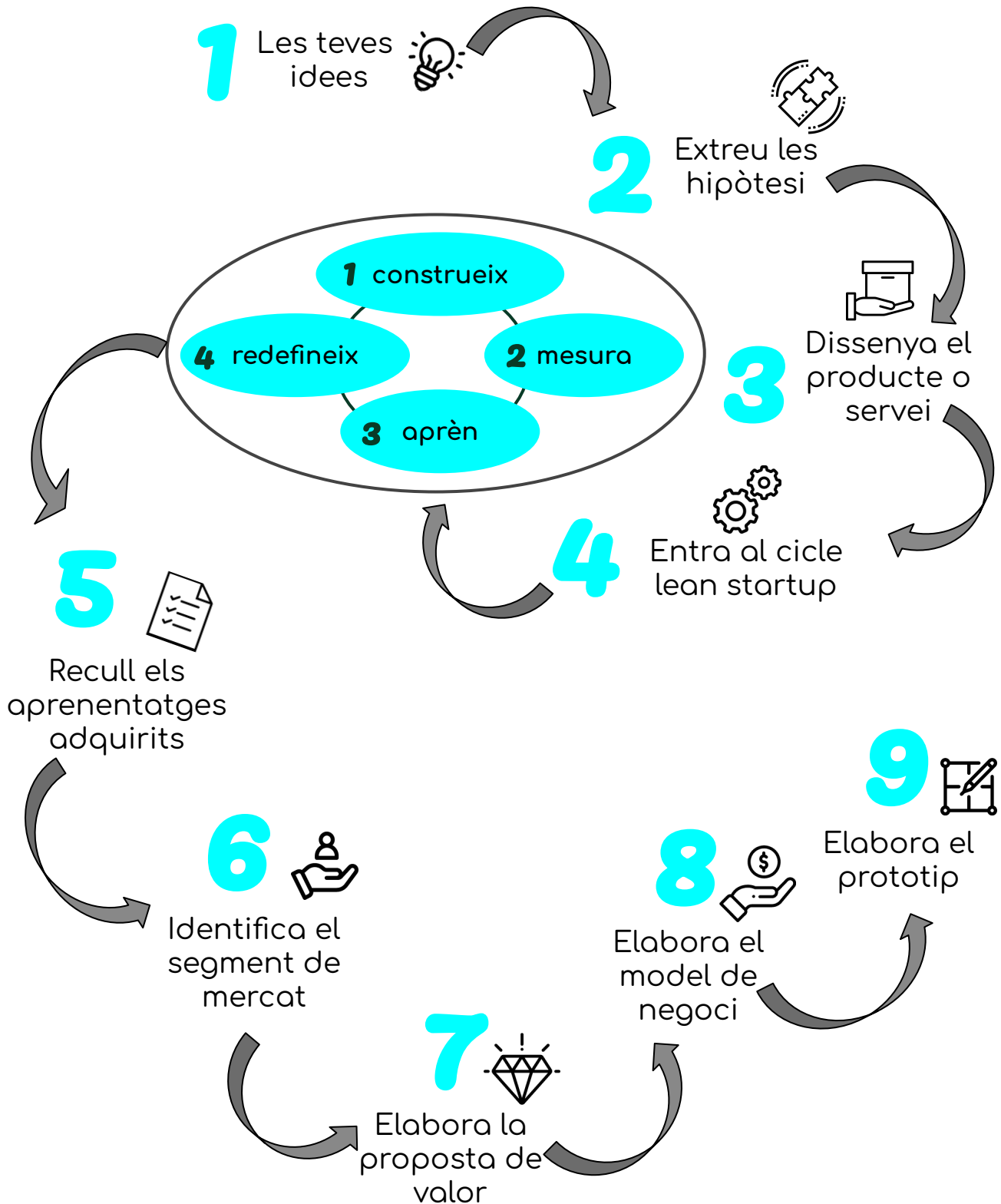


Guia ràpida pel desenvolupament de projectes emprenedors





SOM-HI!

