



ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΘΗΝΑΣ



Πλαίσιο Ανάπτυξης Καινοτομίας για την Επιχειρηματικότητα στις Σύγχρονες Αναπτυξιακές Απαιτήσεις

Εργαλεία και μεθοδολογίες για αποτελεσματική στόχευση επιχειρηματικών ιδεών και μοντέλων

Πως θα επιτευχθεί η γρήγορη κλιμάκωση



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής Ανάπτυξης



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΤΤΙΚΗΣ



Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση
Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη
ΔΥΤΙΚΗ ΑΘΗΝΑ



ΕΣΠΑ
2014-2020
ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη



ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΘΗΝΑΣ



- 01 Το ταξίδι της start-up
- 02 Επιχειρηματικό μοντέλο
- 03 Εταιρική Οργάνωση
- 04 Πωλήσεις
- 05 Χρηματοδότηση
- 06 Στάδια - από τη σύλληψη στην κλιμάκωση



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΤΤΙΚΗΣ





ΤΟ ΤΑΞΙΔΙ ΤΗΣ START-UP

Από την "Επιχειρηματική Ιδέα"
στη "Βιώσιμη Επιχείρηση"

Start-up

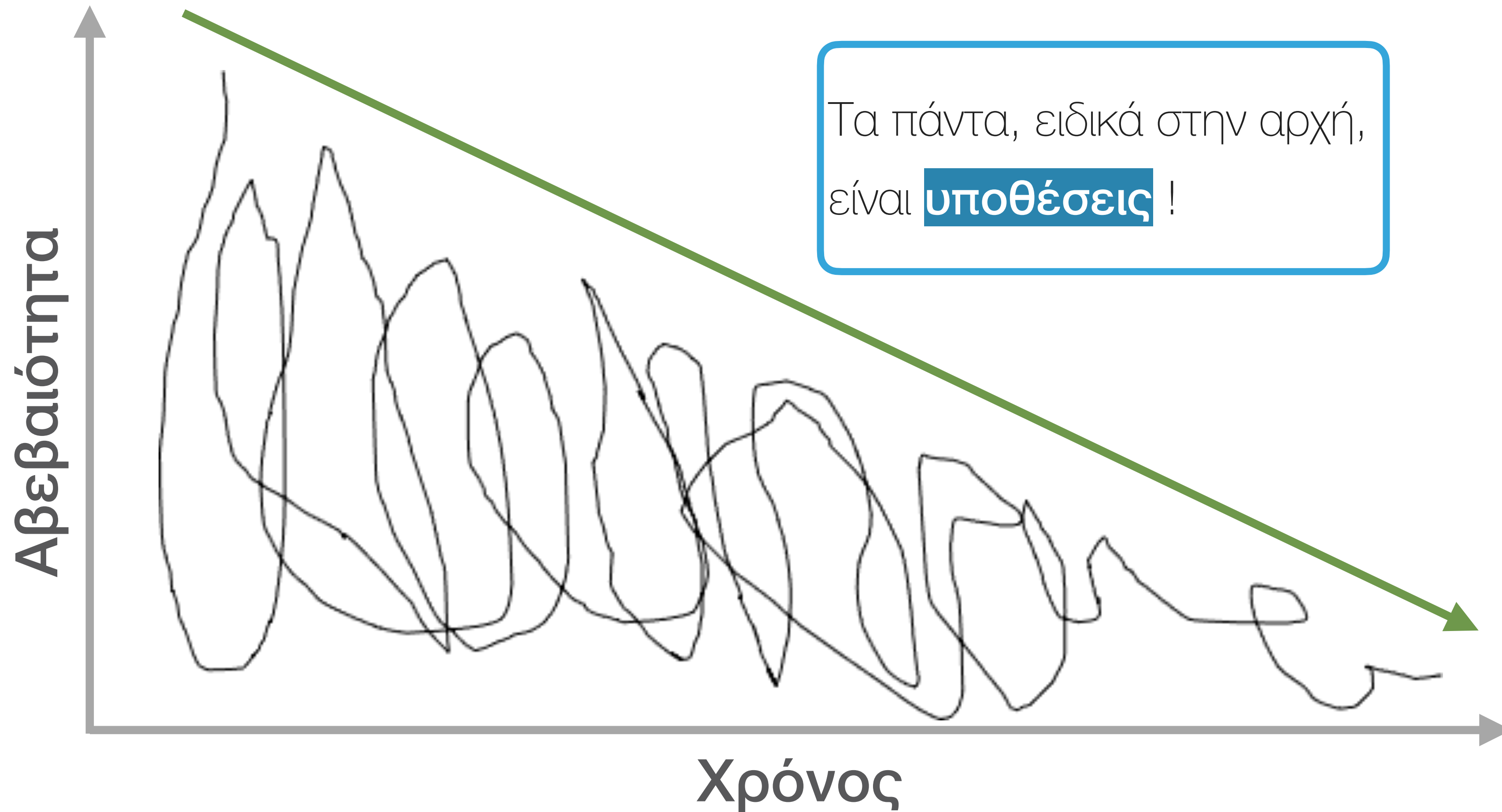
Ένας προσωρινός οργανισμός

που δημιουργείται με στόχο να ψάξει

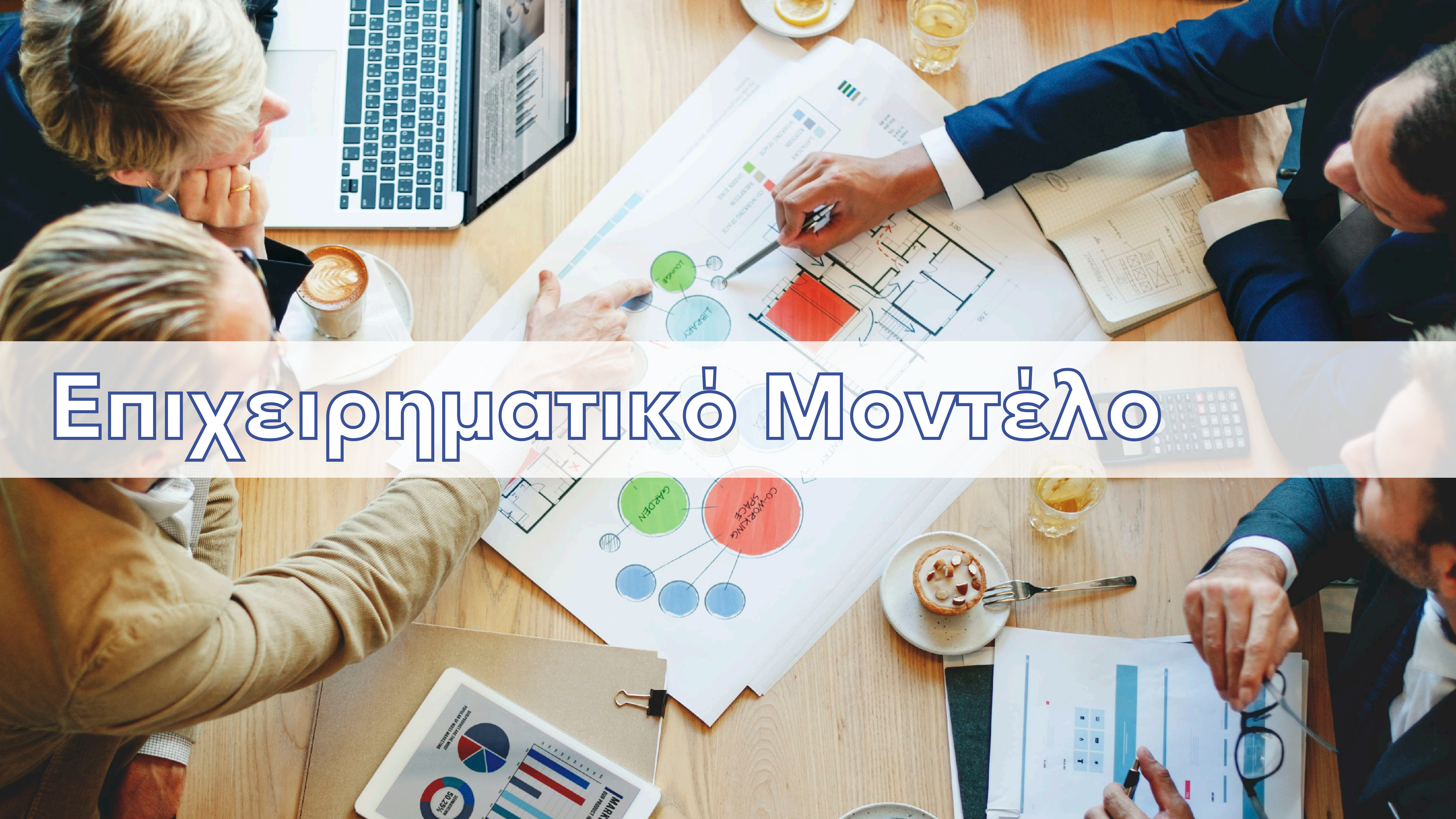
για ένα επαναλαμβανόμενο και επεκτάσιμο

Επιχειρηματικό Μοντέλο

Υποθέσεις



Επιχειρηματικό Μοντέλο



ΣΧΕΔΙΑΣΜΌΣ

ΤΟ ΠΡΟΪΌΝ



ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ

Ο ΠΕΛΑΤΗΣ



Ο Πελάτης στο Επίκεντρο



ΚΑΜΒΑΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΑΞΙΑΣ

Συχνά τα προϊόντα και οι υπηρεσίες:

