



Projektin numero:2017-1-SI01-KA202-035580

Yrittäjyyden verkottuminen **Käsikirja opiskelijoille**



Yhteisrahoitettu
Euroopan unionin
Erasmus+ -ohjelmasta

Projekti:**NET - ENT - Networking for Entrepreneurship / Yrittäjyyden verkottuminen****KÄSIKIRJA opiskelijoille****Partnerit:**

- Šolski center Nova Gorica, SI
- Srednja šola za oblikovanje in fotografijo Ljubljana, SI
- Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu, FI
- Politeknika Ikastegia Txorierri, ES
- City of Glasgow College, UK

Julkaisija: Šolski center Nova Gorica

Toimittaja: Rosana Pahor

Kirjoittajat: Rosana Pahor, Tanja Ušaj Hvalič, Saša Vitežnik Jelen, Damijan Kracina, Aleksandra Ardalić, Kepa Larrondo, Päivi Williams, Maria Haukka, Sonja Kuosmanen, Barbara Aitkenhead, James Wilson

Käännös ja kielenhuolto: Sonja Kuosmanen, Marjo-Riina Välimaa

Design: Lettim studio, SI

Julkaistaan: 2020

Tietokonemuoto: pdf

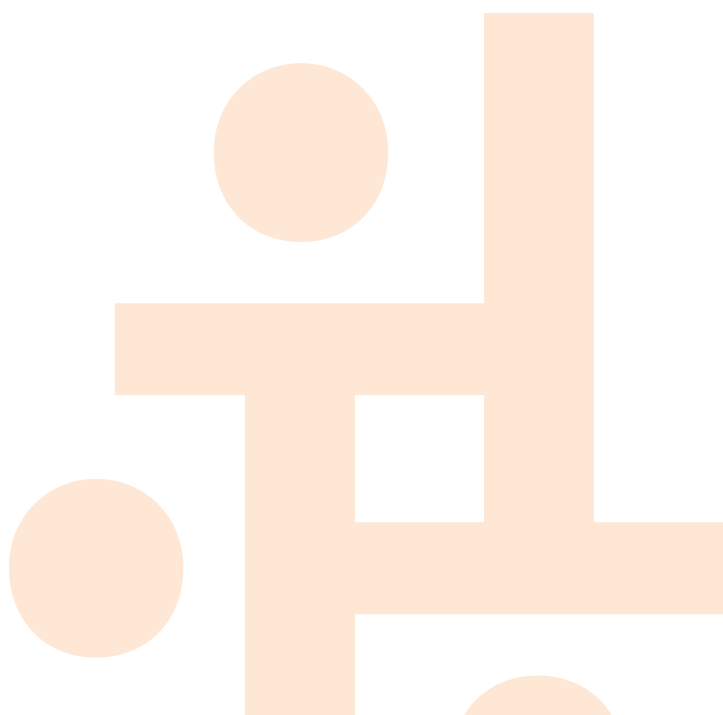
URL: http://www2.arnes.si/~projekt-net-ent/kasikirja_opiskelijoille.pdf

Yhteisrahoitettu Euroopan unionin Erasmus+ -ohjelmasta

Kataložni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v
Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani[COBISS.SI-ID=305180672](#)
[ISBN 978-961-94996-7-2 \(pdf\)](#)

KÄSIKIRJA OPISKELIJOILLE

1.	ESITTELY	3
2.	NET-ENT-MODUULI	7
	OSA 1	
	Henkilökohtainen kasvu ja yrittäjähenkisen ajattelun kehittäminen	
2.1	Itsetuntemus ja omatehokkuus	9
2.2	Visio	13
2.3	Motivaatio ja sinnikkyys	23
2.4	Luovuus	26
2.5	Mahdollisuuksien löytäminen	34
3.	NET-ENT-MODUULI	41
	OSA 2	
	Markkinoille menestyvän tuotteen (yrityksen) kehittäminen	
3.1	Ideoiden luominen	43
3.2	Vahvista idea	55
3.3	Prototyyppien muotoilu	64
3.4	Lopputuote	70



ESITTELY

Ideoiden muuttaminen tuotteiksi on **Networking for Entrepreneurship -moduulin (NET-ENT)** perusta. Erityisesti haluamme, että NET-ENT-moduulin osallistujat käyvät läpi prosessin aina ideoinnista tuotteen markkinointiin.

Tästä käsikirjasta löydät useita aiheita, jotka tukevat sinua:

- kehitä yrittäjähenkistä ajattelutapaa ja yrittäjyyttä
- käy läpi kehitys- ja markkinointiprosessi – onnistunut tuote ideasta aina lopulliseen versioon.

Käsikirjaa ei ole tarkoitettu käytettäväksi alusta saakka kronologisesti, vaan enemmän kuin opas, jonka avulla voit liikkua yrittäjyysprosessin vaiheissa. Se voidaan tietysti yhdistää muihin opetus- ja oppimateriaaleihin, ja rohkaisemme sinua käyttämään mitä tahansa hyödyllistä. Käsikirja tarjoaa tukea koko prosessille, mutta työkalujen ja resurssien toteutuksen prosessissa voi valita jokainen käyttäjä. Prosessi on *seikkailu tuntematonta tietä kohti yrittäjyyden suunnittelua ja menestystä, jossa olet oma navigoijasi, tutkijasi ja valmentajasi*. NET-ENT-käsikirja ei ole perinteinen didaktinen ohjelma, jossa käydään läpi alusta loppuun keräten tietoa ja toistaen se arviointia varten. Moduuli vaatii itsensä ohjaamista ja sitoutumista – enemmän sitoutumista – mutta hauskaa ja paljon enemmän oppimista. Loppujen lopuksi olet saanut hienoa yrittäjäkokemusta, jota et unohda. Voit käyttää tätä prosessia uudestaan ja uudestaan eri muodoissa tulevien ideoiden kehittämiseksi. *Olet oman tulevaisuutesi luoja.*

NET-ENT-moduulin olennainen osa on oman **prosessisi** integrointi - oman tavan löytäminen ja kehittäminen ideoiden toteuttamiseksi. Tämän tekeminen sisältää oman tavan löytää resursseja ja työkaluja. Käsikirja tarjoaa sinulle joitain mahdollisuuksia ja kehyksen, mutta sinun on itse päätettävä, kuinka sitä käytät. Kun koet oman yrittäjäprosessisi, muotoilet sitä; käsikirja tarjoaa sinulle laajan viitekehyksen, tietämyksen, resurssit ja digitaaliset työkalut, joiden avulla voit luoda ja kehittää ideoita, joilla on kaupallista arvoa... sinut kutsutaan pohtimaan, kenet muun sinun tulisi osallistaa, mitä erityistä tietoa tarvitset ja mistä voit hankkia sen. ... Pohjimmltaan lopulta rakennat oman prosessisi.

TAIDOT, ERILAISTEN KOULUTUSOHJELMIEN YHTEISTOIMINTA JA VERKOSTOITUMINEN

Tuotteiden kehittämiseksi ja menestyvän yrityksen perustamiseksi on tarpeen integroida tietotaitoa ja asiantuntijoita useilta eri aloilta. Sinulla ei tarvitse olla kaikkia tietoja tai taitoja, mutta sinun on tiedettävä, mitä tietoja ja panoksia tarvitset ja mistä ne löytyvät.

Yrittäjyydessä nämä panokset (tiedon ja taitojen alueet) sisältävät:

- liiketoiminta- ja **markkinointitaitoja**
- teollisen ja graafisen **suunnittelun** taitoja
- tuotteiden valmistuskapasiteetti / **tuotantotaitoja**

Näiden kolmen alueen on toimittava käsi kädessä. Koulutusjärjestelmien todellisuus on yleensä taitoalueiden – tekniikoiden ja eri ohjelmissa koulutettujen tulevien ammattilaisten – erillisyys toisistaan ja parhaimmillaankin satunnainen yhteistyö. Tässä moduulissa yhdistämme kolme erilaista koulutusohjelmaa (**suunnittelu**, **markkinointi** ja **tuotanto**) saavuttaaksemme yhteisen tavoitteen – tuotteiden luomisen ja kaupallisen menestyksen. Tavoitteena on luoda *korkealaatuisia ja hyödyllisiä tuotteita, jotka ovat kaupallisesti mielenkiintoisia, oikein suunniteltuja ja joilla on potentiaalia markkinoilla*. NET-ENT-moduulissa sinä ja tiimisi (opettajat ja opiskelijat yhdessä) luotte yhteyksiä muihin kouluohjelmiin/yksiköihin ja olette tiiviissä vuorovaikutuksessa heidän kanssaan prosessin aikana. Löydät inspiraation saamiseksi joitain esimerkkejä NET-ENT-moduulin pilottien toteutuksesta.

EU-hankkeen verkkosivu

- <https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/projects/eplus-project-details/#project/6732d822-1b78-46a0-8135-c505f3917f02>

NET-ENT-hankkeen verkkosivu

- <http://netent.scng.si/>

NET-ENT-käsikirja ja **NET-ENT -digitaaliset työkalut**, jotka ovat saatavilla EU-projektisivustolla, edustavat yhdessä *täydellistä oppimisympäristöä yhteistyöhön perustuvalla yrittäjäprojektien kehittämiseksi, joka yhdistää suunnittelun, tuotannon ja markkinoinnin*. Tiettyihin aiheisiin liittyvät digitaaliset työkalut on merkitty selvästi koko käsikirjaan.

YRITYSTEN ASIAANTUNTIJOIDEN OSALLISTUMINEN, TYÖMARKKINOIDEN INTEGROITTAMINEN

Tietyissä prosessin vaiheissa tarvitset ajan tasalla olevaa käytännön tietoa, jonka yritykset voivat parhaiten hankkia. Jälleen sinun on löydettävä omat resurssit. Digitaalisten työkalujen joukossa on myös esimerkkejä **verkottumisesta** ja yhteistyöstä projektisivustolla.

NET-ENT-moduulin **VERKOTTUMINEN** viittaa pääasiassa:

- vuorovaikutukseen eri koulujen, koulutusohjelmien/-yksikköjen ja oppiaineiden välillä
- Verkostojen luomiseen eri ohjelmien opiskelijoiden ja opettajien välillä
- koulujen ja koulutuksen yhdistämiseen yrityksiin, ammatti-asiantuntijoihin ja työelämään
- verkottumiseen ja kokemusten vaihtoon EU:n eri maista

UUTUUSARVO OPETTAJILLE JA OPISKELIJOILLE

Innovatiivisia menetelmiä koulutuksessa tarvitaan yrittäjyyteen perustuvien verkostoitumiskäytäntöjen luomiseksi – uusia lähestymistapoja opetukseen ja oppimiseen.

OPETTAJAT stimuloivat ja rohkaisevat opiskelijoita ja heillä on tärkeä rooli. NET – ENT kannustaa opettajia luomaan tukevia suhteita opiskelijoihin, ammatillisesti ja innostavasti, ja tukemaan heidän opiskelijoihin koko NET-ENT-prosessin ajan. Opettajat eivät ole niinkään perinteisessä roolissaan, vaan heistä tulee mentorikouluttajia; käyttämällä innovatiivisia valmennus- ja yhteisöllisiä oppimismenetelmiä luokkahuoneessa ja tekemällä tarvittaessa yhteistyötä yritysten asiantuntijoiden sekä muiden koulujen, ohjelmien ja aineiden opettajien kanssa.

OPISKELIJOITA puolestaan rohkaistaan osallistumaan aktiivisemmin oppimiseen. He valitsevat kiinnostavan alueen, joka motivoi heitä, kehittävät ideoitaan, löytävät vahvuutensa ja heikkoutensa ja oppivat kantamaan vastuun tiedostaan ja tavoitteiden saavuttamisesta. Opettaja ei tarjoa heille tietämystensä summaa, vaan johtaa ja ohjaa oppilaita oikeilla, tehokkailla kysymyksillä löytämään omat ratkaisunsa ja ottamaan muut tarvittavat toimijat mukaan oppimis- ja kasvuprosessiin. Tämä on suuri ero molemmille.

Opettajan rooli muuttuu ja hänen on siedettävä se, ettei hän tiedä kaikkea etukäteen. Myös opiskelijan rooli muuttuu – heidän ottavat johtavan roolin valitessaan kehitysprojektiaan. Tämä vaatii alussa enemmän aikaa ja vaivaa, mutta johtaa aktiivisuuteen ja lisää motivaatiota ja tyytyväisyyttä sekä vastuuta heidän henkilökohtaisesta ja joukkueellisesta edistyksestään ja menestyksestään.

VALMENNUS (COACHING)

Viestintä opettajien ja opiskelijoiden välillä muuttuu perusteellisesti. Käyttämällä valmennusta innovatiivisena lähestymistapana oppimisen tukemisessa koulutuksesta tulee positiivisempaa ja kunnioittavampaa, eikä oppiminen ole ylhäältä alas, vaan tasa-arvoisten keskuudessa. Vastustuksen sijasta, kun mielipide-eroja syntyy, jäsenet istuvat nyt joukkueena, kuuntelevat toisiaan ja oppivat yhdessä. Ei ole oikeita tai vääriä vastauksia. **Oppimisprosessi liittyy enemmän tavoitteiden asettamiseen, ryhmätyöhön, tutkimukseen, kehittämiseen, tunnustamiseen ja itserefleksioon saavutetun suhteen.** NET-ENT:n opiskelijoita valmennetaan ja itsevalmentajat ovat kunnianhimoisia ja ottavat riskejä oppimalla koko ajan ja kehittämällä prosessiaan. Elämässä olemme usein joutuneet uusiin tilanteisiin, joissa emme voi ennustaa mitä tapahtuu etukäteen. Lisäksi onnistumme harvoin ensimmäisellä yrityksellä. On kuitenkin tärkeää ottaa riskejä. Epäonnistuneista yrityksistämme saatu palaute ja kokemus ovat mahdollisuus uuden oppimiseen ja uuteen tietoon.

YHTEISÖLLINEN OPPIMINEN

Toinen NET-ENT:n innovatiivinen puoli on edellä mainittu oppimisen verkostoituminen tai yhteisöllinen oppiminen, joka yhdistää eri koulujen ja osastojen opiskelijat ja henkilökunnan todelliseen projektikehitykseen. Sekä henkilöstön että opiskelijoiden on mukauduttava uusiin menetelmiin yhteistyöoppimisprojektien suunnittelussa, tukemisessa ja arvioinnissa, kuten esimerkiksi NET-ENT-moduulissa.

SISÄLLYSLUETTELO

Kansainvälinen **NET-ENT-moduuli** koostuu kahdesta osasta

- Osa 1 - Henkilökohtainen kasvu ja yrittäjähenkisen ajattelun kehittäminen
- Osa 2 - Markkinoille menestyvän tuotteen kehittäminen (ja mahdollisesti lähtökohta menestyvälle yritykselle).

Moduulin ensimmäisen osan – **Henkilökohtaisen kasvun ja yrittäjähenkisen ajattelun kehittäminen** – tarkoituksena on kannustaa osallistujien visioita ja aloitteellisuutta, vastuun kehittämistä omasta menestyksestään, motivaatiota etsiä mahdollisuuksia ja kehittää sitkeyttä projektiansa kautta. Tätä haluamme rohkaista erityisesti opiskelijoidemme keskuudessa.

Ensimmäisen moduulin taidot voidaan hankkia erillisenä, erillisenä sisällönä tai epäsuorasti (piilotettu opetussuunnitelma) moduulin toisessa osassa – **Menestyvän tuotteen kehittäminen**. NET-ENT-moduulissa oma-aloitetta ja yrittäjyyttä rohkaistaan välttämättöminä avaintaitoina.

Osa 1 - Henkilökohtaisen kasvun ja yrittäjähenkisen ajattelun kehittäminen

1. Itsetuntemus ja omatehokkuus
2. Visio
3. Motivaatio ja sinnikkyys
4. Luovuus
5. Mahdollisuuksin löytäminen

Osa 2 - Markkinoille menestyvän tuotteen (yrityksen) kehittäminen

1. Ideoiden luominen
2. Vahvista idea (suunnittelu, markkinointi ja tuotanto)
3. Prototyyppien muotoilu (idean muuttaminen teoksi)
4. Lopputuote

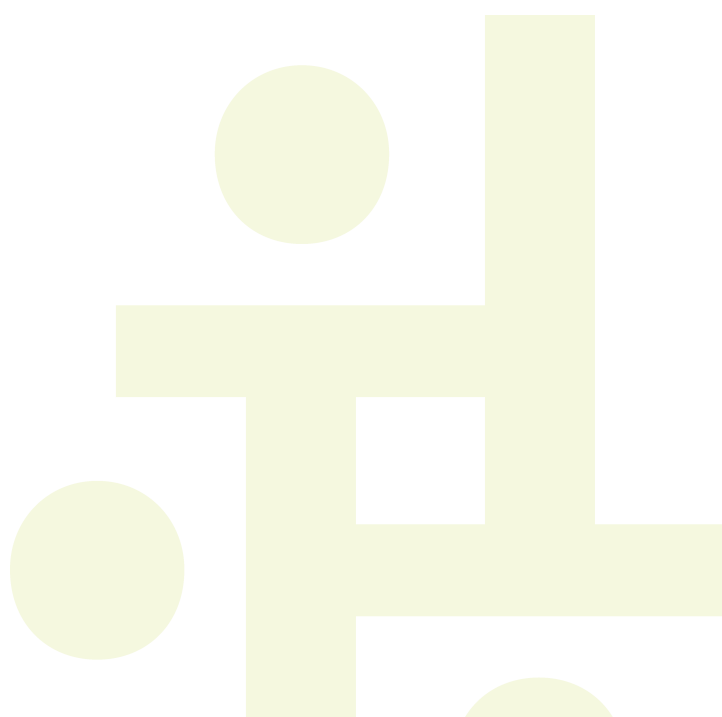
Jokainen käsikirjan osa on jaoteltu helppoa käyttöä varten seuraavasti

OSA	"Osa 1 tai Osa 2"
OTSIKKO	Osan otsikko"
SISÄLTÖ	"Lyhyt kuvaus osan sisällöstä."
LYHYT KUVAUS	"Osan sisältö lyhyesti kuvattuna."
AKTIVITEETIT	"AKTIVITEETIT - "tehtäväksi""
NET - ENT DIGITAALISET TYÖKALUT	"Digitaaliset työkalut, jotka on luotu tätä varten NET-ENT-hankkeessa. Työkalut löydät hankekan verkkosivulta." EU-hankkeen verkkosivu: http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/projects/eplu-project-details/#project/6732d822-1b78-46a0-8135-c505f3917f02
MUUT LINKIT	"Muita hyödyllisiä linkkejä, joista löydät lisää aiheesta liittyvää sisältöä itseopiskeluun ja tiedon päivittämiseen."
OPPIMISTULOKSET	"Oppimistuloksen kuvaus - Mitä opiskelija voi tehdä tämän osan suorittamisen jälkeen."

NET-ENT-MODUULI

OSA 1

HENKILÖKOHTAINEN KASVU JA YRITTÄJÄHENKISEN AJATTELUN KEHITTÄMINEN



OSA	1 – Henkilökohtaisen kasvun ja yrittäjähenkisen ajattelun kehittäminen
OTSIKKO	1 – Itsetuntemus ja oma tehokkuus
SISÄLTÖ	■ Viivyttely - tunnusta viivyttely ja käsittele se ■ Ajanhallinta – aseta prioriteetit ■ Sano ei ■ Perfektionismi ja 20/80- periaate ■ Itsensä johtaminen
LYHYT KUVAUS	Lykkäätkö asioita, jotka on pakko tehdä? Onko sinulla loppumassa aika kaikelle, mitä haluat tehdä? Tunnetko ajan ahdistavan sinua? Haluatko tehdä jotain asialle? Tutustu tähän osioon. Usko itseesi ja jatka kehitystä.
AKTIVITEETIT	A. Pohdintaa: Miksi viivyttelen? B. Kiireellinen-tärkeä matriisi C. Itsensä hallinnan diagnostiikkatesti
NET – ENT DIGITAALISET TYÖKALUT	
MUUT LINKIT	■ Kuinka lopettaa viivyttely: https://www.mindtools.com/pages/article/newHTE_96.htm ■ Ajanhallinta: https://www.mindtools.com/pages/main/newMN_HTE.htm ■ Eisenhowerin kiireellinen-tärkeä-periaate: https://www.mindtools.com/pages/article/newHTE_91.htm ■ Sano ei kohteliaasti (The Gentle Art of Saying No): https://www.lifehack.org/articles/communication/the-gentle-art-of-saying-no.html
OPPIMIS- TULOKSET	■ Oppija pystyy tunnistamaan ja arvioimaan omat vahvuutensa ja heikkoutensa. ■ Ottaa vastuun menestyksestään ja asetettujen tavoitteiden saavuttamisesta.

VIIVYTTELY - tunnusta ja käsittele viivytelyä

“Mikään ei väsytä niin kuten tekemättömän tehtävän roikkuminen” Henry James

Tiedätkö sen tunteen, kun otat pölynimurin (vaikka vihaisitkin talon siivoamista) sen sijaan, että aloittaisit opiskelemaan tenttiä varten... ja sitten aika yksinkertaisesti lentää. Myöhemmin olet vihainen itsellesi ja harmittelet sitä, mutta et yksinkertaisesti voi kääntää kelloa taaksepäin. Vannot, ettet koskaan tee tätä uudestaan. Mutta kun seuraava koe lähestyy ... Jos lykkäät asioita, jotka on tehtävä, ja haluat tehdä asialle jotain, tutustu tähän kohtaan.

Viivytely on taito lykätä jonkin tekemistä

Tarkastellaanpa sitä, että me kaikki löydämme jotain parempaa tekemistä kuin käsillä oleva työ. Tuo ylimääräinen kahvikuppi, pöydän puhdistaminen liiallisuuksiin, puhelimesi selaaminen... kaikki yleiset tavat viivytellä. Joten miksi lykätä tekemistä? Joitakin yleisiä syitä ovat:

- epäonnistumisen pelko
- menestyksen pelko
- tylsyys tehtävän kanssa
- ajan puute
- et tiedä miten se tehdään
- yrität tehdä liian paljon
- olet väsynyt
- et usko sen olevan tekemisen arvoista
- et ole määrittänyt tavoitteitasi
- sinulla on muita ongelmia, jotka huolestuttavat sinua.

Tämä luettelo voisi jatkua. Suurin osa meistä lykkää asioita. Itse asiassa me kulutamme usein enemmän energiaa asioiden kanssa viivytelyyn kuin itse tehtävän suorittamiseen kuluu. Monin tavoin maksamme viivytelystämme kirjaimellisesti viettämällä kaksi kertaa niin paljon aikaa kuin tarvitaan – kaiken energian ja ajan, joka kulutamme välttelemällä tehtävää ja suorittamalla sitten sen. Loppujen lopuksi – jos sinun on tehtävä jotain, sinun on vain tehtävä se. Kysymys on – nyt tai myöhemmin ...

AKTIVITEETTI

A. REFLEKTIO: Miksi viivyttelen?

Olemme kaikki erilaisia ja jokaisella meistä on oma viivyttelymallimme. Tutki omia syitäsi ja malliasi. Käytä alla lueteltuja itsevalmennuskysymyksiä:

- Kuinka X: n viivyttäminen palvelee, hyödyttää tai tyydyttää minua? Millä tavalla?
- Kuinka X: n viivyttäminen vahingoittaa tai haittaa minua?
- Kuinka paljon energiaa kulutan välttelemällä tätä tehtävää?
- Mikä on realistinen arvio ajalle, jonka tehtävä minulta vie?
- Mikä pidättelee minua? Kuinka voin minimoida tämän vaikutuksen?
- Kuinka asiat / elämäni ovat erilaisia, jos lopetan jonkun tekemisen?
- Mitä voin estää tehtävien lykkäämistä?

KÄYTÄNNÖLLISIÄ TAPOJA KÄSITELLÄ VIIVYTTELYÄ

- Aloita nyt
- Määritä tarkalleen, mitä on tehtävä
- Jaa tehtävä pienempiin osiin/toimiin/vaiheisiin
- Aseta tehtävien prioriteetit
- Aseta itsellesi määräajat
- Estä keskeytykset
- Anna tehtävälle järkeä - linkitä se tulevaan tavoitteeseen

AJANHALLINTA – määrittele prioriteettisi

Kuten huomaat, puhumme tosiasiallisesta ajanhallinnasta. Jos opit hallitsemaan aikaasi tehokkaasti, saat tehtävät suoritettua aikaisemmin ja voit vapaammin nauttia ajasta ilman stressiä siitä, että tehtäväsi roikuvat. Aikasi hallitsemisella on paljon tekemistä elämäsi laadun kanssa. Tämä on monimutkainen haaste.

AKTIVITEETTI

B. Kiireellinen-tärkeä-matriisi

Yksi hyödyllinen tapa hallita aikaasi on erottaa selvästi kiireellinen ja oikeasti tärkeä. Päätä, kuinka tärkeä jokin on sinulle. Täytä alla oleva matriisi tekemisilläsi ja käsittele niitä kiireellisyyden ja tärkeyden mukaan.

