GAVI-kociņš  
PLĒNĒDAMS izdala  
PAVASARA PĻAVU,  
UGUNSKURA UN  
CEPTU KARTUPEĻU  
AROMĀTU.**



**[www.gavi.lv](http://www.gavi.lv)**



# BIZNESA ideja

- “Jāredz” un “jājūt” tirgus - pieprasījums
- Lietas, ko pirktu visi: «ŪDENS UN GAISS»
- Konkrētas problēmas risinājums
- Iekšējā motivācija, ticība
- 4 P = **P**areizais produkts **P**areizā vietā **P**areizā laikā par **P**areizu cenu
- 5.P – **P**areizs iepakojums



«Hangover Helpers»



«I Do, Now I Don't»



«Smashing Place»



«Rent-A-Chicken»



# BIZNESA IDEJA

1. Vai to ir reāli iespējams ieviest?
2. Vai man ir skaidrs, kas jādara, lai to ieviestu?
3. Vai citiem to būs grūti «nokopēt»?
4. Vai tā man nesīs peļņu?
5. Vai es pats/pati tai ticu?
6. Vai tā ir pieprasīta? Kur? Cik lielā apjomā?
7. Vai bez mani ir vēl kāds, kam tā liekas reāla?



**Kas vajadzīgs  
(bez labas IDEJAS),  
lai RASTOS UZŅĒMUMS?**

«Cilvēki, kuri neko nedara,  
neko arī neizdarīs,  
lai cik unikāla būtu viņu biznesa  
ideja»

*„FMS” valdes priekšsēdētājs Jānis Bergs*