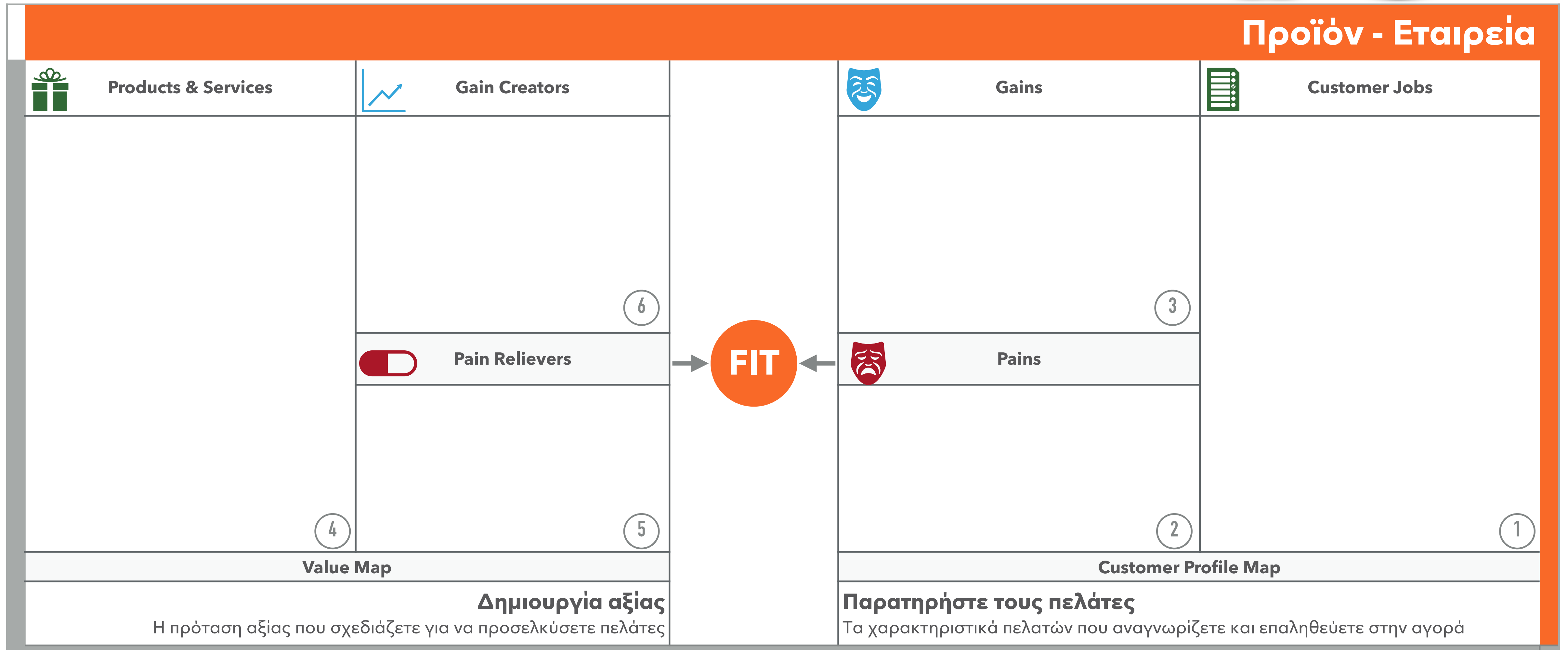
- ▶ Δεν κάνουν τη **δουλειά** που θέλει ο πελάτης
- ▶ Δεν λύνουν αποτελεσματικά τα συγκεκριμένα του **προβλήματα**
- ▶ Δεν έχει το προσδοκώμενο **όφελος** από αυτά



Ο **Καμβάς Πρότασης Αξίας** έχει στόχο το “**ταίριασμα**” της πρότασης αξίας με το προφίλ κάθε τμήματος πελατών.



ΚΑΜΒΑΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΑΞΙΑΣ (*)



(*): **Καμβάς Πρότασης Αξίας** (Value Proposition Canvas): έχει στόχο το «ταίριασμα» της πρότασης αξίας με το προφίλ κάθε τμήματος πελατών.

ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΎ ΜΟΝΤΈΛΟΥ

Ένα **επιχειρηματικό μοντέλο** περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο ένας οργανισμός δημιουργεί, προσφέρει αξία και αμείβεται. Απαντά στο τι προσφέρει η επιχείρηση στους πελάτες της, πως τους προσεγγίζει και δημιουργεί σχέσεις μαζί τους, μέσω ποιων πόρων, δραστηριοτήτων και συνεργασιών επιχειρεί.

Ο **Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου** (Business Model Canvas) ως εργαλείο επιχειρηματικού μοντέλου αναδεικνύει:

- τα **κενά** στην **πρόταση αξίας**
- τα **ελλείματα** στις **χρηματοροές** και
- τις **λειτουργικές δυνατότητες** και **αδυναμίες**

Είναι ευέλικτο στις αλλαγές πορείας και κατάλληλο για συμμετοχική δημιουργία.

ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΎ ΜΟΝΤΈΛΟΥ

Η χρήση του **Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου** μπορεί να βοηθήσει την επιχείρηση:

1. Είτε να **επιτύχει σύντομα**, ώστε η δημιουργία θετικών ροών να προηγηθεί της εξάντλησης των διαθέσιμων πόρων
2. Ή να **αποτύχει νωρίς**, ώστε να σταματήσει η ανάλωση πόρων σε μια λάθος κατεύθυνση

Αυτά άλλωστε, αποτελούν τα **δύο** κεντρικά ζητήματα στην *ανάπτυξη εργασιών μιας επιχείρησης*.

