

Iceland
Liechtenstein
Norway grants



Vides aizsardzības un
reģionālās attīstības
ministrija



AGDER
fylkeskommune



Biznesa ideju ģenerēšana un sekmīga idejas attīstīšana

plkst 16:00

Pasākums notiek Eiropas Ekonomikas zonas finanšu instrumenta 2014.-2021.gada perioda programmas “Vietējā attīstība, nabadzības mazināšana un kultūras sadarbība” atbalstītā projekta “Uzņēmējdarbības atbalsta pasākumi Latgales plānošanas reģionā” ietvaros. Strādājam kopā **konkurētspējīgai** Eiropai!

SCAMPER metode

MĒRĶIS: ideju dažādība produkta attīstībai

S.C.A.M.P.E.R. for ideas generation by Jamillim



Pencil



(- eraser)



(+ eraser)



(- wood)



lead



Mechanical clutch



Pencil

Combine (+ Pen)

Substitute

sharpener



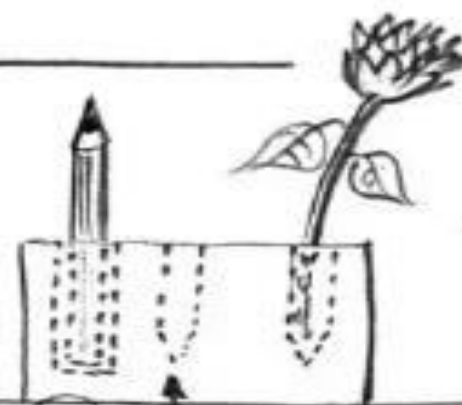
Adapt



sliced sharpen



Put to other use

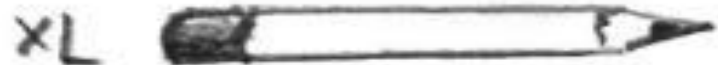


Reverse



Reimagine

black gray



XL



Normal



XS

Magnify / Minimize

#2 Uz lapas uzrakstiet vismaz **16** ar produktu saistītus elementus:
4 lietvārdus, **4** darbības v., **4** īpašības vārdus, **4** izmērāmas vienības
PLUS 4 nesaistītus vārdus!

Piemērs - **elementi FRIZĒTAVAI:**

DARBĪBAS vārdi: griezt, gaidīt, mazgāt, sasveicināties, maksāt

LIETVĀRDI: šķēres, skatlogs, mūzika, dvielis, spogulis

ĪPAŠĪBAS vārdi: trokšņains, matains, aromātisks, silts, spurains

Izmērāmas vienības: 1h, 2-3 cilv, 1x mēnesī

NESAISTĪTIE vārdi: tramvajs, albatross, spoks, pagrabs, krievu rulete

SCAMPER

1. SUBSTITUTE – AIZSTĀT

Kuru produkta elementu varētu aizstāt un AR KO?

- Citi **materiāli**? Citi **cilvēki**? Citas **darbības**?
- Cita **vide**? Cita **pieeja**?

Apģērba aksesuāra izejmateriāla aizstāšana



SAZINĀTIES

Rotaļlietu un suvenīru izgatavotāja amata meistare, pinēju studijas TLMS "Ataudze" vadītāja.

Nodarbojos ar pīšanu vairāk kā 30 gadus, un ar prieku dalos zināšanās ar citiem.

Darbā izmantoju tikai dabīgus, Latvijas piekrastē ievāktus materiālus, ar patīkamu tekstūru un jauku smaržu.

Noteikumi (preču iegāde, apmaksa, piegāde, atgriešana u.c.)

Epasts: ineta.vevere@gmail.com





Pīta ķerene

12,00 €

Atlikums: 1

Tirgotājs: **Ineta Vēvere**

♥ [PIEVENOT VĒLMJU SARAKSTAM](#)

Materiāls: Jūras meldru pīne, kātam no jūras izskalots koks, auklas galā filcēta bumbiņa, garkājtētiņš, vai bitīte. Izmērs: ~Ø11cm, garums ~11cm. Katra ir atšķirīga. Var pasūtīt.

Spēle roku veiklībai un precizitātei, gan bērniem, gan pieaugušajiem. Latviešu kendama.

SCAMPER

2. COMBINE - APVIENOT

Vai var pievienot produkta elementam kaut ko tieši nesaistītu?

- Apvienot **divus** vai **vairāk ESOŠOS** elementus kopā?
- Pievienot kādu **JAUNU** elementu?

Sabiedriskās ēdināšanas pakalpojumi:

Viesmīlis + dziedāšana =
dziedošais viesmīlis



Mēbeles izaicinājumu risināšanai



Design:
Marleen Jansen

SCAMPER

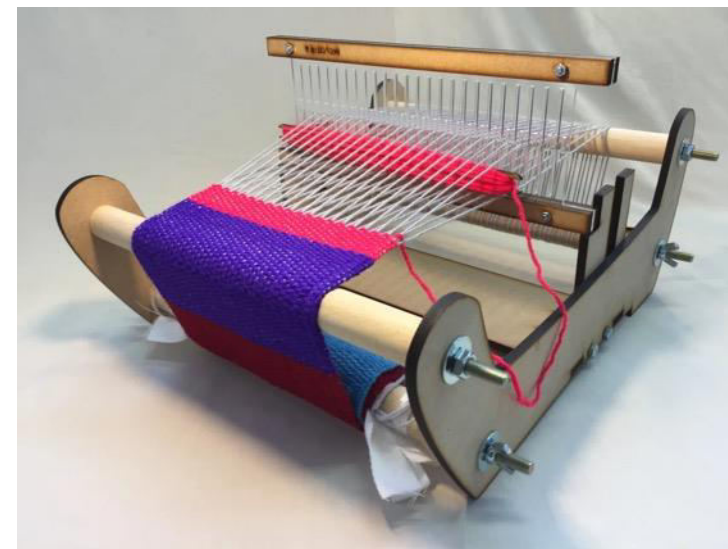
3. ADAPT – PIELĀGOT (*pašpikot*)

Kādas idejas es varētu izmantot no citām jomām?

