



bringing neighbours closer



part financed by
European Regional
Development Fund



RADVILIŠKIO RAJONO
SAVIVALDYBĖ



LATGALES PLĀNOŠANAS
REĢIONS

Tematiskie ciemi

Ideja un tās attīstīšana

Tirgus izpēte un mārketinga plānošana

Aivars Timofejevs

Rēzekne

2013. gada 10. decembris





Iepazīsimies?

.Vārds

.Ideja/ciems

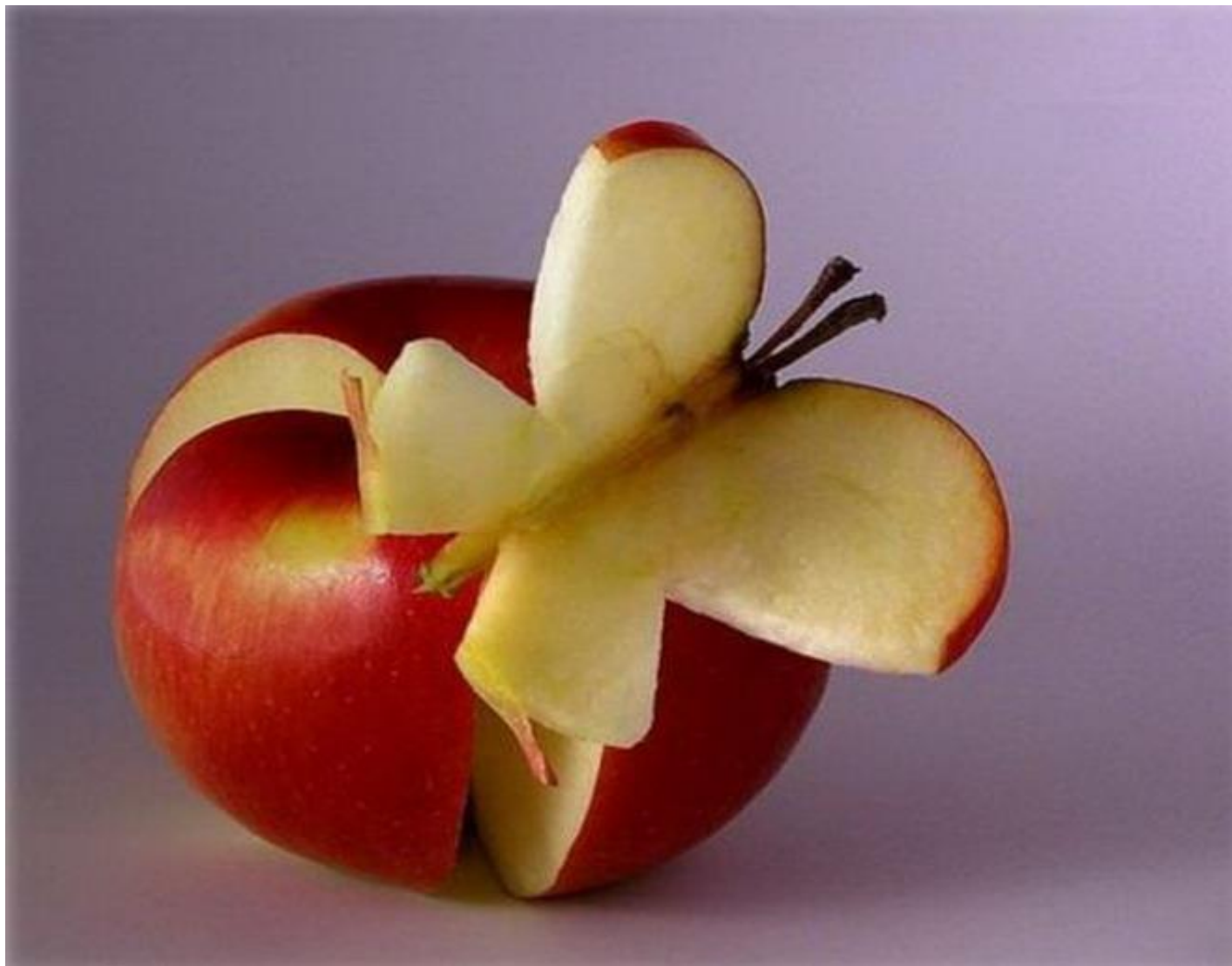
.Ko es sagaidu no semināra?