	KIIREELLINEN	EI-KIIREELLINEN
TÄRKEÄ	Tee nyt!	Aikatauluta myöhemmäksi
EI-TÄRKEÄ	Delegoi tai tee myöhemmin	Älä tee

SANO EI

Ein sanominen on ajanhallinnan parhaiten varjeltuja salaisuuksia. Jotkut ihmiset ovat aina saatavilla. He haluavat miellyttää kaikkia, he tekevät aina kaiken, mitä ihmiset pyytävät. Tämä voi johtaa tilanteeseen, jossa he ovat niin kiireisiä muiden pyynnöstä, että he jättävät huomioimatta itsensä ja omat prioriteettinsa. Joskus tämä on toinen tapa viivyttää, mutta se liittyy myös huonoon itsetuntoon.

Jos jollain ei ole tarpeeksi aikaa suorittaa tehtäviään, se voi johtaa epäonnistumiseen, ja valitettavasti hän on yleensä yksin tässä tilanteessa. Yritä sanoa ei ystävällesi tarvittaessa ja hän ymmärtää. Ole johdonmukainen, ystävällinen ja selitä miksi. Ei ehkä aina ole selvää, milloin sanoa ei. **Tee selväksi omassa mielessäsi, MITÄ HALUAT ELÄMÄLTÄ ja mitkä ovat sinun prioriteettisi.** Ein sanominen ei tarkoita, että sinun pitäisi vain sanoa ei asioille, joista et pidä. Ole varovainen ja rehellinen itsesi suhteen. Tutki, onko toisten auttaminen sinun tapa viivyttää. Tutki. Muista - menestys on sinun vastuullasi.

Kokeile erilaisia lähestymistapoja. Älä luovuta. Jos todella haluat muuttaa, löydät tien. Katso vinkkejä koh-
teliaan mutta toimivan ein sanomiseen artikkelista *The Gentle Art of Saying No*:

<https://www.lifehack.org/articles/communication/the-gentle-art-of-saying-no.html>

TÄYDELLISYYDEN TAVOITTELU ja 80/20-PERIAATE

Jos sinulta loppuu aika aina, koska olet perfektionisti ja haluat aina saada asiat tehtyä 100-prosenttisesti tai enemmän, tämä sääntö voi auttaa sinua. Tämän periaatteen kuvasi ensimmäisenä italialainen taloustietei-
lijä Vilfredo Pareto. Periaatteen mukaan 20% ajasta teemme 80% työstä. Se on vain hypoteesi, ja meidän ei
tarvitse ottaa sitä kirjaimellisesti. Mutta on syytä harkita ja kysyä itseltämme: **kuinka paljon aikaa tarvitsen
suorittaakseni tehtävän keskeisen osan ja kuinka paljon minä todella menetän merkityksettömien yk-
sityiskohtien kanssa?**

Jälleen – vaihtoehtojen kartoitus kannattaa; kaikille ei ole yhtä sääntöä.

Löydät lisätietoja ja vinkkejä ajanhallintaan seuraavista kirjoista:

L.J. Seiwert & A. McGee-Cooper (2007) *Slow down to Speed Up: How to manage your time and rebalance
your life*

P. Brans (2010) *Manage the Moment: CEOs teach you the secrets of time management.*

ITSENSÄ JOHTAMINEN

ACTIVITY

C. ITSENSÄ JOHTAMISEN diagnostiikkatesti

Ajattele sekä tilanteita, joissa johdit itseäsi hyvin/tehokkaasti ja myös silloin, kun et pärjännyt niin hyvin.

- Käytä hetki ja ajattele ajankohtaa, jolloin olit tyytyväinen tapaan, jolla johdit itseäsi.
- Mikä miellytti sinua tavassa, jolla johdit itseäsi?
- Mitä johdit kokemuksessasi?
- Mikä sai sinut johtamaan itseäsi niin hyvin siinä tapauksessa?
- Mitä oikein teit?
- Minkä tyyppistä itsejohtamista käytit?

Huomaat, kuinka sinusta tulee kyvykkäämpi kokemuksesi kautta ja myös kun tietoisesti tunnistat ja toistat
tämän. Tämä tapahtuu, kun löydät ajattelutavan ja toiminnot, jotka toimivat sinulle, kun sinulla on positiiv-
isia itsensä johtamisen ominaisuuksia. Sinulla on tietenkin jo tarvittavat taidot tullaksesi siksi itsesi johta-
jaksi, joka haluat olla.

Odota hetki ja mieti tilannetta, jossa et johda/johtanut itseäsi kovinkaan hyvin ja toivot, että olisit voinut
tehdä paremmin.

- Milloin et johda itseäsi?
- Mitä et tee, kun et johda itseäsi?
- Mitä pidättelet?
- Mitä puolta itsestäsi pidättelet?

Ihmiset, jotka johtavat itseään hyvin, eivät kehity temppulaatikon avulla. Saatat huomata, että olet jollain
tavoin "epätasapainossa" ja että tämä johtuu yleensä negatiivisista ajattelutavoista ja itsensä tai tilanteen
arvioinnista. Kun huomaat, missä nämä epätasapainot ovat, pystyt kohdistamaan itsesi uudelleen.

OSA	1 – Henkilökohtaisen kasvun ja yrittäjähenkisen ajattelun kehittäminen
OTSIKKO	2 – Visio
SISÄLTÖ	■ Vision kehittäminen ■ Suunta ja tarkoitus ■ Arvot ■ Yrittäjyysvision kehittäminen
LYHYT KUVAUS	Tämän osan tarkoituksena on rohkaista ja auttaa sinua luomaan ja kehittämään yrittäjyysvisiota. Visio on välttämätön kehitettäessä liikeideoita tai niitä toteuttaessa. Työskentele kohti tulevaisuuden visioasi.
AKTIVITEETIT	A. Tutki arvojasi: ARVOANALYYSI ja arvopiiri (in DT) B. Tutki päämääräsi C. Luova visualisointi D. Visio sanoittaminen E. SMART-tavoitteet F. Toimenpidesuunnittelu G. Business Canvas Model
NET – ENT DIGITAALISET TYÖKALUT	HB - P1 - S2 - ACTIVITY A - Explore Your Values – TXORIERRI - ES
MUUT LINKIT	■ YRITTÄJÄN VISIO: Kuinka luoda parempi tulevaisuus start-upillesi! https://www.naijapreneur.com/entrepreneurial-vision/ ■ Startup-suunnittelu: 5 asiaa joita tarvitset uuden yrityksen luomiseen https://www.naijapreneur.com/2014/11/10/startup-planning/ ■ Visio: Yrittäjyyden veturi https://www.entrepreneur.com/article/269757 ■ The Business Model Canvas - 9 askelta menestyvän liiketoimintamallin luomiseen – startup-vinkkejä https://www.youtube.com/watch?v=IP0cUBWTgpY - M. Beck (2002): Finding your own North Star: claiming the life you were meant to live. Harmony. - M. Csikszentmihaly (2008): Flow; The Psychology of Optimal Experience. Harper Perennial - R.J. Leider (2015): The Power of Purpose; Find Meaning, Live longer, Better. Berret Koehler.
OPPIMIS-TULOKSET	■ Oppija tuntee ja käyttää tekniikoita ja työkaluja vision kehittämiseen ja ideoiden muuttamiseen käytännöksi.

VISION KEHITTÄMINEN

AVAINSANAT: **Intohimo, tarkoitus, henkilökohtainen syy, visio, arvot**

Mihin pääset, jos et tiedä minne olet menossa?

Mihin pääset, jos tiedät minne olet menossa?

Ja ratkaiseva kysymys - miten pääset sinne näissä eri skenaarioissa?

Vision kehittäminen on keskeistä. Reitin muodon ja vauhdin määrittäminen on hyödyllistä siinä, mihin suuntaat, jos haluat saapua tiettyyn paikkaan, ja ottamalla vastuun aktiivisesti tuet (omistat) tämän näkemyksen. Menestys (kaikkien vaikutus- tai aineellisten vaurauksien käsitteiden ulkopuolella) näyttää liittyvän niihin, joilla on selkeämpi käsitys siitä, kuka he ovat ja miten he myöhemmin haluavat elää ja saavuttaa. Monet asiantuntijat suosittelevat tämän sisäisen vision virittämistä osana joko elämän – ammatillisen – tai yrittäjänäkemyksen kehittämistä. Jos osallistumme arvoihin, sisäiseen näkemykseen, lahjoihimme ja intohimoihimme ja sovitamme ne ulkoiseen tarkoitukseen tai tarkoitukseen, löydämme energiaa, ajamista, kurinalaisuutta ja joustavuutta, hyvinvointia ja menestystä. **Jos löydät oman syysi miksi, miten syntyy.** Samoin yrityksille, joilla on selkeä visio ja aito, luotettava brändäys, on myös selviä etuja, kun asiakkaat (ja henkilökunta) tunnistavat palvelun tai tuotteen intohimon ja kiinnostuksen kohteet ja käyttäytyvät niihin.

SUUNTA JA TARKOITUS

Martha Beck neuvoo kirjassaan **Suunnista tähtien valossa** virittämistä sisäiseen kompassiimme löytääksemme välttämättömän itsemme sosiaalisen itsemme sijasta. Mikä saa sinut tuntemaan iloa ja elinvoimaa? Mihaly Csikszentmihaly kuvaa samannimisessä kirjassaan **Flow**-tunteen, joka seuraa viritystämme siihen, mitä nautimme, mitä teemme hyvin ja mikä myös haastaa meidät esiintymään korkeimmalla tasolla. Richard Leider muistuttaa teossa **The Power of Purpose** että tarkoituksemme on aina jotainmissä :

- Meistä tuntuu, että olemme luonnollisesti hyviä ja nautimme tekemisestä
- Olemme intohimoisia ja välitämme syvästi
- Mielestämme sopii arvoihimme ja tapoihimme, joilla mieluummin toimimme maailmassa.

Se ilmaisee jollain tavalla lahjaamme ja intohimoamme – keskeisintä minäämme. Runollisimpana tai inspiroivimpana visiomme ja tarkoituksemme liittyvät autuuteen. Joseph Campbell kirjassaan **Power of the Myth** loi kuuluisasti lauseen "seuraa autuuttasi". Yksilön elämän jaksoissa (ylä- ja alamäet) on mahdollisuus elää keskittyen toimintaan, työhön tai intohimoon, joka kiehtoo ja houkuttelee sinua hellittämättä. Hän varoitti myös mahdollisuudesta kiivetä menestyksen tikkaille vasta saadakseen myöhemmin selville, että se on asetettu väärään seinään (tekemällä jotain epäasianmukaista tai mitä muut odottavat meiltä). "Mitä tahansa kehosi kehottaa sinua tekemään, kertoimet ovat erittäin hyvät, että se on seuraava askel kohti pohjantähtäsi."

Merriam-Webster määrittelee vision "kyvyksi nähdä: näkö tai näkö, jotain mitä kuvitellaan, kuvan, jonka näet mielessäsi, jotain mitä näet tai unet"

ARVOT

Yksi tapa muodostaa yhteys sisäiseen visioomme on tutkia mikä on meille tärkeintä. Arvojemme tutkiminen auttaa määrittämään kompassin siihen, mitä haluamme tehdä, kehittää ja tarjota maailmalle.

Projektin verkkosivuston digitaalisista työkaluista löydät työkalun A. Tutki arvojasi (Explore Your Values). Katso tätä ja käy läpi arvojen analysointi ja valmistele arvopiiri. Voit myös tarkistaa luvun valmennusmenetelmistä arvojen kanssa oppaassa opettajille, joka on käännetty myös äidinkielellesi.

AKTIVITEETTI

A. Tutki arvojesi: ARVOANALYYSI ja arvopiiri

Tämän AKTIVITEETIN löydät digitaalisista työkaluista:

- HB - P1 - S2 - ACTIVITY A - Explore Your Values – TXORIERRI - ES

AKTIVITEETTI

B. Tutki tarkoitustasi

Tarkoitus on myös hyvin yhteydessä visioon. Tämä toiminta auttaa yhdistämään arvosi ja kykysi visioon ammatillisesta tai yrittäjätoiminnasta (ammatti ja tehtävä).

1. Luo 4 erillistä ympyrää ja täytä jokaiselle ympyrälle niin paljon asioita kuin sinulla on (katso alla)

Mitä rakastan?

Missä olen hyvä?

Mitä maailma tarvitsee?

Mistä minulle maksetaan?

Voit halutessasi saada jonkin verran palautetta muilta laajentaaksesi näkemystäsi siitä, mitkä vahvuutesi ovat. Voit myös suorittaa henkilökohtaisen SWOT-analyysin.

2. Yhdistä 4 ympyrää alla olevasta Venn-kaaviosta. Täytä kaikki mikä kohdallasi yhdistää molemmat vierekkäiset piirit. Esimerkiksi: se mitä sinusta tuntuu, että maailma tarvitsee ja jota sinä myös rakastat, tulee tietätyyppiseksi tehtäväksi



3. Kun kaikki tiedot on valmis, yritä nähdä mikä yhdistää intohimosi, ammatin, ammatin ja tehtävän. Älä huoli, jos tätä ei tapahdu heti. Kiinnitä huomiota siihen, mitä kehossa tapahtuu, kun erilaiset ideat muotoutuvat paperille.

Haluat ehkä tehdä tämän aktiviteetin tai puhua siitä jonkun muun kanssa

Tämä toiminta voitaisiin suorittaa myös liiketoimintavisiomallina, jossa olisi luokkia: **mitä haluamme tehdä, mitä teemme hyvin, mitä asiakkaamme/maailma tarvitsevat, mistä meille maksetaan.**

AKTIVITEETTI

C. Luova visualisointi

Vision kehittäminen vaatii arvojemme ja tarkoituksemme selvittämistä. Se myös vaikuttaa suoraan **kykyyn kuvitella**. Tämän toiminnan avulla voit tutkia intohimoasi luovan visualisoinnin puitteissa (joka voi olla useassa muodossa)

- A. Ota iso julistekokoinen arkki, sakset, värikynät, jotkut lehdet, liima jne. Liitä valokuva itsestäsi julisteen keskelle.

Vietä 45 minuuttia käymällä lehtiä läpi. Leikkaa kaikki sellaiset, jotka kiinnittävät huomion tai kiinnostavat sinua. Tämä voi olla lause, kuva, muoto – mitä tahansa ... Kun aika on kulunut, ympäröi itsesi leikattujen asioiden kanssa. Istu julisteesi edessä ja kuvittele elämäsi viiden vuoden sisällä ja miten haluat sen olevan itsellesi. Valitse sitten leikattujen asioiden joukosta ja luo kollaasi elämästäsi viiden vuoden kuluttua niin kuin kirjaimellisesti näet ja tunnet sen. Ota vähintään 30–45 minuuttia tehdäkseksi tämä.

Kun olet valmis, katso julistettasi. Miltä se tuntuu? Jos jotain puuttuu, lisää se millä hyvänsä mielestä sopivalla. Voit halutessasi selittää julisteesi jollekin ja kuvata mitä olet kuvannut itsellesi. Tämä loisi hyvän perustan tavoitteiden ja käytännön vaiheiden asettamiselle kohti tulevaisuuden itseä.

- B. Ota iso julistekokoinen arkki, värilliset kynät, postita se jne. Kirjoita teema keskelle. Ota hetki hiljaa nähdäkseksi, kuinka tämä aihe näyttää, tuntuu, kuulostaa sinulle parhaiten toteutetusta. Sitten kirjoita, piirrä ideasi post-it:iin ja järjestä juliste.

Piirrä, kirjoita ja järjestä ideoita julisteeseen. Tämä voi olla kollektiivinen toiminta, ja se voidaan toteuttaa useiden päivien aikana - ihmisten vaihdellessa julisteita uudelleenjärjestämiseen tai ideoiden lisäämiseen. Joku voisi pitää digitaalisen tallenteen julisteesta näytöllä näkyvän ajan kuluessa muutosten tallentamiseksi. Tämä on hyvä toiminta, koska kaikki parametrit voidaan asettaa tavoitteeseen, ts. ehkä parametrina on, että kaikki ideat hyväksytään/vain positiivisia tuloksia ja ideoita pyydetään tietyksi ajaksi/vain tunteita vaaditaan tietyn ajanjakson ajaksi tai ihanteita jne.

YRITTÄJÄMÄISEN VISION KEHITTÄMINEN

KEYWORDS: Käynnistys, Venture, Miksi, Visio, Missio, Motivaatio, Energia, Innostus, Intohimo, Ajaminen, Sinnikkyys, Mittaa yritystoimintaa

Mitä on yrittäjämäinen visio?

Yrittäjämäinen visio on lähtökohta liiketoiminnalle, jota toteutetaan käytännössä. Alussa se määrittelee yrityksen ja on perusta, jolle liiketoimintamalli on suunniteltu. Kokeneet yrittäjät ovat yhtä mieltä siitä, että on erittäin tärkeää olla **inspiroiva, puoleensavetävä ja selkeä yrittäjämäinen visio** ennen yrityksen perustamista. Perusidean on muututtava yrittäjyyden visioon ja saatettava elämään, jos käynnistys onnistuu.

Yrittäjämäinen visio on **kuva mieluisimmasta tulevaisuudesta aloittavalle yrityksellesi**. Se on asia, jonka luot mielikuvituksellasi ja sitten käytännölliset suunnitelmat sen saavuttamiseksi. Se on se mitä näet yrityksesi tekvän tulevaisuudessa, ja mitä sen pitäisi tehdä tänään päästäkseen sinne.

Yrittäjyyšnäkymällä on merkitystä uusien yhteisyritysten syntymisen, kasvun ja suunnan **virittämisessä** ja ohjaamisessa. Se on elintärkeä energia, joka ajaa yrittäjää, perustajaa, perustajaa ja hänen välitöntä tiimiään, mikä saa **heidät uskaltamaan tutkimaan, uskaltamaan haastaa, uskaltamaan vaatia, uskaltamaan jatkaa työntöä, uskaltamaan olla päättäväinen onnistumaan**. Visio on energia, joka antaa yrittäjälle ja sen organisaatiolle kyvyn suorittaa ja menestyä. Ja visio luo ja vahvistaa kulttuurin.

Energian, sitkeyden ja joustavuuden tarve on ensiarvoisen tärkeää. Yrittäjä on motivoivan moottorin, innostumisen ja ajamisen (visio) kantaja, jonka organisaation tai yrityksen on saatava aikaan hankkeen toteuttamiseksi.

Mutta yritystoiminnan menestys ei ole pelkästään vision määrittelemistä ja toteuttamista, vaan myös kykyä instrumentoida visio, muotoilla siitä jotain konkreettista ja sitten myös jakaa se. Visio on jaettava ja vaalittava, jotta siitä tulisi toiminnan majakka.

Se tarjoaa

- **Tarkoituksen selkeys** - se selittää selkeästi, mitä yritys tarkoittaa, koska siellä on monia "minäkin" yrityksiä. Sen avulla voit erottaa yrityksesi ja edustaa jotain hyvin konkreettista kohdeasiakkaiden mielessä.
- **Tuotemerkki-identiteetti ja nimi** - se kapseloi jotenkin filosofian, joka ohjaa kaikkea mitä teet.
- **Merkitys** - se määrittelee yrityksesi. *Liiketoimintamme on...*
- **Tuotekehitys** - se muotoilee kehittämäsi tuotteita / palveluita

Uusi hanke on yrittäjän visio muuttaa nykyinen osaksi jotain parempaa ratkaisemalla ongelma. Tämä on lahjakkaiden yrittäjien ydinvoima. Tämä halu ilmaistaan yrittäjyyden visiossa, joka virittää ja ajaa yrittäjää ja hänen perustamaansa startupia kohti suurempaa tulevaisuutta.

Visio on avaintekijä, joka ei vain auta yrittäjää yrityksen ylä- ja alamäkeissä, vaan myös intohimoa, sitkeyttä ja sitkeyttä lopputavoitteeseen, joka on jaettava organisaation / tiimin ja asiakkaan kanssa. Visio antaa vihdoinkin yrittäjälle vetää toisia kohti omaa ideaansa, rakentaa jotain tyhjistä ja ratkaista vaikeita ongelmia epätavallisilla ja innovatiivisilla tavoilla luoda suuruutta - siksi visio on yrittäjyyden vetäjä.

LÄHTEET:

- YRITTÄJÄMÄINEN VISIO: Kuinka luoda start-upillesi parempi tulevaisuus!
<https://www.naijapreneur.com/entrepreneurial-vision/>
- Käynnistyksen suunnittelu: 5 asiaa, jotka tarvitset uuden yrityksen perustamiseksi
<https://www.naijapreneur.com/2014/11/10/startup-planning/>
- Visio: Yrittäjyyden ajuri
<https://www.entrepreneur.com/article/269757>
- *The Business Model Canvas - 9 askelta onnistuneen liiketoimintamallin luomiseen – aloitusvinkit*
<https://www.youtube.com/watch?v=IP0cUBWTgpY>

AKTIVITEETTI

D. Lue visiolause

Markkinointiasiantuntija Robert Bly toteaa, että "visiosi tai missiolausuntosi" **ilmoittaa, mihin yrityksesi suuntaa ja miltä se näyttää saapuessaan.** "Missiolausunto kertoo, mikä menestys (sinulle tai yrityksellesi) näyttää. Kuinka muuten tiedät, kun olet saavuttanut sen? Visio on tärkeä pienelle yritykselle, koska se pakottaa heidät todella tuntemaan tavoitteensa yritykselle. Visio ei voi olla epämääräinen. Se julistaa odotetut tulokset ja siitä tulee opas, joka johtaa yritystäsi eteenpäin. **On tärkeää varmistaa, että visiosi lausunnossa ilmoitetaan selkeästi tulokset, jotka aiot luoda.**

ESIMERKKI VISIOLAUSEESTA

Microsoft (original): "Jokaisessa kodissa henkilökohtainen tietokone, jossa on Microsoft-ohjelmisto."

EBay: "Tarjota maailmanlaajuinen kauppapaikka, jossa käytännöllisesti katsoen kuka tahansa voi käydä kauppaa millä tahansa."

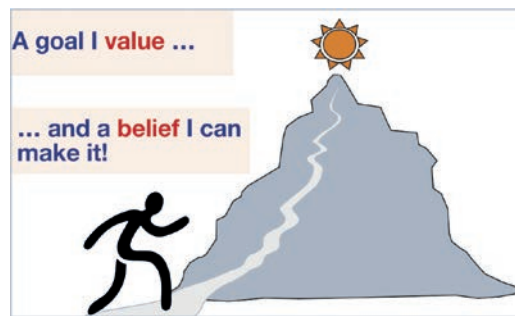
Amazon: "Olla Maan asiakaskeksien yritys; rakentaa paikka, josta ihmiset voivat tulla etsimään ja löytämään mitä tahansa, mitä he haluavat ostaa verkossa."

Aloita puhtaalla paperiarkilla. Kuvittele yrityksesi kolmesta viiteen vuotta tulevaisuuteen ja vastaa seuraaviin kysymyksiin.

- Mitä palveluita tarjoat? Mitä tuotteita myyt?
- Kenelle? (Millaisia asiakkaita? Jos sinulla on tiettyjä asiakkaita mielessä, luettele heidät.)
- Missä yrityksesi sijaitsee? Työskenteletkö kotona tai toimistossa? Kuvaile kaikkea.
- Olet juuri tavannut itsesi työssä. Mitä teet liiketoiminnassa? Oletko omistaja tai käytännöllinen työntekijä? Tarjoatko asiakkaillesi todellisia palveluita, jotka ostavat tai palkkaavat työntekijöitä tekemään niin, kun hallitset ja hallitset yritystäsi? Millainen on elämäsi? Mikä elämässäsi tekee sinusta onnellisen?
- Kuinka paljon sinä ja yritys ansaitset? (Summat eivät ole samat.)
- Onko sinulla työntekijöitä? Jos on, kuinka monta? Mitä he tekevät? Mitä lisäarvoa he lisäävät liiketoiminnalle? Mitä taitoja ja koulutusta heillä on? Ole mahdollisimman tarkka.
- Miltä tämä yritys näyttää, jos/kun myyt tai luovutat sen muille?
- Mitä tämä yritys tekee paremmin kuin mikään muu? Mistä sinut tunnetaan? Mikä tekee sinusta ainutlaatuisen tai erilaisen kuin kilpailijasi? Mikä on ainutlaatuinen myyntiehdotuksesi (katso sivupalkki)?
- Miten suhtaudut tähän liiketoimintaan? Mikä inspiroi sinua tästä yrityksestä?
- Mitkä ovat ne neljä tai viisi avainsanaa, joita käytät kuvaessasi yritystäsi muille? Mitä sanoja asiakkaasi käyttävät kuvaessasi, mitä teet heidän hyväkseen muille?