Fase 1

Kick off

Anàlisi del repte i detecció d'oportunitats

1

Anàlisi del repte

- ★ Investigació primària: Informació obtinguda a través de fons originals: Enquestes, entrevistes, comentaris, qüestionaris, etc:
- ★ Investigació secundària: Informació i dades recollides per altres fonts:
 - Publicacions industrials i comercials
 - Xarxes socials i llocs web
- ★ Recopilar, analitzar i actuar sobre la informació obtinguda

Generació d'idees

- ★ Tècniques de creativitat que t'ajudaran a generar idees:

Brainstorming: 1. Pluja d'idees - 2. Anàlisi - 3. Prioritzar

Preguntar: Què, per a què, com, quan, amb què?

Scamper: Substituir; combinar; adaptar; modificar, eliminar

De la idea a l'oportunitat

- ★ Perquè la teva idea sigui una oportunitat de negoci ha de:

Satisfer una necessitat de mercat

Tenir una demanda suficient

Ser tècnicament viable

Ser econòmicament viable

Suposar un avantatge competitiu

- ★ Per què creus que la idea que aportes pot ser una oportunitat de negoci?



01 _ EINA: Les meves idees



SOM-HI!

Prioritza les solucions aportades

- ★ Quina d'aquestes solucions creus que aplica a més persones?
- ★ Per quina d'aquestes solucions les persones estarien disposades a pagar-te més?
- ★ Quina de les solucions creus que aporta més valor a les persones?

 02_ EINA: Taula prioritització



Taller a l'aula:
Creativitat i innovació per resoldre reptes

Fase 2

 Descobriment

Hipòtesi

2

Transforma la solució en hipòtesi

- ★ Formula la hipòtesi.
- ★ La hipòtesi ha de ser clara, verificable, objectiva i comprovable
- ★ Pregunta't:

A qui estem intentant vendre?

Per a qui és un problema o necessitat?

Per què les solucions actuals no funcionen?

Per què t'haurien de pagar per aquest producte o servei?

Per què la teva idea la resol?

Quin cost tindria?

 03 _ EINA: Definició de la hipòtesi



SOM-HI!

Validar la hipòtesi

- ★ Valida que tingui sentit la hipòtesi plantejada. L'objectiu és validar la teva idea amb possibles clients però sobretot per descobrir altres necessitats reals i per poder-los conèixer millor. Hem de plantejar qüestions entorn de la necessitat o problemàtica que volem resoldre amb el nostre producte o servei sense parlar directament de la nostra idea, i així, poder-la validar indirectament.