Tematiskie ciemi

- .Vēsturiskā attīstība
- .Mērķi un uzdevumi
- .Pārrobežu sadarbība
- .Mārketinga ietvars
- .Idejas tālāka attīstība

Radoša ideja





Radošu ideju iegūšanas

- .Saredzi vīziju ne ceļu
- .Izaicini vispārējos pieņēmumus
- .Apvieno neiespējamo
- .Sinergē vairākas pieejas

Ideja



Jaunas idejas radīšana

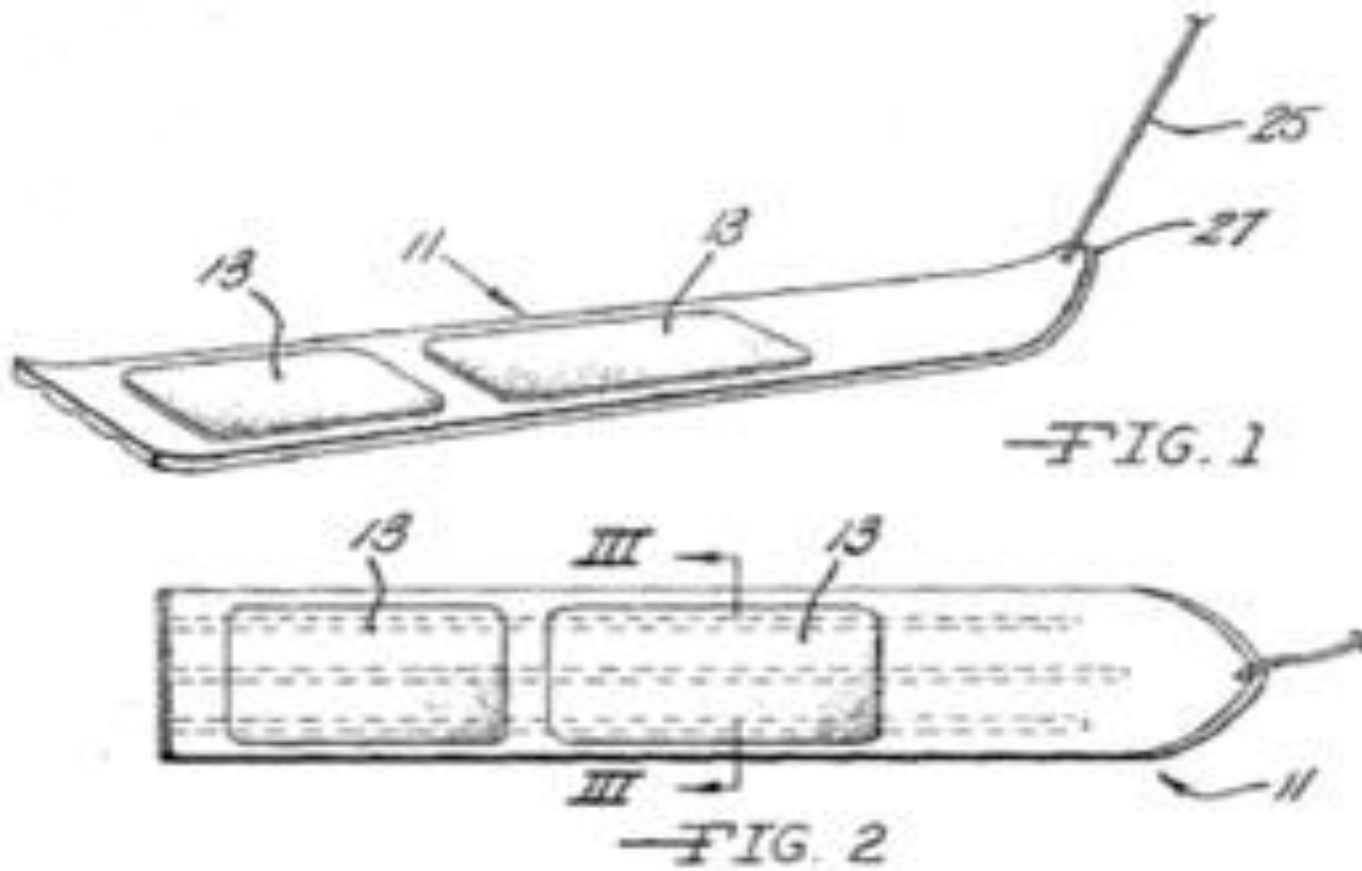
Vai Jūs zināt ka ...