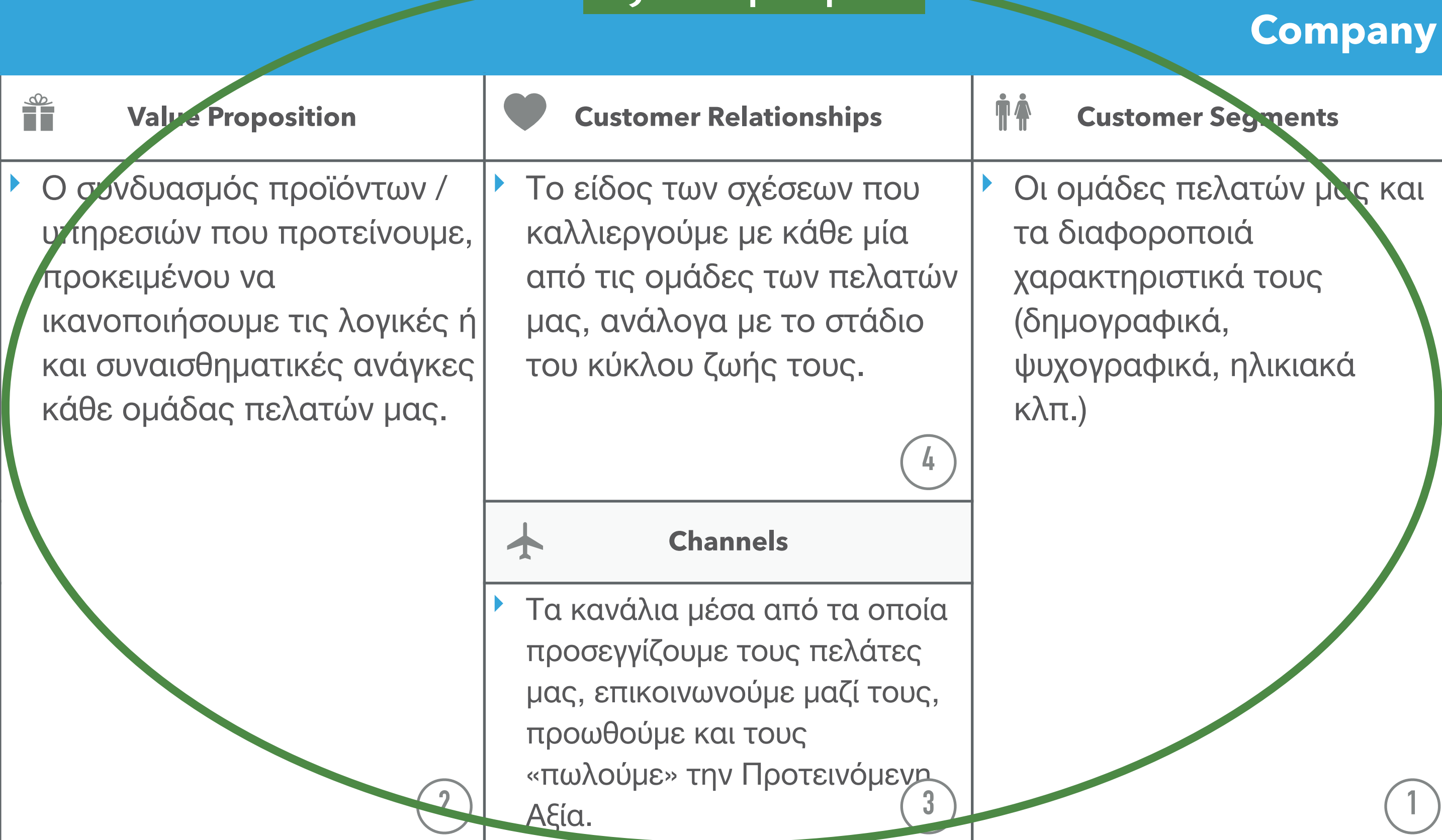
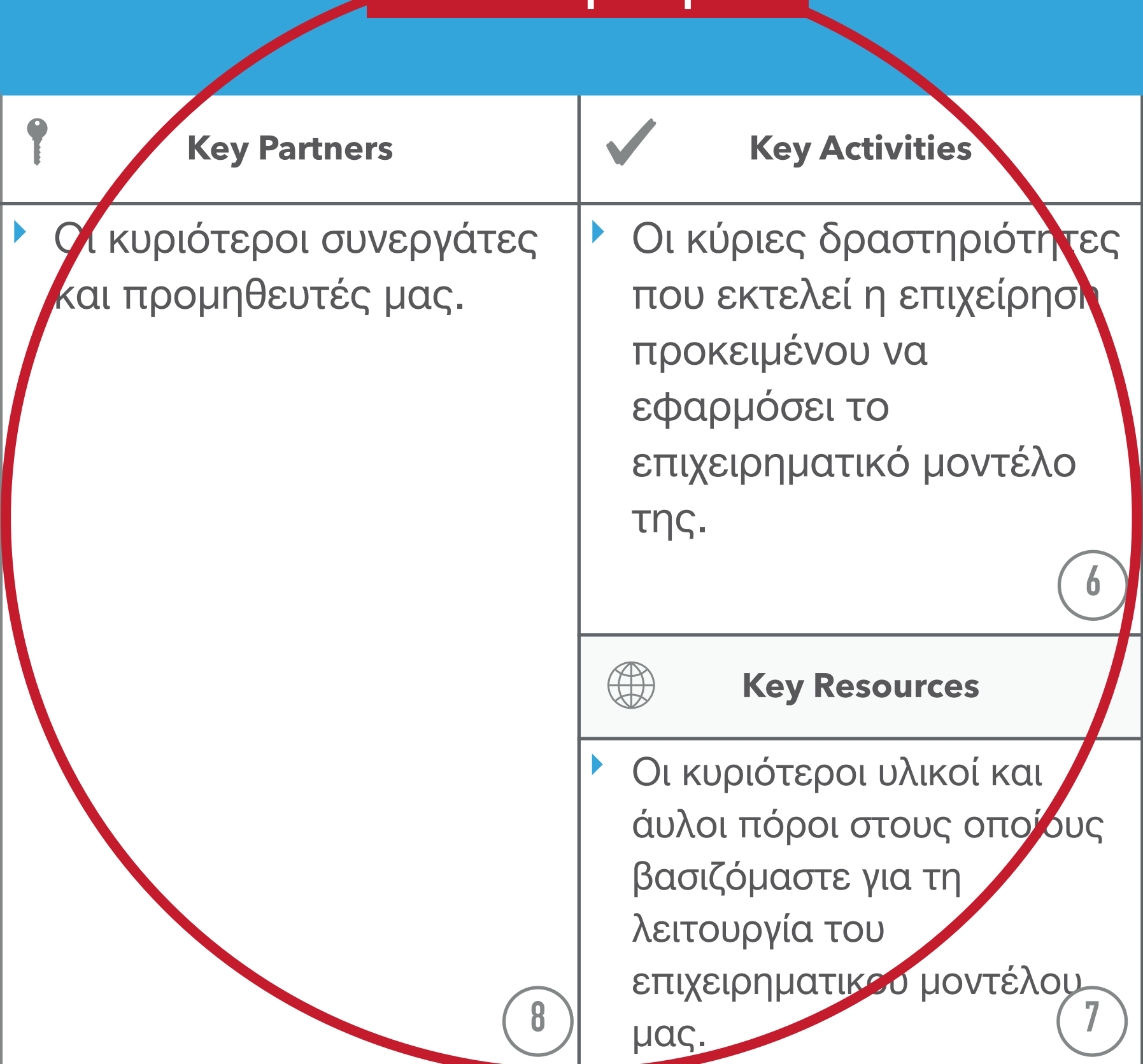
Μπορεί δε να συμβάλει στο να «**σπάσει η παγκόσμια σταθερά**»: οι 9 στις 10 start-ups αποτυγχάνουν(*).