- Kādus **konceptus** varam aizņemties?
- Kādu **procesus** varam aizņemties?



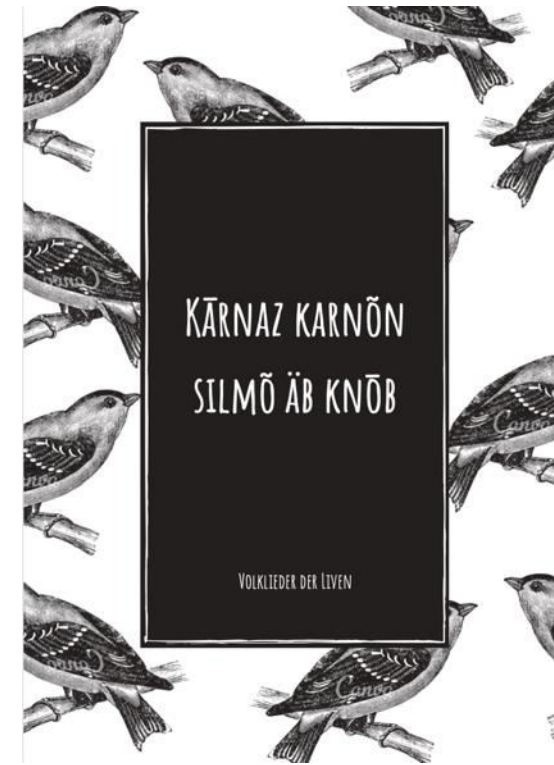
levas Pastares DRAWIES krītiņi -
dārzeņu formas rakstīšanas veidu dažādošanai



Aušanas stelles – pielāgotas biroja mērogiem –
darbinieku kolektīvā gara stiprināšanai

4. MODIFY - MAINĪT

- Kuri elementi ir **elastīgi** mūsu produktā?
- Ko var **palielināt**? **Pagarināt**? **Samazināt**?



Mikrofona pasniegšanas formāta maiņa



SCAMPER

5. PUT TO ANOTHER USE – IZMANTOT CITIEM MĒRĶIEM

Kam vēl mūsu produkts var noderēt?

- Vai ir citas jomas, kur manu produktu (ne-) mainītā veidā **var izmantot**?
- Ja manu produktu modificē – vai to vēl kur var pielietot?

Dažādi ķieģeļa pielietojumi



SCAMPER

6. ELIMINATE - ATTEIKTIES

No kā varētu atteikties?

- Kas nav akūti nepieciešams?
- Varbūt to var **sadalīt** mazākās daļās?
- **Izdzēst? Noņemt? Atņemt?**



CITĀDS drēbju pakaramais

SCAMPER

7. REVERSE – PĀRKĀRTOT

Vai var būt kāds cits risinājuma/ procesa izkārtojums?

- Vai var izmantot citu modeli?
- **Mainīt secību? Mainīt lietu kārtību?**

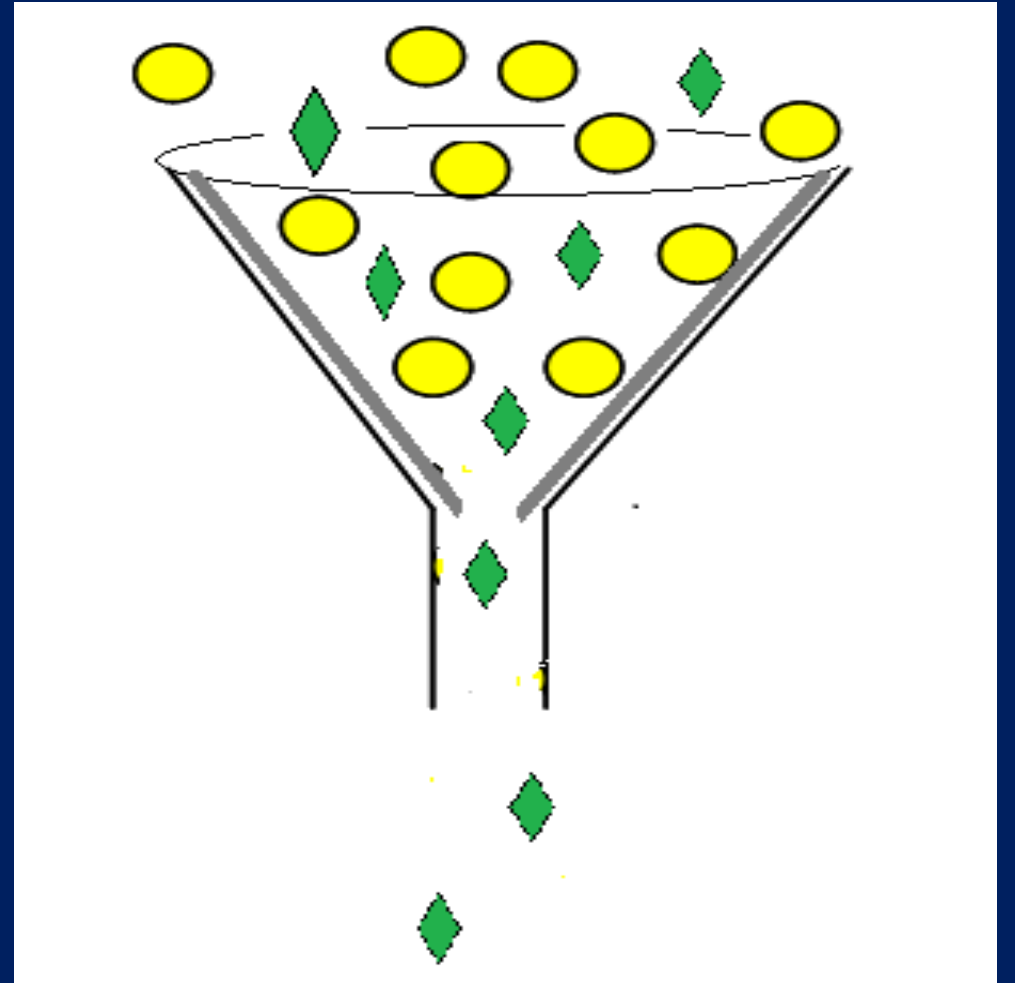
Eko tūrismā visam jābūt «zaļam» – arī gidam!