- Pasjansa kāršu vertikālais izkārtojums veicināja Mendeļejeva elementu periodiskās tabulas atklājumu
- A.Einšteina pirmais pētījums bija par šķidrumu fiziskajām īpašībām kokteiļu salmiņos
- Haleja lielākais ieguldījums zinātnē ir piedalīšanās derībās ar Robertu Huku un Kristoferu Renu par planētu elipsveida orbītu cēloni. Halejs iedegās un uzdeva jautājumu Ņūtonam, kurš to atrisināja un radīja darbu “Dabas filozofijas matemātiskie principi” ar Ņūtona trīs kustības likumiem

Idejas vērtība



Ideja...



Ko nozīmē ideja?

Labā biznesa ideja vēl nenozīmē biznesu

- Idejas attīstības process sākas ar iespēju definēšanu un formulēšanu
- Idejas ģenerācija ir tikai otrais solis
- Labākais ceļš, kā iegūt labu biznesa ideju, ir izvēlēties no daudzām idejām (Linus Polings)
- Radošums ir 1% iedvesma un 99% sviedri T.A.Edisons
- Eureka tipa “idejas ir visriskantākās un vismazāk sekmīgākais inovatīvo iespēju avots” P.Drunkers

Iespēja un veiksmē



Daži mīti..

- Labākie uzņēmēji ir izgudrotāji
- Intuīcija ir viss
 - Ikviens var attīstīt savas analītiskās un intuitīvās spējas un tās piemērot ikvienā solī
- Radošums nav nepieciešams vismaz sākumā
 - Ikvienam piemīt noteikta radošuma deva, kuru iespējams palielināt un tā ir svarīga katrā solī



Resursi idejas realizācijai

- Zeme un telpas
- Darbaspēks
- Nauda un kapitāls
- Uzņēmējs
- Informācija un zināšanas



