

PROGRAM PORADY GRUPOWEJ
(bank programów)

Nazwa i zakres zajęć	<i>Coaching przedsiębiorczości drogą do sukcesu. Kompleksowe przygotowanie do założenia i prowadzenia własnej działalności gospodarczej w oparciu o fińską metodę TOY-model. Entrepreneurship-based Learning</i>
Czas trwania i sposób organizacji zajęć	7 dni (35 godz.), zajęcia warsztatowe (ćwiczenia – praca w zespołach i indywidualnie, wykład, prezentacja, dialog, praca w parach, burza mózgów, metoda ćwiczeń praktycznych; coaching)
Wymagania wstępne uczestników zajęć	<p>Osoby powyżej 18 roku życia, planujące założyć własną działalność gospodarczą. Przed rozpoczęciem warsztatów potencjalni uczestnicy są zobowiązani do uczestniczenia w indywidualnej sesji doradczej dotyczącej ich obecnej sytuacji, umiejętności, kompetencji, doświadczenia zawodowego, oczekiwań. Materiały do indywidualnej sesji coachingu z uczestnikiem:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Analiza SWOT pod kątem przedsiębiorczości2. Piramida moich kompetencji przedsiębiorczych
Cele zajęć	<p><i>Uczestnik zajęć dowie się:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- jak pozyskać klienta, w jaki sposób do niego dotrzeć- jak nawiązywać i podtrzymywać relacje biznesowe- jak rozpoznać potrzeby klienta- co to jest marketing i jak go dostosować do potencjalnych klientów- jak przeprowadzić komercjalizację produktu/usługi- jak wyznaczać i realizować cele w swojej działalności gospodarczej- jak zarządzać sobą w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej- jak budować sieć kontaktów podczas prowadzenia firmy- jak określić kluczowych partnerów dla własnej firmy- jak zaprezentować swoją ofertę handlową <p><i>Uczestnik zajęć będzie potrafił:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- dokonać komercjalizacji produktu/usługi- zaprezentować swoją ofertę handlową- zarządzać sobą w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej- wyznaczać i realizować cele własnej firmy- pozyskać i utrzymać kluczowych dla firmy partnerów- zbudować sieć kontaktów wokół własnej działalności gospodarczej

	<ul style="list-style-type: none">- wybrać i zastosować odpowiednie dla swojej działalności gospodarczej strategie marketingowe- rozpoznać potrzeby klienta i odpowiednio na nie zareagować- nawiązać kontakt z klientem i go utrzymać- przygotować elevator speech- dokonać prezentacji i autoprezentacji <p>Uczestnik zajęć nabędzie kompetencje społeczne z zakresu kształtowania postawy przedsiębiorczej, nawiązywania i podtrzymywania kontaktów społecznych, wyznaczania i realizacji celów, zarządzania sobą, komunikacji z innymi, aktywnego słuchania, prezentowania, współpracy w zespole, empatii, poznawania perspektywy i potrzeb innych.</p>	
Liczba godzin	35 godzin (7 sesji po 5 godz./sesja)	
Plan nauczania		
Temat zajęć edukacyjnych	Opis treści w zakresie poszczególnych zajęć edukacyjnych	Wymiar (czasowy)
Dzień I SPOTKANIE OTWIERAJĄCE		
Wprowadzenie (Omówienie przebiegu sesji, wstępne zapoznanie się z uczestnikami)	1. Wprowadzenie – przedstawienie się prowadzących, przedstawienie tematu coachingu 2. Rozpoznanie samopoczucia uczestników przed sesją: Ćwiczenie 1. (własne): Jak się dzisiaj czuję? – rozpoznanie samopoczucia uczestników. każda z osób uczestniczących odpowiada na pytanie 3. Przedstawienie celu sesji	20 min.
Założenia metody TOY-model	1. Przedstawienie założeń metody TOY-model 2. Omówienie przebiegu spotkań i procesu – liczba sesji, czas trwania sesji 3. Przedstawienie celów sesji – omówienie poszczególnych tematów sesji coachingu	20 min.
Integracja	1. Ćwiczenie 1.: Totemy zamiennie Wspólna układanka Uczestnicy w parach rysują wzajemnie swoje totemy, następnie tworzona jest wystawa prac i uczestnicy oglądają totemy, autor rysunku opowiada o osobie, której totem stworzył. 2. Ćwiczenie 2.: Birthgiving Uczestnicy zostają podzieleni na zespoły czteroosobowe, celem każdej z grup jest przedstawienie za pomocą performance czym jest dla nich przedsiębiorczość. Ćwiczenie to pozwala uczestnikom uświadomić sobie, że każdy ma swoją wizję	3 h