Piedāvājam pasaulē «zaļākos» tūrisma gidu pakalpojumus



SCAMPER metode

Noslēgumā – atlasām labākos risinājumus!



3H koncepts

jeb

mans sociālais kapitāls produkta «iesaiņošanai»

Nokerts Liepājā
CAPTURED IN LIEPAJA

Captured in Liepaja
@Ilzium

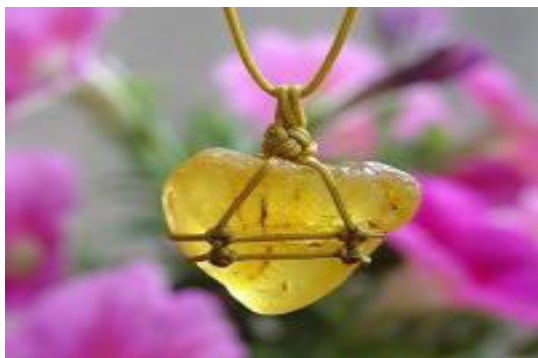
Home

Photos

About

Videos

More ▾



Ilze – “Nokerts Liepājā”



Anants Zidovs

Latvija

0,50 €

A Pētersons, L. Tugolys, 2014

«Citiem galvā ir putni, man – dzintars» (Ilze Vainovska)

*«Ja dzintariņam bija trīs kājas, tad trešo nerāva nost, lai tikai viņš būtu līdzīgs divkāju dzintariem, — tā ne. Ja bija četras ausis, tad divas nerāva nost, bet atstāja visas četras. Ja dzintars bija ar ūsām, tad atstāja to ar ūsām, **dabisku, tādu, kāds viņš ir, un iznāca skaistas rotaslietas,**»* Ilze nocitē **Imanta Ziedoņa Dzintaraino pasaku**, kas ir viņas iedvesmas avots.

“3H” spēks

‘Head’ –
ZINĀŠANU spēks



- izglītība
- erudīcija

‘Heart’ -
AIZRAUTĪBAS spēks



- sajūtu pārvaldība

‘Hand’ –
PRASMJU spēks



- praktiskās
īemaņas



Arī **HUMORS** ir
mans resurss!

VAI un **KĀ** to
pielietojam
produkta pozicionēšanā?

Latviešu valodas
aģentūra

ŽURNĀLS

TAGAD

ZINĀTNISKI METODISKS
IZDEVUMSLATVIEŠU VALODA
UN LITERATŪRA
TAGADPRIEKAM
IZAUGSMEI
LABJUTĪBAICaurviju prasmes
un vērtēšanaValodu
mācību jomaLatviešu valodas
mācību priekšmetsLiteratūras mācību
priekšmets

cijas iespējas, bet arī latviešu valodas skolotājiem, motivējot skolēnus aktīvāk pētīt valodas dažādo pielietojumu. Piemēru ir daudz, un tos var smelties gan laikrakstos publicētās intervijās, gan TV raidījumos, gan arī valsts un pašvaldību rīkotajos pasākumos. Šajā nodaļā tiks apskatīti vairāki piemēri, kurus skolotāji var izmantot stundu satura dažādošanai un skolēnu mācīšanās motivācijas stiprināšanai.

"Noķerts Liepājā"

Kurzemiece Ilze Vainovska ir izveidojusi zīmolu "Noķerts Liepājā" (Lēvalde, 2014), kura pamatā ir rotaslietas no neapstrādātiem dzintariem, saglabājot to dabisko skaistumu. "Citiem galvā ir putni, man – dzintars" – tā par sevi saka Ilze Vainovska, norādot uz savu vēlmi atšķirties no daudziem citiem talantīgiem Latvijas dzintara amatniekiem. Jūras aļģēs atrastos dzintarus Ilze iemegzlo pašas izveidotā tehnikā, un šī kombinācija ļāvusi viņai izturēt stingrās komisijas prasības, lai tirgotu darinājumus Brīvdabas muzejā.

Attēls no: www.capturedinliepaja.com

«Ja dzintariņam bija trīs kājas, tad trešo nerāva nost, lai tikai viņš būtu līdzīgs divkāju dzintariem, – tā ne. Ja bija četras auses, tad divas nerāva nost, bet atstāja visas četras. Ja dzintars bija ar ūsām, tad atstāja to ar ūsām, dabisku, tādu, kāds viņš ir, un iznāca skaistas rotaslietas.» Ilze citē Imanta Ziedoņa Dzintaraino pasaku, kas ir viņas iedvesmas avots. Šie un citi timekļa resursos atrodamie fakti no intervijām ar Ilzi Vainovsku sniedz ieskatu par **dzimtās valodas krājuma nozīmi sevis pozicionēšanā** un jaunu impulsu atrašanā.

"Autine tools by John Neeman"

Jānis Nīmanis ir kalējs Priekulju novadā, kurš pasaulē pazīstams ar zīmola nosaukumu *John Neeman* un atpazīstamību guvis, izgatavojot pasaulē līmeņa ekspertu atzītus kvalitatīvus galdnieku

darbarīkus. Jāņa radītos cirvjus, kaltus, slimestus un citus amatnieku rīkus lieto nozares meistari vairāk nekā desmit valstīs. Pirms uzņēmuma izveides Jānis absolvēja Priekulju tehnikumu un studēja inženierzinātnes Dānijā – tas ļāva savienot mūsdienīgas zināšanas ar seno kalēju darba metodēm kokapstrādes darbarīku izgatavošanā un vēlāk kopā ar domubiedriem izveidot kalēja darbnīcu.