 04_EINA: Entrevistes de descobriment

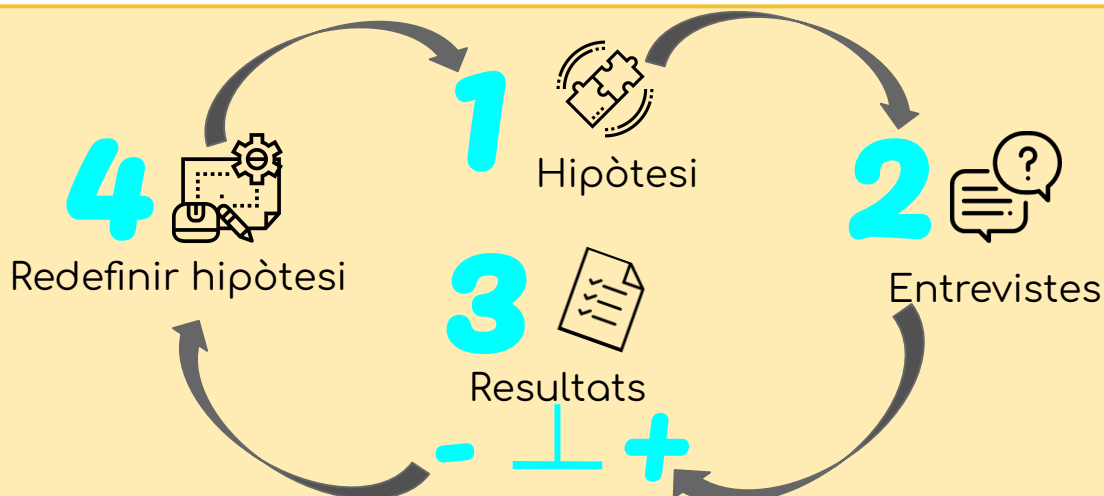
Mesurar resultats

- ★ Decideix quins han de ser els resultats de les enquestes perquè la hipòtesi sigui bona. Validar la hipòtesi et facilitarà la presa de decisions i la implementació de millores.

 05_EINA: Sintetitza els resultats

Aprentatge obtingut

- ★ Recull tots els aprenentatges obtinguts i fes les modificacions oportunes al teu producte o servei.





SOM-HI!

Fase 3



Proposta de valor

Segment de mercat i proposta de valor

3

Segment del mercat i identificació del client

- ★ Identifica i caracteritza el teu client objectiu: gènere, edat, treball, nivell d'ingressos, nivell educatiu, estil de vida, valors, etc.
- ★ Identifica el teu mercat, definint quins són els teus clients i quants n'has de tenir perquè el teu negoci funcioni.

 06 _ EINA: Identifiquem el client

 07 _ EINA: Segment del mercat

Proposta de valor

- ★ La proposta de valor és l'expressió concreta del conjunt de beneficis que rebran els clients als quals es dirigeix el teu producte o servei.
- ★ Construïm la proposta de valor:



observe

En aquesta primera fase, has d'observar com es comporta aquest client i preguntar segons l'eina facilitada.



design

D'acord amb la informació obtinguda durant la fase d'observació, et toca dissenyar la teva proposta de valor!

 Construïm la proposta de valor

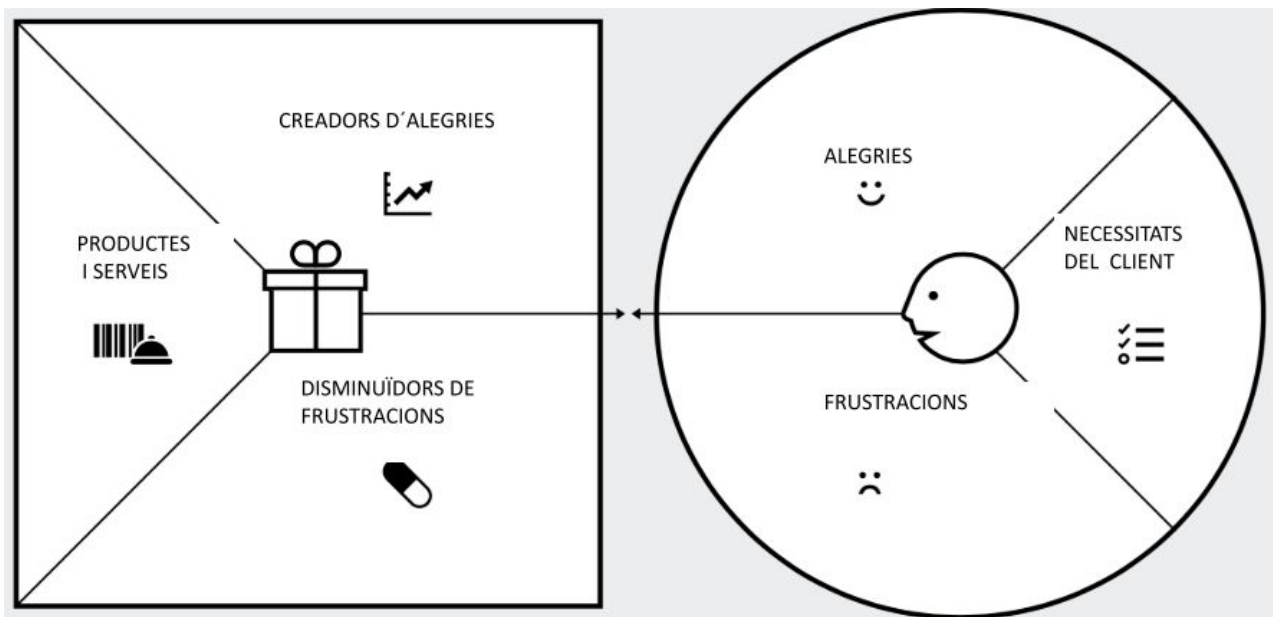
 08 _ EINA: Construïm la proposta de valor



SOM-HI!