Nyt poimi kuvauksistasi vahvimmat sanat. Etsi niitä sanoja, jotka herättävät tunteita sinulle. Mikä hyppää esiin? Mitkä sanat herättävät ennakkointia ja intohimoa, kun luet niitä paperille? Nämä sanat inspiroivat sinua, ja ne kuuluvat visioon. Sanojesi tulisi viitata palvelemaasi asiakkaan tyyppiin, tarjoamasi palveluun ja palvelusi maantieteelliseen kattavuuteen.

Kirjoita visiolausesi. Se voi viedä jonkin aikaa, mutta se on sen arvoista.



AKTIVITEETTI

E. SMART-tavoitteet

SMART-TAVOITTEEN perustaminen voi olla välttämätöntä yrittäjämäisen vision luomiseksi tai sen toteuttamisen aloittamiseksi. Vastaa seuraaviin kysymyksiin mahdollisimman selkeästi. Valmentajan apu saattaa auttaa sinua piirtämään tavoitteesi selkeämmin.

RAJATTU (SPECIFIC)

- Mitä haluat saavuttaa?
- Miksi haluat tehdä tämän?
- Mitä sinun on tehtävä etukäteen?
- Kuka muu on mukana?
- Mitkä ovat vaatimukset ja rajoitukset?
- Milloin sinun pitäisi pystyä suorittamaan se?

MITATTAVA (MEASURABLE)

On myös tärkeää pystyä mittaamaan edistymistä ja lopullista saavutusta. Tämä auttaa ylläpitämään motivaatiota ja auttaa osoittamaan, kun tavoite saavutetaan.

- Kuinka paljon ...?
- Kuinka monta...?
- Mistä tiedät, että tavoite saavutetaan?
- Kuinka muut tietävät saavuttaneen tavoitteesi?
- Mikä tulee olemaan erilainen, kun olet saavuttanut tavoitteesi?
- Kuinka pystyt havaitsemaan muutokset?

SAAVUTETTAVA (ACHIEVABLE)

Tavoitteen, jonka aiot saavuttaa, tulisi olla kykysi ja kykyjesi sisällä. Tavoitetta, joka vaatii muutosta muissa, ei saavuteta, kun ympäristöllä ei ole samaa tavoitetta. Sen pitäisi olla saavutettavissa myös jo käytettävissä olevissa määräaajoissa ja resursseissa. Kokopäiväistä työtä tarvitsevaa tavoitetta ei voida saavuttaa kokopäiväisessä työssä ja perheessä olevalla henkilöllä.

- Kuinka voit saavuttaa tämän tavoitteen yksin?
- Mitä muita muutoksia tarvitaan tavoitteen saavuttamiseksi?
- Kuinka voit vaikuttaa niihin muutoksiin?

- Kuinka paljon henkilökohtaista voimaa ja resursseja tavoitteesi saavuttaminen tarvitsee?
- Kuinka realistinen tämä on nykytilanteessa?
- Kuinka voit antaa itsellesi tarvittavan voiman tavoitteen saavuttamiseksi?

RELEVANTTI (RELEVANT)

Tavoitteella tulisi olla vahva merkitys sinulle ja sen pitäisi tuoda tärkeä muutos elämääsi. Asioita, jotka ovat tärkeitä vain muille ihmisille, ei voida asettaa yksilölliseksi tavoitteeksi. Tavoitteen tulisi tukea joidenkin tärkeiden arvojen toteutumista.

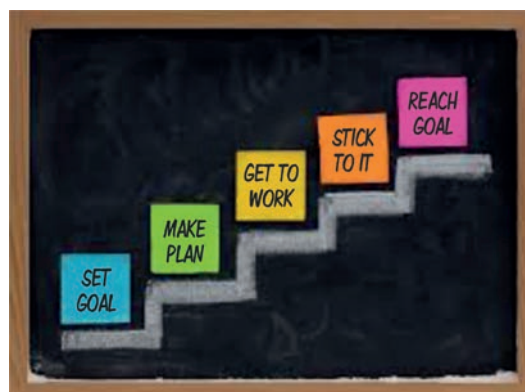
- Mitä tavoite tarkoittaa sinulle?
- Mitkä arvot liittyvät tähän tavoitteeseen?
- Mitkä tarpeet ja tunteet liittyvät tähän tavoitteeseen?
- Kuinka pitkälle elämäsi on muuttunut tavoitteen saavuttamisen jälkeen?
- Kuinka pitkälle tavoite sopii elämäsi visioon?
- Mitä tapahtuu, jos et muuta mitään?

AIKAAN PERUSTUVA (TIME BASED)

Hyvällä tavoitteella ei ole arvoa tavoitteena määrittelemättä määräaikaa sen saavuttamiselle. Vaikka aikakerroin ei ole merkityksellinen sinulle, on tärkeää määritellä aikapohjainen tavoite, koska mieli vastaa erityisiin vaatimuksiin. Päivämäärän asettaminen ja toimintasuunnitelman tai etenemissuunnitelman luominen tekevät tavoitteesta todellisemmän ja kiireellisemmän.

- Milloin aiot saavuttaa tavoitteen?
- Milloin on realistista saavuttaa?
- Kuinka paljon aikaa tarvitset tavoitteesi saavuttamiseksi?
- Mitä muuta sinun on tehtävä tänä aikana?
- Kuinka suuren voimavarojesi (aikaa, energiaa, vaivaa ...) voit käyttää tähän tavoitteeseen?

Tärkeintä on asettaa tavoite ja sitten toteuttaa se. Kurinalaisuutta tarvitaan pysyäksesi suunnitelmassasi, mutta jos tavoite on realistinen ja sen arvoinen, pääset sinne.



AKTIVITEETTI

F. Toimintasuunnitelma

Henkilökohtaisen tavoitteen asettamisen ja toimintasuunnitelman luominen yhdistää tavoitteen ja kokonaisnäkömyksen saavuttamisen helpommin. Usein on paljon helpompaa nähdä, mitä on tehtävä, kun tavoite jaetaan pienempiin vaiheisiin, ns. alatavoitteisiin. Voit työskennellä tämän kanssa yksin tai valmentajan kanssa auttaaksesi sinua tunnistamaan tarvittavat toimenpiteet käyttämällä paria toistavaa kysymyksiä ja visualisoimalla prosessia.

1. **KYSYMYKSET:** Mikä tavoite on ja milloin haluat saavuttaa sen?
Piirrä aikaviiva etenemissuunnitelmaasi nykyisestä aina siihen pisteeseen, jolloin tavoite on tarkoitus saavuttaa. Joissain tapauksissa saavutuskohta ei ehkä ole täysin selvä. Piirrä tällöin viiva nykyisestä pisteeseen kolme vuotta tulevaisuuteen. Rivin alkuun ja loppuun on merkitty konkreettiset päivämäärät.
2. Tee tästä konkreettisempi. Mieti mielessäsi tulevaisuuteen ja kuvittele itsesi tavoitteen saavuttamishetkellä tai kolmen vuoden kuluttua.
KYSYMYKSET: Mitä on saavutettu? Mikä on erilaista? Kuinka näet, mitä on saavutettu?
QUESTION: Mitä on tehtävä ennen kuin pääset tilanteeseen x-ajassa? Milloin olisi paras aika suorittaa toimenpide? Kenen täytyy tehdä tämä? Millä tavalla? Merkitse toiminnan valmistuminen aikajalalle.
Valmentaja voi olla erittäin hyödyllinen tukemaan hyvin konkreettisten vaiheiden määrittelyä, jotka on suoritettava ennen tilanteen saavuttamista.
3. Jokainen määritelty toiminto vaatii aiempia vaiheita ja toimia. Toista kysymykset jokaiselle toiminnolle. Tätä iteraatiosilmukkaa voidaan jatkaa, kunnes realistisessa aikataulussa luodaan toteutettavissa oleva toimintasuunnitelma.
4. Tutustu joko yksin tai valmentajan kanssa toimintasuunnitelmaan ja ilmaise kaikki mieleen tulevat kysymykset ja huolet
KYSYMYKSET: mikä innostaa sinua tästä suunnitelmasta, mikä pelottaa sinua, mikä pakottaa eniten ... jne.).
Tällaiset kysymykset ja huolet osoittavat vaiheet tai toimet, jotka eivät ole täysin selviä. Nämä voivat olla vaiheita, jotka johtavat uusiin toimiin tai osoittavat joitain sisäisiä esteitä, jotka on poistettava. Ensimmäisessä tapauksessa toimintasuunnitelman loppuun saattamiseksi voidaan tehdä enemmän työtä. Jälkimmäisessä tapauksessa voisi tapahtua uusi valmennuksen alaprosessi, joka auttaisi selviytymään sisäisestä esteestä ja pääsemään lähemmäksi tavoitetta.

ESIMERKKI:

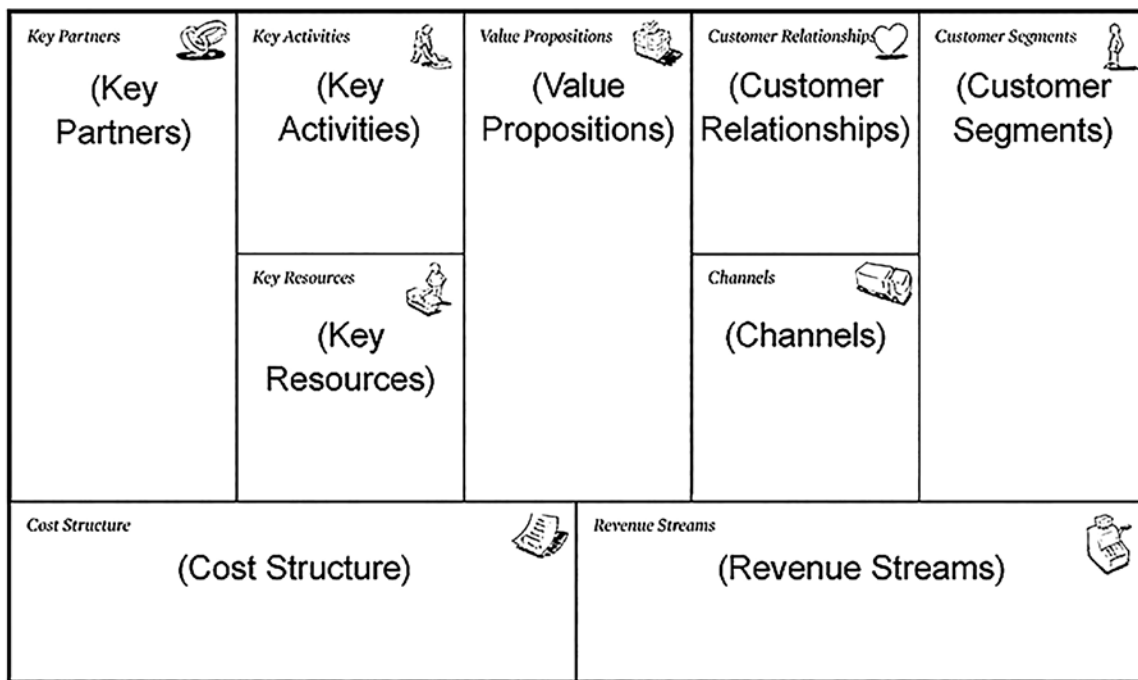
- Mitä tarkalleen ottaen tavoittelette kolmen vuoden kuluttua, sanotaan esimerkiksi heinäkuussa 2021?
- Yhden tai kahden työtoverin ja sihteerin kanssa yhteishallintatilan perustaminen
- Kuinka monta asiakasta haluat saada aikaan tuolloin?
- Ainakin kymmenen asiakasta
- Milloin sinulla on oltava vähintään viisi asiakasta, jotta sinulla voi olla kymmenen asiakasta vuonna 2021?
- Syyskuussa 2020.
- Mitä tarvitset, jos sinulla on enemmän asiakkaita?
- Yhtiöidentiteetti, ensimmäinen asiakas, markkinointi,...
- Milloin aiotte siirtyä toimistotilaan kollegoidesi kanssa?

- Lokakuussa 2019.
- Mitä sinun on tehtävä ennen muuttoa?
- Minun on selvitettävä kuka jakaa toimiston kanssani.
- Mitä tarvitset selvittääksesi kuka jakaa toimiston kanssasi?
- Minun on otettava yhteyttä joihinkin kollegoihin, joiden kanssa voin kuvitella ammatillisen kumppanuuden.
- Milloin on realistista tehdä se?
- Kesäkuu 2019.
- Mitä sinun on vielä tehtävä ennen muuttoa uudelle toimistolle?
-

AKTIVITEETTI

G. Business CANVAS Model

Ota yrittäjyyden visiosi askeleen eteenpäin täsmentämällä visiosi yksityiskohdat liiketoimintamallissa (*Business Canvas Model*). BCM on yksi toimivimmista ja yleisimmin käytetyistä työkaluista liiketoimintamallin luomiseen - miten lisäät arvoa yrityksellesi toimittaessasi palvelua tai tuotetta asiakkaillesi. Yhden sivun malli auttaa sinua jakamaan näkemyksen muiden kanssa, jotka osallistuvat projektiisi (kuten yhteistyökumppanit, palveluntarjoajat, sijoittajat jne.).



www.businessmodelgeneration.com

The templates here are made available on the same CC license terms as the original canvas.

Copyright © 2010 by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without prior permission in writing from the publisher.

Tämä Youtube-video yrityskanavalta antaa selkeän kuvauksen siitä, mitä elementtejä yrityskangasmalli voi auttaa sinua kokoontumaan yhteen:

The Business Model Canvas - 9 askelta onnistuneen liiketoimintamallin luomiseen – aloitusvinkit

<https://www.youtube.com/watch?v=IP0cUBWTgpY>

OSA	1 – Henkilökohtaisen kasvun ja yrittäjähenkisen ajattelun kehittäminen
OTSIKKO	3 – Motivaatio ja sinnikkyys
SISÄLTÖ	■ Motivaation ja sinnikkyuden merkitys ■ Vinkkejä menestykseen
LYHYT KUVAUS	Kun kyse on muutoksen luomisesta elämässäsi tai tavoitteidesi saavuttamisesta, se ei todennäköisesti tule olemaan helppoa. Tutki mallejasi ja seuraa mitä uskot, mikä motivoi sinua, oletko pysyvä. Tarkkaile itseäsi tavoitteidesi saavuttamisessa. Näin voit oppia paljon itsestäsi. Pysy tarkkana äläkä anna periksi
AKTIVITEETIT	ACTIVITY A. Motivaation ja sinnikkyuden diagnostiikkatesti
NET – ENT DIGITAALISET TYÖKALUT	
MUUT LINKIT	■ Sinnikkyuden tiede - Kuinka uskomuksesi voivat vahvistaa (tai heikentää) motivaatiota https://www.michaeldpollock.com/mindset-motivation-perseverance/ ■ 11 tapaa motivoitumiseen ja keskittymiseen tavoitteidesi saavuttamiseksi https://www.youtube.com/watch?v=c-e_vOZp7GE ■ PYSY KESKITTYYNEENÄ - Motivoiva videokokoelma menestykseen elämässä & opiskelussa 2017 https://www.youtube.com/watch?v=m_l9OsY9w6U
OPPIMIS- TULOKSET	■ Oppija on päättänyt muuttaa ideat toimiksi, ■ on valmis olemaan kärsivällinen ja yrittämään jatkuvasti saavuttaa pitkäaikaisia yksilöllisiä tai ryhmätavoitteita, ■ on motivoitunut ja kehittää sitkeyttä ratkaistaan liikkeeseenlaskua epävarmuudesta ja väliaikaisista epäonnistumisista huolimatta.

MOTIVAATION JA SINNIKKYYDEN MERKITYS

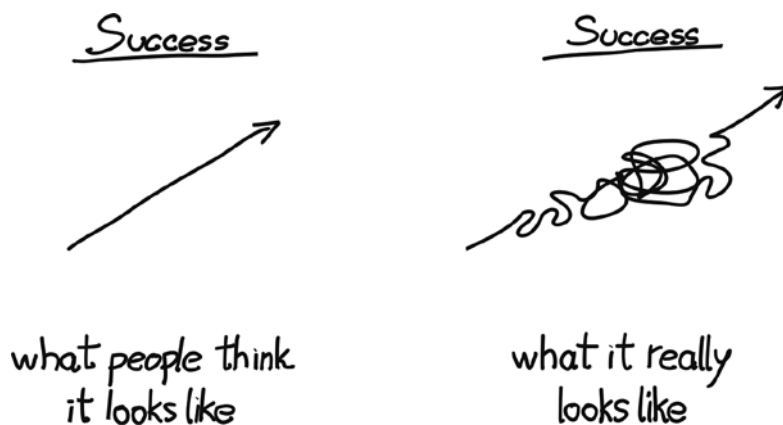
Motivaatio on toimintahalukkuutta etenkin käyttäytymisessä, kun taas **sinnikkyys** jatkuu toiminnassa ottamatta huomioon lannistumista, vastustusta tai aiempaa epäonnistumista.

Rakentaminen vie kovaa työtä ja aikaa, ja tekee sinusta yksin vastuullisen edistyksestäsi. **Sinnikkyys** on **avain menestyvään** elämään. Jos jatkat **sinnikkäästi** riittävän kauan, saavutat todellisen potentiaalisi.

Kun kyse on muutoksen luomisesta elämässäsi tai tavoitteidesi saavuttamisesta, se ei todennäköisesti tule olemaan helppoa. Saatat kamppailla. Se vie todennäköisesti pidempään kuin odotat. On melkein varmaa, että matkalla on epäonnistumisia ja lyhytaikaisia epäonnistumisia. Varsinkin kun siihen liittyy uusien tapojen luomista, uusien taitojen kehittämistä tai uusien käsitteiden oppimista.

Kamppailun, takaiskujen ja lyhytaikaisten epäonnistumisten ei tarvitse tuhota motivaatiota. Niiden ei tarvitse pakottaa sinua lopettamaan ennen kuin olet käyttänyt tarpeeksi aikaa ja vaivaa tavoitteesi saavuttamiseksi. Itse asiassa motivaatiota ja saavutuksia tutkivat psykologit sanovat sen olevan päinvastainen; niin kauan kuin omaksut oikean ajattelutavan.

Vuosikymmenien tutkimuksen mukaan on olemassa kaksi perustavanlaatuista uskomusjärjestelmää, tunnetaan myös nimellä „ajattelutavat“, jotka määrittelevät kuinka ihmiset reagoivat taisteluun, takaiskuihin ja epäonnistumiin pyrkinessään päämääriinsä. Yhdessä ajattelutavassa olet todennäköisesti **lannistunut** ja luopunut tavoitteestasi. Toisaalta sinulla on taipumus omaksua taistelu, oppia takaiskuista ja jatkaa liikku- mista eteenpäin - **jatkat sinnikkäästi**.



Kun tiedät, että voit työskennellä sen kanssa, jos haluat parantaa jotain. Usko itseesi ja sinnikkyys polullasi on menestyksen salaisuus.

Success - <https://www.michaeldpollock.com/mindset-motivation-perseverance/>.

VINKKEJÄ ONNISTUMISEEN

- Luulet et onnistu ja et ole tarpeeksi hyvä. Tämä on vain etu verrattuna ihmisiin, joilla on vahvat ego, jotka uskovat olevansa parhaat. Jokainen turhautuminen tuo voimaa luomiseen.
- Onko meidän odotettava ihanteellista hetkeä? Ei ole ihanteellista hetkeä. Tämä on vain tekosyy. Aloita nyt. Suotuisat mahdollisuudet ovat harvinaisia, ja päättämättömät ihmiset eivät voi tarttua niihin.
- Pysy päätöksessäsi! Heitämme pyyhkeen kehään liian nopeasti. Menestys seuraa usein epäonnistumisten sarjaa. Älä kuitenkaan pidä kiinni päätöksestäsi millään hinnalla. Meidän on kehitettävä tasapainoajatteen pysymisen päätökseesi ja sopeutumisen välillä.

- Opi unohtamaan epäonnistumiset! He tulevat ja menevät. Vain se, joka ei tee mitään, ei tiedä epäonnistumisia. Ota epäonnistuminen oppitunniksi ja tee tästä virheestä uusi tilaisuus. Olla utelias. Todellisen koulutuksen salaisuus ei ole todistus koulutuksen tasosta, vaan rakkaudessa uusiin löytöihin.
- Aseta itsellesi selkeä tavoite ja määräaika tehtävän suorittamiseen. Tavoitteilla on maaginen voima. Tähtää korkealle! Laita tavoitteesi alas. Ole pakkomieltainen niiden kanssa ja energia seuraa ajatuksesi suuntaa.
- Opi suunnittelemaan tehokkaammin. Ollaksesi tehokkaampaa, aseta itsellesi lyhyemmät määräjät ja paranna keskittymistäsi. Muista, että tiettyä tehtävää varten henkilö viettää tarkan ajan, joka hänelle on käytettävissä.
- Ole oma itsesi! Ole kekseliäs. Tee ilosi, tietosi ja kaikki mitä rakastat tekeväsi ideoksi ja siirry töihin.
- Ole vastuullinen! *Luonteesi on uskosi.* (Heraclites). Ota aikaa arvioidaksesi itseäsi, keskustellaksesi itsesi kanssa, ota aikaa positiiviseen ajatteluun. Pidä terve mieli terveessä vartalossa.
- Kutsu ystäviäsi ideoita luodessa! Vältä spekulointia. Totuus vuotaa aina ja vihollistesi luettelo kasvaa. *On parempi löytää ystäviä liiketoiminnasta kuin liikemies ystävästä.*
- Opi kommunikoimaan ihmisarvoisesti selvästi ja vakuuttavasti. Kommunikoinnin taito on myös kuuntelemisessä! Kerro ihmisille, että he ovat tärkeitä silmissäsi.
- Valitse roolimalli! Roolimalli on hyvä esimerkki. Hondan roolimalli oli Napoleon, joka pystyi valloittamaan maailman tukevasta hahmostaan huolimatta - sellaisena kuin Hondalla oli itsellään. Neurokielisen ohjelmoinnin (NLP) tulokset todistavat tämän.

AKTIVITEETTI

A. Motivaation ja sinnikkyuden diagnostiikkatesti

Selvitä, mikä on (tiimisi) ominaislaatuisuus ja mitä voit tehdä sille. Auta itseäsi questinos-luettelossa.

Kysymykset, jotka paljastavat »GO«:n nykytilan sekä esteet, jotka on vielä voitettava.

- Miltä voit valita oman ideasi kehittää?
Motivoiko se sinua? Estääkö sinua? Mitä muuta?
- Miltä luulet luoda oman oppimisprosessisi?
Onko se itsestään selvää? Onko se vaikeaa? Mitä muuta voit kertoa siitä?
- Oletko valmis?
- Milloin olet valmis?
- Kuinka sitoutunut olet projektiin?
- Kuinka optimistinen olet tuloksestasi?
- Mistä mahdollisuuksista olet innostunut eniten?
- Mikä pidättelee sinua nyt?
- Mistä olet epävarma, ja miten voisit muuttaa siitä valmiuteen?
- Mikä pitää sinut etenemässä vaikeissa olosuhteissa?
- Kuinka onnistut ilman luopumista?...

OSA	1 – Henkilökohtaisen kasvun ja yrittäjähenkisen ajattelun kehittäminen
OTSIKKO	4 – Luovuus
SISÄLTÖ	■ Luovuus ■ Luovuus ja yrittäjähenkisen ajattelu ■ Yritteliäs ajattelutapa ■ Mikä vähentää luovuutta ■ Mikä lisää luovuutta ■ Innovaatiomoottori
LYHYT KUVAUS	Jos et ole valmis olemaan väärässä, et koskaan keksi jotain omaperäistä. Kehitä luovia ja tarkoituksenmukaisia ideoita.
AKTIVITEETIT	A. Huomioi - Inspiroidu
NET – ENT DIGITAALISET TYÖKALUT	HB - P1 - S4 - Creativity Background, Definitions and Models – SŠOF - SI
MUUT LINKIT	■ Innovaatio ja luovuus https://www.cambridgeinternational.org/images/426483-chapter-4-innovation-and-creativity.pdf ■ Design Thinking https://www.ideo.com/pages/design-thinking ■ Design Thinking -työkalupakki https://www.ideo.com/post/design-kit ■ Sir Ken Robinson TED Talks (2009) Tappaako koulu luovuuden https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity?language=en ■ Innovaatiomoottori Tina Seelig TED TALK https://www.youtube.com/watch?v=t0c9gufCL8Y ■ 10 harjoitusta luovan ajattelun edistämiseen https://www.fastcodesign.com/3057486/10-exercises-to-fuel-creative-thinking
OPPIMIS-TULOKSET	■ Oppija kehittää useita ideoita ja mahdollisuuksia luoda arvoa, mukaan lukien parempia ratkaisuja olemassa oleviin ja uusiin haasteisiin. ■ Tutki ja kokeile innovatiivisia lähestymistapoja. ■ Yhdistä tieto ja resurssit arvokkaiden vaikutusten saavuttamiseksi.