	<p>przedsiębiorczości, jednak wszystkie te wyobrażenia mają ze sobą wspólny element.</p> <p>3. Ćwiczenie 3.: Wywiad z coachem – celem ćwiczenia jest zebranie przez uczestników informacji nt. osób prowadzących coaching (z Klaus W. Vopel, <i>80 porad dla moderatorów</i>, tłum. M. Jałowiec, Kielce 2004, s. 90)</p> <p>4. Ćwiczenie 4. (własne): Dialog i dyskusja - burza mózgów: podobieństwa i różnice pomiędzy dyskusją a dialogiem – uczestnicy wspólnie podają i omawiają podobieństwa i różnice pomiędzy dialogiem a dyskusją. W podsumowaniu prowadzący jeszcze raz wskazują, że podstawa sesji jest dialog, a także wskazują wartości wynikające ze stosowania dialogu.</p> <p>5. Rozpoznanie samopoczucia i oczekiwań uczestników co do sesji i całego cyklu spotkań</p> <p>Ćwiczenie 5. (własne): Moje oczekiwania</p> <p>6. Kontrakt. Wypracowanie wspólnie z grupą zasad współpracy podczas realizacji TOY-model, które będą obowiązywały uczestników oraz prowadzących – burza mózgów, uczestnicy podają swoje propozycje, są one omawiane na forum grupy, doprecyzowywane, jeśli uczestnicy się zgadzają, to są zapisywane na flipcharcie. Po sporządzeniu kontraktu każdy z uczestników oraz prowadzący podpisują się pod listą zasad.</p> <p>7. Test Meredith Belbina (role zespołowe) – rozpoznanie ról, jakie w zespołach mogą pełnić uczestnicy – w odniesieniu do udziału w coachingu przedsiębiorczości, ale także w perspektywie budowania zespołu firmy (jakich osób będą potrzebowali uczestnicy w swoich zespołach, żeby firmy sprawnie i efektywnie funkcjonowały)</p>	
Podsumowanie sesji	<p>1. Podsumowanie spotkania</p> <p>Ćwiczenie 1. (własne): Podsumowanie – Uczestnicy odpowiadają na pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jak kończysz dzisiaj sesję? - O jakie doświadczenia jesteś bogatszy? - Co pozytywnego dało ci dzisiejsze spotkanie? <p>2. Przedstawienie zadania do samodzielnej realizacji przez uczestników w domu:</p> <p>a) W zeszycie wypisz cele, do których dążysz. Napisz co chcesz osiągnąć, do czego dążysz zakładając działalność gospodarczą?</p> <p>b) Opisz swoją wymarzoną firmę odpowiadając na pytania z kwestionariusza Wymarzona firma.</p>	20 min.
<p style="text-align: center;">Dzień II</p> <p style="text-align: center;">REALIZACJA CELÓW I ZARZĄDZANIE SOBĄ</p>		

Wprowadzenie	<p>1. Przedstawienie celów sesji</p> <p>2. Rozpoznanie samopoczucia uczestników przed sesją</p> <p>Ćwiczenie 1.: <i>Jak się dzisiaj czuję?</i> Rozpoznanie samopoczucia i oczekiwań uczestników co do sesji z wykorzystaniem kart „Dixit” – przed rozpoczęciem sesji należy rozłożyć karty. Po rozpoczęciu sesji uczestnicy proszeni są o wybranie karty, która odpowiada ich aktualnemu stanowi. Następnie każdy omawia swój wybór.</p> <p>3. Rozpoznanie oczekiwań uczestników co do sesji</p> <p>Ćwiczenie 2.: <i>Moje oczekiwania</i> – uczestnicy wypowiadają się nt. swoich oczekiwań co do przebiegu i tematu sesji z wykorzystaniem kart <i>Dixit</i> – uczestnicy wybierają kartę, która odzwierciedla ich oczekiwania względem sesji, następnie omawiają swój wybór na forum. Uwaga: uczestnicy są proszeni o wybór dwóch kart – karty związanej z samopoczuciem oraz karty oddającej oczekiwania jednocześnie.</p>	30 min.
Zasada SMART, (model GROW – opcjonalnie)	<p>* spotkanie rozpoczynamy od oczekiwań co do sesji, wady i zalety celów i czekania na okazję, rozmowa nt. tego, co chcą osiągnąć uczestnicy, zadanie pytań z pkt. 2, dopiero zasada SMART i doprecyzowanie jakie uczestnicy mają cele – pkt 5</p> <p>1. Ćwiczenie 1. (własne): <i>Czekać czy działać?</i> – <i>oto jest pytanie</i> – praca w zespołach: uczestnicy w zespołach rozmawiają nt. zalet i wad działania (2 zespoły) i czekania na okazję (2 zespoły), swoje wnioski zapisują na flipchartach, a następnie prezentują pozostałym uczestnikom</p> <p>2. Dialog na temat potrzeby wyznaczania celów, ich wagi w naszym życiu, wyzwań, jakie stoją przed uczestnikami</p> <p>3. Dialog na temat celów wypracowanych przez uczestników w domach:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Co było wyzwaniem? b) Po co taki cel? <p>Pytania kartezjańskie:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Co się wydarzy, jeśli osiągnę swój cel? b) Co się nie wydarzy, jeśli osiągnę swój cel? c) Co się wydarzy, jeśli nie osiągnę swego celu? d) Co się nie wydarzy, jeśli nie osiągnę swojego celu? <p>4. Omówienie zasady SMART – prowadzący przedstawiają założenia zasady, wspólne wypracowanie celu według zasady SMART:</p> <p>Ćwiczenie 2. (własne): <i>Wspólny biznes</i> –</p>	3 godz.

