



PRAKTISKĀ RADOŠUMA DARBNĪCU CIKLS
SALIEDĒTA KOPIENA CAUR RADOŠU SADARBĪBU
KULTŪRĀ, IZGLĪTĪBĀ UN UZŅĒMĒJDARBĪBĀ

JELGAVA – 26.februāris, 26.marts un 1.aprīlis

RĪGA – 2.aprīlis, 23.aprīlis un 29.aprīlis

CĒSIS – 30.aprīlis, 14.maijs un 21.maijs

OTRĀ DARBNĪCA „Praktiskais radošums - mani radošie resursi jaunām iespējām!”

- 09:45 – 10:00** Dalībnieku ierašanās un reģistrācija
- 10:00 – 10:10** Ievads - ieskats pasākuma programmā un atskats uz paveikto
- 10:10 – 11:00** Mazbudžeta mārketinga kā impulss jauniem risinājumiem produkta virzībā
- ▶ *KIWIE ielu mākslas festivāls „STEAL ME”*
 - ▶ *V.Dūduma formula un pieredze žurnāla „lr” pozicionēšanā”*
 - ▶ *Partizānu mārketinga jēdziens un praktiskie piemēri*
 - ▶ *Sociālo tīklu pielietojuma piemēri*
- 11:00 – 11:30** **Praktisks darbs komandās:** “Ortodoksālā metode” – rosinam sevī mārketinga guru!”
- 11:30 – 11:50** Kafijas pauze
- 11:50 – 12:30** Komandu mājas darbu prezentācijas (4 komandas x ~8 min)
- ▶ *Dzeltenā komanda* – priežu čiekuru pielietojums veselības stiprināšanai
 - ▶ *Sarkanā komanda* – ziedu tērps un aksesuāri svinīgiem gadījumiem
 - ▶ *Zaļā komanda* – pirts uz riteņiem „jaunā gaismā” (ar Gruzijas sajūtu)
 - ▶ *Zilā komanda* – pretkorozijas apstrādes pakalpojums
- 12:30 – 13:00** **Praktisks darbs komandās:** “De Bono metode” – pilnveidojam komandu idejas!
- 13:00 – 13:45** Pusdienas
- 13:45 – 14:00** Biomimikrija - Māte Daba kā iedvesmas avots
- 14:00 – 14:45** Sociālā uzņēmējdarbība kā perspektīvs biznesa modelis reģionos
- ▶ *„Zelta aplis” sociālajā uzņēmējdarbībā (Simon Sinek)*
 - ▶ *Sociālās uzņēmējdarbības 7 pamtprincipi caur piemēriem*
 - ▶ *Sociālā biznesa pieredzes stāsti Latvijā*
- 14:45 – 15:00** Kafijas pauze
- 15:00 – 15:30** **Praktisks darbs komandās:** „Gatavošanās noslēguma semināram”
- 15:30 – 16:00** **Atgriezeniskā saite par idejas testēšanu tirgū, mājas darbs un noslēgums**

Projekta „Sadarbība un radošums kā ceļš uz integrāciju un sabiedrības saliedētību” īstenošana tiek līdzfinansēta 75% no Eiropas Trešo valstu valstspiederīgo integrācijas fonda un 25% no valsts budžeta līdzekļiem. Šī publikācija ir veidota ar Eiropas Trešo valstu valstspiederīgo integrācijas fonda atbalstu. Par publikācijas saturu atbild **Sociālās Inovācijas Centrs**.



PRAKTISKĀ RADOŠUMA DARBNĪCU CIKLS

SALIEDĒTA KOPIENA CAUR RADOŠU SADARBĪBU KULTŪRĀ, IZGLĪTĪBĀ UN UZŅĒMĒJDARBĪBĀ

OTRĀ DARBNĪCA „Praktiskais radošums - mani radošie resursi jaunām iespējām!”