“Sähköä ei ole vain upeassa ukkosmyrskyssä ja häikäisevässä salamassa, vaan myös lampussa; joten luovuus on olemassa paitsi silloin, kun se luo suuria historiallisia teoksia, vaan myös kaikkialla, missä ihmisen mielikuvi- tus yhdistää, muuttaa ja luo mitä uutta.” Lev VYGOTSKY

Luovuus

Sanaa luovuus käytetään hyvin usein 2000-luvulla, mikä tekee yhä vaikeammaksi löytää oikeaa määritelmää, koska eri lähteistä löytyy satoja määritelmiä.

Hyvin yleinen ja yksinkertainen määritelmä on - uuden luominen ja arvon luominen.

Tämä on vain yksi heistä. On monia erilaisia kirjailijoita, jotka ovat kuvanneet luovuutta eri malleissa. Löydät niistä yksityiskohtaisen kuvauksen digitaalisten työkalujen joukosta hankkeen verkkosivustolla:

■ *HB - P1 - S4 - Creativity Background, Definitions and Models – SŠOF - SI*

Jäljempänä keskitymme luovuuteen tärkeänä lähtökohtana ideoiden kehittämiseksi tuotteiksi, jotka ovat menestyviä markkinoilla. Olemme kiinnostuneita luovuuden ja yrittäjyyden välisestä yhteydestä.

LUOVUUS ja YRITTÄJÄMÄINEN AJATTELU

Kuinka luovuus liittyy yrittäjämäiseen ajatteluun ja yrittäjyyteen? Lainaten Professori Blaz Zupania¹ Ljubljanan yliopistosta, teköälyn, bioinformatiikan ja businessälyn asiantuntijaa...

Luovuus	=	uusia, erilaisia tai yllättäviä ideoita
Innovatiivisuus	=	luovuus + luovien ideoiden toteutus
Yrittäjämäinen ajattelu	=	innovatiivisuus + voiton tavoittelu
Yrittäjyys	=	yrittäjämäinen ajattelu + liiketoimintamalli

Yksi yrittäjyyden ajattelun avaintaidoista on Luovuus, joka ei ole vain tärkeä osa uusien tuotteiden tai palveluiden luomisessa - **luovuus on osa prosessin jokaista parannusta**, työn organisointia, suhteita ja viestintäprosessia.

Termillä luovuus ei tarkoiteta vain uuden ja tuntemattoman ajattelemista, se sisältää myös kyvyn parantaa. Tätä on korostanut monta kertaa Applen perustaja Steve Jobs, jota pidetään yhtenä aikakautemme luovimmista ihmisistä. Hän sanoi, että luovuus on vain asioiden yhdistämistä.²

YRITTÄJÄMÄINEN ASENNE

Luovuuden merkitys nykyaikaiselle yrittäjähenkiselle ajattelulle voidaan nähdä entrumin kuvauksessa "yrittäjämäisestä ajattelutavasta". **Entrum³** on nuorten yrittäjyyden ideakilpailu ja kehitysohjelma Virossa.

1 Dr. Blaž Zupan Spodbujanje kreativnosti s prototipiranjem (Šola za ravnatelje, 17. 1. 2018, Portorož)

2 Dr. Tina Bregant: Dobrodošli v posodobljeni gimnaziji <http://publikacija.k56.si/strokovnjaki/2.%20Tina%20Bregant.%20Ustvarjalnost.pdf>

3 See www.schooleducationgateway.eu

Yrittäjämäinen ajattelu on määritelty persoonallisuudeksi, joka:

TOIMI VIISAASTI

On päättänyt saavuttaa tavoitteen, kykenee arvioimaan riittävästi itseään ja tehtyjen valintojen seurauksia, kykenee tietoisesti käyttämään resursseja, osaa luoda suhteita ja tehdä yhteistyötä

AJATTELE LUOVASTI

On utelias, avoin ja halukas oppimaan; osaa löytää uusia ideoita / ratkaisuja; osaa ratkaista ongelmat luovasti ja oppii virheistä; osaa havaita ja käyttää globaaleja mahdollisuuksia

ALOITA ROHKEASTI

On itse motivoitunut ja itsenäinen; uskaltaa unelma isoista ja kunnianhimoisista ja asettaa korkeat tavoitteet; haluaa saavuttaa parhaan; uskaltaa tehdä päätöksiä ja ottaa riskejä

OTA VASTUUTA

Ottaa huomioon ihmiset ja ympäröivän ympäristön, toimii vastuullisesti ja selviää epäonnistumisesta ja epävarmuudesta

MIKÄ VÄHENTÄÄ LUOVUUTTA KOULUT ja KOULUTUS

Maailmankuulu koulutus-, luovuus- ja suhteiden asiantuntija Ken Robinson julisti TED-konferenssissa (tekniikka, koulutus, muotoilu), jonka sadat miljoonat ihmiset näkivät ympäri maailmaa, että koulutus tappaa lasten epätavallisuuden.⁴

"98% kaikista lapsista syntyvät luovina; koulutusprosessin jälkeen luovia on vain 2%."

Syy hänen mukaansa on epätavallisen ajattelun tukahduttaminen koulussa, ja seurauksena on, että lapset eivät halua erottua millään tavalla. Lapsi on tabula rasa, eivätkä he pelkää olevansa väärässä. *"Jos emme ole valmiita tekemään virheitä työprosessimme aikana, emme pysty tuottamaan mitään innovatiivista ja omaperäistä. Aikuiset leimataan; virheitä on vaikea hyväksyä."* Ken Robinson sai monia palkintoja työstään, ja kuningatar teki heistä Knight-kandidaatin, hän on matkustanut suurimman osan maailmaa ja huomannut, että suurin osa maailman koulutusjärjestelmistä noudattaa samaa aiheiden hierarkiaa. Päälle ovat matematiikka ja kielet, jota seuraa yhteiskuntatieteet, joiden alaosassa on taide. Monet lahjakkaat, loistavat, luovat ihmiset ajattelevat, etteivät he ole, koska muita taitoja arvostetaan koulussa.⁵

MIKÄ EDISTÄÄ LUOVUUTTA

Joten miten voimme torjua kielteisiä vaikutuksia koulutuksessa ja lisätä sen sijaan lisää luovuutta ja innovaatioita?

YMPÄRISTÖ ja SOSIAALINEN VAIKUTUS

Uusia ideoita syntyy sopivien, rohkaisevien ympäristöjen vaikutuksesta, jotka eivät rankaise väärä vastauksia, jotka luovat turvallisen ja ystävällisen ilmapiirin ja jotka tarjoavat riittävän rohkaisun herättää uteliaisuutta ja halua löytää uusia löytöjä ja ovat samalla hauskoja. Tähän sisältyy edelleen henkilökohtaisen vai-
van tarve: kova työ, tarpeeksi aikaa, immersio ja intohimo ovat edelleen välttämättömiä.

⁴ https://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity?language=en

⁵ Delo, priloga Svet kapitala, 14. 12. 2017 <https://svetkapitala.delo.si/ikonomija/ce-bi-solski-sistem-spodbujal-kreativnost-bi-ze-zdavnaj-ziveli-z-roboti-129339>

Uusin tutkimus osoittaa, että luovuutta ei voida erottaa sosiaalisesta kontekstista (Haslam ym., 2014). Tutkijoiden mielestä kuuluminen tiettyyn sosiaaliseen ryhmään on välttämätöntä ideoiden tuottamiseksi ja niiden arvon tunnistamiseksi. Tätä tukevat esimerkit, kuten impressionistinen liike, joka koostui erinomaisista taiteilijoista, kuten Monet, Degas, Renoir ja monet muut. He saavuttivat läpimurron vain Pariisissa taiteen keskuksessa ryhmänä. Miksi luulet, että Piilaakso ja Palo Alto ovat aikamme luovuuden kehtoja?

Sosiaalinen identiteetti ja motivaatio määräävät myös henkilön tavoitteiden toteutumisen. Picasso kubitina ei olisi ollut niin motivoitunut luomaan sotamaalausta, mutta julistautuneena antifasistina ja espanjalaisena hän loi Guernican.

RYHMÄT

Yhteistyö ja ymmärtäminen ”yhdeksi meistä” määrää myös luovan menestyksen. Henkilö voi olla erittäin luova, mutta hänen työnsä jää huomaamatta. Jos muistamme Beatles, The Rolling Stones, Bauhaus, Bloomsbury, voimme nähdä, että ryhmään kuuluminen johti kukoistamiseen ja ideoiden leviämiseen.

Ryhmään kuuluminen voi myös tukahduttaa luovuuden ja kannustaa alistumaan yhteisiin ideoihin, mutta toisaalta se helpottaa myös ideoiden (hyvien ja huonojen) valintaa ja inspiroi yksilön idean perusteltua puolustamista ryhmässä. Ryhmään kuuluminen voi lukuisuutensa vuoksi johtaa muutoksiin myös laajemmalla sosiaalisella tasolla.⁶

INNOVAATIOMOOTTORI

Stanfordin Tina Seelig korostaa myös kulttuurin ja ympäristön merkitystä kirjassaan **INGENIUS: Crash Course on Creativity**. Luovuuden avaamiseksi ja kehittämiseksi hän sanoo, että on välttämätöntä varmistaa keskeisten sisäisten ja ulkoisten tekijöiden läsnäolo.

INNOVAATIOMOOTTORI toteaa, että meidän on oltava läsnä tai tietoisesti stimuloitava kaikkia seuraavia tietyllä tavalla, jos haluamme edistää luovuutta ja innovaatiota.

SISÄISESTI: tieto, asenne ja mielikuvitus

ULKOISESTI: resurssit, ympäristö ja kulttuuri

Katso Tinan TED TALK nähdäksesi täyden selityksen innovaatiomoottorista tai tutustu hänen kirjaansa. <https://www.youtube.com/watch?v=t0c9gufCL8Y>

AKTIVITEETIT

A. Huomioi – Inspiroidu

Loistavat ideat harvoin ilmestyvät kuin salama kirkkaalta taivaalta. John Ingledew (valokuvaaja ja vieraileva professori Lontoon elokuva-, media- ja muotoilukoulusta) esittelee kirjassaan **How to Have Great Ideas: A Guide to Creative Thinking**, 53 strategiaa luovan ajattelun ja seuraavan läpimurron tueksi. Kirja on suunnattu erityisesti nuorille suunnittelun, mainonnan ja viestinnän ammattilaisille, mutta se tarjoaa hyödyllisiä ideoita kaikille. Alla on joitain hänen suosittelemiaan strategioita.

KIINNITÄ HUOMIOTA

”Luovat ihmiset ovat taitavia havainnoimaan,” totesi tiedeprofessori Guy Claxton. Heillä on erittäin kehittyneet kyvyt visuaaliseen havainnoimiseen – he tarkkailevat, keräävät ja hyödyntävät sellaisia asioita, joita muut eivät huomaa. Aktiivinen uteliaisuus ympäröivää maailmaa kohtaan paljastaa ideoita. Ole utelias, ole ”silmäilevä”.

6 Haslam et al., 2014 Source: Dr. Tina Bregant: Dobrodošli v posodobljeni gimnaziji <http://publikacija.k56.si/strokovnjaki/2.%20Tina%20Bregant.%20Ustvarjalnost.pdf>

PROJEKTI: Etsi ja havaitse **kasvoja, eläimiä, kirjaimia ja numeroita**, jotka ovat **syntyneet vahingossa** kulumisen, korjaamisen, ajan, rappeutumisen, roiskumisen, rikkoutumisen, päivityksen, vaihtamisen, valon, varjojen, sateiden tai lumen ansiosta. Jotkut näistä asioista paljastuvat vain, kun katsot niitä sivuttain, ylösalaisin tai vastakkaiselta puolelta.⁷

Mitä näet alla olevassa kuvassa?



Kuva: John Ingledew

Kuinka suunnittelija tai taiteilija voi käyttää tätä strategiaa tai periaatetta työssään? Tunnettu serbialainen suunnittelija Bane Radošević kiinnitti asiaan huomiota katsellessaan taideateljeestaan Petrovaradinin linnoitusta. Hän teki taideteoksen studiossa edestä. Tietystä jalkakäytävälle merkitystä kohdasta näet pään (puun), jolla on tietynlainen kampa. Kampa muuttuu vuodenaikojen mukaan.



Teoksen on tehnyt Bane Radošević / Petrovaradinin linnoitus Novi Sadissa.

Kuva: Zala Tiran, SŠOF, 2017

⁷ Lähde: John Ingledew: How to Have Great Ideas: A Guide to Creative Thinking (Laurence King, 2016)

Strategioita John Ingledewin kirjasta

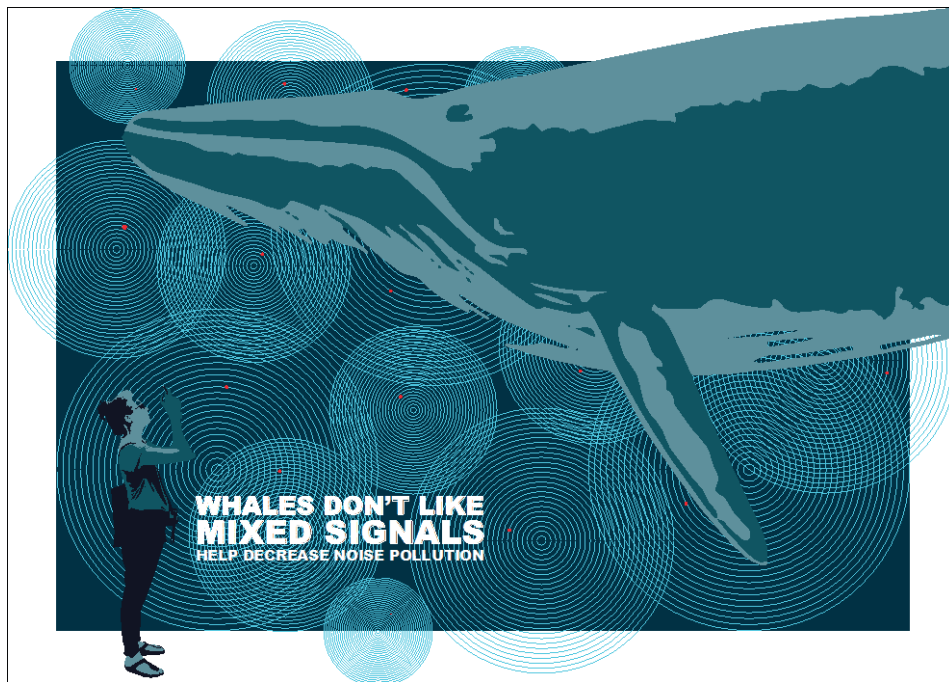
- Ole leikkisä
- Pidä se yksinkertaisena
- Käyttäydy kuin lapsi
- Ota huomioon
- Kysy: "Mitä muuta voin tehdä tällä?"
- Saa heidät nauramaan
- Vaihda asentoa
- Löydä yhteys
- Hypi ja loiki
- Löydä yhdenmukaisuuksia
- Muuta korjattua
- Katso luontoa
- Luo oma tila
- Omaksu ajatuksia ja tietoa
- Vaihda maisemaa
- Kokeile kääntää
- Hyödynnä absurdiutta
- Kokeile vaihtaa järjestelmiä
- Kokeile yhdistää järjestelmiä
- Ole tarinankertoja
- Arvosta onnettomuuksia
- Suostuttele muita
- Ylitä rajoja
- Ota asiat kirjaimellisesti
- Ole vastahakoinen
- Tee siitä henkilökohtaista

Mitä mieltä olet alla olevasta kuvasta? Mitä strategioita yllä olevasta luettelosta käytettiin, kun julisteen tekijä Nikita Fric loi sen (vaikka hän ei ollut nähnyt John Ingledewin kirjaa)



Nikita Fric, SŠOF, Aleksander Brezlan

Alcohol Kills, Nikita Fric, SŠOF, ohjaaja: Aleksander Brezlan



Whales don't like mixed signals, Filip Levec, SŠOF, 2017, ohjaaja: Saša Vitežnik Jelen

Filip Sevec päätti suunnitella julisteen melupäästöistä kansainväliseen Bow Seat Ocean Awareness -opiskelijakilpailuun (2017). Hän sai kunniamaininnan.

Kuinka ymmärrät hänen ajatuksensa? Tutustu joihinkin strategioihin, joita luulet hänen käyttäneen luomuksessaan.

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| ■ Ole leikkisä | ■ Vaihda maisemaa |
| ■ Pidä se yksinkertaisena | ■ Kokeile kääntää |
| ■ Käyttäydy kuin lapsi | ■ Hyödynnä absurdiutta |
| ■ Ota huomioon | ■ Kokeile vaihtaa järjestelmiä |
| ■ Kysy "Mitä muuta voin tehdä tällä?" | ■ Kokeile yhdistää järjestelmiä |
| ■ Saa heidät nauramaan | ■ Ole tarinankertoja |
| ■ Vaihda asentoa | ■ Arvosta onnettomuuksia |
| ■ Löydä yhteys | ■ Suostuttele muita |
| ■ Hypi ja loiki | ■ Ylitä rajoja |
| ■ Löydä yhdenmukaisuuksia | ■ Ota asiat kirjaimellisesti |
| ■ Muuta korjattua | ■ Ole vastahakoinen |
| ■ Katso luontoa | ■ Tee siitä henkilökohtaista |
| ■ Luo oma tila | ■ Omaksu ajatuksia ja tietoa |



Kuvitus: Kaja Rajh, SŠOF

Yritä arvata yllä olevan kuvan perusteella, mistä tarinassa on kyse. Tarinaa ei ole vielä kirjoitettu, kirjailija Kaja Rajhilla on tarina vain mielessään.

Kirjoita tarinasi kuuteen lauseeseen.

Kirjallisuus:

- Seelig, T. (2012). **Ingenius: A Crash Course on Creativity**. HarperOne
- Sternberg, Robert J. (2011). **"Creativity"**. *Cognitive Psychology* (6 ed.). Cengage Learning. p. 479.
- Dacey, John (1999). **"Concepts of Creativity: A history"**. In Runco, M.A.; Pritzer, Steven R.; *Encyclopedia of Creativity*, Vol. 1. Elsevier
- Kaufman, James C.; Beghetto, Ronald A. (2009). **"Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity"**. *Review of General Psychology*. **13** (1): 1–12.
- King, L. (2016). **How to Have Great Ideas: A Guide to Creative Thinking**. Laurence King Publishing.

OSA	1 – Henkilökohtaisen kasvun ja yrittäjähenkisen ajattelun kehittäminen
OTSIKKO	5 – Mahdollisuuksien löytäminen
SISÄLTÖ	Mahdollisuuksien tarkkailu yrittäjyyden osaamisen avainasemassa
LYHYT KUVAUS	Oppijan tavoitteena on "tarttua ja muokata mahdollisuuksia vastataksaan haasteisiin ja luoda arvoa muille". Käytä mielikuvitustasi ja kykyjäsi löytää mahdollisuuksia luoda arvoa.
AKTIVITEETIT	A. Ryhmäideointi B. Luo ja validoi ideoita itse
NET – ENT DIGITAALISET TYÖKALUT	
MUUT LINKIT	- Ideointitekniikka: Lotus Blossom https://andyeklund.com/brainstorm-technique-lotus-blossom/ - Lotus Blossom -tekniikka https://www.becreate.ch/en/browse-methods/bc/Activity/show/lotus-blossom-technique-1/ - Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. Luxembourg: Publication Office of the European Union https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework
OPPIMIS- TULOKSET	Oppija pystyy tunnistamaan ja hyödyntämään mahdollisuuksia luoda arvoa tunnistamalla tarpeet ja haasteet, jotka on kohdattava.

MAHDOLLISUUKSIEN TARKKAILU YRITTÄJYYDEN OSAAMISEN AVAINASEMASSA

MAHDOLLISUUKSIEN TARKKAILU on yksi yrittäjyyskompetensseista, jotka on määritelty Euroopan unionin perustamassa EntreCompin puitesopimuksessa. Tähän kompetenssiin kuuluu EntreCompin puitesopimuksen mukaan seuraavat asiat:

- *Kyky tunnistaa ja hyödyntää mahdollisuuksia luoda arvoa tutkimalla sosiaalista, kulttuurista ja taloudellista maisemaa*
- *Kyky tunnistaa tarpeet ja haasteet, jotka on täytettävä*
- *Kyky muodostaa uusia yhteyksiä ja yhdistää maiseman hajallaan olevat elementit luodakseen mahdollisuuksia luoda arvoa⁸*

Viime kädessä tavoitteena on, että oppijat *"tarttuvat mahdollisuuksiin ja muokkaavat mahdollisuuksia vastata haasteisiin ja luoda arvoa muille"*⁹

Menestyvä yrittäjä havaitsee mahdollisuudet olemassa olevan tuotteen tai palvelun asiakastarpeiden, ongelmien tai aukkojen kautta tai luo uuden ja keksii siihen innovatiivisen ratkaisun. Liikeidea voi myös perustua erilaiseen tapaan organisoida, toteuttaa tai vain tehdä jotain eri tavalla. Idean tulisi tietysti olla jotain tuttua tai jotain, jota rakastaa; intohimossa näkee mahdollisuuden. Se voi olla jotain, joka on jo toteutettu jollain muulla alueella ja jonka voi viedä omalle alalle.

Seuraavassa esitellään kaksi aktiviteettiä: toinen ideoiden luomiseen ryhmässä (tehtävä A) ja toinen ideoiden luomiseen itse (tehtävä B). Nauti!

AKTIVITEETTI

A. Ryhmäideointi

Tässä aktiviteetissa työskentelet ryhmän (yleensä 5-10 henkilöä) ja avustajan kanssa.

Vaihe 1: Ideoiden tuottaminen

Ideointiprosessin ensimmäisessä vaiheessa keskityt määrään, ei laatuun. Pyri saamaan kaikki osallistumaan. Ei ole tyhmiä ideoita! Mitä enemmän ryhmäsi tuottaa ideoita, sitä todennäköisempää on, että löydät niistä todellisen helmen.

Ideoinnin aikana muista, että:

- Et tuomitse tai arvioi ideoita
- Kannustat villejä ja liioiteltuja ideoita
- Tässä vaiheessa määrä on tärkeämpää kuin laatu!
- Otat huomioon muiden ihmisten ideat ja kehitä niitä
- Jokainen osallistuja ja idea on yhtä arvokkaita.

Fasilitaattori kirjoittaa ideat muistiin (lehtiötaululle tai vastaavalle). Post-it-muistiinpanojen avulla ideat voidaan luokitella myöhemmin.

Luokittele ideat lopussa. Luokittelu voi perustua aiheeseen tai tapaan, jolla idea voidaan toteuttaa. Tässä on esimerkkejä luokittelusta:

⁸ Bacigalupo et al. 2016: 12

⁹ ibid.: 18

Sosiaalinen media	Puhelinsovellus	Palvelukonsepti	Verkkosivu
Idea			
		idea	
	idea		

Perheet	Nuoret	Vanhukset	Ravintolan asiakkaat
	idea		
		idea	
idea			idea

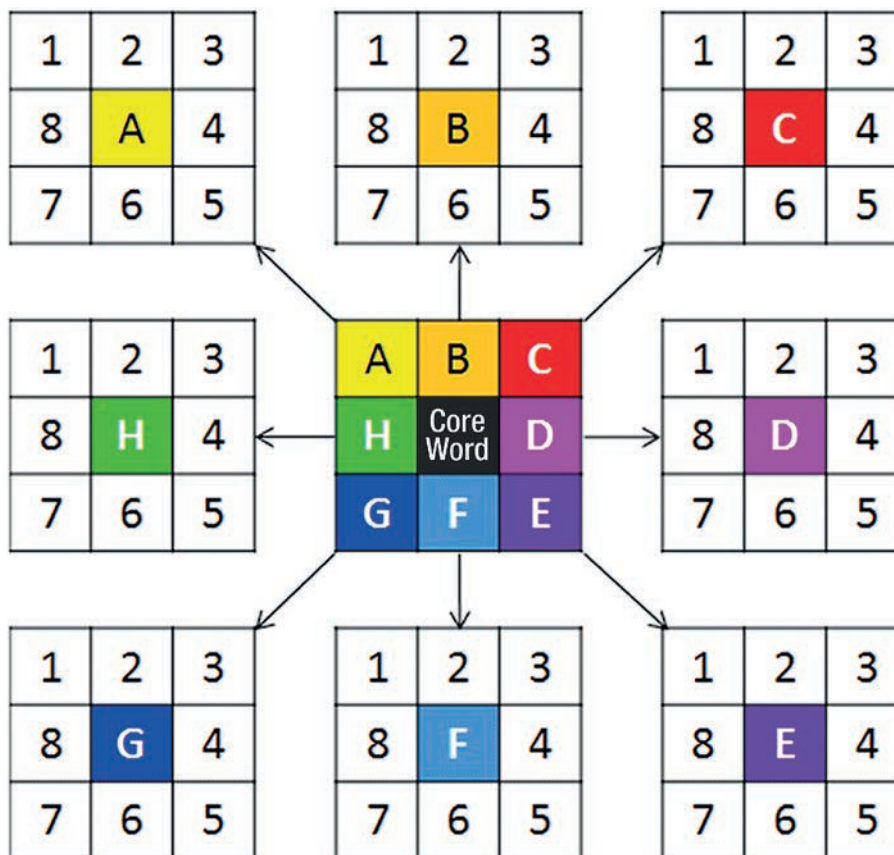
Vaihe 2: Ideoiden arviointi

Luo ensin visuaalinen luettelo tuottamistasi ideoista; tulosta ne, levitä ne ympäri postit-lappuihin, esittele Lotus Blossom (katso kuva alla).