	<p>uczestnicy wspólnie zakładają np. warzywniak i muszą sformułować cel biznesowy, natomiast prowadzący sprawdzają, czy jest on zgodny z zasadą SMART i ewentualne nieścisłości sygnalizują uczestnikom.</p> <p>5. Ćwiczenie 3. (własne): <i>Jak bardzo moje cele są SMART?</i> – uczestnicy otrzymują tabelę z rozpisaną zasadą SMART, ich zadaniem jest wpisanie do niej swoich celów i ocena, czy są one sformułowane zgodnie z zasadą SMART, jeśli nie, to przeformułowują cele zgodnie z zasadą.</p> <p>6. Zamienne Ćwiczenie 4. (własne): <i>Gra w SMART:</i></p> <p><u>Wersja 1:</u> uczestnicy dostają do rozwiązania quiz, w którym określają, czy ich cele są SMART, jeśli nie, to żeby przejść do następnego etapu muszą tak przeformułować/dopracować cel, by był on zgodny z daną cechą SMART.</p> <p><u>Wersja 2:</u> uczestnicy zostają podzieleni na zespoły (3-4 osobowe), każdy zespół ma za zadanie sprawdzić, czy cele wszystkich jego członków są zgodne z zasadą SMART. Opisy poszczególnych cech zasady SMART umieszczone są w różnych miejscach przestrzeni. Prowadzący dają zespołom kopertę z informacją, gdzie jest dana cecha, jeżeli cele wszystkich członków zespołu będą zgodne z poprzednią cechą SMART. Celem ćwiczenia jest przyswojenie przez uczestników zasady SMART oraz poprawne sformułowanie swoich celów według tej zasady.</p> <p>Uwaga na to ćwiczenie należy przeznaczyć ok. 2 godzin.</p> <p>7. Ćwiczenie 5. (własne): <i>Wyprawa w góry</i> – polecenie:</p> <p>Narysuj w zeszycie górę (na całą kartkę, nie oszczędzaj miejsca), u jej podnóża narysuj siebie z plecakiem, zaś na szczycie zapisz swój cel. Zastanów się nad bagażem jaki masz – wypisz to, wskaż też czego potrzebujesz, by dojść na szczyt i osiągnąć cel. Wypisz to, co już masz: wiedza, umiejętności, sieć kontaktów oraz to, czego jeszcze możesz potrzebować (wiedza, umiejętności, osoby). Zweryfikuj wszystko, co wypisałeś/wypisałaś – czy wszystko z tego bagażu będzie ci potrzebne do osiągnięcia celu, może jest coś, co możesz zostawić. Następnie porozmawiaj z osobą, która siedzi po twojej prawej stronie</p>	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

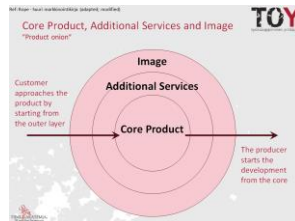
	<p>i zastanówcie się wspólnie nad tym, co wypisaliście: co ważnego zauważyliście, na jakim etapie jesteście.</p> <p>8. Model GROW – założenia (opcjonalnie)</p> <p>9. <i>Przypowieść o kamieniach, kamykach i piasku</i> – (opcjonalnie) uczestnicy w grupach otrzymują orzechy włoskie, groch, mak oraz słoik. Zadaniem każdej grupy jest takie ułożenie składników, aby wszystkie zmieściły się w słoiku. Ważna jest obserwacja, jak każda z grup wykonuje zadanie i jaką technikę stosuje. Podczas podsumowywania zadania należy zwrócić uwagę na kolejność wkładania składników do słoika (największe na początku) i odnieść to do kolejności wykonywania zadań i realizacji celów (należy zaczynać od najważniejszego).</p> <p>10. Zarządzanie sobą</p> <p>11. Ćwiczenie 6.: Mój własny kontrakt: uczestnicy w zeszytach zapisują odpowiedzi na następujące pytania:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gdzie byłem/byłam? (przeszłość) 2. Gdzie jestem teraz? (obecny moment) 3. Gdzie idę? (przyszłość, cele) 4. Co zrobię, żeby tam się dostać? (sposób osiągnięcia celu) 5. W jaki sposób poznam, że osiągnąłem/osiągnęłam cel? (miara) <p>Lub (zamiennie)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Czego chcę? 2. Gdzie chcę iść? 3. Gdzie chcę być? <p>W podsumowaniu należy podkreślić sprawczość uczestników w procesie uczenia się - są oni odpowiedzialni za swój proces uczenia się.</p>	
Podsumowanie sesji	<p>1. Podsumowanie sesji</p> <p>Ćwiczenie 1.: Podsumowanie: Uczestnicy odpowiadają na pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jak kończysz dzisiejszą sesję? - O jakie doświadczenia jesteś bogatszy? - Co pozytywnego dało ci dzisiejsze spotkanie? <p>2. Przedstawienie zadania do samodzielnej realizacji przez uczestników w domu:</p> <p>a) <i>Pomyśl oraz wypisz potencjalnych klientów i kluczowych partnerów dla swojego pomysłu biznesowego. Zastanów się jaki będzie twój klient, co robi, jakie ma zainteresowania, jak wygląda jego zwykły dzień, swoje spostrzeżenia zapisz w ankiecie „Mój idealny klient”.</i></p> <p>b) <i>Zastanów się też u kogo z otoczenia możesz poszukać wsparcia, kto może ci pomóc, np.</i></p>	30 min.