Attēls no: www.autinetools.com

Kopš 2012. gada uzņēmumam ir piešķirts vārds *Autine*; 12. gadsimtā Priekulju novada apvidus iekļāvās Latgaļu pils apkaimē *Autine*. Šie un citi fakti par latviešu kalēju Jāņa Nīmaņa darbošanos sniedz priekšstatu **par latviešu valodas seno vārdu lietišķo (aktualizēto) vērtību – īpaši mūsdienās**, lietojot tos jaunu zīmolu un jaunu nosaukumu veidošanā. Senāk lietotie vārdi (arī aizguvumi no citām valodām) vai baltu cilšu apzīmējumi tiek aktualizēti arī, izmantojot tos inovatīvu skolēnu pasākumu nosaukumos, piemēram, "Kuršu ritmi" vai "Ķisenu balle" (senāk lietotais ģermānisms *ķisens* spilvena apzīmēšanai).

"Baltijas raku"

Ievērojot senās podniecības tradīcijas Latgalē, 2011. gadā Daugavpili tika izveidota biedrība "Baltijas raku" – nevalstiska profesionālo mākslinieku, pedagogu un projektu vadītāju apvienība, kuras mīlsija ir veicināt tradicionālās un profesionālās keramikas attīstību Latgalē un sekmēt vietējo iedzīvotāju, īpaši jaunatnes, izpratni par reģiona kultūru un laikmetīgo mākslu (Šauša, 2013). Meklējot spilgtu un pamanāmu veidu, kā pozicionēt Latgales māla podniecības tradīcijas, viena no šīs apvienības iniciatorēm Ilona Šauša atklāja Latgali, Japānu un ASV vienojošus elementus māla apdezināšanas tehnikā. Tās pamatā izrādījās japāņu raku – rūdītās keramikas tehnoloģija.



**“Ortodoksālā
metode”**

“Ortodoksālā metode”



- **praktiskais** radošums
- **novitātes** dizainam, funkcionalitātei un tml
- **jauni** biznesa modeļi u.c. pieejas risinājuma pilnveidē
- **likt citiem** par sevi **runāt**

“Ortodoksālā metode”



1.solis: formulējiet produktu vai tā būtisku elementu,
ko “apstrādāsiet” metodes ietvaros!

Piemēram:

PRODUKTS: frizētavas pakalpojumi, aizkari, bērnu mērlineāls

ELEMENTS: pārdošanas process, produkta iesaiņojums

“Ortodoksālā metode”

(piemērs)

Vēlos atvērt **restorānu**, taču apkārtnē ir **liela konkurence**.

Kā motivēšu apmeklēt tieši manu restorānu?

CITĀDAS atkritumu urnas **tīrākai pilsētvidei**
Vai varam piedāvāt ko jaudīgu?



“Ortodoksālā metode”



2.solis: formulējiet iespējami daudz (vismaz 5- 7)
TRADICIONĀLOS pieņēmumus
par konkrēto produktu/ būtisko elementu!

“Ortodoksālā metode”

2.solis:

Tradicionālie pieņēmumi par **restorānu** darbību:

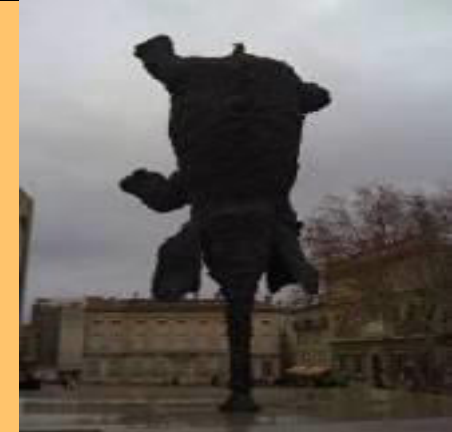
- klientiem pieejamas ēdienkartes
- klienti maksā par ēdienu restorānā
- restorāna viesmīļi pasniedz ēdienu

Tradicionālie pieņēmumi par **atkritumu urnām** parkos:

- atrodas fiksētā vietā
- pienāc – iemet atkritumus - aizej
- apaļas, «vienmuļas», baložu apsēstas
- tā nav vieta, kur ir vēlme uzturēties



“Ortodoksālā metode”



3.solis:

“**APSTRĪDIET**” šos ierastos pieņēmumus,
rīkojoties **PRETĒJI** mērķa grupas pieņēmumiem
vai **ATŠKIRĪGI** no tiem!

Piedāvājiet **IESPĒJAMI DAUDZ** un **DAŽĀDU** risinājumu!



**Thank you
so much!**

BIZNESA PLĀNS

KOKA SMALKLIETAS



iesniedzējs:

JŪRMALA

PRAKTISKIE aspekti pieteikuma «iesaiņošanā»

KOPSAVILKUMS

Risināmā problēma – tirgū aug pieprasījums pēc identitāti un indivīda vērtības stiprinošiem produktiem, kas ietver dizainu un pārliecinošu funkcionalitāti. Par spīti šķietami plašajam piedāvājumam, ir grūti atrast risinājumus, kas vienlaikus ietver 5 būtiskākos aspektus: roku darbs, funkcionalitāte, kvalitāte, senatnes klātbūtne un „stāsts”, ko šis produkts ietver.

Primārais produkts - novatoriski (Latvijā nav sastopami) dabīga savienojuma koka izstrādājumi („koka smalklietas”), kam piemīt **dizaina** un **funkcionālā vērtība** – estētiski izskatās un ir praktisks pielietojums ikdienā. **Sekundārais produkts** – kompetenču pakalpojumi (skat. 5. – 7.lpp).

Piedāvājuma novitāte – 1) koncepts „atklāj koku no jauna!” un 2) sabalansēts akcents uz visiem 5 lietotājam būtiskiem produkta vērtību ceļošiem aspektiem - roku darbs, funkcionalitāte, kvalitāte, senatnes klātbūtne un „stāsts”, ko šis produkts ietver. Iespēju robežās izstrādājumi tiek veidoti bez metāla detaļām – tikai „tīrs koks”.

Konkurētspējas priekšrocības - produkts pilnvērtīgi iekļaujas gan vērtīgu dāvanu segmentā (dzimšanas diena, kāzas, kristības un tml.), sniedzot gandarījumu gan saņēmējam, gan dāvinātājam, gan **personiskai lietošanai**, izceļot savu dzīves stilu un individualitāti. Produktus iespējams personalizēt (pēc klienta pieprasījuma).