Ensin jokainen osallistuja voi valita viisi suosikki-ideaansa. Tähän on useita tapoja: esimerkiksi pisteyttää ne asteikolla 1-5 (5 on heidän suosikkinsa, 4 on heidän toinen suosikkinsa ja niin edelleen). Tai voi pisteyttää jokaisen idean asteikolla -2 - +2 ja laskea keskimääräiset pisteet.

Laske tulokset ja valitse "voittajat". Siirry seuraavaan vaiheeseen kolmella eniten pisteitä saaneella idealla.

Kuva 1: Lotus Blossom <https://andyeklund.com/brainstorm-technique-lotus-blossom/>



Kuva 2: Ideoiden tulostaulu

	Idea 1	Idea 2	Idea 3
+2			
+1			
0			
-1			
-2			

Vaihe 3: Testaa ideoita

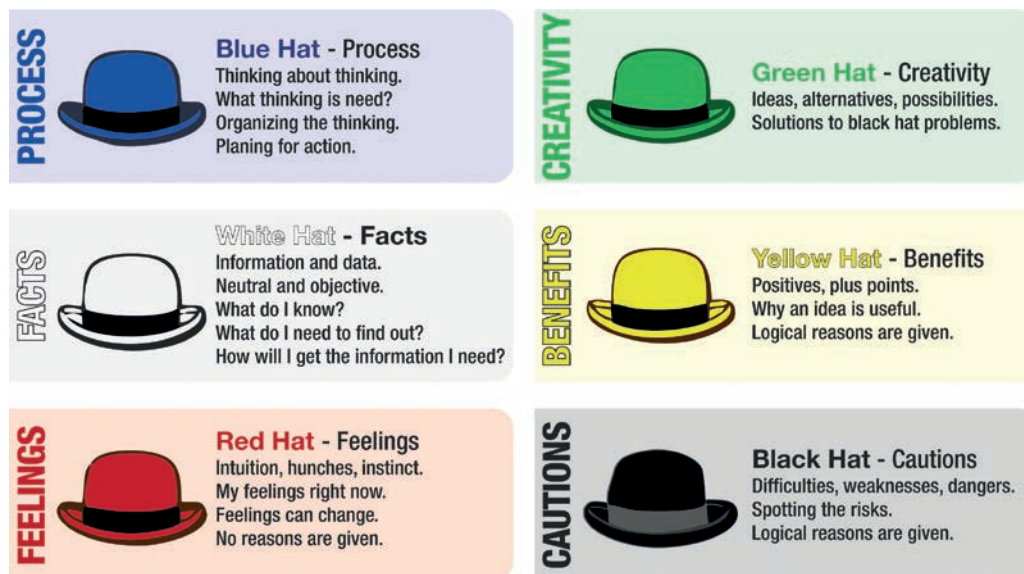
Sinulla on nyt pieni ryhmä ideoita. Käytämme menetelmää nimeltä Six Thinking Hats, jonka Edward de Bono kehitti vuonna 1985.

Jokainen osallistuja "käyttää" yhtä hattua kerrallaan, hatut liikkuvat osallistujien välillä. Tämä auttaa sinua harkitsemaan kutakin ideaa useasta näkökulmasta ja keskittymään idean yhteen osaan kerrallaan. On kuusi roolia ("hatut"), jokaisella on oma väri:

- | | |
|--|-------------|
| ■ Faktat ja tieto | (valkoinen) |
| ■ Emootiot ja tunteet | (punainen) |
| ■ Harkitsevaisuus, kriittinen arviointi | (musta) |
| ■ Hyödyt | (keltainen) |
| ■ Luovuus ja uudet ideat | (vihreä) |
| ■ Koko prosessi – "big picture" | (sininen) |

Löydät tarkemmat kuvaukset jokaisesta hatusta alla olevasta kuvasta.

Kuva 3: Six thinking hats



Harjoituksen jälkeen voit suorittaa SWOT-analyysin jokaisesta ideasta ja keskittyä laajentamaan sitä Lotus Blossomin avulla (katso vaihe 2).

AKTIVITEETTI

B. Luo ja validoi ideoita itse

Ei ole helppoa löytää ideaa yrityksellesi - älä stressaa! Joskus voi tuntua siltä, että ihmiset ovat vain "keksineet" ideoita tai ideat vain "putkahtavat esiin", mutta se ei aina ole totuus. Yhden idean keksiminen voi olla myös ongelmallista; Jotkut ideat eivät yksinkertaisesti ole kannattavia pitkällä aikavälillä.

Toinen tapa keksiä liikeidea on keskittyä ja työskennellä; pakottaa se ulos. Tässä on lyhyt opas, kuinka tehdä juuri näin.

Ei tietenkään ole taattua, että keksit kerran elämässä -idean, joka tekee sinusta miljonäärin, mutta aina kannattaa yrittää. Kuka tietää - liikeideasi voi olla aivan nurkan takana! Me autamme löytämään sen.

1. AJATUSTEN LUETTELOIMINEN

Luetteloi kaikki mieleesi tulevat ideat. Huomio! Tässä vaiheessa emme puhu liikeideoista, vaan mistä tahansa ideoista tai teemoista, jotka tulevat mieleesi. Luettele kaikki, mitä mieleesi tulee.

Älä käytä liian paljon aikaa yhteen ideaan. Valitse parhaat myöhemmin.

- Ideat voivat liittyä esimerkiksi seuraaviin:
- Missä olet hyvä?
- Mitkä ovat erityistaitojasi?
- Mitä rakastat tehdä?
- Mistä olet kiinnostunut?
- Mitä haluat oppia?
- Mitä työtä olet tehnyt viime aikoina?
- Mikä on mielenkiintoisin kouluprojekti, jonka olet viime aikoina olet tehnyt?
- Mitä harrastat?
- Mitä haluat tehdä vapaa-ajallasi?
- Missä asioissa ihmiset pyytävät apuasi?
- Millaisia kirjoja ja artikkeleita olet lukenut viime aikoina?
- Millaisia ohjelmia ja sovelluksia käytät?
- Blogit tai verkkosivustot, joita luet säännöllisesti. Mistä ne kertovat?

2. LIIKEIDEOIDEN TEKEMINEN

Kun olet listannut ideoita ja teemoja yllä olevien kysymysten avulla, sinulla pitäisi olla noin 50 asiaa luettelossa. Tähtää ainakin siihen. Nyt on aika miettiä todellisia liikeideoita. Selaa luetteloa ja kehitä liikeideoita jokaisesta sanastasi. Yhdestä sanasta saatat saada jopa useita liikeideoita.

Esimerkiksi: *"Rakastan juoksemista, joten kirjoitan juoksemisesta ensimmäisenä listalleni"*. Toisessa vaiheessa kirjoitan listaani *"juoksu-sovellus"*, *"juoksu-ohjelma"*, *"juoksuun liittynä aikakauslehti"*, *"juoksua käsittelevä verkkosivusto"* ja *"juoksutarvikekauppa"*. Älä tässä vaiheessa ajattele, mitä voit tehdä tai onko idea toteutettavissa. Luettele vain liikeideoita!

Tämän vaiheen jälkeen luettelossasi pitäisi olla noin 100 ideaa.

3. KATEGORISOINTI

Kolmannessa vaiheessa on aika luokitella liiketoimintaideoita. Valitse joitain pääluokkia, kuten "myymälä", "koulutus" tai "juoksu", ja listaa liikeideat näiden pääluokkien alle. Jotkut ideat voivat kuulua useisiin luokkiin ja se on täysin hyväksyttävää. Kun olet listannut kaikki ideat pääkategorioihin, käy uudelleen läpi kaikki ideat ja luokat.

Tämän vaiheen tarkoituksena on löytää yhteys olemassa olevien ideoiden välillä ja luoda samalla uusia ideoita. Tavoitteena on ideoida, joten pidä luettelot pitkinä. Teemme ideoiden validoinnin seuraavissa vaiheissa.

4. VALIDOINTI

Nyt on aika miettiä, mitkä luodut ideat voisivat toimia.

Käy läpi kaikki luettelosi liikeideat. Ajattele jokaisen idean yhteydessä, kuka asiakas on. Kun olet kirjoittanut asiakkaan, ajattele asiakasta ja kysy itseltäsi: Onko potentiaalinen asiakas valmis maksamaan ja pystyykö hän maksamaan saadakseen tämän tuotteen tai palvelun?

Jos vastaus on selkeästi kieltävä, unohda idea. Jos vastaus on kyllä, kysy itseltäsi: **Olenko valmis ja pystynkö tuottamaan tämän tuotteen tai palvelun?** (Tietysti sinun ei tarvitse tehdä kaikkea itse, mutta on oltava jotain, jota haluat oppia itse.)

Jos ei, unohda idea! Jos kyllä, pidä idea luettelossasi.

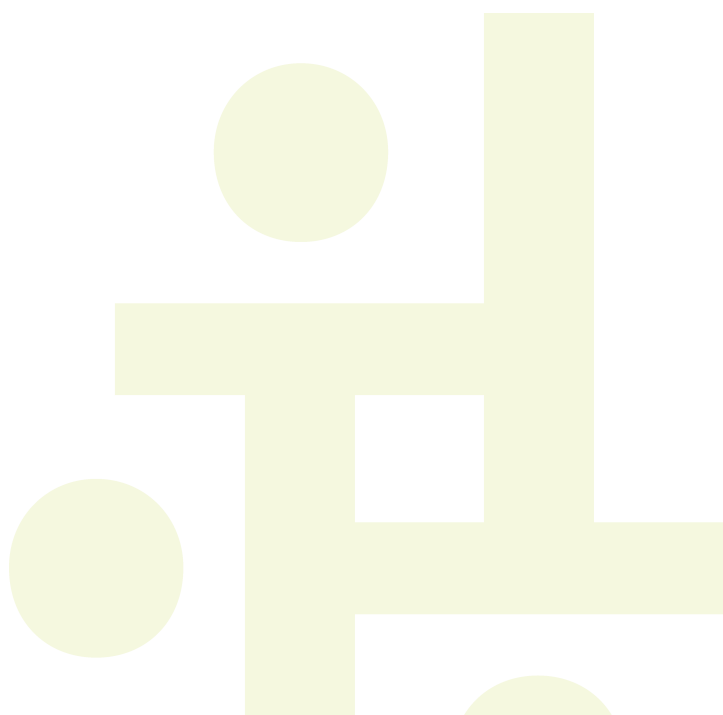
5. KESKUSTELE AMMATTILAISTEN KANSSA

Tässä vaiheessa sinulla on luettelo ideoista, jotka ovat jäljellä. Jos arvelet, että niitä on vielä liian paljon, käy läpi validointiprosessi (vaiheet 3 ja 4) uudelleen.

Jos luulet, että muut ideat ovat hyviä, sinun on tehtävä lopullinen validointi. Vaikka sinulla olisi jäljellä tällä hetkellä vain yksi idea, tee se myös sen kanssa.

Tämä lopullinen validointi saatetaan päätökseen keskustelemalla asiantuntijoiden kanssa. Keskustele jokaisesta potentiaalisesta ideasta ainakin viiden henkilön kanssa, jotka tuntevat yrityksen, johon ideasi liittyy. Jos myös he ajattelevat, että idea on hyvä, sinulla voi olla mahtava liikeidea käsissäsi! Älä lannistu, jos saat kriittistä palautetta, koska yleensä jotkut ihmiset väistämättä sanovat sinulle "ei, se ei tule toimimaan", mutta jos useat asiantuntijat kertovat, että idea ei ole toteutettavissa, sinun pitäisi harkita uudelleen ja miettiä, millaisia riskejä sinun tulisi ottaa.

Tsemppiä! Toivomme, että tämä ajatusprosessi on hyödyllinen sinulle, ja että se auttoi sinua keksimään idean, jota voit kehittää edelleen.



NET-ENT-moduuli

OSA 2

MARKKINOILLE MENESTYVÄN TUOTTEEN (YRITYKSEN) KEHITTÄMINEN



OSA	2 – Markkinoille menestyvän tuotteen (yrityksen) kehittäminen
OTSIKKO	1 – Ideoiden luominen
SISÄLTÖ	■ Ideoiden löytäminen ■ Kuinka lisätä potentiaalia ■ Design Thinking
LYHYT KUVAUS	Tämän käsikirjan ensimmäisestä osasta, jossa keskityttiin yrittäjyyden henkilökohtaiseen kasvuun ja kehittämiseen, siirrymme nyt uuden tuotteen kehittämisen käytännölliseen osaan aloittaen ideasta. Koska tämän osan luvut ovat yhteydessä toisiinsa (idean luominen, idean validointi, prototyyppi, tuote), myös sisällöt ovat kietoutuneet toisiinsa. Tässä luvussa aloitamme ideoista, mutta opimme myös uusien tuotteiden kehittämiseen käytetystä menetelmästä - Design Thinking. Opimme tuntemaan koko uuden tuotteen luomisprosessin ideasta lopputulokseen. Seuraavissa osissa palaamme tähän osaan tarvittaessa. Ole aloitteentekijä
AKTIVITEETIT	Luo niin monta ideaa kuin pystyt - tutustu myös tämän käsikirjan ensimmäiseen osaan Mahdollisuuksien löytäminen. A. Inspiraatio: Minun tarkoitukseni B. Design Thinking ryhmissä: Ongelmanratkaisu
NET-ENT DIGITAALISET TYÖKALUT	HB - P2 - S1 - CREATIVE PROCESS - 11 PHASES – SŠOF - SI HB - P2 - S1 - Design Process – Graphic presentation 1 – SŠOF - SI HB - P2 - S1 - Design Process – Graphic presentation 2 – SŠOF - SI
MUUT LINKIT	Brown, T. (2008). Design Thinking. Harvard Business Review (6), 84-92. IDEO (2011). HCD – Human Centered Design Toolkit. www.ideo.com ■ Lyhyt video Design Thinking -prosessista esittelee prosessin perusteet: https://www.youtube.com/watch?v=_r0VX-aU_T8 ■ Mitä on Design Thinking? https://www.youtube.com/watch?v=a7sEoEvT8l8 ■ Selitys: Mitä Design Thinking on? https://www.youtube.com/watch?v=_Wl3B54m6SU ■ Mitä on Design Thinking? (2019) AJ&Smart https://www.youtube.com/watch?v=-hyVVdFobhU ■ Design Thinking eKirja https://www.agencyq.com/design-thinking-ebook ■ Kuinka Design Thinking parantaa luovaa prosessia https://www.gsb.stanford.edu/insights/how-design-thinking-improves-creative-process ■ Mitä Design Thinking on ja mistä yrittäjien pitää huolehtia? https://www.americaninno.com/boston/what-is-design-thinking-and-why-do-entrepreneurs-need-to-care/

	■ Design Thinkingin voima yrittäjyydessä https://thepitcher.org/power-design-thinking-entrepreneurship/ ■ Design thinking on avain menestyneeseen innovaatioon https://www.imperial.ac.uk/business-school/knowledge/entrepreneurship-innovation/design-thinking-is-the-key-to-successful-innovation/ ■ Paper beats plastic https://www.ted.com/talks/leyla_acaroglu_paper_beats_plastic_how_to_rethink_environmental_folklore?utm_campaign=tedspread&utm_medium=referral&utm_source=tedcomshare ■ Why the Lean Start-Up Changes Everything https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything ■ What makes organizations more creatively competitive? https://zine.ideo.com/downloads/Zine-IDEO-no1-YouCanPrototypeAnything.pdf
OPPIMIS-TULOKSET	■ Oppija on motivoitunut tekemään asioita, tekee aloitteen, on halukas saamaan asiat hoidettavaksi yksin.

IDEOIDEN LÖYTÄMINEN

Toteutumisen salaisuus on luominen ja luominen on prosessi, ei äkillinen toiminta

Nuoren elämänvoimaa kutsutaan luomiseksi

Kun ihmisiltä kysytään, milloin he saavat parhaat ideat, suurin osa heistä vastaa: suihkussa, juoksemassa, kävellessä tai muissa vastaavissa tilanteissa. Vain muutama heistä vastaisi: töissä. Miksi? Luova ajattelu liittyy nimittäin rentoutumiseen.

Mistä löytää ideoita? Sinun ei tarvitse mennä minnekään. Ideat löytyvät meidän sisältä.

Ihmisen aivot ovat ilmiö. Ne koostuvat

- 86 000 000 000 neuronista
- kukin niistä muodostaa 1000 yhteyttä
- tämä on yhteensä 150 000 000 000 000 yhteyttä
- aivot tallentavat tehokkaasti 2,5 miljoonaa Gb tietoa

Mikä poikkeuksellinen työkalu ideoiden etsimiseen.

Keksimisen salaisuus on etsiminen.

MENESTYVÄT – LUOVAT AJATTELUTAVAT

Menestyvien ihmisten ominaisuuksiin kuuluu

- vahva tahto
- korkeat odotukset
- usko onnistumiseen
- mahdollisuuksien havaitseminen, kun muut havaitsevat esteen

Menestyminen on vaikeampaa kuin epäonnistuminen!

Meillä on kuitenkin monia **tekosyitä**, joiden takia emme ota riskejä menestyäksemme

- *Menestyminen on aiemmin ollut helpompaa. Voi vanhoja hyviä aikoja.*
onet yrittäjät uskovat, että kriisi on heidän elämänsä mahdollisuus ja että liiketoiminta ei ole koskaan ollut parempaa. Ja he todella onnistuvat siinä minkä aloittavat.
- *Olen liian nuori.*
Kokemuksen puute voitaisiin ratkaista olemalla rohkea, energinen, intohimoinen, intuitiivinen ja omaperäinen.
- *Minulla ei ole rahaa.*
Yrittäjän tärkeimmät valit ovat hyvä liikeidea ja positiivinen asenne. OLEMINEN on OMISTAMISTA
- *Koulutukseni ei ole tarpeeksi hyvä.*
Tutkintotodistuksen tai tutkinnon muodossa esitetty koulutus ei riitä menestykseen. Yli puolet "miljonääreistä" ei ole suorittanut korkeakoulua.
- *Minulla ei ole taitoa.*
Jokaisella maailmassa on ainakin yksi taito. Jotkut ominaisuudet voidaan myös hankkia.
- *Minulla ei ole tarpeeksi voimia.*
Löydä piilevä energia (muu asenne). *Ongelmia ei voida ratkaista samalla tavalla kuin ne on luotu.* (Albert Einstein). Miksi ei löydetä ratkaisua?
- *Pelkään epäonnistumista. Mitä ihmiset sanovat, jos epäonnistun?*
Vain ihmiset, jotka eivät ole tehneet mitään, eivät koskaan epäonnistu - sen lisäksi, että he eivät ole koskaan tehneet mitään. Ole rohkea. Vain ne, jotka uskovat voittoon, voittavat.

MITEN KASVATAT POTENTIAALIASI

Jo luvussa Motivaatio ja sinnikkyys olemme esittäneet vinkkejä menestykseen. Voit palata niihin uudelleen tämän sisällön yhteydessä.

Ei riitä, että luulet onnistuvasi. On tärkeää olla mukana ja käyttää tunnetta.

○ **Tieto + tunteet = TIETÄMINEN**

Henkilökohtainen kokemus ja samatuminen ideaan on merkittävää. *Uskon ideaani. Olen idea.*

Ole LUOVA. On totta, että olemme kaikki luovia. Ei poikkeuksia! Siksi meidän pitäisi päästä eroon kaikista tarpeettomista ennakkoluuloista ja rajoituksista, jotka ovat olemassa vain mielessämme. Koska luovuus on taito, siihen kuuluu yleensä (pätee myös muihin taitoihin), että harjoitus tekee mestarin; Harjoituksen on kuitenkin oltava säännöllistä ja kovaa. Luovuus on seurausta toiminnasta aivojen oikealla puoliskolla. Tämä aivojen osa on yhteydessä kehon vasempaan puoleen. Jos oikeakätisenä harjaamme hampaitamme vasemmalla kädellä joka ilta, olemme lähempänä aivojen oikealla puolella olevia piilotettuja kykyjämme, kuten piirtämistä, laulamista, tanssia jne.

○ **Luovuus ≠ Kekseliäisyys**

Luovuus on tunne-henkinen vahvuus, joka tarjoaa mahdollisuuden luoda.

Keksinnöllisyys vahvistuu, kun luova voima vapautetaan pelosta.

○ **Luovuus = uudet, erilaiset ja ällistyttävät ideat**

Innovatiivisuus on erilainen näkökulma tuotteeseen tai tekniikkaan, jota yritys käyttää. Innovatiivinen tuote on ominaisuuksiltaan parempi ja / tai halvempi verrattuna nykyisiin markkinoilla oleviin tuotteisiin. (André WAGNER)

○ **Innovatiivisuus = luovuus + toteuttaminen**

Yrittäjyys on osaamista, joka antaa yksilölle mahdollisuuden tunnistaa ja hyödyntää syntyviä mahdollisuuksia, toteuttaa ideoita, suunnitella ja hallita prosesseja, jotka johtavat asetettuihin tavoitteisiin.

○ **Yritteliäisyys = innovatiivisuus + hyöty**

Yrittäjyys on prosessi, jolla luodaan jotain uutta saamalla voittoa ja ottamalla riskejä.

○ **Yrittäjyys = yrittäjyys + liiketoimintamalli**

ESIMERKIT

LUOVUUS: Suunnittelin oman kotijärjestelmän nopeampaan oluen panemiseen.

INNOVATIIVISUUS: Tein järjestelmän, panin olutta ja se todella toimii!

YRITTELIÄISYYS: Perustin panimoyhdistyksen, jotta ystäväni voisivat käyttää järjestelmää. Esittelin järjestelmää messuilla ja etsin nyt menetelmiä panimoteollisuuden muuttamiseksi.

YRITTÄJYYS: Myin 100 järjestelmää yhdessä kuukaudessa.

KUINKA KEKSIÄ IDEOITA (katso myös kappale – OSA 1 – 1. Mahdollisuuksien löytäminen)

Voimme keksiä ideoita eri tavalla:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Ihmisten ongelmien ratkominen. Meitä ympäröi ideat, ja jokainen idea voi ratkaista tietyn ongelman. ■ Liikeidean kehittäminen harrastuksesta. ■ Kilpailijoiden heikkouksien löytäminen. ■ Kahden tai useamman idean yhdistäminen uudella tavalla. ■ Jätteiden kierrättäminen hyödylliseksi tuotteeksi. ■ Uusi tapa tehdä jo olemassa oleva tuote. ■ Tuotteen tai palvelun parantaminen. ■ Uteliaisuus/kysymysten esittäminen. ■ Havainnoiminen. ■ Ihmisten kanssa puhuminen ja ihmisten kuunteleminen. ■ Tutkiminen ja kokeilu. | <ul style="list-style-type: none"> ■ Haaveilu ja kuvittelu. ■ Markkinatutkimus. ■ Tuotteiden käyttötarkoituksen pohtiminen. ■ Uudella tavalla ajattelu: takaisin alkuun, iso – pieni jne. ■ Ratkaisujen siirtäminen toiselle osa-alueelle. ■ Toisen menestyneen idean matkiminen. ■ Jatkuva ideoiden keksiminen. ■ Internetin selailu (hakukoneet) ■ Ryhmään liittyminen. ■ Ympäristön kehitys. ■ Sattuma (Heureka!) jne. |
|---|--|

Ideoiden etsintäprosessin suunnittelussa on myös tärkeää laatia ideoita. On totta, että viisaat ihmiset kirjoittavat asioita ylös. Meillä olisi aina oltava kädessä joko muistikirja ja kynä tai lehtiö. Monet ihmiset haaveilevat hyvistä ideoista, joten on välttämätöntä, että muistikirja on lähellä sänkyä. Ei sitä koskaan tiedä.

DESIGN THINKING

Muotoiluajattelu - Design thinking - on suunnittelijoiden ajattelutapa, joka on siirtynyt kokonaan tuote- tai palvelukehityskonseptiin.

Voimme käyttää Design Thinking -prosessia kaikissa vaiheissa - ideasta tuotteeseen, kun puhumme uusien tuotteiden kehittämisestä. Profiilistasi riippumatta (liiketoiminta ja markkinointi, suunnittelu tai tuotanto), käyt tämän prosessin läpi kehittäessäsi uutta tuotetta.