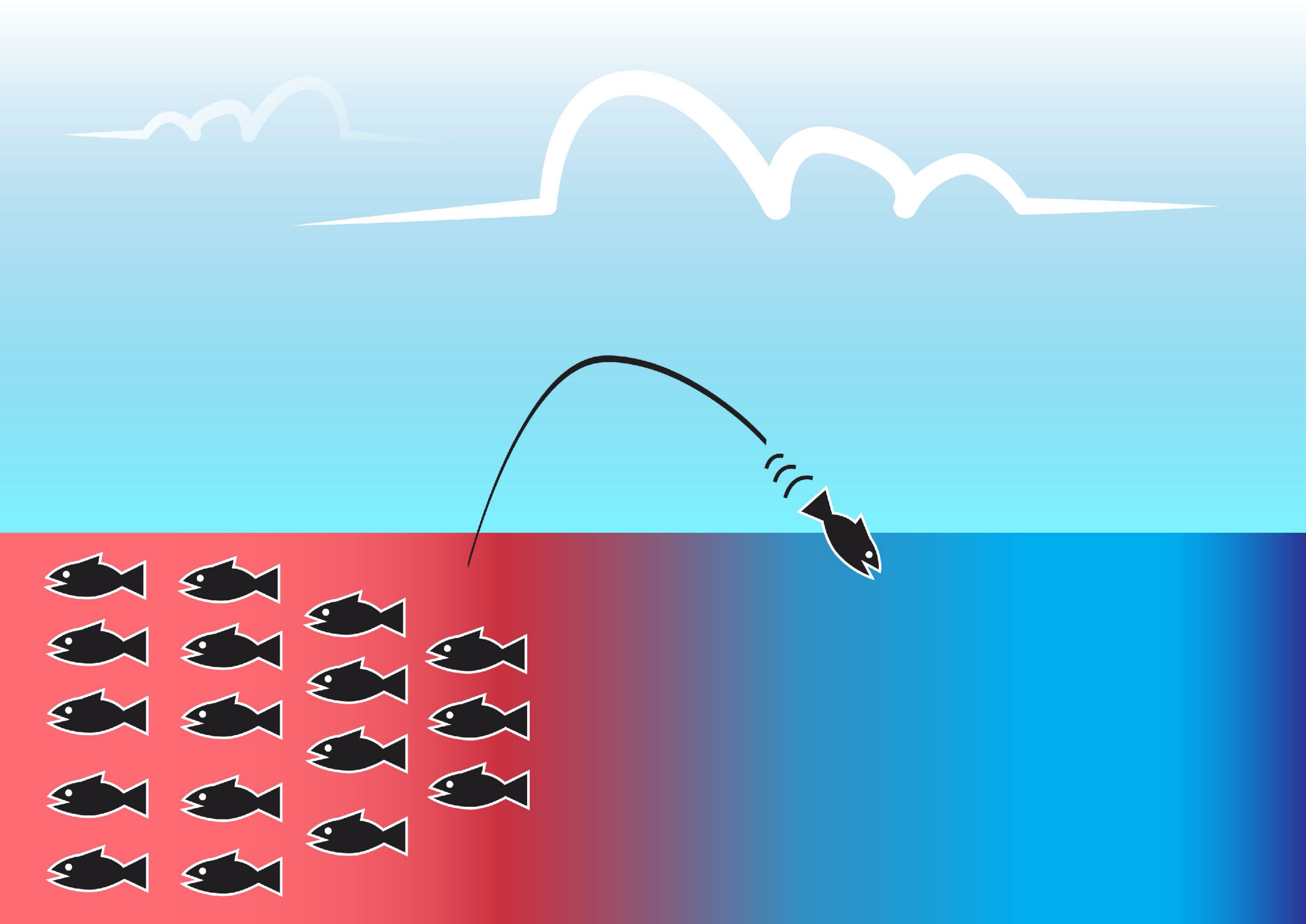
Εσωστρέφεια

Εξωστρέφεια

Company

<p>Key Partners</p>	<p>Key Activities</p> <p>Οι κύριες δραστηριότητες που εκτελεί η επιχείρηση προκειμένου να εφαρμόσει το επιχειρηματικό μοντέλο της.</p>	<p>Value Proposition</p> <p>Ο συνδυασμός προϊόντων / υπηρεσιών που προτείνουμε, προκειμένου να ικανοποιήσουμε τις λογικές ή και συναισθηματικές ανάγκες κάθε ομάδας πελατών μας.</p>	<p>Customer Relationships</p> <p>Το είδος των σχέσεων που καλλιεργούμε με κάθε μία από τις ομάδες των πελατών μας, ανάλογα με το στάδιο του κύκλου ζωής τους.</p>	<p>Customer Segments</p> <p>Οι ομάδες πελατών μας και τα διαφοροποιά χαρακτηριστικά τους (δημογραφικά, ψυχογραφικά, ηλικιακά κλπ.)</p>
<p>Key Resources</p> <p>Οι κυριότεροι υλικοί και άυλοι πόροι στους οποίους βασίζομαστε για τη λειτουργία του επιχειρηματικού μοντέλου μας.</p>	<p>Channels</p> <p>Τα κανάλια μέσα από τα οποία προσεγγίζουμε τους πελάτες μας, επικοινωνούμε μαζί τους, προωθούμε και τους «πωλούμε» την Προτεινόμενη Αξία.</p>	<p>Cost Structure</p> <p>Τα κυριότερα κόστη που απαιτούνται για την επιχειρηματική προσπάθειά μας.</p>	<p>Revenue Streams</p> <p>Οι ροές εσόδων, ξεχωριστά για κάθε τμήμα πελατών μας, για κάθε «αξιακή πρόταση» της επιχείρησης.</p>	





Στρατηγική Γαλάζιων Ωκεανών

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΌ ΜΟΝΤΈΛΟ

1. Καμβάς Πρότασης Αξίας

Εργαλείο που μπορεί να διασφαλίσει ότι ένα προϊόν ή μια υπηρεσία τοποθετείται αποτελεσματικά σε αυτό που αξίζει και χρειάζεται ο πελάτης.



2. Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου

Στρατηγική μεθοδολογία διαχείρισης για την ανάπτυξη νέων ή τεκμηρίωση υπάρχοντων επιχειρηματικών μοντέλων.



3. Στρατηγική Γαλάζιων Ωκεανών

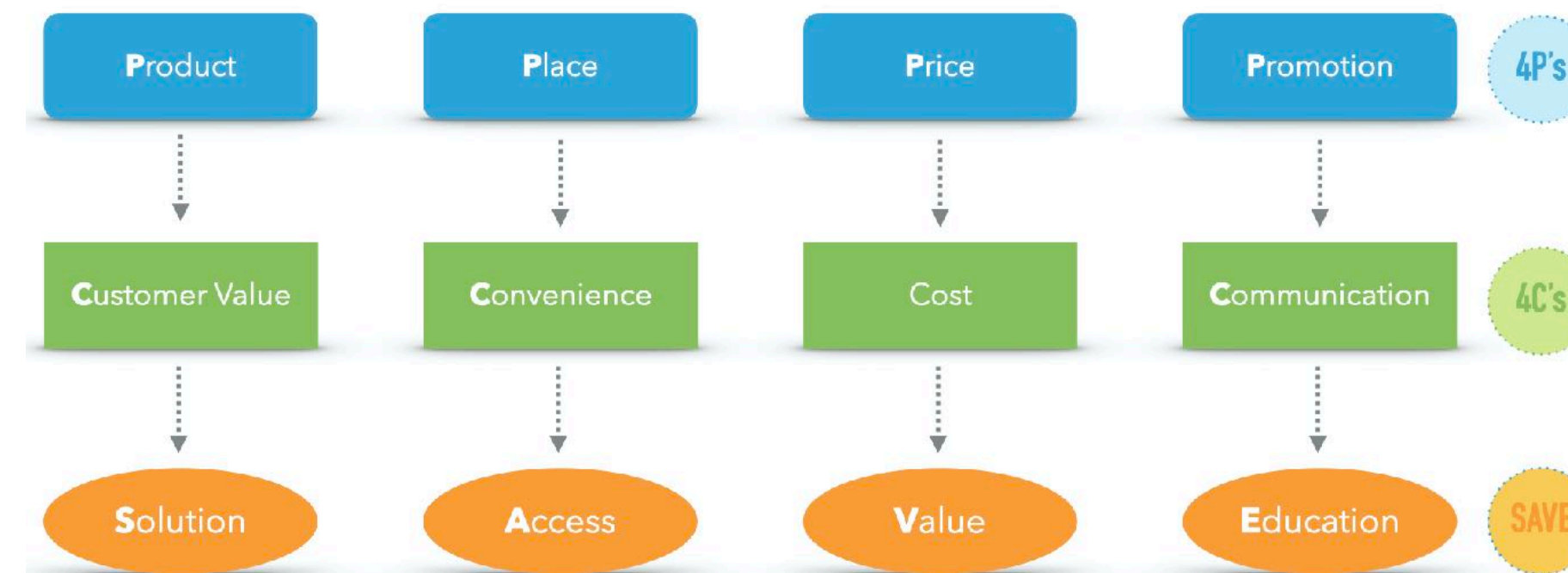
Μέθοδος που βοηθά την ανακάλυψη νέων πελατειακών κοινών που ικανοποιούνται από καινοτόμα προϊόντα που παραμένουν ανεπηρέαστα από τον ανταγωνισμό λόγω της μοναδικότητάς τους.



ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

4. Marketing Mix

Ενέργειες για την τοποθέτηση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας στην αγορά με στόχο την προώθηση του. Συμπληρωματική ή εναλλακτική χρήση των προσεγγίσεων 4Ps, 4Cs & SAVE.



5. Ανάλυση SWOT

SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (δυνατά σημεία, αδύνατα σημεία, ευκαιρίες, απειλές)



6. Ανάλυση PESTEL

PESTEL: Political (πολιτικό), Economical (οικονομικό), Social (κοινωνικό), Technological (τεχνολογικό), Environmental (περιβαλλοντικό) και Legal (νομικό).



A group of business professionals in a meeting room, smiling and working together to assemble white puzzle pieces on a glass table. The scene is brightly lit, suggesting a positive and collaborative work environment.