Mērķa tirgus – a) izkopta dzīves veida piekritēji, b) dizaineri un interjera speciālisti, c) jauni uzņēmumi, d) juridiskas personas – grafiskā dizaina pakalpojumu lietotāji.

Konkurenti – tirgū darbojas vairāki aktīvi spēlētāji (Antique Wood, Smiltēne, BRIK lampas Liepājā, mūsdienīgi amatnieki), tomēr augošais pieprasījums un izvēlētais biznesa modelis (partnerības veidošana) ļauj kvalitatīvi konkurēt un ietekmēt patērētāja izvēli.

Biznesa modelis – autore izstrādā jaunus produktus, veic to testēšanu, aprēķina pašizmaksu un īsteno ražošanu lielākos apjomos. Pēc tam organizē produktu izplatīšanu caur populāriem tirdzniecības kanāliem (interneta veikali un veikalu ķēdes). Naudas plūsmas stabilizēšanai papildus tiek sniegti divu veidu pakalpojumi – konsultācijas (loģistika un apdares darbi) un praktiskie darbi (grafiskais dizains un mēbeļu izgatavošana/ restaurācija).

Komanda - idejas un biznesa plāna autore ir **Ilze Baumanē**. Panākta vienošanās ar radošo industriju pārstāvjiem par sadarbību jaunu produktu izstrādē. Nepieciešamības gadījumā tiks izmantotas grāmatvedes **Sigītas Bērziņas** – Bērziņu ārpakalpojumi un **Jauno uzņēmēju centra** ekspertu atbalsta konsultācijas. Ir apzināti arī citi kompetenču partneri, ieskaitot CNC iekārtu uzņēmuma īpašnieku.

Finanses – darbības uzsākšanai nepieciešama CNC frēzēšanas/ gravēšanas iekārta pasūtījumu izpildei.

Biznesa idejas attīstības stadija (līdz šim paveiktais) – veikta tirgus izpēte, izstrādāti dizainparaugi un veikta to testēšana, izrēķināta pašizmaksa, identificēti nepieciešamo materiālu piegādātāji, ārpakalpojumu sniedzēji un potenciālie tirdzniecības kanāli, izveidots saturs interneta vietnei, uzkrāts līdzfinansējums, uzklausi uzņēmējdarbības ekspertu ieteikumi.

Kopsavilkums (raksta kā pēdējo!)

- 4-5 rindkopas – katrā par būtisko!
- Katru būtisko elementu savā rindkopā

Idejas apraksts

Vispārējs biznesa idejas
apraksts un aktualitāte (līdz
500 zīmēm)

2. PRECES UN PAKALPOJUMA APRAKSTS

Biznesa plāna autore, balstoties uz **esošajām** kompetencēm, plāno organizēt saimniecisko darbību, kas **primāri** ietver „**koka smalklietu**” - **jaunu produktu izstrādi** un **sekundāri** - tādu **specializētu pakalpojumu sniegšanu**, ko ļauj līdz šim uzkrātās profesionālās kompetences loģistikā, apdares darbos un grafiskajā dizainā.

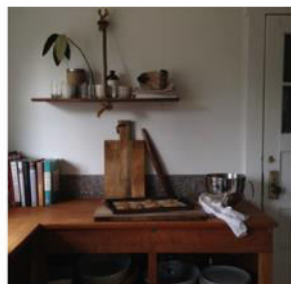
PRECE – novatoriski – dabīga savienojuma (bez metāla detaļām) koka izstrādājumi („koka smalklietas”), kam piemīt **dizaina un funkcionālā vērtība – estētiski izskatās un ir praktisks pielietojums ikdienā**.

Pamatojums izvēlei – produkts pilnvērtīgi iekļaujas gan **vērtīgu dāvanu segmentā** (dzimšanas diena, kāzas, kristības un tml.), sniedzot gandarījumu gan saņēmējam, gan dāvinātājam, gan **personiskai lietošanai**, izceļot savu dzīves stilu un individualitāti. Produktus iespējams personalizēt (pēc klienta pieprasījuma). Augsts eksporta potenciāls.

Uzskatāmi piemēri potenciāliem produktiem:



Dizaina stiprinājumi no koka plauktiem



Gaļas dēlītis no līmēta koka



Koka stends maizei



Koka brusa – puķu galdiņš

VIEGLI uztverams produkta apraksts!

Izmantojiet **vizuālo materiālu**, lai lasītājs
(vērtētājs) **ĀTRĀK** uztver idejas būtību!

Produkta/ pakalpojuma apraksts (līdz 300 zīmēm):	
---	--

VĒRTĪBAS PIEDĀVĀJUMS

Kas būs klienta IEGUVUMS?

PAR KO viņš **PRIMĀRI** maksās?

Risinājuma VEIKTSPĒJA: pieejamība, ātrums, ērtums

Drošība kā vērtība

Klienta statuss/ zīmols

Personalizēta pieeja

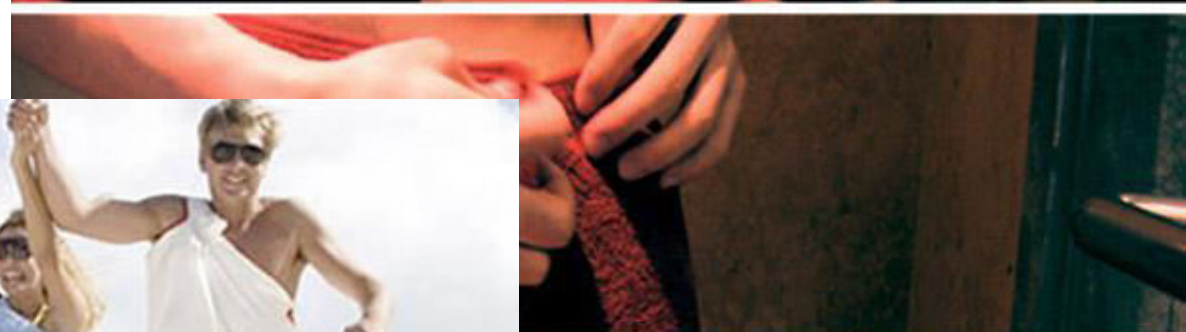
Funkcionalitāte (daudzpusīgs pielietojums)

Alternatīvas

Novitāte

Cena





Over-exposure to the sun
causes skin cancer
killing 20 people every day.
Protect yourself.