	skonsultować się z nimi, kogo zna ta osoba, w jaki sposób znajomi znanych mogą ci pomóc?	
<p style="text-align: center;">DZIEŃ III</p> <p style="text-align: center;">KLIENT I BUDOWANIE SIATKI KONTAKTÓW</p>		
Wprowadzenie	<p>1. Przedstawienie celów sesji</p> <p>2. Rozpoznanie samopoczucia uczestników przed sesją</p> <p>Ćwiczenie 1.: Bużki (z Metody edukacyjnej) – uczestnicy zaznaczają bużki odzwierciedlające ich stan emocjonalny na początku sesji, uzasadniając swój wybór</p> <p>3. Rozpoznanie oczekiwań uczestników co do sesji</p> <p>Ćwiczenie 2.: Moje oczekiwania – uczestnicy wypowiadają się nt. swoich oczekiwań co do przebiegu i tematu sesji</p>	30 min.
Klient	<p>1. Rozmowa na temat potencjalnych klientów, analiza wykonanych założeń, uczestnicy przedstawiają swoje ankiety i odpowiadają na pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Co było wyzwaniem? - Jaki jest twój klient? - Co ważnego dało ci to ćwiczenie - ankieta <i>Mój idealny klient</i>? <p>2. Ćwiczenie 1. (własne): Empatyczny ludzik – uczestnicy w zespołach zastanawiają się nad profilem osobowościowym klienta – case study: kobieta wracająca na rynek pracy po urodzeniu dziecka: co myśli, widzi, czuje, słyszy, mówi, robi, gdzie chodzi, jaką ma postawę. następnie prezentują na forum grupy efekty pracy w zespołach. W podsumowaniu należy wskazać istotę poznania perspektywy klienta (ma to znaczenie w późniejszej promocji produktów/usług; dostosowaniu marketingu i kanałów dotarcia do klientów; dostosowania języka komunikacji do języka klienta; itd.).</p> <p>3. Ćwiczenie 2. (własne): Propozycja wartości – Uczestnicy w zespołach wypełniają mapę empatii dla klienta – kobiety powracającej na rynek pracy po urodzeniu dziecka, następnie prezentują efekty pracy na forum grupy. Ważne, aby uczestnicy pracowali w tych samych zespołach, w których tworzyli <i>Profil klienta</i>. W <i>Propozycji wartości</i> uwaga uczestników zostaje skupiona na zadaniach, rolach jakie pełni klient oraz jak produkt/usługa może odpowiadać na jego potrzeby i co jeszcze oprócz samego produktu/usługi można zaoferować klientowi; jaka wartość dodana stoi za oferowanym</p>	3 godz.

	<p>produktem, usługą.</p> <p>4. Koła: jak, co, dlaczego – rozmowa nt. kolejności działania w procesie poszukiwania i pozyskiwania klientów (na sesji IV o klientach powrót do tego, jak uczestnicy chcą oferować produkt/usługę w odniesieniu do perspektywy klienta).</p> <p>Opcjonalnie: Projekcja filmiku “Start with why...”, Simon Sinek TED: https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF_VuA&feature=youtu.be</p>	
Networking	<p>1. Uczestnicy wspólnie zastanawiają się nad budowaniem swojej sieci kontaktów (burza mózgów, dialog)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wady i zalety budowania sieci kontaktów. - Czy budowanie sieci kontaktów jest potrzebne? - Jakiego rodzaju sieci potrzebuje przedsiębiorca z mojej branży? - Jak znaleźć odpowiednich ludzi do mojej sieci kontaktów? - Jakie są moje cele i jak odnoszą się one do sieci kontaktów? <p>2. Ćwiczenie 1. (własne): Moja pajęczyna kontaktów – uczestnicy rysują pajęczynę, w której centrum umieszczają siebie, a następnie wypisują na niej swoich partnerów.</p> <p>Polecenie: <i>W zeszycie na środku kartki narysuj kółko i zapisz w nim swoje imię. Następnie w wybranej przez siebie odległości narysuj kółka, w których wpisz dane osób, które znasz i które mogą być twoimi partnerami w trakcie zakładania i prowadzenia firmy, narysuj też linie łączące cię z tymi osobami i pomiędzy osobami, które znają się wzajemnie. Może osoby z twojego otoczenia znają kogoś, kogo ty nie znasz osobiście, a kto byłby ci przydatny – to również zanotuj. W ostatnim kroku spójrz na to, co wypisałeś/wypisałaś, zastanów się, z jakich obszarów nie umieściłeś/umieściłaś partnerów, a będą ci potrzebni.</i></p>	1 godz.
Podsumowanie sesji	<p>1. Podsumowanie sesji Ćwiczenie 1: Podsumowanie: Uczestnicy odpowiadają na pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jak kończysz dzisiejszą sesję? - O jakie doświadczenia jesteś bogatszy? - Co pozytywnego dało ci dzisiejsze spotkanie? <p>2. Przedstawienie zadania do samodzielnej realizacji przez uczestników w domu:</p> <p>Polecenie:</p>	30 min.