Kun puhutaan teollisesta ja graafisesta suunnittelusta, suunnittelijat käyttävät erittäin tarkkaa prosessia, joka kuvataan yksityiskohtaisesti esimerkein alla luetelluissa digitaalisissa työkaluissa. Prosessiin osallistuvilla suunnittelijaopiskelijoilla tai ulkopuolisilla muotoilun asiantuntijoilla on jo tämä taito. Ne auttavat sinua ymmärtämään suunnittelun merkityksen ja käyttämään sitä oikein ideoitasi kehittäessä.

Jos kuitenkin haluat syventää tietoa ja ymmärtää mitä sinun on tiedettävä tällä alalla, olemme laatineet myös digitaalisia työkaluja.

- HB - P2 - S1 - CREATIVE PROCESS - 11 PHASES – SŠOF - SI
- HB - P2 - S1 - Design Process – Graphic presentation 1 – SŠOF - SI
- HB - P2 - S1 - Design Process – Graphic presentation 2 – SŠOF – SI

Historiallisesti suunnittelua pidettiin yhtenä kehitysprosessin viimeisistä vaiheista. Se on vaihe, jossa suunnittelijat (joilla ei ole ennen ollut mitään roolia innovatiivisessa työssä) pakkasivat tuotteen tai idean. On totta, että tämä lähestymistapa on vauhdittanut markkinoiden kasvua useilla aloilla tekemällä tuotteista visuaalisesti houkuttelevia ja parantamalla kuluttajien käsitystä tuotemerkeistä, edistämällä mainontaa ja käyttämällä viestintästrategioita. 1900-luvun jälkipuoliskolla suunnittelusta on kuitenkin tullut yhä tärkeämpi kilpaileva työkalu, esim. elektroniikassa, auto- ja muussa teollisuudessa. Se on tuottanut kuitenkin vain lisäarvoa, ja on tullut melko myöhässä useimmille teollisuudenaloille (Brown 2008).

Suunnittelu on kaikkialla ympärillämme.

Hyvä suunnittelu on se, jota ei tarvitse kirjoittaa. Shawn Leslie

Suunnittelu ei ole muodollisten kykyjen kapeaa käyttöä; se on ajattelutapa. Chris Pullman

En koskaan suunnittele rakennusta ennen kuin olen tarkistanut sijainnin ja tutustunut ihmisiin, jotka aikovat asua rakennuksessa. Frank Lloyd Wright

Suunnittelu ei koske vain sitä, miltä joku näyttää tai miltä joku tuntuu. Suunnittelu tarkoittaa sitä, kuinka jokin toimii. Steve Jobs

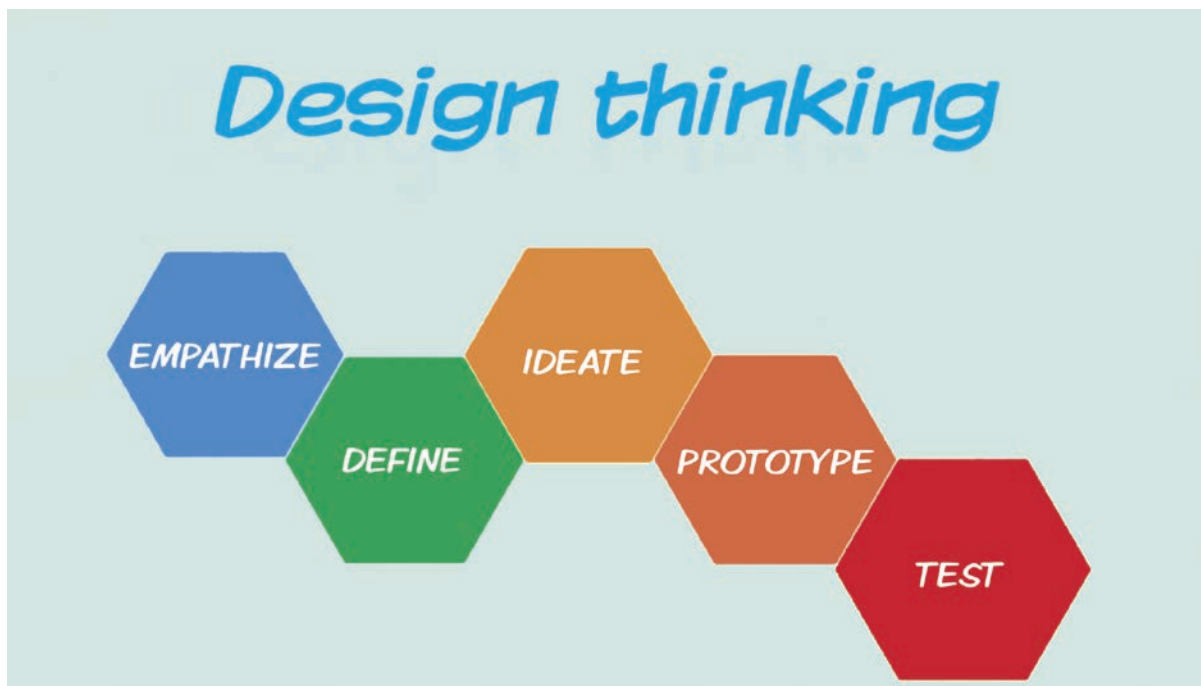
MITÄ ME VOIMME SUUNNITELLA?

- Tuotteita
- Palveluita
- Esteettistä arvoa
- Hyödyllisyyttä ja selkeyttä
- Liiketoimintamalleja
- Työprosesseja
- Yrityksen strategioita
- Ryhmätöitä
- jne.

Suunnittelu keskittyy käyttäjään ja hänen tarpeisiinsa - tunnetaan myös nimellä ihmiskeskeinen muotoilu. **DESIGN THINKING** on menetelmä, jota sovelletaan viidessä vaiheessa:

1. ELÄYTYÄ – Tehdä tutkimusta käyttäjistä, heidän todellisista tarpeistaan ja toiveistaan...
2. MÄÄRITELLÄ - Sisällön tulkinta ongelmasta, aihe
3. IDEOIDA - Kuvittelu - erilaisten ideoiden löytäminen
4. LUODA PROTOTYYPPI - Kokeilu
5. TESTATA - Toteutus

Design thinking -vaiheet eivät ole lineaarisia; prosessin aikana palaamme usein edellisiin vaiheisiin varmistaksemme, että olemme edelleen menossa kohti päämääriämme.



1. ELÄYTYÄ (PALJASTAA - HAASTATELLA - EMPATIA)

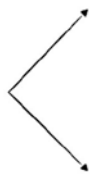
Design Thinkingin puolustajat arvostelevat usein klassisen markkinatutkimuksen käyttöä uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä. Miksi? Heidän mielestään käyttäjien on vaikea kertoa, mitä he todella haluavat, vaikka markkinatutkimus perustuu (tulevien) käyttäjien mielipiteisiin. Design Thinkingin laadullisella tutkimuksella on paljon tärkeämpi merkitys. Tämän vaiheen tavoitteena on **tutustua yksityiskohdaisesti haasteeseen/ongelmaan ja määritellä sitten kohderyhmä ja sen tarpeet, arvot ja motivaatio**. Design Thinking korostaa empatian tärkeyttä. **EMPATIA** on psykologinen kyky kokea tunteita, havaita toisen ihmisen ajatuksia ja tunteita ilmaisematta omia tunteitaan. Se on kyky identifioitua toisen henkilön kanssa. Empatiaa tarvitaan paljastamaan muiden selkeät ja epäsuorat tarpeet, jotta voimme tarjota heille ratkaisumme.

Käytettyjä menetelmiä ovat havainnoiminen, kenttätutkimus, keskustelut ja valokuvaaminen; tutkijoiden on oltava yhteydessä käyttäjiin sen sijaan, että tehdään vain pöytätyöjä. **Tämän vaiheen on tarkoitus tarkkailla, mutta ei (vielä) tulkita.** Haastattelu on erittäin tärkeä asia, ja siinä tutkijan on ehdottomasti esitettävä oikeat kysymykset ja valittava sopiva haastateltava, joka edustaa kohderyhmää, joku, joka opettaa meille paljon - ehkä joku, joka rikkoo tiettyjä tuotteen tai palvelun käyttöä koskevia sääntöjä. Design Thinkingin puolustajat huomauttavat, että on tärkeää sisällyttää elementtejä, kuten antropologiaa ja etnografiaa, mikä on liiketoimintaympäristössä suhteellisen harvinaista. Yhteinen piirre ryhmille on heterogeenisyys kokemuksen, ammattialan ja koulutuksen suhteen.

Kysymyksiä kysyttäessä otamme huomioon kolme perusoletusta:

- 1: Kysy viimeaikaisista kokemuksista. Suunnittelijaa ei kiinnosta niin paljon tulevaisuuden käyttäytyminen tai toiveet kuin viimeaikaiset kokemukset. *Missä vietit viimeisen lomaasi?*
- 2: Älä tuomitse vastauksia. Osoita vilpittömää kiinnostusta.
- 3: Mene syvemmälle: *Kerro minulle jotakin lisää ...* «.

Haastattelun jälkeen laaditaan lyhyet kirjalliset yhteenvedot kaikista keskusteluista.



KULUTTAJATUTKIMUS

Nämä paljastavat osoitetut ja osoittamattomat kuluttajien tarpeet. Ajattelumme on avointa, ilman rajoituksia ja tuomioita.

1. MÄÄRITTELE ongelma (TULKINTA)

Tulkinta on design thinkingin toinen vaihe. Se antaa merkityksen tarinoille ja tiedolle ja muuttaa ne arvokkaaksi tiedoksi ja inspiraatioksi. Tämän vaiheen tarkoituksena on löytää selkeä suunta ideoiden tuottamiseen. Se mitä ensimmäisessä vaiheessa saatiin selville, tulkitaan tavalla, joka luo tosielämän tarinoita välttämättä yleistyksiä, tuomioita tai oletuksia. Tietojen kuviot ja suhteet määritetään tietoluokkien ja tietoryhmien kanssa. Voimme myös visualisoida tarinan, joka auttaa meitä näkemään koko kuvan selkeämmin. On tärkeää, että tietoa tulkitaan kohderyhmän (ei meidän) näkökulmasta. Kun olemme määritelleet aiheet ja mallit, voimme alkaa suunnitella mahdollisuuksia. Tämä tarkoittaa siirtymistä nykyisestä tilasta / tilanteesta kohti tulevaisuuden mahdollisuuksia. Tämä tarkoittaa ongelman uudelleenmäärittelyä kuluttajien tarpeiden kannalta. Tämä antaa selkeän suunnan ideoiden luomiseen. Mahdollisuudet ilmaistaan aktiivisina kysymyksinä, jotka alkavat

Kuinka me voisimme...? Esimerkiksi: Kuinka me voisimme tarjota kuluttajille entistä parempaa palvelua?

Mahdollisuudet eivät ole ratkaisuja; Ne ovat kysymyksiä, jotka luovat mahdollisuuksia ideoiden luomiseen.



TUTKIMUKSEN ANALYYSI JA SYNTEESI

Muutamme paljastetut mallit havainnoiksi soveltamalla analyyttistä ajattelua, kaventamalla projektin kiinnostuksen kohdetta ja määrittelemällä ongelmat, joita olemme ratkaisemassa.

2. IDEOI (KUVITTELU)

Ideointi on design thinkingin kolmas vaihe. Sanotaan, että luotettavin tapa tuottaa laadukkaita ideoita on tuottaa monia ideoita. Siksi tämän vaiheen päätavoite on tuottaa niin monta ideaa kuin mahdollista. Suunnitellessaan design thinkingia ihmiset käyttäisivät yleisimmin ideointia ja noudattaisivat sen neljää sääntöä. Näiden sääntöjen noudattaminen luo synergiaa, joka lisää merkittävästi ryhmän luovuutta.

IDEOINTIVINKKEJÄ DESIGN THINKINGIIN

1. Keskity määrään. Tämä on keino, joka edistää ehdotettujen ideoiden monimuotoisuutta. Perusajatus on - jos tuotamme enemmän ideoita, on parempi mahdollisuus löytää tehokkaita ratkaisuja (määrä johtaa laatuun).
2. Älä tuomitse. Ideoiden tuomitseminen pitäisi jättää syrjään ryhmäideoinnin aikana. Sen sijaan, että yrität miettiä, mikä ideassa on vikana, opiskelijoiden tulisi ensin keskittyä idean laajentamiseen ja siihen osallistumiseen - kriittinen arviointi siirretään idean luomisprosessin myöhempisiin vaiheisiin. Siirtämällä arviointia luomme innostavan ilmapiirin, jossa opiskelijat voivat helposti keksiä epätavallisia ideoita.
3. Epätavalliset ideat ovat tervetulleita. Tällä tavalla luomme paremman ja pidemmän luettelon ideoista, lisäksi epätavalliset ideat provosoivat joskus uuteen ajattelutapaan ja voivat johtaa parempiin ratkaisuihin kuin tavalliset.
4. Yhdistä ja paranna ideoita. Tämän pitäisi johtaa parempiin ja hienostuneempiin ratkaisuihin kuin pelkästään uusien ideoiden tuottamiseen. Ideoiden rakentamista voidaan edistää yhdistysten avulla.

Ideointia käytettäessä meidän on ensin määriteltävä ongelma, johon haluamme löytää ratkaisun. Ongelma on asetettava selkeästi eikä sen pitäisi olla liian kattava. Voimme käyttää suljettua tai avointa ideointia.

Avoimessa ideoinnissa jokainen opiskelija luettelee ideansa paperille. Sitten hän vaihtaa luetteloa naapurin kanssa ja täydentää luetteloa omilla ehdotuksillaan.

Avoimessa ideoinnissa ryhmä valitsee sihteerin kirjaamaan ideat, kun opiskelijat luovat niitä. Opiskelijat etsivät mahdollisia ratkaisuja ongelmiin, kun sihteeri kirjoittaa ne taululle ja toistavat ne ääneen.

MIND MAP

Voimme käyttää myös mitä tahansa muuta luovaa ajattelutapaa tai niiden yhdistelmää, kuten miellekarttaa. MIND MAP on yksinkertainen ja erittäin tehokas menetelmä ideoiden luomiseen ja järjestämiseen käyttämällä symboleja, avainsanoja, koodeja ja värejä. Mind mapin käyttö stimuloi mieltämme ja parantaa merkittävästi tuottavuutta, luovuutta, muistia, viestintäkykyä ja joustavuutta. On kuitenkin tärkeää, että laajennamme ajattelutapaamme ilman rajoituksia. Voi olla myös erittäin hyödyllistä piirtää ideoita. Ideointivaiheen lopussa valitsemme lupaavimman idean, jonka kanssa siirrymme kokeilemaan seuraavaa vaihetta.

Kokemus on osoittanut, että kuvalliset esitykset:

- nopeuttavat 30 % ymmärrystä ja kommunikointia,
- nopeuttavat 20 % tiimin päätöksentekoa ja sopimuksiin pääsyä,
- lyhentävät 60 % kokousten kestoja
- lyhentävät 20 % projektityön kestoja.

KUINKA MIND MAPIA KÄYTETÄÄN?

Laita tavoitteesi paperin / näytön keskelle. Piirrä haara, joka tulee keskipisteestä, ja kirjoita ylös ensimmäinen ajatus tai ongelma, joka tulee mieleesi. Voit jatkaa eteenpäin samasta haarasta tai voit aloittaa uuden. Ja niin edelleen. Voit aina hypätä haarasta toiseen. Voit perustaa uusia haaroja ja pidentää vanhoja, kunnes paperi loppuu tai kunnes huomaat, että näet selkeän kuvan, joka tarjoaa sinulle kaikki vaihtoehdot ja yhteydet. Yhdistä nuolilla toisistaan riippuvat haarat; jos niitä on. Aivot oivaltavat ja koko idea nousee silmiesi eteen. Tällä tavalla saat yleiskuvan koko kuvasta ja erillisistä elementeistä. Opiskelijat ovat prosessin aikana erittäin kiinnostuneita ja luovia, joten heillä ei ole ongelmia kaiken tiivistämisessä ja muistamisessa!

Mind mapping on seurausta aivojemme tapahtumista. Siksi mind mapissa ajatuksiamme ei ole lueteltu tietyssä järjestyksessä (vasemmalta oikealle); ne hyppivät haarasta toiseen, aivan kuten tapahtuu aivoissamme. Piirrä nuoli, viiva, yhdistä ne, kirjoita sana tai kaksi... ja siinä se on.

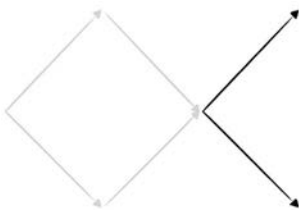
Mind mapin avulla voit nähdä koko kuvan ja yksityiskohdat yhdellä sivulla. Tällä tavoin mielenkartan sisäiset suhteet käyvät ilmeisiksi ja saavutetut tulokset ovat luovia ja dynaamisia. Mind map stimuloi molempien aivopuoliskojen toimintaa ja parantaa muistia - meidän on entistä helpompi muistaa kuvia, mikä johtaa parempiin tuloksiin.

Online Mind map – Ilmainen työkalu https://www.mindmeister.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=world_en_search&utm_content=mm&gclid=CjwKCAiArJjvBRACEiwA-Wiqq8n-0DoVWbcknFzZ-bzaNfUfXLFIpLOzLMaBYkADr-T41nTT1iLOFRoCuRMQAvD_BwE



3. PROTOTYYPIN LUOMINEN (KOEILU)

Tämän idean vaihe on tarkoitettu testaamiseen. Prototyypit ovat erinomainen työkalu, joiden avulla voimme oppia ideasta niin paljon kuin voimme, kun se on hahmottunut - tämä stimuloi ajattelua. Tällä tavalla saamme uutta tietoa ja oppimiskokemuksia. Prototyyppien luominen nopeasti ja varhaisessa vaiheessa antaa meille mahdollisuuden hävittää heti **käyttökelvottomia ideoita**. **Prototyyppien on tarkoitus olla yksinkertaisia ja niistä tulisi saada palautetta heti, kun ne on luotu.** Tässä vaiheessa on erittäin tärkeää olla valmis luopumaan tehottomiksi osoittautuneista ideoista.



IDEARATKAISUJEN KEHITTÄMINEN

Etsimme mahdollisia ratkaisuja annettuun ongelmaan. Käytämme luovaa ajattelua (ilman rajoituksia) ja testamme prototyyppejä.

4. TESTAUS (TOTEUTUS)

Viimeisen vaiheen tavoitteena on tuottaa lopputuote. Tässä vaiheessa käytämme edellisen vaiheen palautetta idean parantamiseksi niin paljon kuin pystymme. Teemme muutoksia paikoissa, joissa kuluttajat ilmoittivat mahdollisista esteistä, ja arvioimme jokaisen palautteen merkityksen. Seuraavaksi suunnitellaan idean toteuttamiseksi tarvittavia lisävaiheita ja lähteitä; valmistamme laskelmia, asetamme määraaikoja, välitämme ideoitamme ihmisille, jotka voivat auttaa niiden toteuttamisessa, ja kirjaamme koko toteutusprosessin. Tässä vaiheessa ryhmä valmistele myös houkuttelevan esityksen kiinnittääkseen kohderyhmien huomion. Esityksen tulisi olla suunniteltu tarinaksi.



LOPULLISEN RATKAISUN SUUNNITTELU

Toimitamme ja toteutamme projektin lopullisen ratkaisun, joka on vahvistettu ja kokeiltu kuluttajien kanssa.

AKTIVITEETIT

A. Seuraus – Innostus ja PÄÄMÄÄRÄ

Kuvaile innoittava hetki, jonka olet kokenut viime vuosina - hetki, jolloin joku houkutteli sinua ja kuljetti sinut sisällesi; kun sanoit itsellesi: *siinä se on. Haluan tehdä tämän. Siksi olen täällä, tässä maailmassa.*

B. Design Thinking ryhmässä: Ongelmanratkaisu

Muodosta neljän opiskelijan joukkueita, joilla on samanlaiset kiinnostuksen kohteet. Mieti ongelmaa/aihetta, jonka aiot ratkaista tai jota haluaisit parantaa.

1. Tee kenttätutkimusta käyttäjien/kuluttajien keskuudessa, keskustele tai haastattele **vähintään 20 ja tallenna** keskustelusi. Kun kysyt kysymyksiä, ota huomioon kolme aksioomaa. Selvitä, onko ongelma/tarve todella olemassa ja miten se liittyy asianomaisiin ihmisiin. Tarkkaile, mitä kunkin ihmisen kanssa tapahtuu, ja tarkkaile asiayhteyttä/tilannetta, josta henkilö löytää itsensä.

Kuinka jokainen ihminen reagoi?

Miksi henkilö reagoi näin? Kuuntele tarinoita.

Kysy: "Miksi?"

Kuuntele tarkasti ja havainnoi.

"Kerro, minkälainen oli, kun viimeksi _____."

"Kerro minulle jotakin kokemuksestasi _____."

SAMPLE HANDOUT:



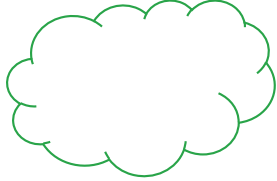
SEX: M F

AGE: _____

STATUS: _____

INCOME: _____

QUOTATION: _____



2. Tutki haastatteluissa/keskusteluissa saatuja tietoja

Tunnista toistuvat mallit. On välttämätöntä tulkita tietoja kohderyhmäsi kannalta. Kun olet määrittänyt aiheet ja mallit, voit alkaa suunnitella mahdollisuuksia ja ratkaisuja

3. Suljetun ideoinnin jälkeen kirjoita joitain ideoita paperille tai post-it-lapuille. Seuraavaksi vaihda paperia naapurisi kanssa (toisen opiskelijan kanssa) ja täydennä listaa omilla ideoillasi. Tehkää sitten ryhmässä brainstorming, jolloin sihteerin kirjoittaa kaikki ideat taululle tuomitsematta ideoita. Muista: mitä enemmän ideoita - sitä parempi

20 IDEOINTITEKNIKKAA ONGELMAN RATKAISEMISEKSI

- | | | |
|-----|---|---|
| 1. | } | 1 - 5 KESKITASOISET IDEAT; harvoin heijastavat hyviä ratkaisuja; nämä ovat ensimmäisiä ideoita, jotka tulevat ihmisten mieleen ilman erityisen intensiivistä ajattelua |
| 2. | | |
| 3. | | |
| 4. | | |
| 5. | | |
| 6. | } | 6 – 10 PAREMMAT IDEAT; sinun on pinnisteltävä keksiäksesi tällaisia ideoita; tavallinen ihminen, joka ei pidä ajattelusta, harvoin keksii monia ideoita. |
| 7. | | |
| 8. | | |
| 9. | | |
| 10. | | |
| 11. | } | 11- 15 ERINOMAISET IDEAT; sinun on tosissaan ajateltava keksiäksesi tällaisia ideoita; sinun on neuvoteltava muiden ihmisten kanssa ja ajatteluprosessi voi viedä useita päiviä |
| 12. | | |
| 13. | | |
| 14. | | |
| 15. | | |
| 16. | } | 16 - 20 LOISTAVAT IDEAT; jotkut näistä hipovat hulluutta ja ovat mahdollisesti huippuluokkaa; vain pieni osa ihmisistä keksii näin monta ideaa, mutta hyvin usein ne ovat voittajia |
| 17. | | |
| 18. | | |
| 19. | | |
| 20. | | |

Ryhmän tulisi valita lupaavimmat ideat annettujen joukosta. Opiskelija piirtää luonnoksen tuotteesta/palvelusta, joka ratkaisee tietyn ongelman.

4. Yritä tehdä yksinkertainen prototyyppi tuotteesta/palvelusta saatavilla olevista materiaaleista (LEGO, muovailuvaha, malli...

Esittele prototyyppi muille ryhmille. Heidän tulisi kuunnella muiden mielipiteitä parantaakseen tuotteitaan.

Kerro ideasta/palvelusta/tuotteesta/ratkaisusta yhden minuutin luonnoksella kertoen, kuinka ongelma ratkaistaan.

Hanki lisää palautetta kuluttajilta tai käyttäjiltä prototyypin parantamiseksi ja mukauttamiseksi.

Lyhyt video Design Thinking -prosessista kertoo prosessin:

https://www.youtube.com/watch?v=_r0VX-aU_T8

Voimme käyttää Design Thinking -prosessia kaikissa vaiheissa – ideasta tuotteeseen.