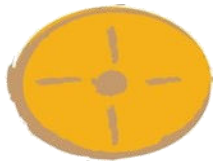
Produkta/ pakalpojuma inovācija (unikalitāte) (līdz 300 zīmēm):	
--	--



Jauns produkts







GameChanger Audio

- MotorSynth:
Elektromagnētisko indukciju
māca 11.klasē



Produkta inovācija

Jaunas vai būtiski uzlabotas preces vai pakalpojuma ieviešana

- **īpašības** vai **izmantošanas nolūks**
- **nozīmīgi uzlabojumi** tehniskiem parametriem/ sastāvdaļām/ materiāliem

Citi piemēri: bezpilota lidaparāti (**droni**), bremžu pretbloķēšanās sistēma (**ABS**), Globālās pozicionēšanas sistēmas (**GPS**) u.c.

“Ošu mājas” Preiļu novadā

Ainis Noviks



Procesa inovācija

Uzlabots ražošanas process produkta augstākai tirgus vērtībai -
saistīts ar gala patērētāja ieguvumiem:
(ātrāk, ērtāk, mūsdienīgāk, lētāk u.c.)

Citi piemēri:

svītrkods vai datordizains produkta attīstībā,
interneta veikali, **cenu agregatoru** lapas, tiešsaistes algu kalkulatori u.c.

3. ESOŠĀ TIRGUS ANALĪZE

Globalizācijas procesu ietekmē gan pasaulē, gan Latvijā cilvēki aizvien vairāk novērtē (un par to ir gatavi maksāt) **interjera priekšmetus no dabiskas izcelsmes materiāla un senatnīga (vintage) stila aksesuārus** – šo filozofiju raksturo jēdzieni „**back to the nature**” („atpakaļ pie dabas”) un „**back to the human being**” („atgriezties pašam pie sevis”). Par to autore vairākkārt pārliecinājusies, veicot aptauju savu paziņu lokā un iepazīstoties ar publisku diskusiju forumu un esošo piedāvājumu tirgu.

Lai precizāk formulētu sava klienta „arhetipu” un prognozētu viņa uzvedību, autore formulē problēmu, ko risinās katrai no mērķa grupām – tas ļauj arī novērtēt savu kompetenču kapacitāti šo mērķa grupu vajadzību apmierināšanā.

Vajadzība, kas tiek apmierināta (risināmā problēma)	Pircēja raksturojums
„Vēlos atsvaidzināt vidī!” - ne katram ir iespēja iegādāties jaunu mitekli, tomēr brīžam ir vēlme apkārtējo vidi „izgudrot no jauna” – kaut vai iegādāties kvalitatīvu gludināmo dēli vai nomainīt padomju laikā iegādāto galdus pret restaurētu antīku virtuves galdiņu, pacelt uz zemes novietotos puķu podus uz stilizētiem koka klučiem.	Sievietes, 25+, pašnodarbinātas vai mājāsaimnieces, ienākumi 1000+ EUR
„Ko dāvināt cilvēkam, kuram viss ir? Ko es gribu, lai man uzdāvinā nākamajā dzimšanas dienā?” - regulāri (vairākas reizes gadā) sastopamies ar ideju „vakuumu” par iespējamo dāvanu. Ne vienmēr apkārt redzamais apvieno mums vēlamās raksturiezīmes (funkcionalitāte un dizains). Nereti esošais piedāvājums nozīmē aizvietot novecojušu pret jaunu bez papildus pievienotās vērtības. Naudas dāvināšana nereti norāda uz dāvinātāja izdomas trūkumu – tādēļ ir vēlme no tā izvairīties.	Vīrieši un sievietes, 30+, pašnodarbinātie vai administratīva darba darītāji, ienākumi 800+ EUR,
„Ar ko es varētu izcelties paziņu lokā?” - savas vērtības apzināšanās un identitātes paušana ir būtisks priekšnosacījums indivīda konkurētspējas stiprināšanai – ar dizaina priekšmetu iegādi cilvēks apliecina savas vērtības un padara tās redzamas arī apkārtējiem, kuru acis vēlas tikt pamanītas.	Vīrieši un sievietes, 25+, ekscentriski, tērē nozīmīgu budžetu sevis pozicionēšanai
„Jātaisa remonts, bet kā es zinu, ka meistars nenoslīnks un izdarīs kā nākas?” – mitekļa remontdarbi var sagādāt pamatīgas galvassāpes, jo nav blakus uzticama, profesionāla padomdevēja, kura konsultācija ļauj ietaupīt laiku, naudu un kontrolēt remontdarbu kvalitāti.	Sievietes, 30+, ienākumi 1300+ EUR, aktīvi lieto sociālos tīklus
„Pāravadātāju ir tik daudz! Kā lai es izvēlos piemērotāko?” – katram pāravadātāju veidam ir priekšrocības un trūkumi – tādēļ visdrošāk ir pirms darījuma konsultēties ar tiem, kas pārzina dažādus pāravadātāju veidus un nelobē viena uzņēmuma intereses.	Uzņēmums >3 gadi, plāno eksporta aktivitātes
„Atkal nepieciešams AutoCAD speciālists uz pāris dienām!” - nereti ir vajadzība uz īsu brīdi un operatīvi piesaistīt grafiskā dizaina programmas speciālistu, taču pārsvarā tie ir aizņemti vidēja termiņa projektos un nav tik elastīgi, lai noreagētu uzreiz.	Metāla un kokapstrādes uzņēmumi, dizaineri, arhitekti un būvnieki
„Šis vectēva sekretārs lieliski iederētos viesistabā, taču ir pārāk cietis no laika zoba!” – sentimentālas jūtas nereti cilvēkus attur no senu mēbeļu izmešanas, taču pašiem nav pietiekamu prasmju, lai atjaunotu to funkcionalitāti un padarītu vizuāli baudāmas.	Vīrieši un sievietes, 35+, administratīva darba darītāji, ienākumi 1000+ EUR

ZINI klienta vajadzības un atspoguļo tās pārskatāmā veidā!