Veiksmes atslēga

- Radoša un produktīva resursu izmantošana visās darbības jomās un posmos



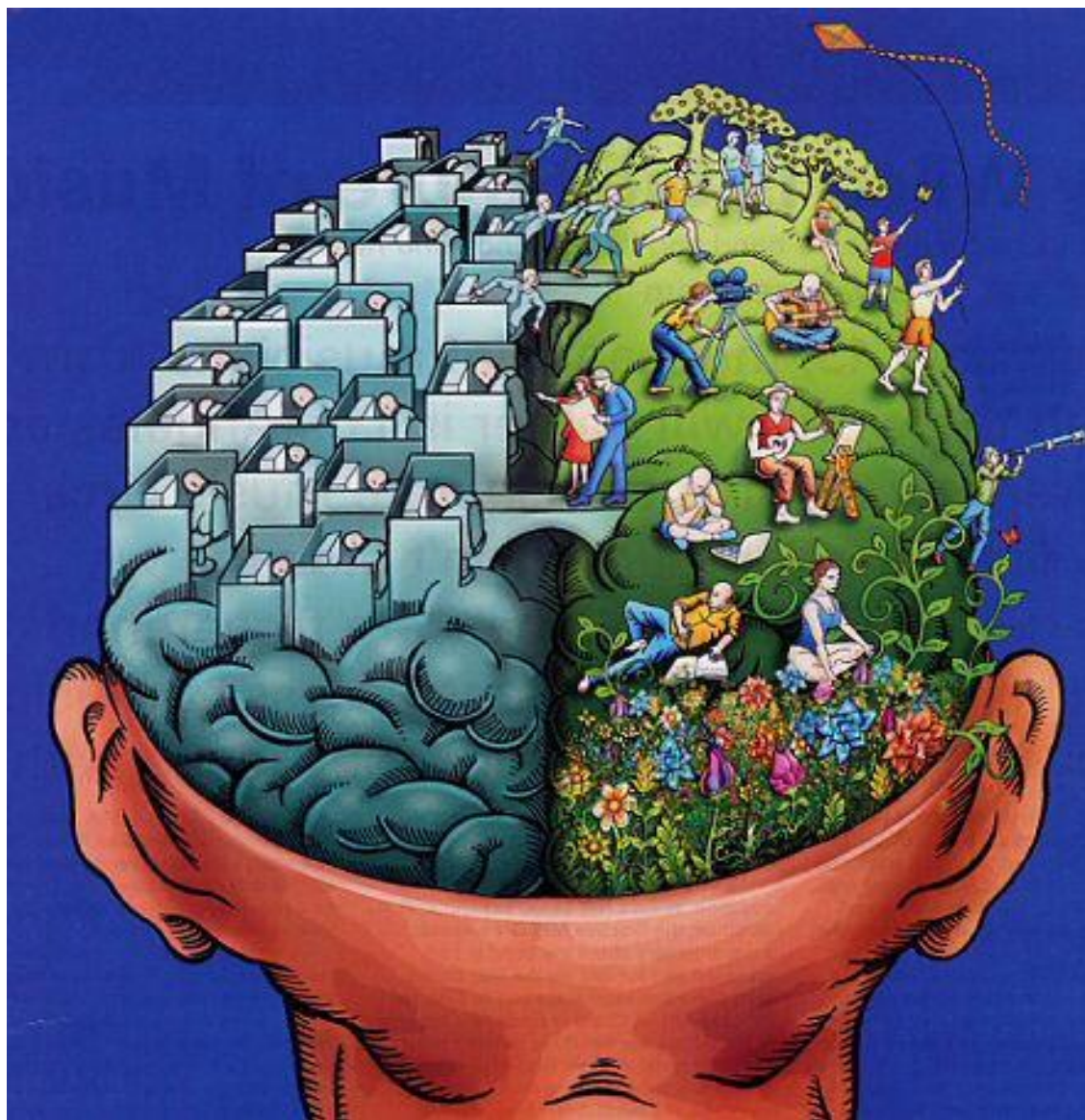
Uzdevums

Uz vienas A4 lapas izveidojiet divas kolonnas:

1. nepieciešamie resursi
2. kur un kā tos var iegūt (pēc iespējas vairāk alternatīvu)

Kurš no resursu iegūšanas veidiem

Radošums un cilvēka domāšana



Smadzeņu puslodes darbībā

.Kreisā puslode

- Secīga
- Konkrēta
- Aktīva
- Mērķorientēta
- Vērtējoša
- Matemātiska

Plānot soli pa solim, lasīt rakstus ar loģiku, veidot laika plānojumu savām darbībām, strādāt ar PC programmām.