Mazbudžeta mārketinga risinājumi

V.Dūduma “formula”: ideja = emocijas x funkcija. Funkcija = problēmas risinājums

Balsot ar šķirotiem atkritumiem (Voting & Recycling)

Esam radījuši ziepes, kas liek bērniem mazgāt rokas

“Jumal on lātlane” (Dievs ir latvietis)

Galveno balvu par inovatīvāko risinājumu 2011.gadā vides rekāmas konkursā "Reklāmzaurs"

Sārnaties zīlītes

Latviešu zīlītes bija redzamas arī ASV populārākajā rīta ziņu programmā - televīzijas kanāla **NBC** raidījumā **Today Show**

Vestards Šimkus un skolu zvani - “Ir” apsveikums 1.septembrī – pārraidīts arī TV3

V.Dūduma atziņas

- domājiet kā bērni, jo bērni nemīl garlaicību
- pirmās 10 idejas „sucks” (lai kā jums & šefam to negribētos)
- ja ideja liekas kaut kur redzēta – tā arī ir!
- labu ideju var pateikt vienā teikumā
- dzīvojiet šodienā, vai – vēl labāk – rītdienā!
- vai par šo rakstīs avīzēs? (un avīzes **nemīl rakstīt par reklāmu**)
- nevienam neinteresē tas, ko tu gribi teikt. tāpēc **saki to, ko viņi negaida**
- riskē

Partizānu mārketing (Guerilla marketing)

Savdabīgs reklamēšanas veids, kurā ar **netradicionāliem** līdzekļiem, par **zemu pašizmaksu** tiek piesaistīta **plaša** publikas un mediju uzmanība.

- Radošas, negaidītas un **provokatīvas**
- Rada “troksni” cilvēku un mediju aprindās
- Ja neizdodas – zaudējumi ir **nelieli**
- Ja izdodas – **plaša** publicitāte
- Piemērots **nelielu** uzņēmumu atpazīstamībai
- **Resursi:** laiks, radoša iztēle & apņēmība





COMODO restorāna stāsts (ASV)

Lielākais **izaicinājums** jaunatvērtajam restorānam Ņujorkā bija rast konceptuālu atšķirību no pārējiem tūkstošiem restorānu, kas darbojas lielpilsētā. Restorāns vērsās ar lūgumu pie reklāmas aģentūras ieteikt kādu sociālo mediju kampaņu, kas rosinātu restorāna atpazīstamību pēc tā virtuves un personāla viesmīlības. Reklāmas speciālisti novēroja, ka cilvēki labprāt izmanto Instagram aplikāciju, lai fotografētu restorānā saņemto ēdienu un viņu **ideja** bija šīs bildes izmantot, lai izveidotu virtuālo – **Instagram ēdienkarti**.

Tika sadrukātas jaunas ēdienkartes, kuru aprakstā tika iekļauta mirkļbirka (hashtag – angļu val.) ar nosaukumu **#ComodoMenu**. Personāls restorāna viesus aicināja nobildēt ēdienu un padalīties ar to sociālajos tīklos. **Rezultātā ar 0 ASV dolāru budžetu** kampaņas ietvaros izdevās saņemt **280 miljonus** sociālo tīklu lietotāju ierakstu un Instagram lietošana ēdienu fotografēšanai tika atzīta kā dzīvesstila sastāvdaļa, kas tika atspoguļota arī drukātajos plašsaziņas līdzekļos, vides reklāmās, TV, raidstacijās ne tikai ASV, bet visā plašā pasaulē. Šobrīd COMODO restorānā galdiņi rezervēti **5 mēnešus** uz priekšu.



“Vienkāršs kā grābeklis” - Pilsētas ritenis “Viks” (EE) - www.viks.cc

- Eksports (e.g. Brazīlija)
- Izveidots no 2 metāla caurulēm
- Svars 7.5kg



Latvijā radītas tautiskas “mūža mājas”

Klūgu zārku idejas autors Kaspars Spunde, arheologs - www.firmasnoslepums.lv

Sociālie vēstījumi, erotisko ziepju sērija, ziepju vārīšanas meistarklases

Sadarbība ar **reklāmas aģentūrām**, kas meklē oriģinālas idejas **reprezentatīvām** dāvanām