OSA	2 – Markkinoille menestyvän tuotteen (yrityksen) kehittäminen
OTSIKKO	2 – Vahvista idea markkinoinnin, suunnittelun ja tuotannon näkökulmasta
SISÄLTÖ	■ Ideoiden arviointi yleisesti ■ Markkinoinnin näkökulma ■ Suunnittelun näkökulma ■ Tuotannon näkökulma
LYHYT KUVAUS	Nyt sinun on tarkistettava ideasi ja selvitettävä: ■ onko idealla markkinointipotentiaalia – osatavatko ihmiset sitä, tarvitsevatko he sitä? ■ onko se asianmukaisesti suunniteltu ollakseen houkutteleva asiakkaille – pitävätkö he siitä? ■ onko se valmistettavissa – kuinka ja miltä se näyttää? Ideoiden arvioiminen Muiden kanssa työskenteleminen
AKTIVITEETIT	A. Ohjaajasi kanssa: - Perusta oma ryhmäsi ja valmistelee suunnitelma muilta aloilta olevien potentiaalisten työtovereiden kanssa (sellaisten, jotka osaavat auttaa sinua kehittämään ideaasi omalla tietämyksellään) ja ota heihin yhteyttä (tarkastellakseen sinun ideaasi eri näkökulmista, he voivat myös osallistua tuotteen yhteen kehitysprosessin vaiheeseen (esimerkiksi prototyypin valmistukseen) - Suunnittele yhteistyön aikajana ja määrittele yhteistyön tehtävät ja menetelmät, pidä aikajana ajan tasalla ja päivitä sitä tarvittaessa. - Arvioi oppimisprosessi – kerro, mistä pidit erityisesti ja listaa parannusehdotukset – valmistelee saatujen tulosten perusteella mahdolliset parannusohjeet ja päivitä prosessi - Tallenna ja muokkaa tuotteen luomisprosessista tehty video - se voi olla esimerkki hyvistä yrittäjyyden verkostoitumisen käytännöistä – siitä voi tulla jopa pitkäaikainen yhteistyö, verkostoituminen
NET-ENT DIGITAALISET TYÖKALUT	HB - P2 - S2 - INDUSTRIAL DESIGN – SŠOF - SI HB - P2 - S2 - Validating the Idea - MARKETING Aspect – TXORIERRI - ES HB - P2 - S2 - Validating the Idea - DESIGN aspect – SŠOF - SI

MUUT LINKIT	■ Mitä hyvä suunnittelu on http://ui-patterns.com/blog/What-is-good-design ■ KUINKA ARVIOIDA JA TARKISTAA TEHOKKAASTI SUUNNITELMA https://modassicmarketing.com/when-evaluating-a-design-whose-opinion-should-you-value ■ Yleiskatsaus suunnittelun tarkistusprosessiin (Arviointilomake) https://www.iainstitute.org/sites/default/files/designreviewchecksheets.pdf ■ Arviointi tuotteen kehittämisessä http://www.uiah.fi/projekti/metodi/13c.htm ■ 12 askelta tuotekonseptista valmistukseen https://www.business2community.com/product-management/12-steps-product-concept-manufacturing-01518713
OPPIMIS- TULOKSET	■ Oppija pystyy tunnistamaan ja valitsemaan mahdollisuuksia luoda arvoa tunnistamalla tarpeet ja haasteet, jotka on kohdattava. ■ Oppija erottaa uusien tuotteiden suunnittelun, markkinoinnin ja tuotannon näkökohdat ja ymmärtää niiden merkityksen menestykseen. ■ Oppija pystyy valitsemaan työtovereita ja kokoamaan yhteen laajemman ryhmän halutun tavoitteen saavuttamiseksi.

IDEOIDEN ARVIOINTI YLEISESTI

Nyt olemme tulleet kohtaan, josta mielenkiintoinen osa alkaa. Tämä on ensimmäinen askel menestyvään liiketoimintaan ja voi olla yrityksesi lähtökohta tulevaisuudessa.

Kuten tämän käsikirjan johdannossa jo todettiin, NET-ENT-moduulin tärkein asia on, että olet oppimisprosessin luoja. Kun mieleesi tulee idea, lopullinen tavoite on kehittää siitä markkinoille menestyvä tuote (se voi olla myös palvelu).

Ei siis mikä tahansa tuote, vaan tuote, jolla on potentiaalia markkinoilla.

Tällaisten tuotteiden kehittämiseksi on välttämätöntä yhdistää tiedot ja asiantuntijat useilta eri aloilta.

Luodessa markkinoilla menestyvää tuotetta, meidän on yhdistettävä:

- liiketoiminnan ja **markkinoinnin** taidot
- teollisen ja graafisen **suunnittelun** taidot
- tuotteiden valmistuskapasiteetti/**tuotantotaidot**

Näiden kolmen alueen on toimittava käsi kädessä. Todellisuus koulujärjestelmissä on yleensä taitoalueiden - asiantuntijoiden ja eri ohjelmissa koulutettujen tulevien ammattilaisten - erottelu toisistaan ilman kontaktia toisten kanssa.

Tässä moduulissa tehtävänäsi on yhdistää kolme erilaista koulutusohjelmaa (markkinointi, suunnittelu ja tuotanto) yhtiysten tavoitteiden, tuotteiden luomisen ja kaupallisen menestyksen saavuttamiseksi. **Tavoitteena on luoda korkealaatuisia ja hyödyllisiä tuotteita, jotka ovat kaupallisesti mielenkiintoisia, oikein suunniteltuja ja joilla on potentiaalia markkinoilla.** NET-ENT-moduulissa sinä ja tiimisi (opettajat ja oppilaat yhdessä) luotte yhteyksiä muihin koulutusohjelmiin/-yksiköihin ja olette tiiviissä yhteydessä heidän kanssaan prosessin aikana. Löydät ryhmätyöesimerkkejä hankkeen verkkosivustolta inspiraatioksi (digitaaliset työkalut, pilottihanke-video).

Sinun on tarkasteltava ideaasi (tuotetta) seuraavien henkilöiden näkökulmasta:

- markkinointiasiantuntija (ostajat tarvitsevat ja haluavat sitä, voit myydä sen, sillä on tarina ...)
- suunnittelija (suunnittelulla on tärkeä rooli tuotteen suorituskyvyssä)
- tuotteen valmistaja (tuote voidaan tehdä, valmistaa)

Sinulla ei tarvitse olla kaikkia tietoja tai taitoja, mutta sinun on tiedettävä, minkälaisia tietoja ja panosta tarvitset, ja mistä ne löytyvät.

Löydät työtoverisi ja yhteistyökumppanisi opiskelijoiden ja opettajien joukosta yhdestä ohjelmasta, joka ei ole sinun ohjelmasi (tai jopa useammasta kuin yhdestä). Heillä on runsaasti tietoa, jota he voivat soveltaa toisesta näkökulmasta kehittääkseen ideaasi markkinoilla menestyväksi tuotteeksi.

Paras tapa on luoda verkostoja heidän kanssaan ja työskennellä heidän kanssaan yhdessä tässä moduulissa. Samalla voit auttaa heitä tietämykselläsi heidän ideoidensa kehittämisessä. Tässä tiedonvaihdoissa ja erilaisten näkökulmien jakamisessa voit oppia paljon hyödyllisiä asioita esimerkiksi suunnittelijan näkökulmasta saamatta kuitenkaan tietää kaikkea suunnittelijoiden työkaluja ja tietoja. Riittää, että kommunikoi heidän kanssaan oikealla tavalla ja sisällyttää heidät prosessiin, kun heidän tietämystään tarvitaan.

Tietyissä prosessivaiheissa tarvitset ajantasaista käytännön tietoa, jonka voivat saada vain yrityksissä työskentelevät asiantuntijat.

Tieto muuttuu nykyään hyvin nopeasti, ja yrittäjien tuoreet ideat, kokemukset ja neuvot tehostavat ja parantavat tuotekehityskokemustasi. Jälleen sinun on löydettävä omat resurssisi – ideaasi liittyvät yritykset ja sivuliikkeet. Yritykset ja asiantuntijat, jotka voivat auttaa sinua kokemuksillaan ja tiedoillaan soveltamalla niitä ideaasi. Voit sisällyttää niitä monin eri tavoin - järjestämällä erityisiä työpajoja, konsultoimalla ja mentoroimalla, ongelmanratkaisulla, tapaustutkimuksella...

NET-ENT-moduulin perustekijä on oman oppimisprosessin löytäminen ja kehittäminen, ideoiden materialisoinnin oman tavan löytäminen.

Jokaisella markkinoinnin, suunnittelun tai tuotannon asiantuntijalla, joka osallistuu prosessiin, on jo oman alansa tietämys. Kuten jo aiemmin kerrottiin, meidän ei tarvitse tietää kaikkea itse. Nämä asiantuntijat kehittävät ideaasi omalla tietämyksellään. Sinulla ei tarvitse olla sitä tietoa.

Jos kuitenkin haluat syventää tietoasi ja ymmärtää, mitä sinun on tiedettävä tietyllä alalla, olemme laatineet jokaiselle alueelle myös digitaalisia työkaluja.

Löydät niistä yksityiskohtaisen kuvauksen digitaalisten työkalujen joukosta hankkeen verkkosivustolla:

- *HB - P2 - S2 - INDUSTRIAL DESIGN – SŠOF - SI*
- *HB - P2 - S2 - Validating the Idea - MARKETING Aspect – TXORIERRI – ES*
- *HB - P2 - S2 - Validating the Idea - DESIGN aspect – SŠOF – SI*

Voit itse valita oman oppimispolkusi.

Eikö olekin hienoa?

Ole aktiivinen, utelias, vastuuntuntoinen, sinnikäs – älä anna periksi.

Tämä ei ole helppo tehtävä, mutta se tuottaa tulosta.

YRITÄ ja LUOTA.

Älä huoli, jos et onnistu ensimmäisellä yrittämällä. Olet oppinut siitä paljon joka tapauksessa.

Alta löydät jokaiselta osa-alueelta muutamia peruskysymyksiä, jotka auttavat sinut alkuun.

MARKKINOINTI

Jos tuotteellemme ei ole tarvetta emmekä voi myydä sitä, markkinoilla menestyvän tuotteen kehittäminen ei todellakaan ole se, joka tekee meistä hyvän yrittäjän. Kuinka saamme sen selville?

On hyvä aloittaa kysymällä itseltään seuraavat kysymykset omasta ideastaan tai tuotteestaan:

1. Kuinka se eroaa muista?

Taustalla olevan liike-idean ei tarvitse olla ainutlaatuinen, mutta sinun täytyy keksiä ainutlaatuiset myyntivalit, jos haluat ihmisten ostavan sinulta kilpailijoiden sijaan. Sinun täytyy tarjota jotakin uutta. Ratkaiseeko ehdotuksesi ongelman? Täytäkö aukon markkinoilla vai lisäätkö olemassa olevaa tarjontaa?

2. Onko olemassa markkinoita, ja ovatko ne riittävän suuria?

Tarvitaan perusteellista markkinatutkimusta, ennen kuin siirryt eteenpäin liikeideasi kanssa. Sinun on varmistettava, että yrityksesi tukemiseen ja sen menestymiseen on riittävästi kestävä kysyntää.

3. Mikä on liiketoimintamalli?

Kuinka laskutat asiakkaitasi ja mistä? Voitko ajatella lisää tuloja? Tutkimus on elintärkeää määrittelemään, onko liiketoimintamallisi kannattava; tämän tulisi sisältää analyysin siitä, kuinka kilpailijasi ovat rakentaneet oman liiketoimintansa.

4. Onko hinta oikea?

Ei ole hyvä, että on keksinyt voittavan tuotteen tai palvelun, jos asiakkailla ei ole varaa siihen, mutta tarvitset kuitenkin kunnollisen marginaalin kestäväälle liiketoiminnalle. Keskustele potentiaalisten asiakkaidesi kanssa saadaksesi selville, onko hinnoittelusi toteutettavissa oleva.

5. Mikä estää muita matkimasta sinua?

Jos olet koskaan katsellut Dragons' Den -ohjelmaa (yrittäjyyttä käsittelevä tosi-tv-ohjelma Isossa-Britanniassa), olet varmasti kuullut tämän kysymyksen: 'Mikä estää ison yrityksen varastamasta ideaasi?' Sinulla on oltava ainutlaatuisia kilpailuetuja - kuten poikkeuksellisen hyvä asiakaspalvelu - ja jos vain mahdollista, suojata immateriaalioikeutesi.

6. Tunnetko asiakkaasi?

Kerää itsellesi mahdollisimman paljon tietoa kohdeasiakkaistasi ja kuuntele heitä aina. Miltä tyypillinen asiakas näyttää? Kuinka he käyttäytyvät? Mitä he arvostavat eniten tuotteessasi tai palvelussasi? Mistä löydät heidät? Mihin markkinointimenetelmiin he reagoivat?

7. Voitko saada voittoa?

Kuinka paljon ideasi tuottaminen maksaa? (ottaen huomioon valmistus- tai hankkijakustannukset; palkat; yleiskustannukset; toimistolaitteet jne.)? Kuinka paljon voit myydä tuotteesi tai palvelusi, ja kuinka paljon sinun täytyy myydä, jotta voit kattaa kustannukset ja tuottaa voittoa? Onko tämä saavutettavissa?

8. Onko sinulla riittävästi rahoitusta hankkeen käynnistämiseksi?

Tarvitset tarpeeksi rahaa itsesi ja yrityksesi tukemiseen, kunnes yrityksestä tulee kannattava. Jos sinulla ei ole rahoitusta, voitko kerätä sitä?

9. Onko sinulla tarvittavaa kokemusta, asennetta ja taitoa onnistuaksesi?

Vaikka sinulla olisi maailman paras idea, ilman intohimoa, tarmokkuutta ja sitoutumista idea voi silti epäonnistua.

10. Onko olemassa kasvun varaa?

Voitko laajentaa ideaasi tulevaisuudessa lisäämällä uusia tuotteita tai palveluita, keksimällä uusia ideoita tai parantamalla alkuperäistä ehdotustasi?

Näihin kysymyksiin voi vastata eri tavoilla. Tarvitsemme monimutkaista tietoa ja teoreettisten mallien tunnistamista ja niiden esiintymistä käytännössä.

Jos markkinointi ei ole sinun aluettasi, etsi opinto-ohjelmia ja asiantuntijoita, joilta voit saada hyödyllistä tietoa.

Jos kuitenkin haluat tutustua aiheeseen itse, tutustu digitaaliseen työkaluun:

- HB - P2 - S2 - Validating the Idea - MARKETING Aspect – TXORIERRI - ES

SUUNNITTELU

Hyvä suunnittelu ei ole vain sitä, mikä näyttää hyvältä. Sen tarkoitus on myös näyttää, muuntua, hämmästyttää ja täytettävä tarkoitus. On otettava huomioon sekä esteettinen että toiminnallinen näkökulma.

Nämä ovat toimia, jotka voivat olla lähtökohtana arvokkaan ja luotettavan arvioinnin saamiseksi suunnittelusta:

1. Älä kysy "kummastako pidät enemmän?"

Menestyvä muotoilu välittää idean. Ei ole väliä, jos joku "pitää siitä" enemmän kuin toinen. Kaunis mainos voi näyttää hyvältä, mutta ei välttämättä välitä haluttua viestiä. Sen sijaan kysy, mikä ilmaisee idean X selkeämmin.

2. Älä kysy yksityiskohdista, kuten “pidätkö näistä väreistä?”

Nämä ovat henkilökohtaisia mieltymyksiä ja vain siksi, että joku pitää enemmän sinisestä kuin vihreästä, ei välttämättä ole oikea valinta sinun muotoilullesi.

3. Aseta kuvio heidän eteen. Älä sano mitään. Kysy hetken kuluttua muutamia kysymyksiä, kuten:

“Mikä tämän kuvion ainoa (tai ensisijainen) viesti on?”

“Mitä asiaa katsoit ensimmäisenä?”

“Mitä muistat kuviosta?”

4. Seuraa katsojien silmiä.

Mitä he katsovat ensimmäisenä? Kuinka heidän silmänsä liikkuvat asian ympärillä? Hyvän suunnittelun tulisi ohjata käyttäjää siten, että nopean silmäilyn jälkeen hän saa pääviestin lukematta kaikkia kopioita.

5. Nuku yön yli, jos mahdollista.

Kun asiat näyttävät erilaisilta kuin odotit, yleisin reaktio on “Ei, en ajatellut sitä”. Anna sen vain olla, se voi alkaa miellyttää sinua. Meillä kaikilla on odotuksia siitä, miltä joku näyttää, joten on helppo saada kielteinen vaikutelma. On tärkeää luottaa suunnittelijoihisi. Et halua sanoa ei käsitteelle, joka oli parempi kuin mitä odotit vain siksi, että se oli erilainen kuin mitä odotit. Sen sijaan kysy itseltäsi, edustaako se brändiä ja välittääkö viestin tehokkaasti.

Suunnittelijalla on tärkeä rooli tuotteen suorituskyyvyssä.

Hyvä muotoilu ei ole vain kaunis, se ei ole vain loistava idea, sen on oltava sopiva.

Suunnittelu on liian tärkeää, että sitä hoitaisi vain itse ja liian vastuullista, jotta sen luottaisi vain suunnittelijoiden käsiin. Hyviä tuloksia voidaan saavuttaa vain tekemällä tiivistä yhteistyötä kaikkien ryhmän jäsenten kanssa (markkinointi, suunnittelu ja tuotanto).

Meidän on kuitenkin oltava tietoisia siitä, että muotoilu on hienostunut ja vaativa prosessi. Suunnittelijalla on runsaasti tietoa ja kokemusta, jota hän käyttää tuotteiden kehittämiseen suunnittelijan näkökulmasta.

Arviointimenetelmästä riippumatta on pidettävä mielessä kaksi asiaa:

Ensinnäkin on olemassa lukemattomia tapoja ratkaista suunnitteluongelmia. Onnistuneen arvioinnin ytimessä on mahdollisten ratkaisujen toistaminen koko tuotesuunnitteluprosessin ajan. Tehtävä suoritetaan onnistuneesti, jos se perustuu yhtenäisiin kriteereihin ja selvästi asetettuihin tavoitteisiin.

Toiseksi, emme aina tarvitse yksityiskohtaisia kriteerejä tietääksemme, mitä hyvä muotoilu on - joskus vain tiedämme sen. Toisin sanoen suunnittelun arviointi ei aina perustu objektiivisiin kriteereihin. Arvioinnin ytimessä on pätevä suunnittelija, joka on vastuussa tehtävästä.

Si el diseño no es su área profesional, busque programas de estudio y expertos que puedan ayudarlo con conocimientos útiles e inclúyalos en su equipo.

Sin embargo, si también desea explorar esta área usted mismo, eche un vistazo a las Herramientas digitales:

- HB - P2 - S2 - INDUSTRIAL DESIGN – SŠOF - SI
- HB - P2 - S2 - Validating the Idea - DESIGN aspect – SŠOF – SI

TUOTANTO

Hyvästä ideasta ei ole hyötyä, jos sitä ei voida tuottaa tavalla, joka hyödyttää käyttäjää.

Nämä ovat siis tässä vaiheessa avainkysymyksiä: Voimmeko tuottaa tämän? Kuka voi tuottaa sen? Mitä materiaalia on parasta käyttää? ...

Jälleen - etsi tiimiisi jäsenet. Kuka voi auttaa sinua tässä? Opiskelijat ja opettajat puunjalostuksen, mekatroniikan, tietotekniikan alalta ...? Yrittäjät työmarkkinoilta? Kummatko heistä?

Uuden tuotteen markkinoille saattamisprosessi voi vaikuttaa pitkältä ja pelottavalta, ja se saattaa riittää estämään aloittamisen. Jakamalla prosessin 12 vaiheeseen, voit huomata, että hyvän idean muuttaminen lopputuotteeksi saattaa olla helpompaa kuin luulet.

12 vaihetta tuotekonseptista valmistukseen

Vaihe 1: Tuotekonsepti

Tässä vaiheessa alat muotoilla perusideaasi. Mieti, mitä haluat tuotteesi olevan, mikä on sen käyttötarkoitus ja kuka sitä käyttäisi. Luo piirroksia ja muistiinpanoja alkuperäisestä konseptistasi.

Vaihe 2: Tutki

Tässä vaiheessa on tutkittava kahta tärkeää asiaa: ensinnäkin kysyntä. Jos tuotteesi ratkaisee ongelman, etsivätkö monet ihmiset ratkaisua tiettyyn ongelmaan? Näetkö aukon, joka on epätoivoisesti täytettävä? Toiseksi, onko jo olemassa tuotteita, jotka ovat samankaltaisia kuin sinun omasi? Jos on, se ei välttämättä tarkoita, että ideasi ei menesty, mutta miten parannat jo saatavilla olevaa?

Vaihe 3: Tuotesuunnittelun kehittäminen

Tässä vaiheessa voit alkaa kehittää tuotesuunnitelmaasi. Sinun on otettava huomioon useita asioita:

- Sinulla on oltava vakaa käsitys tuotteesi toiminnasta.
- Mieti, kuinka vahva ja pitkäikäinen tuotteesi on.
- Kuinka luotettava tuote on?
- Mitkä ovat tuotteen valmistuskustannukset, ja onko sinulla mahdollisuus saada voittoa hinnalla, joka ei karkota ostajia?
- Mieti valmistuksen monimutkaisuutta ja ota huomioon, kuinka monesta osasta kukin yksikkö on valmistettu.
- Onko tuotteesi kertakäyttöinen vai pitkäikäinen?
- Mitä materiaaleja tuotantoon tarvitaan? Tämä voi vaatia lisätutkimuksia, joten salli se.

Vaihe 4: Lopputuotteen tutkimus ja kehitys

Muokkaa tuotetta tarvittaessa. Sisällytä mitat ja materiaalit, kehitä mallit korkeatasoiseksi ja sisällytä kaikki tärkeät yksityiskohdat. Jos tuotteesi koostuu useasta osasta, yritä pitää nämä minimissä, jotta valmistuskustannukset pysyvät alhaisina ja nopeuttavat kokoamista.

Vaihe 5: Tietokoneavusteinen suunnittelu

Tietokoneavusteinen suunnittelu. Tässä prosessissa käytetään 3D-renderointiohjelmistoa lopullisen tuotteen tietokonesuunnittelua varten. Tämä voi auttaa paljastamaan mahdollisia ongelmia, jotka eivät ole tulleet ilmi tuotesuunnitteluvaiheessa. Käytä tätä tilaisuutta hyväksesi ja palaa lopulliseen suunnitteluvaiheeseen ja käsittele mahdolliset ongelmat.

Vaihe 6: Tietokoneavusteinen valmistus

Tietokoneavusteinen valmistus. Tässä vaiheessa näet tuotteesi fyysisen prototyypin, jonka tietokoneohjattu järjestelmä on valmistanut.

Vaihe 7: Prototyypin testaus

Varmista, että testauksesi on perusteellista ja kriittistä. Älä pelkää olla rehellinen itsellesi kaikista tuotteesi ongelmista tai puutteista, koska ne voivat vain auttaa lopputuotettasi olemaan paras mahdollinen. Palaa tarvittaessa takaisin vaiheeseen 3 ja selvitä ongelmat.

Vaihe 8: Valmistus

Jos olet tehnyt prototyyppitestauksen löytämättä ongelmia, on aika valmistaa tuote. Tässä vaiheessa saat joutua tekemään lisää päätöksiä materiaaleista, eränumeroista ja itse valmistajasta. Mieti, mikä pitää kustannukset alhaisina pitäen kuitenkin laadun samanlaisena, jotta voit maksimoida voitot.

Vaihe 9: Kokoaminen

Tärkeät valinnat tässä vaiheessa voivat liittyä muihin materiaaleihin, kuten liimaan. Pidä kustannukset mielessä, mutta muista, että tehottomien materiaalien käyttö voi vaikuttaa negatiivisesti lopulliseen myyntiin. Älä anna huonon laadun pilata tässä vaiheessa.

Vaihe 10: Palaute ja testaus

Nyt kun tuotteesi on valmistettu ja koottu, voit jatkaa sen perusteellista testaamista. Tähän on olemassa monia tapoja. Voit pyytää perhettä ja ystäviä testaamaan, mutta varmista, että otat huomioon palautteen ja sallit vapaan ja rehellisen kritiikin. On järkevää jatkokehittää tuotetta tässä vaiheessa.

Vaihe 11: Tuotekehitys

Harkitse tuotekehitykseen palaamista, jos sinun on tehtävä merkittäviä parannuksia tai keskittyttävä odottamattomiin ongelmiin, vaikka tuotantoyhtiön olisi pitänyt jo huomata vakavat ongelmat. Älä välttele tuotteesi kehittämistä.

Vaihe 12: Lopputuote

Nyt kun olet onnistuneesti tehnyt tuotteesi konseptista kiillotettuun lopputuotteeseen, on aika kiinnittää huomiota markkinointiin ja käytännön puoleen saadaksesi tuotteen asiakkaiden käsiin. Mitä enemmän myyt, sitä enemmän sinulla on varaa suuremman erän valmistukseen, mikä tarkoittaa suurempaa voittoa ensi kerralla.

Kysymykset osoittavat, että alueet (markkinointi, suunnittelu, tuotanto) ovat kietoutuneet toisiinsa - jopa suunnittelusta ja tuotannosta löydämme asioita, jotka ovat pohjimmiltaan markkinointiin liittyviä.

On välttämätöntä, että ymmärrät nämä kolme käsitettä, kun tarkastelet tuotetta ja ymmärrät, miten ne liittyvät toisiinsa.