	Wykonaj „Propozycję wartości” swojego klienta. Zastanów się jakie dokładnie usługi/produkty chcesz oferować swoim klientom w odniesieniu do Propozycji wartości. Co jeszcze oprócz produktu/usługi możesz mu zaoferować (wartość dodana).	
<p style="text-align: center;">DZIEŃ IV</p> <p style="text-align: center;">PRODUKT</p>		
Wprowadzenie	<p>1. Przedstawienie celów sesji</p> <p>2. Rozpoznanie samopoczucia uczestników przed sesją</p> <p>Ćwiczenie 1.: <i>Czuję się dzisiaj jak...</i> – uczestnicy za pomocą metafory opisują swoje samopoczucie</p> <p>3. Rozpoznanie oczekiwań uczestników co do sesji</p> <p>Ćwiczenie 2.: <i>Moje oczekiwania</i> – uczestnicy wypowiadają się nt. swoich oczekiwań co do przebiegu i tematu sesji.</p>	30 min.
Produkt/usługa	<p>1. Rozmowa nt. zadania realizowanego w domu, przedstawienie <i>Propozycji wartości</i> oraz odpowiedź na pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Co było wyzwaniem? - Jak sobie z nim poradziłeś/poradziłaś? - Co jest najważniejsze? - Nad czym jeszcze chcesz popracować? 	1 godz.
Komercjalizacja produktu/usługi	<p>1. Komercjalizacja produktu – wyjaśnienie założeń procesu komercjalizacji, wskazanie jej zalet i użyteczności. Uzupełnieniem są filmy pokazujące gotową komercjalizację:</p> <p>Pan wiatr https://vimeo.com/125060790</p> <p>Johnnie Walker https://www.youtube.com/watch?v=YeMbMvmENDs</p> <p>https://vimeo.com/113756330</p> <p>Zagrodowy https://vimeo.com/113756330</p> <p>English for beginners allegro dziadek https://www.youtube.com/watch?v=tU5Rnd-HM6A</p> <p>Reklama Allegro http://www.glamour.pl/wideo/allegro-znowu-to-zrobilo-kolejna-swietna-reklama-ktora-wzrusza-do-lez</p> <p>2. Koncepcja Mc Carthy’ego: 4P-7P 4P -> 7P (developed for service sector) - omówienie założeń teorii 4P i 7P: Product - produkt Price - cena</p>	2 godz. 30 min.

Place - miejsce
 Promotion - promocja
 People - ludzie
 Process - proces
 Physical Environment - otoczenie
 3. Teoria: produkt/usługa jak cebula – wskazanie uczestnikom z jakiej perspektywy klienci postrzegają produkt/usługę. Zwrócenie uwagi na istotną rolę wyobrażeń o produkcie/usłudze oraz „otoczenia” produktu/usługi.



4. Ćwiczenie 1.: **Komercjalizacja** - uczestnicy w grupach: tworzą komercjalizację produktu/usługi (długopis lub produkt/usługa, które powstały po wykonaniu *Propozycji wartości* oraz *Profilu klienta* dla kobiety powracającej na rynek pracy po urodzeniu dziecka) według zaprezentowanej procedury (procedura została omówiona podczas prezentacji).

Następnie grupy prezentują efekty pracy (wszystkie komercjalizacje zawieszone są na tablicy blokowo, tzn. w poziomie komercjalizacja danej grupy, w pionie poszczególne punkty kolejno). Każda komercjalizacja jest omawiana przez pozostałych uczestników, zadawane są dodatkowe.

Uczestnicy zostają podzieleni na grupy (najlepiej, żeby w grupach był ten sam skład osobowy jak w ćwiczeniu *Propozycja wartości* i *Empatyczny ludzik*). Kontynuują komercjalizację produktu opracowanego we wcześniejszym ćwiczeniu (jeśli nie ma takiej możliwości, to może to być komercjalizacja, np. długopisu - trenerzy decydują), zgodnie z przedstawioną procedurą. Każdy punkt *Komercjalizacji* jest zapisany na oddzielnej kartce papieru. Uczestnicy omawiają każdy punkt procedury i zapisują wskaźniki na każdym punkcie (np. cena produktu, co będzie wchodziło w skład „opakowania” produktu, jakie materiały marketingowe zostaną wykorzystane). Po zakończeniu pracy grupowej wszystkie komercjalizacje są wywieszane na tablicy obok siebie (w poziomie punkt po punkcie, pionowo po każdym punkcie każdej grupy). W ten sposób

	wszyscy uczestnicy będą mogli porównać swoje pomysły. Następnie liderzy grup przedstawiają to, co zostało wypracowane.	
Wyzwania	1. Rozmowa z uczestnikami nt. wyzwań, jakie widzą przed sobą w związku z założeniem działalności gospodarczej. Ten punkt powinien być brany pod uwagę tylko wtedy, gdy grupa jest lekko zaniepokojona lub temat nie był wcześniej poruszany. Wprowadzenie tego zagadnienia powinno być odpowiedzią na potrzeby uczestników i może być omówione na innej sesji.	30 min.
Podsumowanie sesji	1. Podsumowanie sesji Ćwiczenie 1.: Podsumowanie: Uczestnicy odpowiadają na pytania: - Jak kończysz dzisiejszą sesję? - O jakie doświadczenia jesteś bogatszy? - Co pozytywnego dało ci dzisiejsze spotkanie? 2. Przedstawienie zadania do samodzielnej realizacji przez uczestników w domu: Polecenie: a) <i>Wykonaj komercjalizację wybranego przez siebie produktu/usługi oferowanego w swojej firmie</i> b) <i>Zastanów się nad sposobami dotarcia do potencjalnych klientów.</i> c) <i>Zbierz informacje nt. marketingu, sposobów reklamowania firmy.</i>	30 min.
DZIEŃ V MARKETING		
Wprowadzenie	1. Przedstawienie celów sesji 2. Rozpoznanie samopoczucia uczestników przed sesją: Ćwiczenie 1.: Gra w emocje – każdy z Uczestników wybiera kartę, która oddaje jego dzisiejsze emocje. 3. Rozpoznanie oczekiwań uczestników co do sesji Ćwiczenie 2.: Moje oczekiwania – uczestnicy wypowiadają się nt. swoich oczekiwań co do przebiegu i tematu sesji	30 min.
Komercjalizacja	1. Rozmowa nt. komercjalizacji własnego produktu/usługi- co się udało - Co było wyzwaniem? - trudności do przedyskutowania na forum 2. Prezentacje komercjalizacji – uczestnicy prezentują komercjalizacje swoich produktów/usług przed resztą grupy, następnie słuchacze zadają pytania, udzielają informacji zwrotnej. Jest to zarazem dobra okazja do	2 godz.