Sociālās uzņēmējdarbības attīstības iespējas Latvijā

Sociālā uzņēmējdarbība ir pasaulē plaši atzīta un veicināta uzņēmējdarbības forma. No klasiska uzņēmuma tie atšķiras ar vairākām pazīmēm. **Pirmkārt**, sociālos uzņēmumos kontrolpaketes pieder labdarības organizācijām. Tas nozīmē, ka uzņēmuma peļņa nonāk labdarības organizāciju rīcībā un tiek izmantota to mērķu sniegšanai un palīdzības sniegšanai. **Otrkārt**, sociālie uzņēmumi nodarbina tās sabiedrības grupas, kuras klasiskajam biznesam ne vienmēr ir interesantas. Piemēram, invalīdi, pirmspensijas darbinieki vai māmiņas, kas mājās kopj bērnus un nevar strādāt pilnu slodzi. Tādējādi sociālie uzņēmumi rada jaunas darba vietas un sniedz atbalstu sociāli jutīgām grupām. **Treškārt**, sociālie uzņēmumi sniedz arī sociālus pakalpojumus.

Sociālā uzņēmējdarbība ir perspektīvs XXI gadsimta uzņēmējdarbības modelis reģionos, jo tas ne tikai sniedz risinājumu sabiedrībā aktuālai problēmai, bet arī dod iespēju indivīdiem veidot savai vērtību sistēmai atbilstošu saimniecisko darbību. **Sociālā uzņēmējdarbība ir uzņēmējdarbība, kur sabalansēti sociālie un biznesa mērķi, risinot sabiedrībā aktuālus izaicinājumus.**

Riteņu izgatavošana cilvēkiem ar kustību traucējumiem – HOPP (www.hopp.lv)

Šo uzņēmumu izveidoja puīši, kas pazīstami kā ērmriteņu veidotāji Andrejsalā. Uzņēmuma sociālais mērķis ir uzlabot pārvietošanās iespējas tiem, kam tas nav pašsaprotami – senioriem un citiem cilvēkiem ar kustību traucējumiem. Pie tam – uzņēmums cenšas nodrošināt pēc iespējas zemāku pašizmaksu, piesaistot atbalstītājus.



Zīmols „JŪHŪ” – trauki, ko izgatavo cilvēki ar īpašām vajadzībām (www.juuhuu.co/lv)

Sociālā biznesa idejas autors ir dizaineris Čārlzs Bušmanis no Šveices sadarbībā ar biedrību „Gasimas stars”, kas rūpējas par cilvēkiem ar garīga rakstura traucējumiem. Idejas pamatā ir īpaša dizaina krūzītes „Therese”, ko JŪHŪ darbnīcā izgatavo cilvēki ar garīga rakstura traucējumiem – biedrības „Gaismas stars” biedri. Peļņa no krūzītēm tiek novirzīta rehabilitācijas centra veidošanai cilvēkiem ar garīga rakstura traucējumiem.



Labdarības veikals „Otrā elpa” (www.otraelpa.lv)

Nodibinājums „Ideju partneru fonds” ir izvēlējis uzņēmējdarbību kā veidu līdzekļu piesaistei labdarības projektu atbalstam. Labdarības veikalos «Otrā elpa» ikviens var ziedot sev vairs nevajadzīgas, bet citiem vēl noderīgas mantas (apģērbus, apavus, aksesuārus, rotaslietas un rotaļlietas, grāmatas un sadzīves priekšmetus u.c.), kā arī tās iegādāties par ļoti zemām cenām. Savukārt iegūtie ienākumi tiek ziedoti dažādiem labdarības mērķiem („kas vienam lieks, tas otram prieks!”). Turklāt šādā veidā tiek veicināta atbildīgāka resursu izmantošana un vides saudzēšana. „Otrā elpa” ir viens no labākajiem veiksmes stāstiem, jo uzņēmuma darbības periodā ir izdevies paplašināties – paralēli esošajam veikalam Marijas ielā 13, atvērt filiāli „Pludmale” Liepājā un vēl vienu veikalu Rīgā, Stabu ielā 35.



Tekstils ar labu karmu – LUDE (www.lude.lv)



Uzņēmuma idejas pamatā ir atgriezt dzīvesprieku pensionētiem cilvēkiem, dodot iespēju socializēties un kopā radīt ar rokām darinātus dizaina paklājus no potenciāliem tekstila atkritumiem. Nosaukuma „LUDE” pamatā ir sens sievietes vārds un tas ir arī saīsinājums arī no „lupatu deķis”, kā grīdas segas mēdz dēvēt. Tomēr šie „lupatu deķi” cenas ziņā ir vienlīdzīgi ar dizaina priekšmetiem un tieši tā arī tiek pozicionēti. Par iegūtajiem līdzekļiem tiek segtas uzņēmuma darbības izmaksas, tai skaitā, algas un peļņas daļa tiek novirzīta uzņēmuma tālākai attīstībai, lai dotu iespēju pēc iespējas vairāk pensijas vecuma cilvēkiem gūt dzīves prieku vecumdienās un gūt papildus ienākumus pensijai.