Mērķa klienta raksturojums, preces un pakalpojuma ieviešanas vieta (līdz 200 zīmēm):



Konkurences raksturojums (līdz 200 zīmēm):	
--	--

Parādi, ka ZINI savus konkurentus!

Līdz ar to biznesa plāna autores piedāvāto „~~koka smalklietu~~” tuvākie konkurenti ir:

Nosaukums	Produkts	Interneta vietne	Stipro/ vājo pušu raksturojums	Biznesa plāna autores STRATĒGIJA attiecībā pret tuvākajiem konkurentiem
Antique Wood (Smiltene)	Interjera priekšmeti no 100-gadīga koka	www.antiquewood.lv	(+) kvalitatīva mājas lapa un bildes, pārskatāms sadalījums kategorijās, izveidots interneta veikals, uzsvars uz senatnīga koka izmantošanu, piedāvājumam atbilstošas cenas (-) atrodas tālu no Rīgas, interneta lietotājam obligāti jāreģistrējas (lai ko pasūtītu), sadaļā „Par mums” nav personalizētas informācijas, virspusēji produktu apraksti	1) dzīves stilu atspoguļojošām bildēm pievienot netaustāmās pievienotās vērtības aprakstu , 2) produktu aprakstus papildināt ar „stāstu” (kā tas radies, kādēļ radīts), 3) iekļaut pilnu informāciju par iegādes un piegādes nosacījumiem , 4) veidojot interneta veikalu, nebūs nepieciešamības reģistrēt savu profilu, 5) iekļaut personalizētu informāciju par produktu autori,
SIA BRIK (Liepāja)	Koka lampas	www.kurzemerazo.lv/koka-lampas	(+) pievilcīgs dizains, laba publicitāte interneta medijos, darbība biznesa inkubatorā, tirdzniecības kanāls Rīgas veikalos, cena atbilstoša dizainam (-) nav savas interneta vietnes (par spīti darbībai kopš 2012.gada), nav tālākas produkta attīstības	6) izveidot izklaidējošo sadaļu (blogu vai vērtīgas atziņas), 7) dažādot piedāvājumu ar iecerētajiem kompetenču pakalpojumiem,
Rudolf Design	Interjera priekšmeti no koka	www.meistardarbs.lv	(+) dzīves stilu raksturojoši darinājumi, kvalitatīvas bildes, konkurētspējīga cena (-) nav savas interneta vietnes, nav informācijas par autoru, trūkst netaustāmās pievienotās vērtības apraksta	8) biznesa modelis – atsevišķu ārpakalpojumu izmantošana izmaksu optimizācijai, 9) personalizētas attiecības ar pircējiem – laika iespēju robežās - personiska piegāde
Kokamatnieks Laimonis Lapsa	Koka darinājumi – saimniecības preces	http://kokalietas.ucoz.lv/	(+) pieejams apraksts par autoru, minēti datumi dalībai reģionālajos gadatirgos, plašs sortiments (-) darinājumu foto – pašuzņemti lauku vidē, nav aktualizēta info kopš 2011.gada, nav izcenojumu un netaustāmo vērtību raksturojuma	

5. PĀRDOŠANAS VEICINĀŠANA – MĀRKETINGA PLĀNS

Preču un pakalpojuma noietam biznesa plāna autore izmantos šādus noieta kanālus:

	Koka smalklietas (izkopta dzīves veida piekritēji)	Logistikas konsult. (jaunie uzņēmēji)	Apdares darbu konsult. (mājsaimniecības)	Grafiskā dizaina darbi (inženieru uzņēmumi)	Mēbeļu izgatavošana un restaurācija (izkopta dzīves veida piekritēji)
Interjera lietu veikali	x				
Gadatirgi	x				x
Autores interneta veikals	x				x
Interneta veikali – partneri	x				x
Autores profils Facebook vietnē	x		x	x	x
Bloga sadaļa vietnē	x	x	x		
Uzstāšanās publiskos pasākumos	x	x	x	x	x
CV Online īstermiņa darbu datu bāze un tematiskās Facebook grupās				x	x
Eksporta atbalsta organizācijas		x			

- Jaunās uzņēmējas tēls ir vēl viens būtisks instruments produkcijas noieta veicināšanai - tēla atpazīstamības nostiprināšanai tiks attīstīts **autores blogs** un regulāra **uzstāšanās ar savu (pieredzes) „stāstu”** publiskos pasākumos – iedrošinājums citiem cilvēkiem, kas būs motivēti iepazīties ar piedāvājumu un dalīties ar dzirdēto tālāk – kamēr tas nonāks pie klientiem.
- Pēc jaunu produktu izgatavošanas un testēšanas, **uz sadarbības līguma pamata produkcija tiks nodota veikaliem** (Paviljons, Rija, Čiekurs, AlanDeKo – veikali, ko **mērktiecīgi** apmeklē izkopta dzīves stila piekritēji) **uz realizāciju**, kā arī izvietoti autores un tā sadarbības partneru - **interneta veikalu** (meistardarbs.lv, zemenitessniega.lv, etsy.com etc) katalogos.
- Koka smalklietu tuvākai iepazīšanai – dalība **gadatirgos** (pamatā - Kalnciema tirgus, kur mērķauditorija ir izkopta dzīves stila piekritēji un dāvanu meklētāji).
- Lai sekmētu ciešāku saikni ar potenciāliem klientiem un operatīvāk varētu apkopot viņu vēlmēs un reaģēt uz tām, tiks izveidots **Facebook profils** - viens no **stratēģiskiem komunikāciju kanāliem ar klientiem** – gan autores vēstījuma nodošanai, gan aktualitāšu izplatīšanai.
- Klientu piesaistei tādiem specifiskiem pakalpojumiem kā grafiskais dizains un mēbeļu izgatavošana, tiks izveidots profils **CV Online īstermiņa darbu datu bāzē**, kā arī **tematiskās Facebook grupās**. Paralēli tiks izmantoti arī plašais personisko kontaktu loks.