	przeprowadzenia badania fokusowego produktów/usług.	
Marketing	<p>1. Ćwiczenie 1.: Marketing a sprzedaż – uczestnicy w zespołach wymieniają:</p> <p>a) podobieństwa pomiędzy marketingiem a sprzedażą (2 zespoły)</p> <p>b) różnice pomiędzy marketingiem a sprzedażą – (2 zespoły)</p> <p>Zespoły zapisują swoje odpowiedzi na flipchartach, a następnie przedstawiają pozostałym uczestnikom efekty swojej pracy.</p> <p>2. Rozmowa nt. możliwych sposobów dotarcia do klienta i zaoferowania mu produktu/usługi. Kanały dotarcia do klienta – burza mózgów.</p> <p>3. Narzędzia i sposoby marketingowe – rozmowa z uczestnikami nt. możliwości wykorzystania różnych narzędzi marketingowych, metod i technik marketingowych.</p> <p>4. Ćwiczenie 2.: Jak mogę zrobić swój produkt łatwym do kupienia? – uczestnicy w grupach zastanawiają się nad 20 (liczba może być dowolna – trenerzy ustalają to wcześniej) sposobami usprawnienia sprzedaży swoich usług/produktów. następnie każda z grup prezentuje efekty swojej pracy.</p>	1 godz. 30 min.
Elevator speech	<p>1. Elevator speech – omówienie definicji, zasad przygotowania, przebiegu elevator speech.</p> <p>Prezentacja przykładowych elevator speech:</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=fnrvfjHD5E</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=XSsIdppjLNc</p> <p>http://onawbiznesie.pl/jak-to-zrobic-w-30-sekund-w-windzie/</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=cr4x2LL5Ro4</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=7vESjSHIFLM&feature=youtu.be</p>	30 min.
Podsumowanie sesji	<p>1. Podsumowanie sesji</p> <p>Ćwiczenie 1.: Podsumowanie:</p> <p>Uczestnicy odpowiadają na pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Z czym kończysz dzisiejszą sesję? - O jakie doświadczenia jesteś bogatszy? - Co pozytywnego dało ci dzisiejsze spotkanie? <p>2. Przedstawienie zadania do samodzielnej realizacji przez uczestników w domu:</p> <p>a) Ćwiczenie 2. (własne) Moje elevator speech.</p> <p>Polecenie:</p> <p><i>Przygotuj elevator speech</i></p> <p>b) przygotowuję Krótki Plan Marketingowy:</p> <p>Uczestnicy otrzymują instrukcję, jak przygotować</p>	30 min.

	zadanie. Każdy punkt zadania powinien zostać wyjaśniony przez trenera. Wskazane jest zilustrowanie każdego punktu za pomocą przykładu (przykład: Krótki Plan Marketingowy – materiały dla trenera).	
<p style="text-align: center;">DZIEŃ VI</p> <p style="text-align: center;">OFERTA I POZYSKIWANIE KLIENTÓW</p>		
Wprowadzenie	<p>*sesja z udziałem gościa (np. przedsiębiorca, specjalista ds. marketingu), gość udziela informacji zwrotnej nt. zaprezentowanych elevator speech</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Przedstawienie celów sesji 2. Rozpoznanie samopoczucia uczestników przed sesją: <p>Ćwiczenie 1. (własne): Emocjonalny rebus – każdy z uczestników za pomocą rebusu przedstawia emocję, która mu towarzyszy, reszta grupy rozwiązuje rebus, po odgadnięciu rozwiązania uczestnik wyjaśnia, co dokładnie kryje się za emocją, którą przedstawił.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Rozpoznanie oczekiwań uczestników co do sesji <p>Ćwiczenie 2.: Moje oczekiwania – uczestnicy wypowiadają się nt. swoich oczekiwań co do przebiegu i tematu sesji</p>	30 min.
Elevator speech	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uczestnicy rozmawiają nt. przygotowania się do elevator speech: <ul style="list-style-type: none"> - jak przebiegało przygotowanie - co było wyzwaniem 2. Ćwiczenie 1. (własne): Moje elevator speech: Uczestnicy kolejno prezentują przygotowane przez siebie elevator speech, następnie odpowiadają na pytania z modelu Motorola, potem udzielają sobie informacji zwrotnej, jak odebrali swoje elevator speech wzajemnie, uzyskują informację zwrotną od zaproszonego na sesję gościa. <p>MOTOROLA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. What went well? Co poszło dobrze? 2. What went poorly? Co poszło słabiej? 3. What did you learn? Czego się nauczyłaś/nauczyłeś? 4. What will we do better next time? Co zrobisz lepiej następnym razem? 	3 godz.
Marka firmy	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marka firmy – rozmowa z uczestnikami co to jest marka, czy jest potrzebna, co zrobić, żeby marka była rozpoznawalna i przyciągnęła klientów. Marka jako narzędzie marketingowe. 2. Marka jak piłka do gry – wskazanie na istotność 	1 godz.