Smadzeņu puslodes darbībā

.Labā puslode

- Spontāna
- Uztver formu
- Muzikāla
- Mākslinieciska
- Maņas un vizualizācija

Sarunās lietot metaforas un analogijas, nolikt pulksteni, zīmēt karikatūras, sejas, ainavas

Kā veicināt labās puslodes darbību

- Izmantojiet metaforas un analogijas, aprakstot lietas un cilvēkus sarunās un rakstos
 - Noņemiet pulksteni, kad strādājat
 - Pierakstiet savas sajūtas, neapdomātu rīcību, intuitīvo darbību
 - Klejojiet internetā un mēģiniet saprast, kurp nonāksiet
 - Mēģiniet pasapņot un vizualizēt nākotnes lietas un situācijas



Uzdevums

Izmantojot metaforas vai analogijas aprakstiet savu biznesa ideju vai kādu produktu!

Kā veicināt kreisās puslodes darbību

- Izveidojiet laika grafiku ikvienai savai darbībai nākamai nedēļai un vērtējiet progresu ik pēc stundas
- Izstrādājiet soli-pa-solim plānu savām dzīves aktivitātēm nākamām 10 gadiem
- Palasiet grāmatu ar loģikas pieeju
- Kad nākamreiz iegādājaties elektrisku ierīci, izlasiet instrukciju no sākuma līdz beigām (pirms lietošanas)
- Aizpildiet pilnībā krustvārdu mīklu
- 3 izvēlētām darba lietām veiciet detalizētu aktivitāšu analīzi
- Uzrakstiet detalizētu meklēšanas stratēģiju, kad nākamreiz kaut ko meklēsiet internetā



Uzdevums

Izveidot stratēģiju (vismaz 7 soļi) informācijas meklēšanai par tirgū esošajiem konkurentiem ārpus Latvijas robežām!

Negaidi iedvesmu

- Radošās idejas nav neizbēgams vannašanās vai sapņošanas zem kokiem rezultāts, gaidot savu mūzu nolaižamies!



Ar ko sākt?

- Aizmirsti kreisās puslodes loģisko un analītisko domāšanu, apspied analīzi un saprātu
- Pieraksti katru ideju, lai cik muļķīga tā šķiet sākumā
- Vēlāk būs daudz laika tās izvērtēšanai racionāli

Kvantitāte rada kvalitāti

• Jo vairāk Jūs atmetat saprātu, jo vairāk idejas ģenerējat

- Jo vairāk ideju, jo lielāka iespēja, ka kāda no tām būs ar augstāku kvalitāti

- Parasti no 60 tikai 1 būs augsti kvalitatīva

- Alex Osborns – prāta vētra ar helikoptera pilotiem par problēmu, ka telefonu kabeļi pārklājas ar sarmu tā, ka traucē sarunas

- Acīmredzamais risinājums ienāca prātā tikai kā 36.

- Lidot virs kabeļiem, lai lejupejošā gaisa strūkļa aizpūš ledus kristālus

Tirgus izpēte



Informācijas ieguve

- Es pats
 - Zināšanas, pieredze utt.
 - Informācijas ieguve izmantojot novērojumus, testus u.c.
- Radi, draugi, paziņas un kolēģi
 - Vispārējās informācija
 - Nozares specifiskā informācija
 - Ieguve izmantojot aptaujas, intervijas, sarunas un novērošanas.
 - Projektijas metode
- Publiskās aptaujas, anketas, intervijas utt.



Informācijas ieguve

- Elektroniskie avoti

- Google
- www.zl.lv
- www.firmas.lv
- www.ss.lv
- www.csb.lv

- Drukātie avoti

- Pētījumi
- Publikācijas
- Periodika

Stratēģija?





Stratēģija uzņēmumam

- Uzņēmuma vīzija
 - Gaisma tuneļa galā
 - Uzņēmuma mērķu definīcija
 - Atbalsts grūtos laikos
- Uzņēmuma misija
 - Spēles lauks
 - Uzņēmuma “nodevumi”
 - Patērētāju ieguvums
 - Stratēģiskās alternatīvas

Stratēģija uzņēmumā

- Stratēģija ir līdzeklis mērķu sasniegšanai un misijas izpildei
- Stratēģija nosaka
 - Uzņēmuma piedāvātos pakalpojumus un produktus
 - Lēmumu pieņemšanas mehānismu un lēmumu elastību
 - Mērķa sasniegšanai nepieciešamos līdzekļus un resursus