Izplatīšanas/ pārdošanas apraksts –

kādi būs produkta **pārdošanas kanāli?**

Izplatīšanas/pārdošanas apraksts
(līdz 300 zīmēm):

KANĀLI

Kādā veidā komunicēšu ar klientiem
un tos sasniegšu, lai nogādātu vērtību?

(1) Informētība un zīmols

(kā uzzinās par piedāvājumu?)

(2) Kā dot iespēju novērtēt pirms pirkuma

(‘try me before you buy me’)

(3) Pirkums

(nodrošināt iespēju iegādāties klientam ērtā veidā)

(4) Piegāde

(piegādāt klientam ērtā veidā)

(5) Pēcpārdošanas atbalsts

Šie kanāli pieder PAŠIEM vai CITIEM?



Pašu kanāli

Partneru kanāli

Komanda, nepieciešamo resursu pieejamība (līdz 300 zīmēm):	
---	--

Komanda



**Uzņēmuma
vadība**

**Produkta
ražošana**

**Mārketinga un
pārdošana**

**Finanšu
administrēšana**

RESURSI

Kuri resursi ir noteicošie manai konkurētspējai?

Bez kuriem resursiem nevar tas viss notikt?

Manā rīcībā ir:

Materiālie

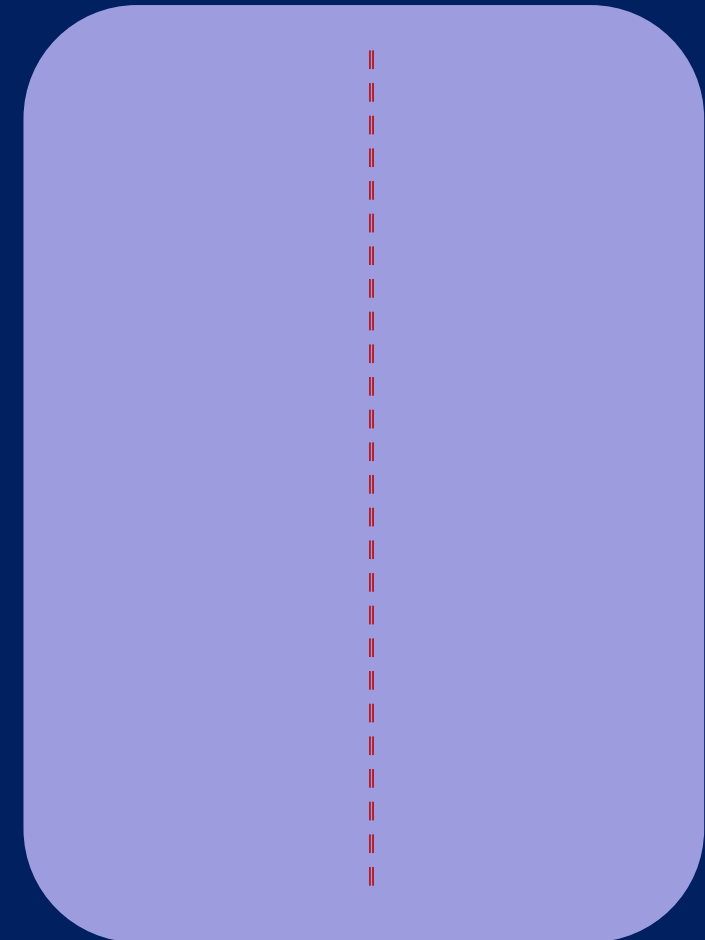
Cilvēkresursi (competences)

Intelektuālie

(preču zīme, dizainparaugs, licences, know-how etc)

Finanšu

Komandas “spaiņa saraksts”



Starta kapitāla ABC “dzejolītis”

- **Nepērc** jaunu, ko vari nopirkt lietotu!
- **Nepērc** lietotu, ko vari nomāt!
- **Nenomā**, ko vari aizņemties!
- **Neaizņemies**, ko vari dabūt barterā!
- **Neņem barterā**, ko vari izlūgties!
- **Nelūdz** to, ko vari dabūt par brīvu!
- **Neņem par brīvu**, par ko tev samaksās!
- **Neņem samaksu**, ja vari izsolīt- kurš piemaksās vairāk?!



Biznesa idejas riski un izaicinājumi (līdz 300 zīmēm)

11. IESPĒJAMIE RISKI UN TO MAZINĀŠANAS IESPĒJAS

Riski	Risku novērtējums		Risku mazināšanas/ novēršanas pasākumi
	Varbūtības pakāpe (zema/vidēja/ augsta)	Ietekmes pakāpe (zema/ vidēja/ augsta)	
Stratēģiskais risks – autores piedāvātā produkta/ pakalpojuma atbilstība mērķa grupas vajadzībām	Zema	Vidēja	Sadarbība ar modes/ dzīves stila blogeriem un produktu izvietošana plašsaziņas līdzekļos, tādējādi aktualizējot vajadzību pēc produkcijas. Piedalīties publiskos pasākumos, daloties ar pieredzi un rosinot auditoriju iepazīties tuvāk. Veikt pēc-pārdošanas sazināšanos ar klientiem, lai noskaidrotu to apmierinātību ar produktu.
Operatīvais risks – autores spēja pārvadīt procesus	Zema	Augsta	Organizēt darbu un termiņu plānošanu, konsultēties ar pieredzējušiem ekspertiem, formulēt prioritātes, paredzēt laika rezervi
Finanšu risks – finansējuma pietiekamība autores formulēto mērķu sasniegšanai	Vidēja	Augsta	Regulāri pārvērtēt uzstādītās finanšu prognozes, sekot līdzi finanšu plūsmai, laicīgi izvērtēt iespēju piesaistīt papildus finansējumu, izlietot pārdomāti pieejamos

Līdz šim paveiktais



- Izveidota **komanda**
- Sagatavots **preču zīmes un dizainparauga** pieteikums
- Izstrādāts **prototips**
- Veikta **tirgus izpēte** un prototipa **testēšana**
- Identificēti **partneri** izplatīšanai Latvijā
- Izveidota mājas lapa