On tärkeää, että löydät ja käytät oikeita tietolähteitä, jotka täydentävät sinun omiasi, ja että saat uusia taitoja ja oivalluksia muiden kanssa työskennellessä.

Tiedätkö tämän tuotteen - Philippe Starckin sitruspuristin?

Kuinka luulet vastaavasi yllä oleviin kysymyksiin tämän tuotteen markkinoinnista, suunnittelusta ja tuotannosta?



Phillippe Starck: Jucy Salif sitruserin

AKTIVITEETIT

A. Ohjaajasi kanssa:

- Perusta oma ryhmäsi ja valmistelee suunnitelma muilta aloilta olevien potentiaalisten työtovereiden kanssa (sellaisten, jotka osaavat auttaa sinua kehittämään ideaasi omalla tietämyksellään) ja ota heihin yhteyttä (tarkastellakseen sinun ideaasi eri näkökulmista, he voivat myös osallistua tuotteen yhteen kehitysprosessin vaiheeseen (esimerkiksi prototyypin valmistukseen)
- Suunnittele yhteistyön aikajana ja määrittele yhteistyön tehtävät ja metodit, pidä aikajana ajan tasalla ja päivitä sitä tarvittaessa.
- Arvioi oppimisprosessi – kerro, mistä pidit erityisesti ja listaa parannusehdotukset – valmistelee saatujen tulosten perusteella mahdolliset parannusohjeet ja päivitä prosessi
- Tallenna ja muokkaa tuotteen luomisprosessista tehty video - se voi olla esimerkki hyvistä yrittäjyyden verkostoitumisen käytännöistä – siitä voi tulla jopa pitkäaikainen yhteistyö, verkostoituminen

OSA	2 – Markkinoille menestyvän tuotteen (yrityksen) kehittäminen
OTSIKKO	3 – Prototyyppien muotoilu (Idea muuttaminen teoksi)
SISÄLTÖ	■ Prototyyppin rooli ■ Prototyyppien luominen - digitaalinen, virtuaalinen, fyysinen ■ Resurssit - materiaalit ja välineet ■ Käyttäjättestaus ■ Varojen hankkiminen
LYHYT KUVAUS	Tässä osiossa oppija tutkii prototyyppin tarkoitusta ja resursseja, joita sen valmistamiseksi tarvitaan. Osana idean kehittämisprosessia on välttämätöntä todistaa, että tuote/palvelu toimii loppukäyttäjän tarpeiden mukaisesti. Prototyyppi on interaktiivinen malli, joka osoittaa tuotteen tai palvelun suorituskyvyn ennen sen valmistusta tai rakentamista. ■ Kehitä ja valmista prototyyppi ■ Valitse tuotantomateriaalit ja menetelmät prototyyppin rakentamiseen ■ Testaa ja arvioi prototyyppi (prototyyppit) ■ Noudata terveyst- ja turvallisuusohjeita Suunnittelu ja johtaminen Epävarmuuden, sekavuuden ja riskien sietäminen
AKTIVITEETIT	A. Tee 'alkuvaiheen' prototyyppi/prototyyppit ja arvioi. B. Tuota valmis 3D-malli ja visuaalinen ratkaisu. C. Osallistu työpajoihin
NET-ENT DIGITAALISET TYÖKALUT	
MUUT LINKIT	■ Kuinka suunnitella ja rakentaa keksinnöstäsi prototyyppi workshopissa - Osa 1, 31. tammikuuta 2017 https://www.youtube.com/watch?v=AwpqOx2q5Ko ■ Prototyyppin tekeminen: Osa 1 Nate Murphy/ 29. tammikuuta 2017 Idea – Business vlogi https://www.youtube.com/watch?v=cjb929ODMYA ■ Eri CNC-konetyyppejä selitetty – Datulab Tech/ 29. tammikuuta 2018 https://www.youtube.com/watch?v=0x_coeLC5Ps ■ Käyttöpääoman hankkiminen tuotteesi ja yrityksesi rahoittamiseen https://startupsventurecapital.com/getting-working-capital-to-fund-your-product-and-your-business-ef5bb14b69a3 ■ Valmistuskustannukset: 9 huomiota ennen ideasi siirtämistä prototyyppistä tuotantoon https://www.autodesk.com/redshift/manufacturing-costs-taking-your-idea-from-prototype-to-production/

	Lisätietoja Tapaustutkimuksia tuotteista, mallinnuksesta, materiaaleista, tekniikoista ja laitteista -Hallgrimsson, Bjarki (2012) Prototyping and Model Making for Product Design. Laurence King Publishing, London. Tapaustutkimuksia valmistustekniikoista, tuotantoprosesseista, teknologiasta ja kestävydestä -Lefteri, Chris (2012) Manufacturing Techniques for Product Design 2nd Ed. Laurence King Publishing, London. Design Museum educational resource - Williams, Gareth (2015) DESIGN an essential introduction. Goodman Fiehl Publishing, London. ■ Google Glass – nopea prototyypin luominen - Tom Chi https://www.youtube.com/watch?v=d5_h1VuwD6g&feature=youtu.be ■ Miksi suunnittelijoiden ei tulisi koskaan mennä kokoukseen ilman prototyyppiä https://slate.com/human-interest/2013/10/the-importance-of-prototyping-creative-confidence-by-tom-and-david-kelley.html ■ Arviointi tuotekehityksessä http://www.uiah.fi/projekti/metodi/13c.htm ■ Teollisuustuotteen kehittäminen http://www.uiah.fi/projekti/metodi/130.htm#tuotkeh
OPPIMIS-TULOKSET	■ Oppija suunnittelee ja hallinnoi markkinoilla menestyvän tuotteen luomisprosessia IDEASTA PROTOTYYPIKSI ja muokkaa sitä tarvittaessa. ■ Oppija pystyy kohtaamaan epävarmuuksia, epäselvyyksiä ja riskejä. Hän oppii hyväksymään epäonnistumisen oppimismahdollisuutena.

PROTOTYYPIN ROOLI

Monet suunnittelijat ja yritykset käyttävät prototyyppejä ja malleja testatakseen uusien mallien toimivuutta ja/tai saadakseen asiakaspalautetta uusista tuotteista. Näistä testeistä saatuja tietoja käytetään sitten prototyyppimallin muokkaamiseen tuotteen, suunnittelun tai palvelun parantamiseksi.

Prototyyppi on 'ensimmäinen tyyppiään'. Koesuunnittelu on suunnittelun toteuttamista fyysisessä muodossa ja välttämätön osa suunnitteluprosessia. Se ei ole linjaprosessi - se voi olla aikaa vievää, mutta erittäin arvokasta etenkin silloin, kun tarvitsemiasi tietoja ei voida kerätä muista lähteistä.

Viittaus osaan 2: Osa 1 – Idean luominen & kehitys - Design Thinking.

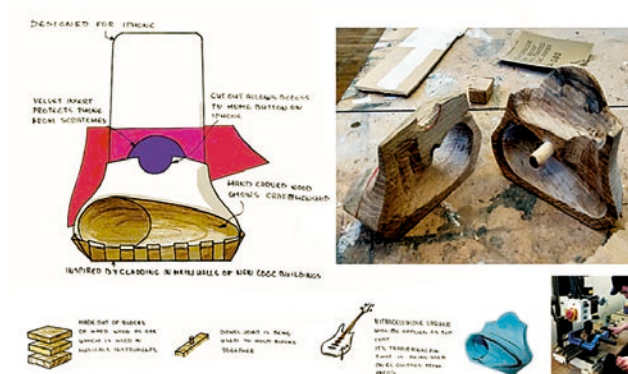
Vaihe 1 – tekeekö se sen, mitä olet suunnitellut sen tekvän?

- **Konseptin prototyyppin koevedos** – nämä on tehty ensisijaisesti selvittämään sitä, mitä tuote voisi tehdä käyttäjälle
- **Ulkonäön prototyyppi** - jäljittelee, miltä tuote näyttää ja miltä se tuntuu ja kuinka käyttäjä olisi vuorovaikutuksessa sen kanssa.



Vaihe 2 – prototyyppin parempi ratkaisu

- **Toiminnallinen prototyyppi** - auttaa vastaamaan teknisiin kysymyksiin siitä, miten tuote todella toimii. Se ei välttämättä näytä täsmälleen tuotteelta, ja jotkut komponentit voivat olla kuin "suoraan kaupan hyllyltä".
- **Tuotannon prototyyppi** - näyttää ja toimii kuin lopullinen tuote, vaikka se on voitu tehdä samankaltaisista, mutta halvemmista materiaaleista kustannustehokkaammin ennen valmistusta.



Vaihe 3 – tuotantoprosessin tuotteen laadun testaus.

- **Pilottiprototyyppi** - tämä on täsmälleen samanlainen kuin lopullinen tuote, ts. ensimmäinen valmistuserä. Sitä testataan itsenäisesti tuotesertifikaatin saamiseksi ja varmistetaan, että tuote on kauppaan käyvien maiden lakien mukainen.

PROTOTYYPIN LUOMINEN

Digitaalisen prototyypin luominen

Digitaalisen prototyypin avulla voit tutkia tuotteen konsepteja ennen sen rakentamista. Analysoinnissa ja simuloinnissa on mahdollista käyttää 3D CAD-ohjelmistoa. Tämä tekniikka antaa suunnittelijoille ja kehittäjille mahdollisuuden optimoida mallit, validoida ne ja visualisoida koko tuote, ennen kuin todellisia prototyypppejä tarvitaan.

Virtuaalisen prototyypin luominen

Virtuaalinen prototyyppien suunnittelu on ohjelma, joka toimii mallinnuksen, simuloinnin ja visualisoinnin avulla. Se toimii todellisuuteen perustuvan toiminnan ja suunnittelun avulla. Järjestelmä toimii myös hyvin CAD-ohjelmien ja muiden ohjelmien kanssa. Sovellus testaa tuotteita käytännössä fyysisesti. Digitaalista prototyypin rakentamista käytetään asioiden rakentamiseen. Virtuaalista prototyypin rakentamista käytetään animaation luomiseen. Kun sinulla on virtuaalinen prototyyppi, olet valmis rakentamaan fyysisen prototyypin.

Fyysiset prototyyppit

Yksinkertaisten mallien tekeminen suunnittelun kehitysvaiheissa on hyödyllistä, jotta voi tutkia tuotteen 3D-muotoa, joka on aiemmin tehty 2D-muotoon tai digitaalimuotoon. Nämä "heikkolaatuiset" prototyyppit voidaan valmistaa edullisista materiaaleista ja ovat nopea ja tehokas tapa kokeilla ja saada palautetta - ihmiset eivät pelkää kertoa mielipiteitään tässä varhaisessa vaiheessa.

Suunnitteluprosessin myöhemmissä vaiheissa, kun olet todennäköisesti luonut virtuaalisen prototyypin, tarvitaan tarkempi malli ideasi toteutettavuuden muuttamiseksi ja testaamiseksi. Se tarkoittaa, että 'korkealaatuisen' prototyypin valmistukseen on enemmän aikaa. Voit tehdä tämän itse tai voit ulkoistaa tuotannon, mutta se voi vaatia joitain taloudellisia investointeja.

Kun prototyypin tarkoitus on päätetty, seuraavaksi on harkittava, mitkä materiaalit ovat saatavilla, edullisia ja sopivia oikeanlaisen prototyypin valmistamiseen.

Jos sinulla on taitoa, voit rakentaa sen itse. Jos tarvitset apua, on olemassa erityyppisiä resursseja, joita voit käyttää saadaksesi tämä vaihe suoritettua. Yksi tapa on mennä ammattilaissuunnittelijalle. Yksi vaihtoehto on saada suunnittelija tai insinööri rakentamaan prototyyppisi. Jos olet rahapulassa, saatat joutua etsimään yleismiehen tai mainostaa asiaa teollisen suunnittelun korkeakoulussa. Kun ensimmäinen prototyyppisi on rakennettu, saatat löytää virheitä, jotka on korjattava ennen patentin hakemista. Saatat joutua rakentamaan useita prototyypppejä saadaksesi valmistettua hyvän. Tyypillisesti ensimmäiset prototyyppit on rakennettu halvemmista materiaaleista kuin myöhemmät versiot, että säästetään rahaa korjaamalla suunnitteluvirheitä. Kun parannat tuotettasi, voit tehdä prototyypin, joka muistuttaa todellista tuotetta, joka myydään kuluttajille.

RESURSSIT

Materiaalit

- Etsi materiaalit ja tavarat
- 'Valmis' laitteisto & ohjelmisto
- Paperi, kartonki ja styroksi
- Muovit - arkki, keppi, muovikortti, epoksihartsi jne.
- Metallit – tina, kupari jne. lanka, verkko jne.
- Muovailuvaha
- Lateksi- tai silikonimuotit
- Liimat – UHU, kaksipuolinen teippi, kuumaliimapysy, muovihitsaus & teipit.
- Vaahtomuovit & kaavauslauta
- Polymeeriliuoksen valu
- Puujohdannaiset - MDF-kuitulevy, kuituviilu jne.



Välineet

- Henkilökohtaiset suojavälineet – esim. silmäsuojus, pölymaski, kertakäyttöiset käsinneet
- Suunnittelu-, asettelu- ja mittausvälineet - teräsviivain, teräs suorakulma, Vernier-mittaharppi
- Leikkaustyökalut - skalpelli, Stanley-veitsi, pyöröleikkuri, terät ja leikkausmatto.
- Pienet käsityökalut - pihdit, saha jne.
- Peruskäsityökalut - viilat, raspit, hiekkapaperi
- Korjaamo-työkoneet
- Kuumalankahitsaus
- Tyhjiömuovaus
- CNC-ohjelmat ja ohjelmistot, esim.
 - Laserleikkuri
 - *3D tulostin
 - SolidWorks, Creo, Autodesk

***Nopea prototyypin luominen** on tekniikka, jota käytetään fyysisen osan tai kokoonpanon mallin valmistamiseksi nopeasti käyttämällä kolmiulotteista tietokoneavusteista suunnittelua (CAD). Osa tai kokoonpano rakennetaan yleensä 3D-tulostuksella tai "ainetta lisäävällä valmistustekniikalla".

Käyttäjättestaus

Suunnitteluprosessiin sisältyy jatkuvaa tutkimusta siitä, miten ihmiset ovat vuorovaikutuksessa uuden tuotteen, käyttöliittymän tai palvelun kanssa. Loppukäyttäjän on helpompi vastata ja antaa rakentavaa palautetta fyysisestä prototyypistä kuin piirustuksesta tai sanallisesta kuvauksesta.

Tuotteen jatkuvan suorituskyvyn testaamisen lisäksi olisi tehtävä myös markkinatestausta tuotteen kelpoisuuden tarkistamiseksi määrittelyillä markkinoilla ja asiakasryhmissä. Tämä auttaa tietämään etukäteen, hyväksyykö ja ostaako asiakas tämän tuotteen markkinoille tulon yhteydessä.

Viittaus osaan 2: Osa 2 – Idean/suunnitelman validointi - arviointi

Rahoituksen hankkiminen

Hyvä prototyyppi tuotteesta houkuttaa sijoittajia enemmän. Jos et voi rahoittaa sitä itse, voit joutua pyytämään rahoitusta ystäviltäsi ja perheeltäsi, mutta joudut ehkä ottaa yhteyttä ulkopuolisiin lähteisiin tehdäksesi tuotteesi tuotannosta todellista. Tähän on useita tapoja, voit myydä tuotettasi yrityksille, etsiä sijoittajia verkostojen kautta tai yrittää joukkorahoitusta.

- Itseohjautuvuus - omien taloudellisten resurssien, esimerkiksi säästöjen käyttäminen.
- Ystävät ja perhe
- Joukkorahoitus - GoFundMe, JustGiving, Kickstarter jne.
- Angel Investors - rahoittaa osaa liiketoiminnasta, kuten Dragon's Den
- Pankkilaina/riskipääoma

AKTIVITEETIT

A. Tee 'alkuvaiheen' prototyyppi/prototyypit ja arvioi.

Tee 'alkuvaiheen' prototyyppi - päättää ensin, minkä käyttäjäkokemuksen osan haluat testata. Rakenna prototyyppiä ja testaa loppukäyttäjien kanssa tai kokeile roolipeliä, kuinka voit käyttää tuotetta.

Lajittele ja analysoi palautetta. Käytä oppimaasi parantamaan tuotteen suunnittelua ja toimintaa.

B. Tuota valmis 3D-malli ja visuaalinen ratkaisu.

Luo valmis 3D-malli ja visuaalinen ratkaisu - vastauksena annettuun palautteeseen rakenna tuotteestasi prototyyppi käyttämällä sopivia materiaaleja ja laitteita.

Noudata hyviä työtapoja ja tehokasta työnkulkua prototyyppiä valmistettaessa.

C. Osallistu workshoppeihin

WORKSHOPIT

Tapaustutkimukset – esittele ja keskustele prototyyppien fyysisistä ja visuaalisista esimerkeistä –

- Tarkoitus
- Materiaalit
- Valmistustekniikat

Mallinvalmistus ja valmistustaidot

- Noudata terveys- ja turvallisuusohjeita studiossa ja workshoppeissa
- Noudata materiaalien, liimojen ja laitteiden turvallista käyttöä
- Noudata hyviä työtapoja (siivous, terveys- ja turvallisuusohjeet, jaetut tilat)
- Noudata työnkulkua (suunnittelu, valmistus, osien valmistus, kokoaminen)

OSA	2 – Markkinoille menestyvän tuotteen (yrityksen) kehittäminen
OTSIKKO	4 – Lopputuote
SISÄLTÖ	■ Ideasi myyminen
LYHYT KUVAUS	Selvitä, mikä myyntipuhe on ja kuinka teet voittoisan myyntipuheen. Suunnittele ideasi (tuote/palvelu) ja sen kilpailuetu vakuuttavasti ja varmasti. Kokemuksen kautta oppiminen
AKTIVITEETIT	A. Kirjoita 2 minuutin myyntipuhe
NET-ENT DIGITAALISET TYÖKALUT	
MUUT LINKIT	■ Kuinka myydä sijoittajille alle 2 minuutissa https://www.youtube.com/watch?v=q7BzmSBim7M ■ Hissipuheen tekeminen https://www.mindtools.com/pages/article/elevator-pitch.htm
OPPIMIS-TULOKSET	■ Oppija oppii kokemuksen kautta uusien tuotteiden kehittämisprosessista. ■ Ehdokas pystyy suunnittelemaan idean (tuote/palvelu) ja sen kilpailuedun vakuuttavasti ja varmasti.

LOPPUTUOTE

Edellisessä osiossa prototyypistä puhuttaessa mainittiinkin jo, että seuraavassa vaiheessa, kun prototyyppi on valmis, on löydettävä valmistaja ja harkittava vaihtoehtoja kehitetyn tuotteen valmistamiseksi. Tämä ei ole helppo tehtävä.

Mieti, kuka tekee jo samanlaista tuotetta markkinoilla ja voiko hän neuvoa sinua. Voivatko kouluohjelmien opettajat ja opiskelijat - puutyöläiset, mekatroniikan alalla työskentelevät, tietoteknikot - auttaa sinua tässä?

Massatuotanto ei todennäköisesti ole mahdollista opetuksen aikana. Voit kuitenkin miettiä sitä, oppia jo olemassa olevista mahdollisuuksista, suunnitella tulevaisuutta ja määritellä mahdollisia vaihtoehtoja. Ehkä voit tehdä ainakin pari tuotetta. Kokeile sitä.

Prototyypin tekeminen on jo valtava menestys. Nyt sinun on esiteltävä se hyvin ja oltava valmiina, kun mahdollisuus syntyy. Opettele, kuinka myydä tuote seuraavassa osiossa.

TUOTTEEN MYYMINEN

Kun olet keksinyt jännittävän idean (palvelun tai tuotteen suunnittelu ja tuottaminen), on tärkeää myydä tämä idea onnistuneesti muille. Joskus sinulla on vain muutama minuutti aikaa jakaa liiketoimintaideasi potentiaalisille sijoittajille tai pankinjohtajille.

Hissipuhe on tiivis ja huolellisesti suunniteltu kuvaus yrityksestäsi tai ideastasi ja se on helposti ja nopeasti ymmärrettävissä.

Rahoitusmaailmassa myyntipuhe tarkoittaa yrittäjän yritystä vakuuttaa pääomasijoittajat siitä, että liiketoimintaidea on sijoittamisen arvoinen. On kuitenkin todennäköisempää, että myyt ideaasi yhteistyökumppaneille tai asiakkaille.

Hissipuheessa pitäisi tulla ilmi, miksi tuotteeseesi, ideaasi tai projektiisi kannattaa investoida kertomalla ominaisuuksista, eduista ja kustannussäästöistä

Myyntipuheen tulisi olla mielenkiintoinen, ikimuistoinen ja tiivis. Sen on myös selitettävä, mikä tekee sinusta - tai organisaatiostasi, tuotteestasi tai ideastasi - ainutlaatuisen.

Lähde: **Investopedia**

ALKU	KESKIVAIHE	LOPPU
Mieti, kuinka kiinnität huomion Sinun on saatava ihmiset koukkuun Minkä ongelman tai tarpeen sinä/tuotteesi tai palvelusi ratkaisee? ■ Voit kertoa tarinan ■ Kerro jotain, joka auttaa ihmisiä ymmärtämään, mitä teet	Mieti vastauksia näihin kysymyksiin: ■ Mikä tuotteesi tai palvelusi on ■ Kuka on kohdeyleisösi? ■ Kuinka teet rahaa? ■ Kuka on yrityksesi takana? ■ Ketkä ovat kilpailijoitasi? (- kerro <i>miksi olet parempi kuin...</i>) ■ Mitkä ovat hyötyjäsi?	KYSY itseltäsi /kerro Mitä haluat yleisösi sinun tekävän (käyntikortin antaminen, tapaamisen sopiminen, myyntikojulla vierailu, mainoslehtisten tekeminen jne.) <i>'Lopuksi haluaisin sinun mieltävän':</i> (lopeta jollakin, jonka haluat heidän muistavan)

AKTIVITEETTI

A. KIRJOITA KAHDEN MINUUTIN MYyntIPUHE

- Harjoittele (ja harjoittele) myyntipuhettasi, jotta osaat sen spontaanisti ja luontevasti
Kun myyntipuheesi on valmis, opettele se ulkoa. Ota video tai tallenna puhe kännykkääsi. Kuuntele se, nauhoita parempi versio, kuuntele se monta kertaa... Voit harjoitella sitä peilin edessä tai ystäväiesi kanssa, jotka antavat sinulle palautetta.
- Kun on myyntipuheesi aika, osaat kertoa sen luontevasti ja spontaanisti.

Lisätietoja:

- Kuinka myydä sijoittajille alle kahdessa minuutissa
<https://www.youtube.com/watch?v=q7BzmSBim7M>
- Hissipuheen tekeminen
<https://www.mindtools.com/pages/article/elevator-pitch.htm>



Digital Tools:

- 10 HB - P1 - S4 - Creativity Background, Definitions and Models – SŠOF – SI
http://www2.arnes.si/~projekt-net-ent/10_HB_P1_S4_Creativity_Background_Definitions_and_Models_SŠOF_SI.pdf
- 11 HB - P2 - S1 - CREATIVE PROCESS - 11 PHASES – SŠOF - SI
http://www2.arnes.si/~projekt-net-ent/11_HB_P2_S1_CREATIVE_PROCESS_11_PHASES_SŠOF_SI.pdf
- 12 HB - P2 - S1 - Design Process – Graphic presentation 1 – SŠOF – SI
http://www2.arnes.si/~projekt-net-ent/12_HB_P2_S1_Design_Process_Graphic_presentation_1_SŠOF_SI.pdf
- 13 HB - P2 - S1 - Design Process – Graphic presentation 2 – SŠOF – SI
http://www2.arnes.si/~projekt-net-ent/13_HB_P2_S1_Design_Process_Graphic_presentation_2_SŠOF_SI.pdf
- 14 HB - P2 - S2 - INDUSTRIAL DESIGN – SŠOF – SI
http://www2.arnes.si/~projekt-net-ent/14_HB_P2_S2_INDUSTRIAL_DESIGN_SŠOF_SI.pdf
- 15 HB - P2 - S2 - Validating the Idea - DESIGN aspect – SŠOF – SI
http://www2.arnes.si/~projekt-net-ent/15_HB_P2_S2_Validating_the_Idea_DESIGN_ASPECT_SŠOF_SI.pdf
- 19 HB - P1 - S2 - ACTIVITY A - Explore Your Values – TXORIERRI - ES
http://www2.arnes.si/~projekt-net-ent/19_HB_P1_S2_ACTIVITY_A_Explore_Your_Values_TXORIERRI_ES.pdf
- 20 HB - P2 - S2 - Validating the Idea - MARKETING Aspect – TXORIERRI - ES
http://www2.arnes.si/~projekt-net-ent/20_HB_P2_S2_Validating_the_Idea_MARKETING_Aspect_TXORIERRI_ES.pdf