Efektīvas stratēģijas kritēriji

- Mērķi ir definēti skaidri, saprotami un ir reāli sasniedzami
- Nodrošina rīcības brīvību un iespēju realizēt savu iniciatīvu
- Fokusēta uz svarīgākajiem spēka pielikšanas punktiem
- Elastība- stratēģija nodrošina iespēju un telpu nepieciešamajiem manevriem
- Līderis- ir skaidri definēts atbildīgais mērķu sasniegšanai
- Pārsteiguma efekts konkurentiem
- Drošība- stratēģijas realizācijai nepieciešamie resursi ir izvērtēti un nodrošināti



Uzņēmuma vadība

- Darbības vietas izvēle
 - Vietas atbilstība zīmolam
 - Klientu plūsmas
- Personāla stratēģija
 - Algot vai pirkt
 - Piesaistes un motivācijas shēmas
- Uzņēmuma vadība
 - Vadības struktūra

Grāmatvedība

- Uzņēmējdarbības formas izvēle
 - PN, IK, SIA, Mikro,
- Grāmatvedības un uzskaites organizācija
 - Pats
 - Grāmatvedis
 - Firma
- Finansēšanas iespējas un avoti
- Finansēšanas nosacījumi
- Iespējamā īpašnieku struktūra



Marketings

- Uzņēmuma nosaukums
- Uzņēmuma mājas lapa
- Pozicionēšana
- Zīmols un tā izveide
- Reklāmas un PR aktivitātes
- Pārdošanas stratēģija
- Cenošana un atlaižu stratēģija

Prognozēšana

- Globālo tendenču apzināšana
- Lokālo tendenču apzināšana
- Vēsturiskās attīstības izvērtēšana
- Ekspertu prognozes un to izmantošana
- Fokusēties uz faktiem un datiem, nevis viedokļiem un vērtējumiem

NB: Esiet kritiski un nekad neizmantojiet vienu informācijas avotu

Tirgus segmentēšana

- Segmentācija: tirgus vai populācijas sadalīšana mazākās grupās ar līdzīgām pazīmēm
- Visbiežāk tiek izmantoti:
 - Ģeogrāfiskie (reģions vai rajons)
 - Personības (personība, dzīves stils, vērtības)
 - Demogrāfiskie (vecums, dzimums, reliģija, alga)
 - Produktu lietošana (zīmola lojalitāte, lietošanas biežums)



· Priekšnoteikumi veiksmīgai segmentācijai

· Līdzībai segmenta iekšienē un atšķirībai starp dažādiem segmentiem ir jābūt **izmērāmai** un **ievērojamai**

· Segments ir pieejams un rīcībspējīgs

· Segments ir pietiekami liels (naudietilpīgs), lai būtu iespējams **gūt peļņu**

BP saturs

- Uzņēmuma nosaukums un darbības sfēra
- Biznesa idejas apraksts
- Īpašnieka pieredze, iespējas, motivācija un iemaņas
- Konkurences analīze
- Tirgus un klientu apraksts t.sk. tirgus daļa
- Mārketinga, pārdošanas, cenošanas un reklāmas plāns
- Uzņēmuma vadība un administrācija
- Uzņēmējdarbības forma un dibināšanas plāns
- Finanšu aprēķini
- Kalendārais plāns
- SVID analīze

Padomi BP izstrādē

- BP nav daiļliteratūra
- Izmantojiet tikai tos datus, par kuriem jūtaties droši
- Ļoti lieli un apaļi skaitļi norāda uz nepienācīgu analīzi
- Pārāk smalki skaitļi prognozēs rada aizdomas par nepatiesiem datiem
- Jebkurš secinājums un apgalvojums ir jāpamato
- Rakstiet skaidri un fokusēti
- Izmantojiet vizuāļus



Paldies par uzmanību!

Aivars Timofejevs
aivars@granti.eu