Εταιρική Οργάνωση



Εταιρική οργάνωση και λειτουργία

- ▶ Διοίκηση
- ▶ Διαχείριση προσωπικού
- ▶ Marketing
- ▶ Επικοινωνία & δημόσιες σχέσεις
- ▶ Οικονομική διαχείριση




Ευθυγράμμιση και αξιοποίηση μοντέλων:

- ▶ **GRC** (Governance, Risk Management, Compliance)
- ▶ **ESG** (Environment, Social, Governance).

Εταιρική ταυτότητα

What make
you unique?

A photograph of two business professionals shaking hands. The person on the left is wearing a light pink blazer, and the person on the right is wearing a dark blue suit jacket. The background is a plain, light-colored wall. A semi-transparent white horizontal bar is overlaid across the middle of the image, containing the Greek word 'Πωλήσεις' in a blue, outlined font.

Πωλήσεις

ΜΟΝΤΕΛΟ GET | KEEP | GROW



ΜΟΝΤΈΛΟ AIDA



ATTENTION

Προσοχή - να προκαλεί την προσοχή του δέκτη



INTEREST

Ενδιαφέρον - να προκαλεί το ενδιαφέρον του δέκτη.



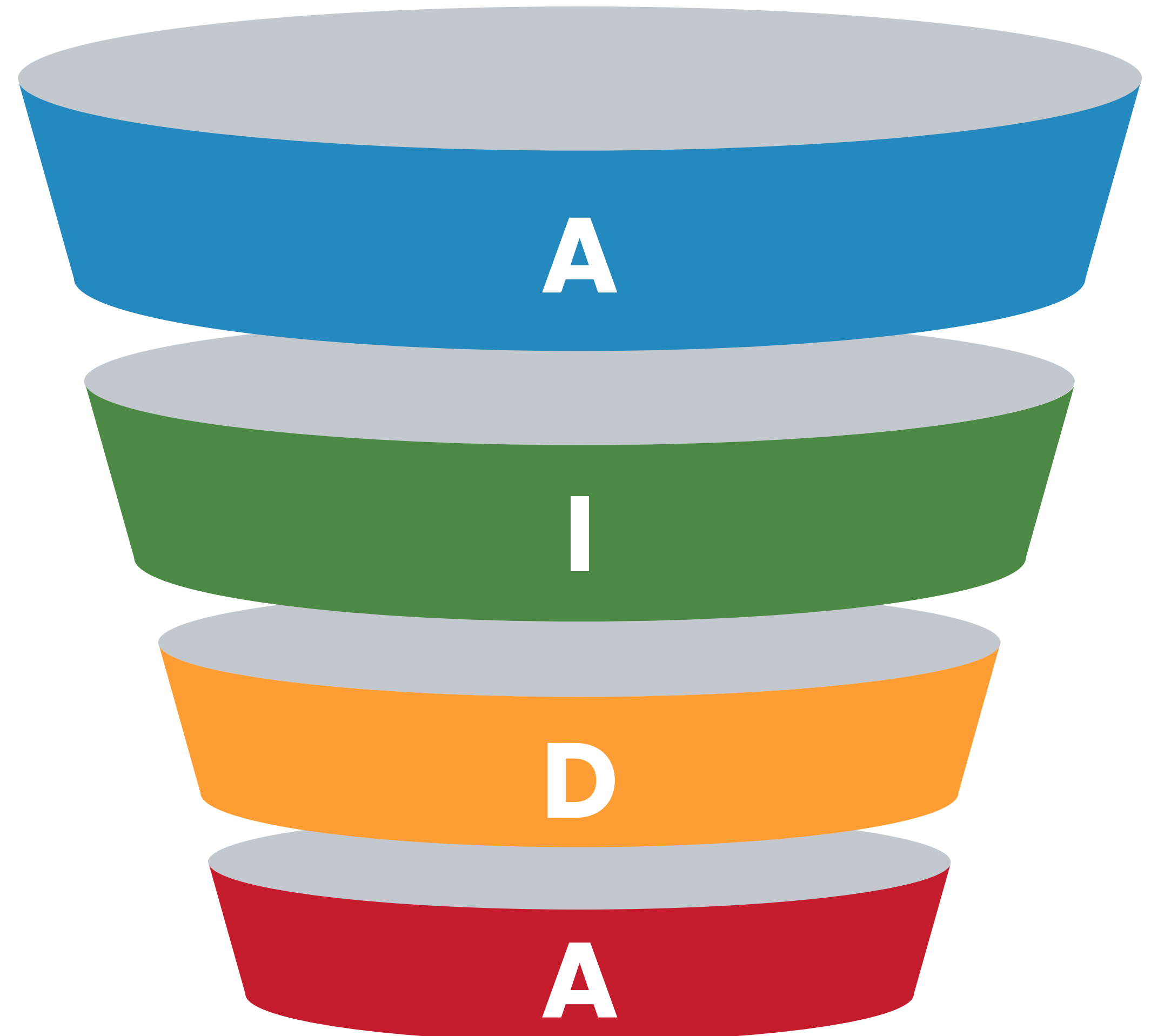
DESIRE

Επιθυμία - να προκαλεί επιθυμία απόκτησης



ACTION

Ενέργεια - Δράση - να προτρέπει σε αγορά του προϊόντος



Χρηματοδότηση

FUNDING



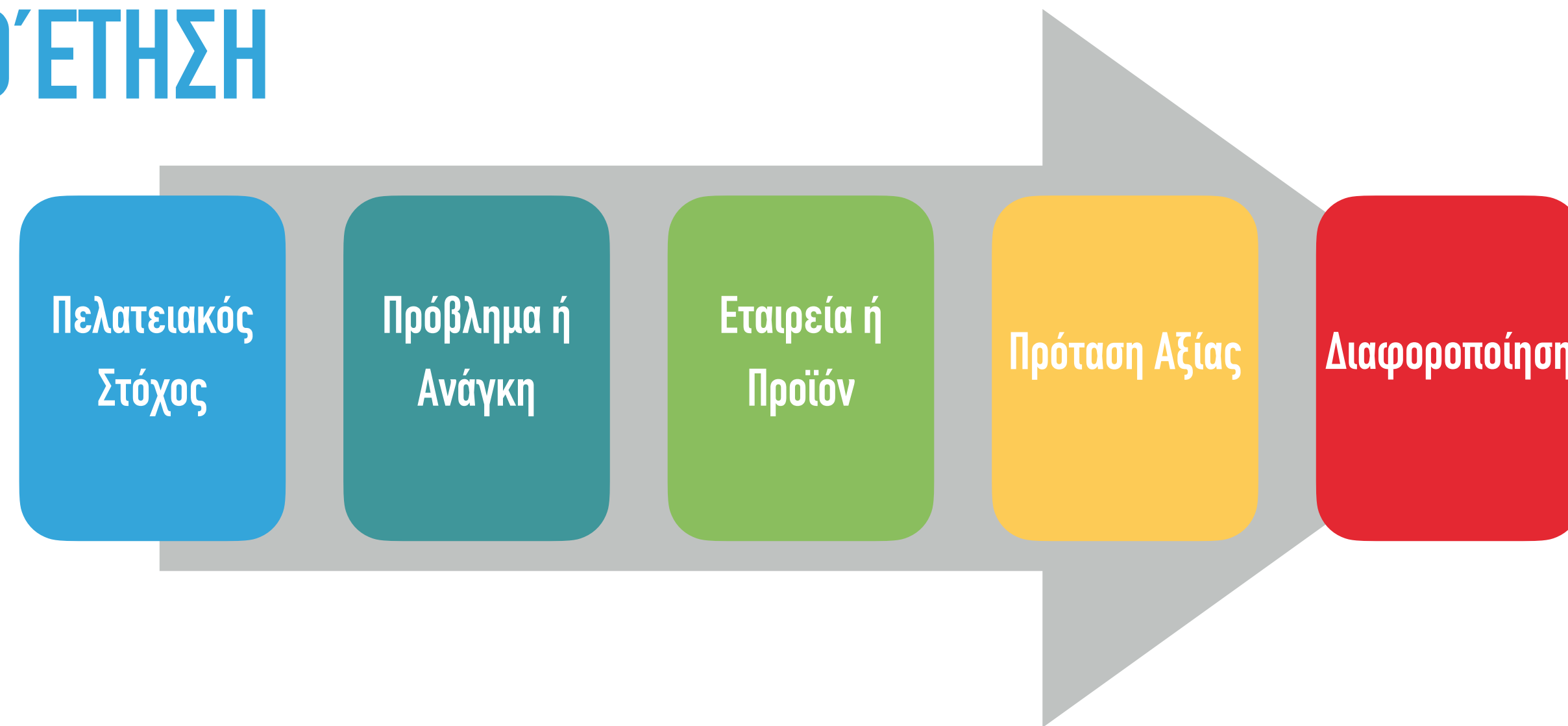
Ο Επενδυτής στο Επίκεντρο



A group of four business professionals (two men and two women) in dark suits are standing in a modern glass elevator. The man on the left is looking at his smartphone. The woman next to him is smiling and looking towards the man on the right. The woman in the middle is looking towards the man on the right. The man on the right has his arms crossed and is looking towards the woman in the middle. The elevator has a metal handrail and a glass railing. The background shows a bright, outdoor setting with trees and a building.