	<p>wszystkich elementów składowych marki.</p> <p>3. Ćwiczenie 1. (własne): Marka firmy jak kostka do gry:</p> <p>Uczestnicy zostają podzieleni na zespoły 3-4 osobowe (jeśli jest grupa do 8 osób każdy z uczestników wykonuje zadanie samodzielnie) i otrzymują elementy kostki wykonane z papieru. Ich zadaniem jest zbudowanie mocnej kostki-sześcianu, która się nie rozpadnie. Następnie uczestnicy wypisują na ścianach kostki poszczególne elementy marki. (kostka jako metafora marki)</p>	
Podsumowanie sesji	<p>1. Podsumowanie sesji</p> <p>Ćwiczenie 1.: Podsumowanie: Uczestnicy odpowiadają na pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jak kończysz dzisiejszą sesję? - O jakie doświadczenia jesteś bogatszy? - Co pozytywnego dało ci dzisiejsze spotkanie? <p>2. Przedstawienie zadania do samodzielnej realizacji przez uczestników w domu:</p> <p>Polecenie:</p> <p>a) <i>Wyjdź do potencjalnych klientów (znajdź 5 osób) i porozmawiaj z nimi. Zapytaj, czy potrzebują takiej oferty, czy widzą potrzebę otwierania tego typu przedsiębiorstwa w ich otoczeniu, jak oceniają produkty/usługi oferowane przez konkurencję, jak oceniają sposób obsługi przez konkurencję, czego im brakuje w ofercie konkurencji. Ważne: notuj to, co mówią respondenci, daj im do wypełnienia ankietę.</i></p> <p>b) <i>Powrót do celów, które określiłeś/określiłaś podczas sesji II i zastanów się, czy teraz brzmią tak jak tego chcesz.</i></p>	30 min.
DZIEŃ VII PODSUMOWANIE		
Wprowadzenie	<p>1. Przedstawienie celów sesji</p> <p>2. Rozpoznanie samopoczucia i oczekiwań uczestników co do sesji</p> <p>Ćwiczenie 1. (własne): Emocjonalny ziemniak – uczestnicy stają w kole. prowadzący rzuca do jednego z uczestników piłkę symbolizującą gorący ziemniak. uczestnik, który otrzymał piłkę mówi jak się czuje za pomocą metafory opisują swoje samopoczucie. piłka jest przerzucana do momentu, aż wszyscy odpowiedzą na pytanie.</p> <p>3. Rozpoznanie oczekiwań uczestników co do sesji</p> <p>Ćwiczenie 2.: Moje oczekiwania – uczestnicy wypowiadają się nt. swoich oczekiwań co do przebiegu i tematu sesji.</p>	30 min.

	4. Ćwiczenie 3.: Dwie prawdy, jeden fałsz – uczestnicy opowiadają o trzech faktach ze swojego życia (np. co potrafią, a czego nie; co lubią, a czego nie) – dwa prawdziwe i jeden wymyślony, następnie przedstawiają te informacje na forum grupy, a zadaniem pozostałych uczestników jest zgadnięcie, który z faktów nie jest prawdziwy.	
Podsumowanie procesu	<p>1. Rozmowa nt. doświadczeń uczestników z kontaktów z potencjalnymi klientami:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Co poszło dobrze? - Co było wyzwaniem? - Nad czym warto popracować? <p>2. Pytania, na które należy odpowiedzieć podejmując decyzję o założeniu własnej działalności gospodarczej – rozmowa z uczestnikami na temat pytań, jakie powinni zadać sobie przed założeniem własnej firmy.</p> <p>3. Analiza efektów <i>Mojego własnego kontraktu</i> uczestnicy wracają do sesji 2 i na forum grupy wypowiadają się na temat swoich kontraktów, czy chcą coś w nich zmienić, czy pozostawiają je bez zmian.</p> <p>4. Rewizja celów – w oparciu o zasadę SMART, ewentualnie wyznaczenie nowych celów.</p> <p>5. Ponowna analiza pomysłu biznesowego.</p>	2 godz.
Ewaluacja	<p>1. Motorola Model – uczestnicy na forum odpowiadają na następujące pytania:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. What went well? Co poszło dobrze? 2. What went poorly? Co poszło gorzej? 3. What did we learn? Czego się nauczyłem/nauczyłam? 4. What will we do better next time? Co zrobię lepiej następnym razem? <p>2. Można dołączyć pytania z Banku pytań</p> <p>3. Wypełnienie ankiet ewaluacyjnych.</p>	2 godz.
Podsumowanie	<p>1. Podsumowanie sesji</p> <p>Ćwiczenie 1: <i>Podsumowanie</i>: Uczestnicy odpowiadają na pytania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jak kończysz dzisiejszą sesję? - O jakie doświadczenia jesteś bogatszy? - Co pozytywnego dało ci dzisiejsze spotkanie? <p>2. Podsumowanie procesu coachingu biznesowego</p> <p>3. Rozdanie zaświadczeń</p>	30 min.
Wykaz środków i materiałów dydaktycznych	<i>Flipchart, mazaki, prezentacja multimedialna, materiały informacyjne dla uczestników, filmy instruktażowo-edukacyjne, materiały ćwiczeniowe, notesy, kolorowe gazety, kolorowe karteczki, mała piłka, karty „Dixit”, karty „Gra na emocjach”, mazaki, kredki, zeszyty, koperty, kolorowe karteczki samoprzylepne, kartki A4.</i>	

Wykaz literatury

Literatura:

Britton J. J., *Skuteczny coaching grupowy*, Wyd. Co&Me Publishing 2016.