3

- ★ Factors que ens ajudaran a definir la proposta de valor: Preu, novetat, qualitat, conveniència, estatus/marca, funcionalitat, reducció de riscos, reducció de costos, disseny i customització.



El nostre (producte / servei) ajuda a (segment de mercat) que volen (necessitats del client) de manera que els hi genera (alegries i disminucions de frustracions) a diferència de (altres propostes)



Taller a l'aula:
Re-hipòtesi, segment d'usuaris i proposta de valor



SOM-HI!

Fase 4



Model de negoci

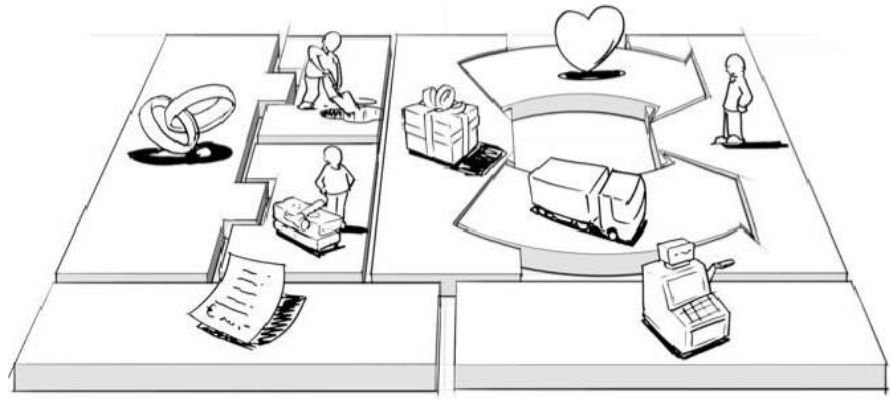
El model de negoci i la seva viabilitat

4

Construeix un model de negoci amb el mètode Canvas

- ★ El model de negoci permet connectar els diferents elements estratègics de l'empresa i visualitzar com encaixen uns amb els altres.

Alexander Osterwalder, 2010



Construïm el model de negoci



09_ EINA: Mètode Canvas



Taller a l'aula:
Model de negoci i prototip

Fase 5



Prototipar

Construcció del prototip

5

Construcció del prototip

- ★ Dissenya alguna cosa que simuli, representi i permeti als usuaris interactuar, experimentar, analitzar i utilitzar la teva idea

Valida el prototip

- ★ Presenta la teva idea als futurs clients i valida la hipòtesi.



10_ EINA: Validació del prototip



SOM-HI!

Fase 6



Comunicar

El discurs de l'emprenedor

6

Discurs de l'emprenedor

- ★ Identifica les necessitats i desitjos dels teus clients per tal d'identificar els components emocionals que t'ajudaran a connectar millor amb els teus clients i satisfer-los.
- ★ Utilitzar components emocionals: El discurs ha de destacar les fortaleses del teu producte o servei i fonamentar-se en els desitjos i les preocupacions dels clients.
- ★ El missatge ha de ser clar, ha de destacar els beneficis, els atributs diferenciadors i hem de ser breus.



11_ EINA: Elevator Pitch

Presenta el teu projecte als Premis Educaemprèn Osona



Inscripció als premis d'emprenedoria EDUCAEMPRÈN OSONA
Fins al 31 de maig del 2022



Jornada Premis d'emprenedoria Educaemprèn Osona
17 de juny de 2022