ELEVATOR PITCH

ΕΤΑΙΡΙΚΉ ΤΟΠΟΘΈΤΗΣΗ



Για [τον Πελατειακό Στόχο] **που** [αντιμετωπίζει το συγκεκριμένο πρόβλημα ή έχει τη συγκεκριμένη ανάγκη], **η** [Εταιρεία ή το προϊόν] **παρέχει** [μοναδικά πλεονεκτήματα που διαφοροποιούν την πρόταση αξίας από αυτή των ανταγωνιστών] **επειδή** [το συγκεκριμένο Πελατειακό Κοινό έχει πεισθεί για την αξία των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών].

BUSINESS PLAN



ΣΤΑΔΙΑ ΝΕΟΦΥΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΉΣΕΩΝ

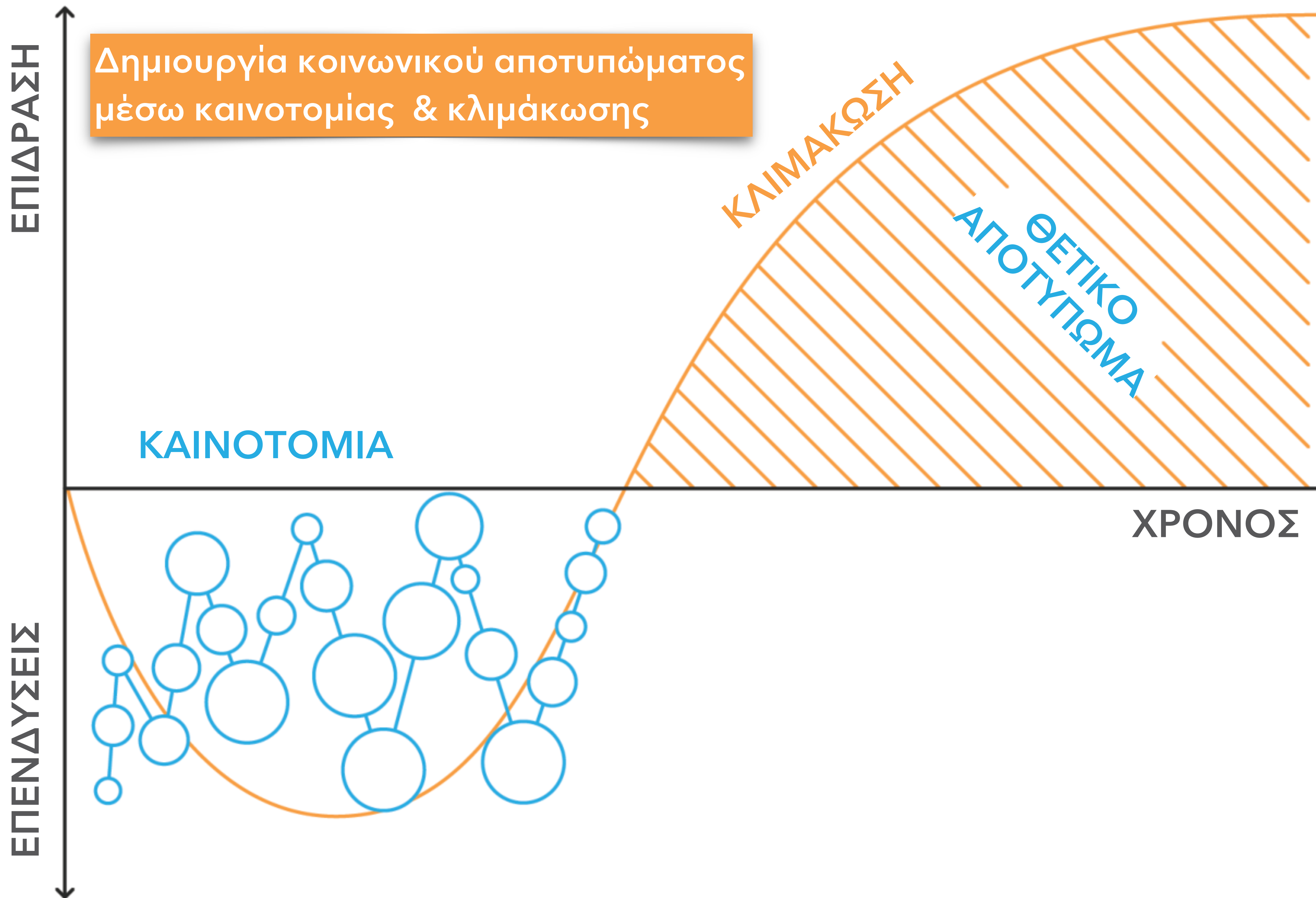


Καινοτομία

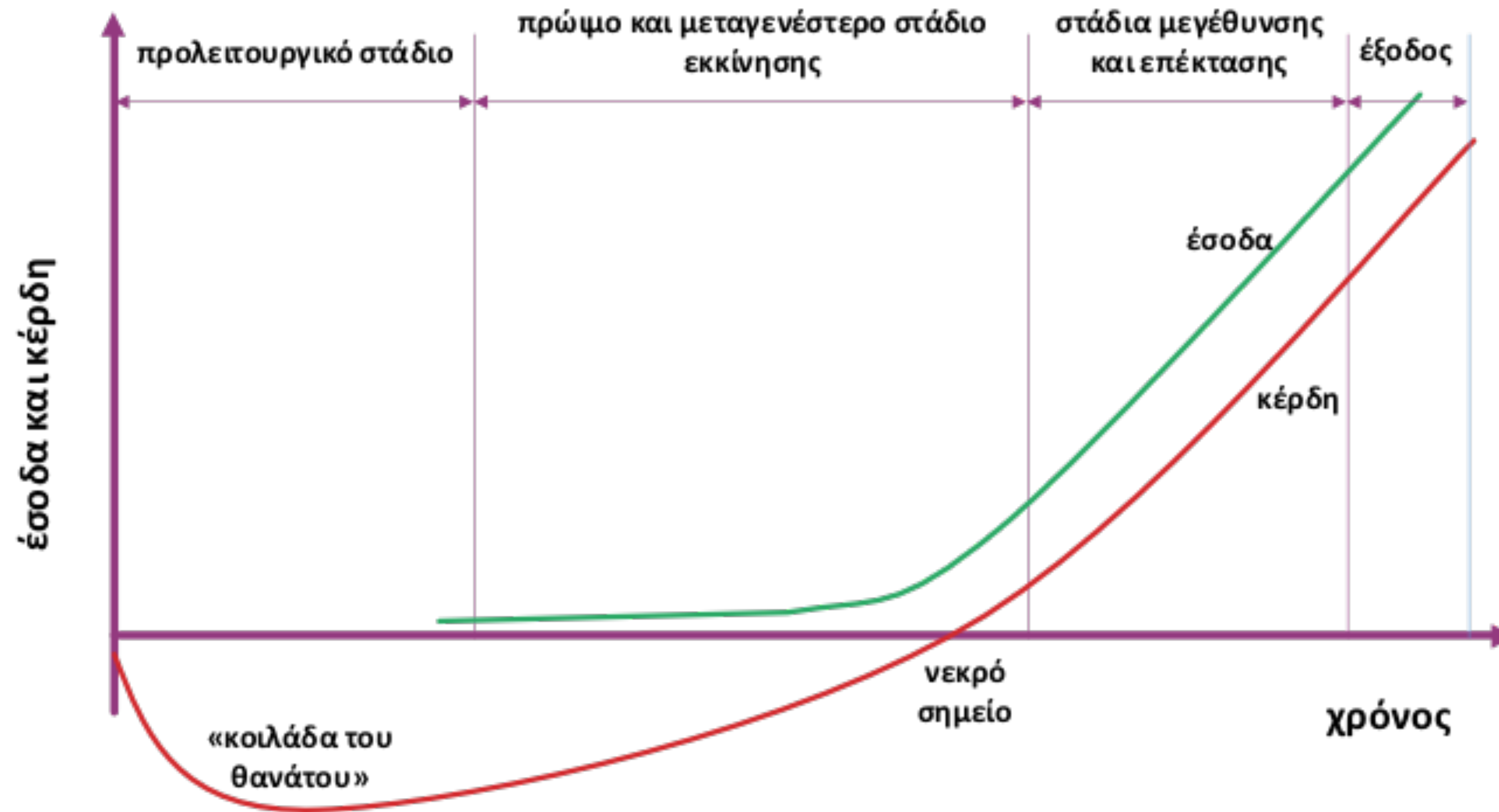
- ▶ Υπάρχει **τεχνολογική καινοτομία** στο προϊόν/υπηρεσία ή/και υπάρχει ένα καινοτόμο επιχειρηματικό μοντέλο πάνω σε πρόσφατη (νέα) τεχνολογία.
- ▶ Ταυτόχρονα, υπάρχουν **λίγοι ανταγωνιστές** (αντίστοιχες νεοφυείς επιχειρήσεις ή πολύ λίγες μεγάλες).
Διευκρινίζεται ότι ο όρος «ανταγωνιστές» αναφέρεται σε επιχειρήσεις που προτείνουν λύσεις με παρόμοια πλεονεκτήματα και όχι γενικά όσους απευθύνονται στην ίδια αγορά.
- ▶ Καινοτόμες χαρακτηρίζονται και οι επιχειρήσεις που η κύρια δραστηριότητα τους είναι ερευνητική με σκοπό την **παραγωγή πνευματικής ιδιοκτησίας** με προοπτικές εμπορικής αξιοποίησης (επιχειρήσεις «έντασης γνώσης»)

