

Praktiline ettevõtluskuu



Euroopa Liit
Euroopa Sotsiaalfond



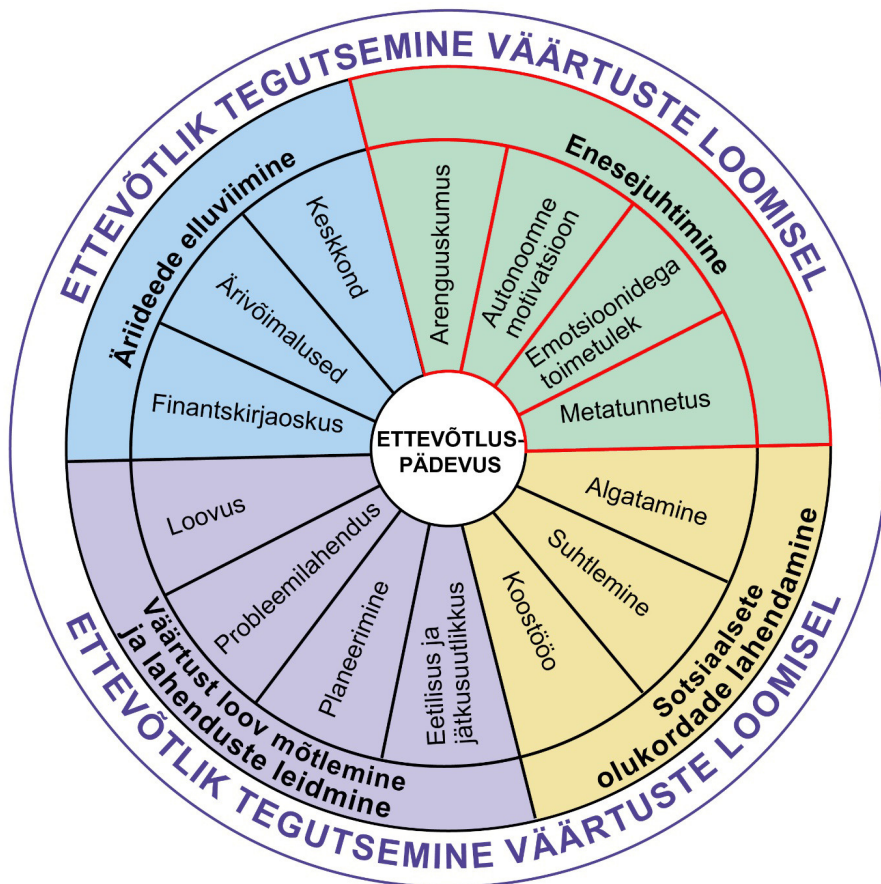
Eesti
tuleviku heaks

ÕPPEMATERJALI 6. OSA

Praktiline ettevõtluskuu

ÕPPEMATERJALI 6. OSA

Kolmanda koolitusnädala õppematerjalid käsitlevad enesevaatluse ja isikliku arengu teemasid ning toetavad spetsialiseerumist ja lahenduste leidmist. Praktilised tegevused toetavad emotsioonidega toimetulekut, koostööd, suhtlemist ning motiveerivad.



“Veidral moel aga on need inimesed, kes vaeva näevad kõige sagedamini need, kes saavad kõige edukamateks” Paul Arden maailma suurimate menukite autor

ÕPPEMATERJAL juhendajale

VI OSA

Kuuendal koolituspäeval toimuvad workshop´id, esitlused ning müügi- ja tootementorlus. Saame teada, mis on pitch ehk "liftikõne" - teoorias ja praktikas.

1. tund- Liftipitch ja pitch

Kordamine ja kohaletuleku harjutus (15 min)

Eesmärk: Osaleja oskab kirjeldada iseenda tugevaid ja nõrku külgi, vastavalt soovitud tööle ja tööturu võimalustele.

Abivahendid: Puuduvad

Ülevaade: Meenutatakse eelmisel tunnil omandatud teadmisi enda kohta

Protseduur:



Juhendaja juhatab: "Paariks loe!"

"Ühed" tulevad paremale ja "kahed" vasakule.

1. rivi mängib iseennast.



2. rivis seisjad valivad endale rolli, olles keegi maailma või Eesti edukas ettevõtja. Leidke endale vestluspartner teisest rivist.

Juhendaja: "Kohtute, võimalik, et oma tulevase tööandjaga, juhuslikult liftis. Sul on aega 15 sekundit, et end tutvustada ja saada tasuv töö suveks. Tee seda! Aega 5 minutit."

Vahetame nüüd rolle. Töölepürgijad on nüüd tuntud ettevõtja. Tegevus kordub.



Näiteks: Transferwise - Eesti ühe edukaima idufirma looja Kristo Käärman - poisid või Reet Aus, Eesti edukaim taaskasutuspõhimõtetel loov moedisainer - tüdrukud.

Juhendaja palub osalejatel istuda ja teeb kokkuvõtted.




Kas tuli välja midagi sellist?



https://www.youtube.com/watch?v=Lb0Yz_5ZYzI
Näitau 30 sec video algust ja ebaõnnestunud katsetusi

- Tagasiside osalejatelt.
- Kuidas oli end esimest korda kellelegi pitchida?
- Kuidas oli endast rääkida ja oma positiivseid omadusi leida?

 **Mis on Liftipitch? Mis te arvate või olete kuulnud? (30 min)**

Pitch ehk liftimüük on lühike ja lõõv, huvitekitav jutuke, endast või oma ettevõttest.



Eesmärk: Õppida loovalt mõtlema ja end huvitavalt esitlema. Arendada suhtlemisoskuseid, esinemisjulgust ja ettevõtlikku olekut.

Ülevaade: Juhendaja räägib liftikõnest. Meeskonnad istuvad taas kokku ja teevad grupis tööd. Nad kasutavad eelmise tunni kirja pandud argumente, et moodustada oma tootele 15 sekundi pikkune liftikõne.



Istume selliselt, et eelmisel korral moodustatud meeskonnad oleksid koos. Algab workshop, mille käigus valmib igas meeskonnas oma toodet promov liftipitch.



„Liftimüügi pitch” esitus on lühike, 15–25 sekundit. Liftipitchi jaoks ei kasutata abivahendeid ega lisaseadmeid. **See on sorav, huvi tekitav ja veenev põhjendus**, mille tulemusel peaks võimalikul kliendil tekkima huvi. Liftikõne peab olema suupärane ja tulema nn. une pealt!

Nõuanded hea liftimüügi pitchi kohta. Sul on aega 15-15 sekundit!

1. Mõttele läbi toote omadused, vaata mis te eelnevalt kirja panite ja **leia suurim probleem, mida lahendate.**
2. **Sõnasta probleem ning liida see ka looja oma meeskonna looga huvitavalt, veenvalt ja tõepäraselt.**
3. Kirjuta esitluse laused üles. Sõnum peab olema lühike, st. kuni lift sõidab.
4. Harjuta, kuni esitus tuleb sul sujuvalt ja hästi välja – nii, et suudaksid need üksikud löövad laused **ette kanda une pealt.**



Näiteks: "Kas mäletad, et koolides on vaid sirged pingid. Kujutad ette, kui raske on sõpradega sirgel pingil vestlust arendada. Meie startup CummiC, kus olen mina ja veel 2 aktiivset poissi, mõtles välja lahenduse, kuidas see probleem koolides lahendada. Meie CummiC'ud sobivad nii sise- kui ka välistingimustesse, maale bussipeatustesse, RMK platsidele jne. On tuhandeid kohti, kus pole kuhugi istuda. Tahaksite sellest ärist osa saada?"

Miks seda tutvustust nimetatakse just "liftikõneks"?



Seda nimetatakse liftikõneks, seepärast, et võid juhtuda juhuslikult ja lühikeseks ajaks kokku mõne potentsiaalse suurkliendi või investoriga. Ole alati valmis juttu alustama ning haara igast võimalusest, et oma äriideed potentsiaalsele kliendile või investorile tutvustada – kas liftis, poesabas, bussis, lennukis jne.

Mõelge ja arutlege oma meeskonnas, milline võiks olla teie toote liftipitch?



Grupitöö: oma meeskonna liftipitchi koostamine. Liftipitchid tulevad ettekandele järgmise tunni algul!

Vahetund!

ÕPPEMATERJAL juhendajale

VI OSA

2. tund - (45min)

 **Kuulame nüüd ära eelmisel tunnil ettevalmistatud liftipitchid! (5 min)**

Igale meeskonnale aega 15-20 sekundit!

Eesmärk: loovuse, esinemisoskuse ja meisterlikkuse arendamine

Abivahendid: puuduvad

Ülevaade: Iga meeskonna üks liige esitab klassi eest liftipitchi.

Juhendaja tänab ja kiidab konkreetseid õnnestumisi liftikõne esitamisel.



Näiteks: särav esitus! Põnev ülesehitus! Omapärane lähenemine! Julge pealehakkamine, aga läks pisut pikaks! jne

Lisaks liftipitchile on pitchist ka veidi pikem versioon. 1 minuti pitch!
Pitchitakse tavaliselt klientide leidmiseks või investorite kaasamiseks
Kes on investor?



Investor on iga isik või organisatsioon, kes paigutab raha, ootuses teenida sellelt kasumit ja kasvatada enda vara. Sina viid äriidee ellu investori rahaga ja pärast jaotate teenitud kasumit vastavalt kokkuleppele. Kui ettevõtte ei õnnestu, siis võib investor oma raha kaotada. *Allikas: Wikipedia: <https://et.wikipedia.org/wiki/Investor>*



Nõuanded hea 1 minuti pitchi loomiseks (10min)

Valmista oma pitch järgmise kava alusel:

1. Kes on su klient ja tema lahendamist vajava probleemi kirjeldus - 20 sekundit.
2. Kirjeldus, kuidas su toode või teenus lahendab kõnealuse probleemi või kasutab ära olemasoleva võimaluse - 20 sekundit.
3. Enda ja meeskonna tausta ning seniste saavutuste väljatoomine - 10 sekundit.
4. Turu kirjeldus ja suurus. Sihtrühma, ehk kes seda ostma hakkab, tutvustamine - 10 sekundit.



Siinkohal võib ette lugeda eestikeelse näidispitchi või vaadata Sandri pitchi (inglise keeles)



Õpilastel pole koolis kohta, kus mõnusalt mugavalt istuda, meeskonnatööd teha või lihtsalt juttu ajada. Kõik pingid on kõvad ja sirged ning pole sugugi meeldiv, ilma inimest nägemata, temaga rääkida või grupitööd teha. Meie startup CUMMIC, mõtles välja taaskasutusel põhineva lahenduse, kus suurtest kulunud mustri- veoauto kummidest toodetakse mugavad ümara joonega grupitöökohad koolinoortele. Need sobivad nii kooli sisse- kui välitingimustesse, bussipeatustesse, parkidesse, mänguväljakutele jne. CummiC ei koorma keskkonda, vastupidi- ta annab kasutatud tootele uue elu! CummiCusse kuulub kolm tugevat ja ettevõtlikku koolipoissi ning 1 aktiivne müügi-tüdruk, kes on alustanud juba läbirääkimisi neljateistkümne kooliga Eestis, sinna CummiCute paigaldamise teemal. Kümme kooli on juba oma CummiCud kätte saanud. Eestis on umbes 350 põhikooli ja ligi 60 gümnaasiumi. Seega, tööpõld on lai ning ettevõtte on loomisest alates, iga järgneva kuu jooksul, kasvanud käibelt lausa 5 korda. Tellimused ootavad ja meeskond ootab - tahad sa selle ettevõtte edust osa saada?



Sander 16.a. pitchib oma kotti 7:46. Eesti poiss!

<https://m.postimees.ee/video/6378577?articleId=4335047§ionId=2413>

Analüüsime nüüd grupis seda pitchi.

- Mis sulle meelde jäi?
- Millist probleemi lahendati?

Äri eduks kaks tähtsamat asja on - turuvõimaluse olemasolu ning meeskond, kes suudab selle võimaluse ära kasutada. Üks investorite põhireegel kõlab nii: "Panusta ratsanikule, mitte hobusele." Kliendile pakutavate hüvede kõrval tuleb näidata ka seda, kuidas kavatsetakse raha teenida. Kas sina investeeriks sellesse start-uppi?

Ja nüüd alustavad meeskonnad oma pikema, ehk siis 1 minuti pitchi kokkupanekut (10min)

- Toote infoga aitab meeskonda toote looja. Loo kokkupanekul teeb meeskond koostööd. Toote pitchi esitleb esitleb 1 meeskonna liige
- Aega pitchi loomiseks on 10 minutit, seejärel esitleb iga meeskond oma pitchi.
- Pitchi aeg on 1 minut!
- Juhendaja abistab osalejaid meeskondi ja soovib neil jälgida töölehel olevat struktuuri.



Veel üks näide, kui juhendaja soovib pitchi valmistamise näidet struktureeritult kasutada!

Pitchi tegemiseks on niisiis väga lühidalt kokku võttes oluline:

1. Kes on su klient ehk kelle poole sa pöördud!



Hei pikajuukselised kaunitarid!

2. Millise muutuse toob teie loodud toode kliendi ellu?



Teie kaunid juuksed on pilgupüüdjad ent mõnikord on vajalik seda ilu ohjeldada.

3. Oluline, et tuleb välja VALU, valu mida te lahendama hakkate. Ehk miks on toodet vaja?



Teie kaunid juuksed on pilgupüüdjad ent mõnikord on vajalik seda ilu ohjeldada.

4. Järgmiseks kirjeldad oma toote unikaalsust. Konkurendi mahategemine pole lubatud!



Lahenduseks on end kiilaks ajada, rätikut peas kanda või mitte süüa valmistada... ohhh ei! Ärge loobuge kaunitarid. Meie lahendame selle probleemi - Noobel juuksenõel aitab sul seda ilu ohjeldada!

Müügimeeskondade pitch (20min)

Eesmärk: Osaleja hakkab tajuma ettevõtlikkust ja julget pealehakkamist isikliku karjäärivõimalusena. Edendada hoiakuid nagu: algatusvõime, meisterlikkus, süsteemsus, suhtlemine, koostöö.

Abivahendid: paberlipikud esinemisjärjekorra numbritega.

Ülevaade: Valminud on 1 minuti pitch, mida esitatakse kogu auditoriumi ees. Esinemise järjekord võetakse loosiga.

Protseduur: Juhendaja teeb enne pitchimise algust kokkulepped ja juhatab sisse pitchimise osa.

Kokkulepped:

1. See ei ole võistlus! Pitchitakse iga meeskonna poolt, oma toote ja meeskonna eest.
2. Lepime kokku, et iga esineja annab endast parima.
3. Esineja ei võta kommentaare toote osas isiklikult.
4. Toetame ja tunnustame igat esinejat aplausiga.

Tagasiside ringi teeme lõpus, seega palun panna kõik kommentaarid esialgu kirja. Küsimusi esinejale võib esitada kohe peale pitchi?



Loositakse esinemise järjekord.

Nõuanded juhendajale: Palun jäta tunni lõppu mõned minutid varuaega kokkuvõtete tegemiseks! Iga pitchi lõpus tehakse ühiselt aplaus. Soovitame teha endale kirjalikult märkmeid.



Lõpuringis tunnustab juhendaja detaile, mis eriti hästi õnnestusid ning panuse eest kogu meeskonda!

Lõpuring ja arutelu grupis tasuks puudutada ka neid teemasid:

- Kuidas oli esindada meeskonda?
- Kuidas saad oma emotsioonidega hakkama?
- Mida teha, kui tuleb suur ärevus?



Peata hetkeks hingamine. Joo pisut vett. Hinga rahulikult ja sügavalt.



Videomaterjal, mida sobib samuti inspiratsiooniks näidata:

Pitchi kool ehk siis pitchimise võistluse võitja

<https://www.youtube.com/watch?v=i6O98o2FRHw>



Juhendaja annab infot järgmise nädala tegevuste kohta. Kui kellegi on vaja viimistleda veel oma toodet, siis tehke see kodus lõpuni.

Võtke järgmine kord kaasa päris valmis asi - ees ootab tootefotode tegemine!

Linke ja lisalugemist juhendajale:



Jack's Stand Pitch - Shark Tank 10-aastane poiss pitchib telesaates Shark Tank investorilete oma ettevõtet, mis aitab teisi noori, kes tahaksid ettevõtjaks hakata.

Kaasas on poisi isa, kes töötab tema heaks (1:35)

<https://www.youtube.com/watch?v=i7jX9SR0bfw>

The Drip Drop - Shark Tank Kaks poissi samas saates müüvad söödavaid jäätise-rõngaid, et sulav jäätis riideid ei määriks

<https://www.youtube.com/watch?v=y5nmwuu6RX0>

Veel toredaid näiteid noortest ettevõtjatest sellest saatest -

https://www.youtube.com/watch?v=_XKXe41X-Pc

Kuidas võita tähelepanu?

How to Start Your Presentation: 4 Step Formula for a Killer Intro

<https://www.youtube.com/watch?v=aGEFtRwPhE4>

Lieske, Hollandi naiskunstnik tutvustab end kunstihuvilistele (u 1 minut):

<https://www.youtube.com/watch?v=jODadUmtV6k>

Message Map: How To Pitch Anything In 15 Seconds | Forbes (4:30)

<https://www.youtube.com/watch?v=phyU2BThK4Q>

Siin head näited elust, et 1 äraütlemine pitchimisel, ei tähenda veel, et su tootel pole tulevikku: <https://www.youtube.com/watch?v=Rm-oeV2KWaY>

Pitchi kool ehk siis pitchimise võistluse võitja

<https://www.youtube.com/watch?v=i6O98o2FRHw>



Selles artiklis räägitakse avalikust esinemisest ja esinemise hirmust ning sellega hakkama saamisest

http://stud.sisekaitse.ee/teppan/Esinemine/esinemishirmu_phjused.html