Tumšais restorāns (Berlīne) - www.unsicht-bar-berlin.de

Vakariņas tumsā (Cafe Olive) - www.cafeolive.lv

Sociāls modes zīmols MAMMU (www.mammu.lv)

- Sociāla kompānija MAMMU rada **darba vietas māmiņām**, kurām jāapvieno iztikas pelnīšana ar bērna audzināšanu



MAMMU ir sociāla biznesa modes zīmols, kurš darbojas saskaņā ar [Grameen principiem](#):

- Mērķis ir nevis peļņas maksimizēšana, bet **ciņa pret kādu sabiedrību apdraudošu problēmu**.
- Mums **jāspēj sevi nodrošināt pašam**, nevis jādzīvo no ziedojumiem.
- Investori atgūst naudu, ko tie sākotnēji ieguldījuši, tomēr nekādas **dividendes netiek izsniegtas**.
- Kad sākuma investīcijas ir atmaksātas, **peļņa paliek pašā uzņēmumā**, lai tas varētu augt.
- Mēs strādājam ar **pēc iespējas mazāku kaitējumu videi**.
- Darbinieki saņem tādu algu, kādu tirgū par konkrētu darbu maksā, bet **darba apstākļi ir labāki**.
- ...tas tiek darīts ar prieku.

MAMMU vēstījums: kā sociālais bizness mēs esam **idejas nevis peļņas virzīti** un mūsu **mērķis ir radīt sociālu labumu māmiņām**.

Wooly World - www.woolyworld.lv

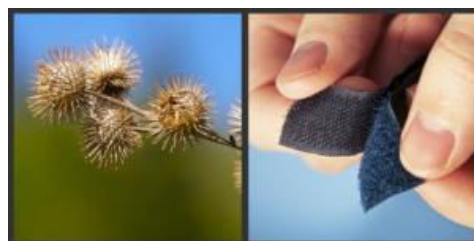
Sociāls bizness – sabiedrības vienlīdzības radīšana un cieņa vienam pret otru, ieguldot idejas, prasmes un lielu darbu. **Wooly World** mīksto dzīvnieciņu darināšanā iesaistīti cilvēki ar īpašām vajadzībām no Liepājas Neredzīgo biedrības.



3,8 miljardus gadu laikā, izmantojot ierobežotus līdzekļus, **īpašā laboratorijā** eksperimentāli tikuši izstrādāti **30 miljoni veiksmīgu** risinājumu. Viss, kas mūsdienu zinātniekam jāspēj, ir **paņemt gatavu risinājumu** no šīs **laboratorijas**, saprast, kā tas strādā, un pielietot aktuālo problēmu atšķetināšanā.

Biomimikrija – dabas iedvesmota inovācija

Šveiciešu inženiera George de Mestral atklājums – Velcro (1948)





Pētāmais objekts dabā: Koferzivis, par spīti kastei līdzīgai ķermeņa formai, ir teicamas aerodinamikas paraugs. Tā spēj pārvietoties sešu sava ķermeņa garumu attālumā sekundes laikā.

Pielietojums cilvēka radītās sistēmās: Autoražotājs «Mercedez Benz» izstrādājis konceptauto dizainu, kas ļautu samazināt degvielas patēriņu.



Haizivs āda peldkostīma virsmā

(Michael Phelps, pasaules čempions peldēšanā 2008.gadā)






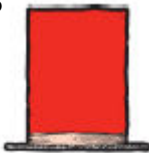


Pētāmais objekts dabā: Āfrikas termīti savos mājokļos izmanto sistēmas mitruma, temperatūras un gaisa apmaiņas regulēšanai, lai nodrošinātu ideālus apstākļus savai barībai – sēnītei, kas aug to mājokļu iekšienē.