Κλιμάκωση

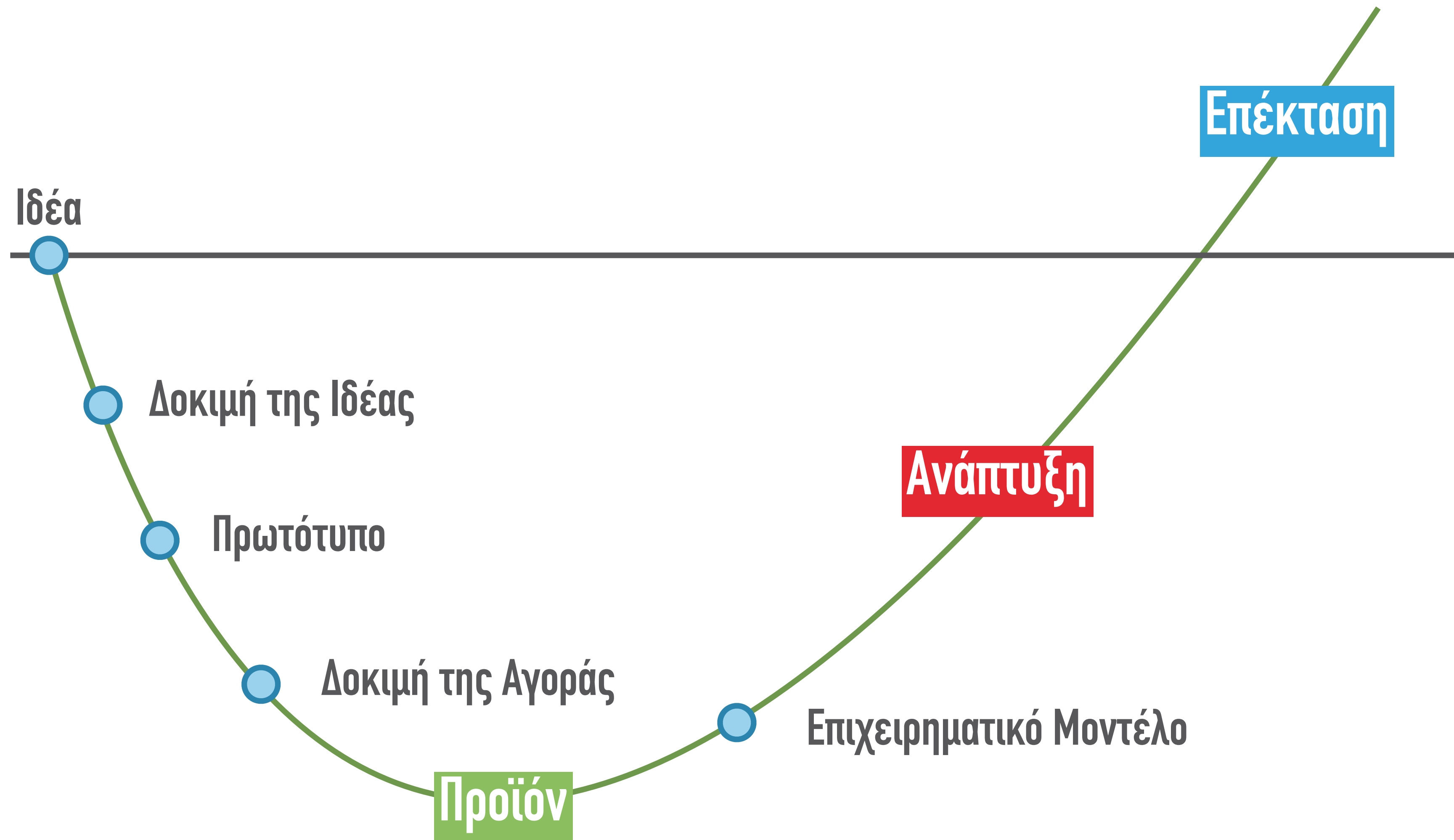
- ▶ Εξετάζεται εάν το επιχειρηματικό μοντέλο ή/και η τεχνολογία επιτρέπουν την **ταχεία κλιμάκωση του μεγέθους των πωλήσεων σε παγκόσμια αγορά**.
- ▶ Το κύριο προϊόν/υπηρεσία της εταιρίας πρέπει να είναι **τυποποιημένο** και όχι παροχή συμβουλευτικών/μελετητικών υπηρεσιών ούτε κατασκευή κατά παραγγελία.