Business Coaching Jako Dźwignia Rozwoju Przedsiębiorczości, pod red. Czarkowskiej D. L., Poltext 2015.

Daniłowska A., Miedzik M., Pichla J., Wolińska I., *Modele aktywizacji osób bezrobotnych. Informator multimedialny*, Poznań 2015.

Daniłowska A., Miedzik M., Pichla J., Wolińska I., *Podręcznik. Modele aktywizacji osób bezrobotnych*, Poznań 2015.

Gellert M., Nowak K., *ZESPÓŁ Jak z nim pracować? Jak go budować? Jak go szkolić?*, GWP Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne 2008.

Kozak A., *Proces grupowy. podręcznik dla trenerów, nauczycieli i wykładowców*, Onepress 2010.

Kreyenberg J., *Coaching, czyli wspieranie rozwoju pracowników. 99 porad jak zwiększyć efektywność zespołu*, Wyd. BC.edu 2010.

Osterwalder A., Pigneur Y., *Business model generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, Wiley 2010.

Partanen J., *The team coach's best tools*, Partus Oy, 2013.

Pucher J., *Jak przygotować dobry Business Model Canvas?*, PARP 2012.

Roddick A., *Business As Unusual: My Entrepreneurial Journey*, 2005.

The TOY Coach's manual.

Wilson C., *Coaching. Biznesowy praktyczny przewodnik dla coachów, menedżerów i specjalistów*, MT Biznes 2010.

Wilson C., *Coaching biznesowy*, MT Biznes 2010.

Strony internetowe:

<https://strategyzer.com/>

<http://petraconsulting.pl/pliki/coaching/4/Coaching-zespolowy-i-grupowy.pdf> - Petryna S., ABC coacha. coaching grupowy i zespołowy

<http://esseeppankki.tiimiakatemia.fi/experience-economy-7/>

<http://najlepsze-zajecia.pl/bazawiedzy/marketing-mix-4p7p/>

<http://definicja-marketing.mix-marketing.pl/instrumenty-marketingu-4p-5p-7p-4c/>

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-marketing-mix-cz-1>
<http://www.toolshero.com/marketing/five-product-levels-kotler/>
<http://www.marketingowa-moc.pl/elevator-pitch/>
https://dsc.kprm.gov.pl/sites/default/files/pliki/zarzadzanie_prze_z_cele_-_informer.pdf
<http://docplayer.pl/10955543-Roznice-pomiedzy-grupa-a-zespolem-obrazuje-ponizsze-zestawienie-tab-1-grupa-a-zespol-porownanie-wybranych-czynnikow-cel-dzialanie.html>
<http://www.belbin.pl/>

Reklama firmy

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/articles/printPage/13488>
<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/articles/printPage/13486>
<http://www.zyskownafirma.pl/tania-dobra-reklama/>
<http://marketing.ebiznes.org.pl/12,metod,promocji.htm>
<http://greencitrin.pl/blog/14-sposob-na-promocje-lokalnej-firmy-czyli-jak-reklamowac-firme-lokalnie/>
<http://greencitrin.pl/blog/jak-zdobyc-pierwszych-klientow-czyli-jak-reklamowac-nowa-firme/>
<http://greencitrin.pl/blog/15-sposobow-na-reklame-firmy-w-internecie/>
<http://franchising.pl/abc-firma/3765/skuteczna-tania-reklama-malej-firmy/>
<http://www.formyreklamy.pl/>
<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/articles/printPage/14329>
<http://consider.pl/dzialania-marketingowe-zestawienie-i-przyklady/>
<http://www.biznesowerewolucje.com/15-pomyslow-na-dzialania-marketingowe-przy-ograniczonym-budziecie/>

Komercjalizacja produktu/usługi

http://ilot.edu.pl/prace_ilot/public/PDF/spis_zeszytow/222_2012/6_Sojkin.pdf

4P-7P

<http://najlepsze-zajecia.pl/bazawiedzy/marketing-mix-4p7p/>
<http://www.emarketingmix.pl/mix-absolutna-podstawa-wiedzy-o-marketingu-rozszerzona-formula-4p-czesc-2/>

	https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-marketing-mix-cz-1 http://marketingmix.co.uk/ http://www.lbs.pl/projekt/dobrepraktyki/files/artykuly/JKowalski.pdf https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-marketing-mix-modele-4c-i-7c-compass <u>Elevator speech</u> https://sukcespisanyszminka.pl/w-20-sekund-do-sukcesu/
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Opracowała: *Sylwia Stokowska, Dorota Bujnowska, Michał Raciborski*
Białystok, 2018