Pielietojums cilvēka radītās sistēmās: Arhitekti kopē termītu mājokļos izmantotās idejas, lai radītu ēkas, kurās nav nepieciešama apkure un gaisa kondicionēšana un maksimāli tiek izmantots dabiskais apgaismojums. Pirmā šāda ēka ir «Eastgate» iepirkšanās un ofisu centrs Zimbabves galvaspilsētā Hararē.

Spilgtākie biomimikrijas pielietojumi

- | | |
|---|---|
| 1. Konveijers | 13. Self-Assembly |
| 2. CO kā izejviela | 14. COs as a Feedstock |
| 3. Saules enerģijas transformācija | 15. Solar Transformation |
| 4. Formas “spēks” | 16. The Power of Shape |
| 5. Slāpju remdēšana | 17. Quenching Thirst |
| 6. Metāla ieguve bez raktuvēm | 18. Metals without Mining |
| 7. “Zaļā” ķīmija | 19. Green Chemistry |
| 8. Laikiestatīta degradācija | 20. Timed Degradation |
| 9. Elastīgums un ārstniecība | 21. Resilience and Healing |
| 10. Jūtība un reģēšana | 22. Sensing and Responding |
| 11. Efektīvāka auglība | 23. Growing Fertility |
| 12. “Dzīve rada apstākļus, kas veicina dzīvi” | 24. Life Creates Conditions Conducive To Life |

de Bono 6 cepures

<p>Balts</p> 	<p>FAKTI UN INFORMĀCIJA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ko mēs zinām? Esam neitrāli un objektīvi • Kāda informācija mums ir pieejama? • Kāda informācija mums trūkst? • Ko vēlamies noskaidrot un kā to izdarīsim?
<p>Zils</p> 	<p>PROCESA VIRZĪBA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ko esam sasnieguši? • Kāds ir gala rezultāts? • Kādi ir secinājumi? • Kādi ir plāni? Kādi ir risinājumi? • Kādi būs turpmākie soļi?
<p>Melns</p> 	<p>KONSTRUKTĪVA KRITIKA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vai šī ideja nostrādās? Nē, jo ... (pamatot) • Vai šī ideja paaugstinās uzņēmuma izmaksas? • Vai mums pietiks resursu idejas realizēšanai? • Kādas ir potenciālās problēmas? Kas var noiet greizi? • Kāda būs konkurentu reakcija? • Kāpēc citi šādas idejas nerealizē vai dara citādi? • Vai klienti pieņems jauno produktu?
<p>Sarkans</p> 	<p>JŪTAS UN EMOCIJAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vai man patīk šī ideja? Vai tā iedvesmo? • Ko saka mana intuīcija par šīs idejas īstenošanu? • Kādas ir veiksmes garantijas? • Vai risinājums (pakalpojums) spēs piesaistīt klientu uzmanību? • Vai produktu iespējams uzlabot vēl vairāk? • Cik daudz mēs par to esam gatavi maksāt?
<p>Zaļš</p> 	<p>ALTERNATĪVAS, RADOŠUMS, JAUNAS IDEJAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kā panākt, lai šī ideja darbotos? • Kā varētu uzlabot idejas īstenošanas organizāciju? • Kā šo ideju padarīt vairāk ticamu? • Kā idejas izmaksas padarīt izdevīgākas? • Kā šo ideju komercializēt? Kāda būtu labākā pieeja idejas īstenošanai? • Vai šo ideju var pielietot vēl kādā citā veidā?
<p>Dzeltens</p> 	<p>KONSTRUKTĪVS OPTIMISMS, IESPĒJAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vai šī ideja nostrādās? Jā, jo ... (pamatot) • Kas notiks, ja mēs rīkosimies šādi? • Kādas jaunas tirgus iespējas šī ideja pavērs? • Šī ideja padarīs kādu darbu/ procesu efektīvāku • Šī ideja atvieglos darbinieku darbu • Šī ideja atbildīs tirgus/klientu prasībām/vajadzībām



ORTODOKSĀLĀ METODE

PRODUKTS:		
Nr	Tradicionālie pieņēmumi	2.solis
1)		
2)		
3)		
4)		
PRIEKŠLIKUMI PRODUKTA PILNVEIDEI VAI VIRZĪBAI TIRGŪ:		