ΕΞΕΛΙΞΗ ΧΡΗΜΑΤΟΡΟΩΝ ΜΙΑΣ START-UP

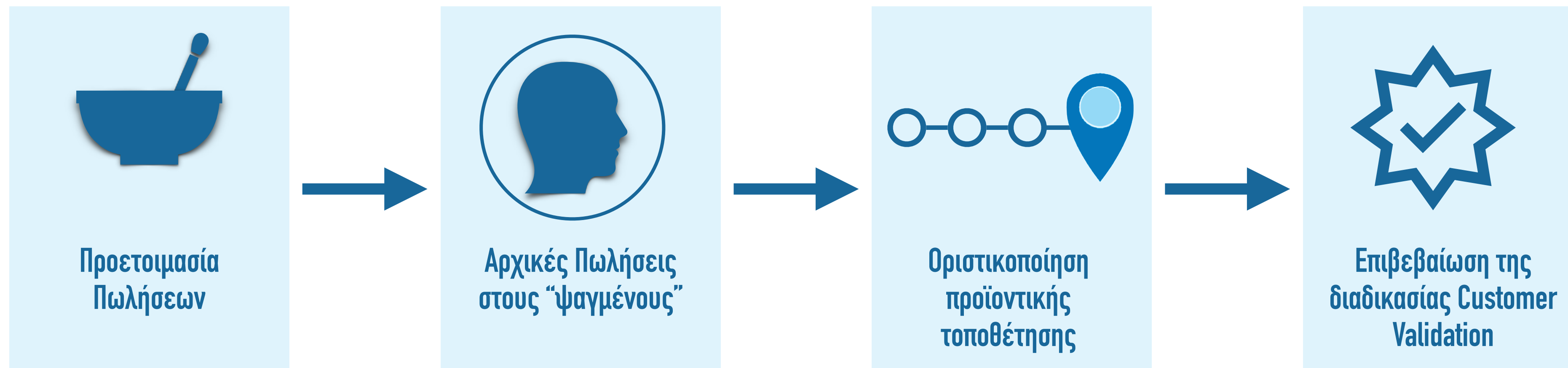


ΑΡΧΙΚΑ ΣΤΑΔΙΑ

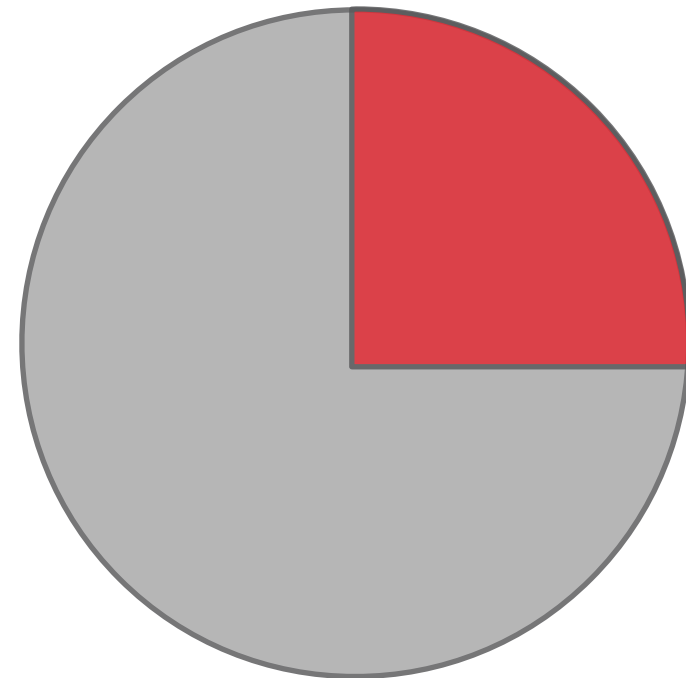
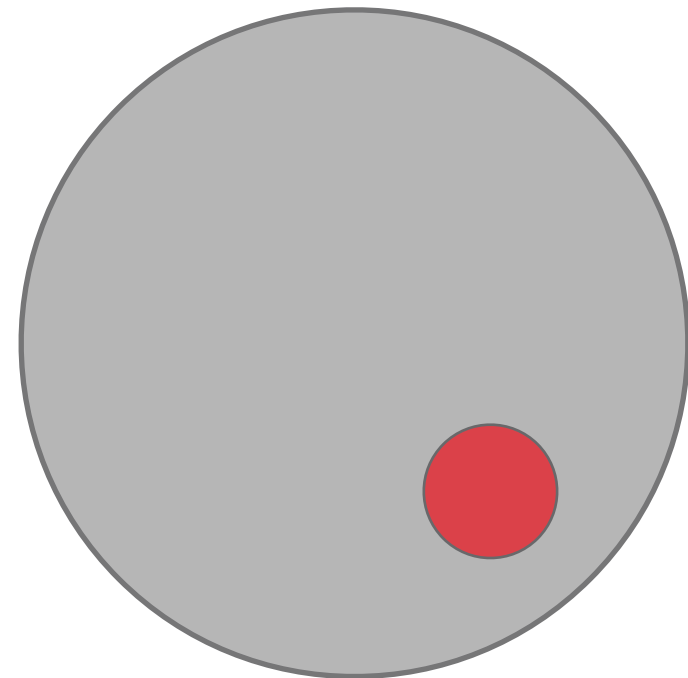
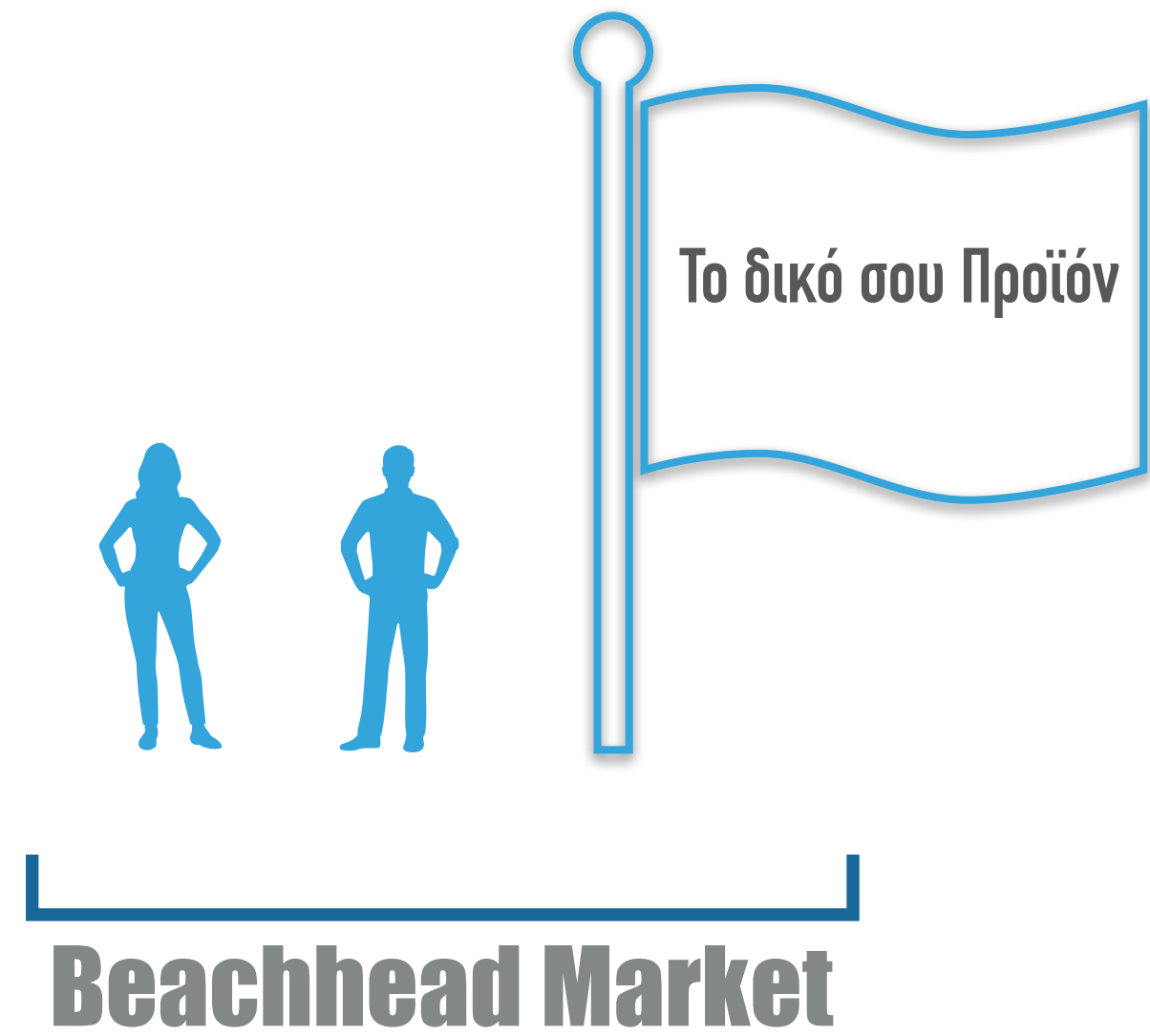


CUSTOMER VALIDATION

Οι 4 φάσεις της διαδικασίας επαλήθευσης των υποθέσεων σχετικά με το πελατειακό κοινό.



BEACHHEAD MARKET



Αυτό είναι Αρχική Αγορά

Αυτό ΔΕΝ είναι Αρχική Αγορά

(*): Beachhead Market: η αρχική αγορά στην οποία θα απευθυνθεί η εταιρεία για να θέσει τις βάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξή της.

Η **Start-up** είναι ένα Ταξίδι



...απολαύστε τη βόλτα



ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΘΗΝΑΣ



e-INNOHUB
Δυτικής Αθήνας

Ευχαριστούμε πολύ !



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής Ανάπτυξης



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΤΤΙΚΗΣ



Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση
Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη
ΔΥΤΙΚΗ ΑΘΗΝΑ



ΕΣΠΑ
2014-2020
ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη