

## PRAKTISKS SEMINĀRS

# MANS PERSONĪGAIS BIZNESA MODELIS:

## neviens nav neaizstājams, toties ikviens var kļūt neatkārtojams

2019.gada 15.martā

Tas, kurš domā, ka var iztikt bez citiem, stipri kļūdās. Bet tas, kurš domā, ka citi nevar iztikt bez viņa, kļūdās vēl vairāk (17.gs franču aristokrāts un dumpinieks Fransuā VI de Larošfuko)

Pieaugošais mācībspēku deficīts Latvijā ir paplašinājis pedagogu iespējas izvēlēties „savu” darba devēju. Tomēr indivīdam ir pamats būt "izvēlīgam" tikai tad, ja viņš spēj precīzi formulēt sava pienesuma esošo vērtību potenciālu, kas ļauj izglītības iestādei kļūt pievilcīgākai savas mērķauditorijas (bērnu vecāku) acīs. Tādēļ šis ir īstais brīdis ikvienam pedagogam paskatīties uz sevi kā „mazo uzņēmēju”, kas pārdod savu laiku un kompetences klientam – izglītības iestādei.

Kā spilgti formulēt savu pievienoto vērtību? Kā atrast savu īpašo identitāti un kvalitātes zīmi – pamatu savai unikalitātei darba devēja acīs? Praktiskā semināra ietvaros dalībnieki veidos savu individuālo biznesa modeli un tiem būs iespēja dalīties ar vērtīgiem ieteikumiem pedagoga vērtības stiprināšanai skolas vadības un skolēnu acīs. Dalībniekiem jābūt gataviem dalīties ar pieredzi, kas iedvesmo un bagātina kolēģus.

**Praktiskā semināra mērķis:** izmantojot biznesa pasaulē plaši izplatītu pieeju, veicināt pedagogu izpratni par savas profesionālās darbības ilgtspējas pamatiem un izaugsmi, kā arī strukturēt pedagoga rīcībā esošos resursus un iespējas savas konkurētspējas stiprināšanai.

**Semināra primārā mērķauditorija:** vispārizglītojošo skolu pedagogi

**Pielietotā metode:** pieeja balstīta uz biznesa pasaulē plaši pielietoto A.Ostervaldera biznesa modeļa audeklu, kas uzņēmumiem ļauj izstrādāt ilgtspējīgu darbības modeli un sasniegt izvirzītos mērķus.

**Praktisko semināru vada:** Vita Brakovska (MBA, biedrība ZINIS)



- 18+ gadu darba pieredze valsts un pašvaldību jomā
- 9+ gadu starptautiska pieredze radošās domāšanas rosināšanā Baltijā un NVS
- 15+ gadu praktiska pieredze darbā ar cilvēkresursu attīstību
- 1100+ pasākumu vadīšana indivīda uzņēmējspēju aktivizēšanai (kopš 2009.gada)
- Eiropas Komisijas atzinība par nacionālā konkursa „Ideju kauss” (LIAA) ieviešanu
- Britu padomes radošās domāšanas metodes „Nākotnes pilsētas spēle” vadītāja
- koka gludināmo dēļu uzņēmuma vadītāja

**Vitas pakalpojumus izvēlējušies:** Latt telecom, ELKO Group, TNS Latvia, Britu padome, Nordea banka (Nordea Biznesa skola), SEB, DNB, G4S, Ventspils Augsto Tehnoloģiju Parks, AAS Balta, Latvijas Zaļais punkts, Valsts Kontrole, Valsts Kanceleja, LR Kultūras ministrija, LR Iekšlietu ministrija, LR VARAM, CFLA, Latvijas Nacionālais kultūras centrs, Fonds DOTS, RTU, pieaugušo izglītības centri u.c. Plašāka informācija pieejama [www.zinis.lv](http://www.zinis.lv) un [www.brakovska.lv](http://www.brakovska.lv)

**Vieslekcijas kopš 2017.gada ESF projekta „Nr. 8.3.5.0/16/I/001 “Karjeras atbalsts vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs” ietvaros:** Āgenskalna Valsts ģimnāzija, Gulbenes 2.vsk, Gulbenes Valsts ģimnāzija, Slokas psk, Jūrmalas Mežmalas vsk, Tilžas vsk, Balvu Valsts ģimnāzija, Iecavas vsk, Jelgavas Valsts ģimnāzija, Limbažu novada ģimnāzija, Madonas Valsts ģimnāzija, Neretas J.Jaunsudrabiņa vsk, Jēkabpils 2.vsk, Jēkabpils Valsts ģimnāzija, Teteles psk, Rēzeknes novada skolas, Skrundas vsk, Valdemārpils vsk, Vecumnieku vsk, Talsu psk, Talsu Valsts ģimnāzija, Talsu 2.vsk, Laucienes psk, Sabiles vsk, PIKC RTK.

# ***MANS PERSONĪGAIS BIZNESA MODELIS:*** neviens nav neaizstājams, toties ikviens var kļūt neatkārtojams

2019.gada 15.martā

## **Sagatavošanās:**

**#1: Šīs dienas pieņēmums: “kur es vēlos strādāt?”**

**#2: Nost ar “kāpņu telpas” sindromu! Kas ir mana “veselīgā ambīcija”?**

**#3: Jēgpilns darbs: kāpēc vispār tieku nodarbināts?**

risinām konkrētu **PROBLĒMU** vai apmierinām konkrētu **VAJADZĪBU**

## **Manas karjeras dzīvais “biznesa plāns”**

jeb kā A.Ostervalders mainīja tradicionālos pieņēmumus par izaugsmes plānošanas procesiem

## **Kas ir (klasiskais) *biznesa modelis*?**

**Uzņēmējdarbībā:** apraksta un vizualizē ieņēmumu gūšanas pamatprincipus. No idejas līdz reālai peļņai – KĀ? Līdzīgiem uzņēmumiem var būt dažādas stratēģijas.

Modeļa izveides specifika ir ne tikai atbildēt uz konkrētiem jautājumiem katrā no sadaļām, bet arī saredzēt likumsakarības, kas ļauj izmantot uzņēmuma spēcīgās puses savu pozīciju stiprināšanā un mazināt vājo pušu negatīvo ietekmi.

## **Personīgais biznesa modelis nodarbinātajiem**

### **CV vs VĪZIJA vs biznesa modelis**

**CV** – mans de facto “sociālais kapitāls” (50% no kopējā RESURSA)

**Vīzija** – mana “zvaigzne”, nākotnes solījums (ietver “veselīgas ambīcijas”)

**Biznesa modelis** – ērti pārskatāms rīcības plāns vīzijas sasniegšanai

**Atbildes uz agrāk neuzdotiem jautājumiem** (sāk tikt meklētas, parādoties “bankrota” sajūtai)

## **Kā tad īsti būtu VISLABĀK sasniegt savu “zvaigzni”?**

- Visu apgūt **PAŠAM** vai sadarboties ar **KOMPETENTIEM CILVĒKIEM**?
- **PARTNERI**, kas **palīdzēs** nodrošināties pret riskiem, zaudējumiem, pārliecināt vadību
- **Kādēļ** izvēlas tieši **MANI**?
- **CIK, KAD, KĀ** un **PAR KO** maksā mans “klients”?
- Kā ir iespējams **DAŽĀDOT** labumu, ko gūstu (atalgojums, bonusi, attieksme)?
- Ar kurām **AKTIVITĀTĒM** varu nodrošināt savu “neaizstājamību”? utt

## #1: KAM ES PALĪDZU? (KLIENTI)

KAM radam vērtību ar savu piedāvājumu? (klients)

### ‘ZINI SAVU KLIENTU!’

kas ir svarīgs? (vērtības)  
No kā baidās? (riski)  
kā pieņem lēmumus? (loģika)

Klients – tas, kurš **MAKSĀ**

Tas, kas **NEMAKSĀ**, tas pats kļūst par..

Jaunietim: **PIRMAIS** klients

“Gados stiprajam”: **IDEĀLAIS** klients?

## #2: KO TU SNIEDZ? (VĒRTĪBAS PIEDĀVĀJUMS)

Kas būs klienta IEGUVUMS?

PAR KO viņš Tev primāri maksā?

Veiktspēja

Mazbudžeta risinājumi

Attieksme

Daudzpusīgums (elastīgums)

Pieejamība, ātra reakcija

Drošība (pieredze, var paļauties)

Statuss/ zīmols

Novitātes ikdienas gaitās (pēc pieprasījuma)



Man ir risinājums – **VĒRTĪBAS PIEDĀVĀJUMS**

**NB!** Cik *efektīgi/ radoši/ maģiski/ vienreizēji/ pārsteidzoši* risināšu problēmu/ apmierināšu vajadzību! Piemēram, **ātrums** – dizains – kombinācija u.c.



**Brigita Stroda** – kroņu meistare



Kronis vai vainags galvā ir savā ziņā **pārbaudījums sievietes pašapziņai** - vai tev patīk, ka tevi redz un ievēro. Brigita uzsver: tas **nav** par sievišķību, **tas ir par domāšanu!**

leskaties: [www.lastroda.com](http://www.lastroda.com)

## #3: KO TU DARI? (AKTIVITĀTES - Tavs “Magic”)

Kuras aktivitātes izceļ manu unikalitāti piedāvātās vērtības kontekstā?

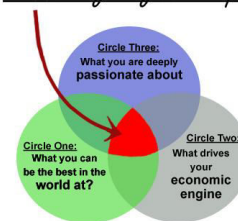
Kā es to spēju formulēt VIENĀ teikumā?

Procesu organizācija  
Rezultāta sasniegšana  
Jaunu ideju architektūra  
Problēmu risināšana  
Tīklošanās u.c.

### „Eža koncepts” (Jim Collins)

- ko es protu labāk par citiem?
- kuras aktivitātes sniedz ekonomisko atdevi?
- kas mani patiesi aizrauj?

### *The Hedgehog Concept*



### #4: KĀ VIŅU SASNIEDZ? (KANĀLI)

Kādā veidā komunicēšu ar klientu un tos sasniegšu, lai nogādātu vērtību?

Šie kanāli pieder **PAŠIEM** vai **CITIEM**?

### #5: KO ES SAŅEMU? (IEŅĒMUMI U.C. LABUMI)

Kādu labumu un kādā formātā ienes klients?

#### Gūtā labuma dažādošanas iespējas:

Kompetenču pārdošana  
Sava laika pārdošana (drošība, ērtums, ātrums)  
Sava vārda pārdošana (garantija)  
Sevis “iznomāšana”/ “aizdošana”  
Abonēšanas maksa  
Starptiecības maksa  
“Ieņēmumi no reklāmas” (lepni, ka ar mani sadarbojas)

#### Varbūt noder:

Fiksēta cena  
Dinamiskā cena  
Atkarīga no vērtības

### #6: KO TU ATDOD? (IZDEVUMU STRUKTŪRA)

Ko Tu “upurē”, lai sniegtu vērtību?

Laiks

Enerģija

Nervi

Notrulināšanās

Fiziskā veiktspēja

Izkļaidība

Privātā dzīve u.c.

#### Kuri resursi ir visdārgākie?

Izdegšana (iekšējā motivācija)  
Stress, miega stundas (veselība)  
Reputācija

### #7: KAS TU ESI & KAS TEV PIEDER? (RESURSI)

Bez kuriem resursiem nevar tas viss notikt?

#### Manā rīcībā ir:

Materiālie

Intelektuālie

Cilvēkresursi

Finanšu

Manas kompetences

#### Man patīk strādāt ar:

(a) cilvēkiem

(b) Informāciju

(c) materiāliem

## #8: ATTIECĪBAS AR KLIENTIEM

Kā veidoju attiecības ar klientu?  
Uz kādām attiecībām cer klients? Attiecību formātu daudzveidīgums?

### Varbūt noder:

- iestājies par kaut ko!
- esi sociāli atbildīgs!
- uzrunā klienta ego!
- lieto viņa leksiku!
- stiprini lojalitāti
- daudz ko nosaka attieksme!
- ātrums vs **kvalitāte**

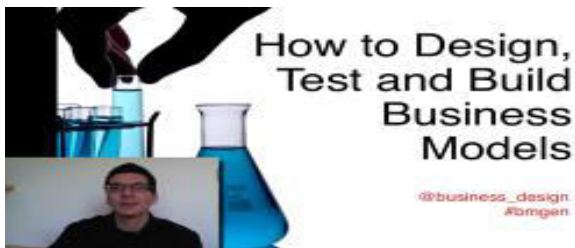
## #9: KAS TEV PALĪDZ? (PARTNERĪBA)

KĀDI partneri un KĀDAM mērķim vajadzīgi?

- ... sasniegt ātrāk & pārliecināt savu klientu
- ... stiprināt savu pievilcību klienta acīs
- ... optimizēt resursus
- ... mazināt reputācijas u.c. riskus
- ... radīt pievilcīgāku, unikālāku piedāvājumu
- ... izveidot stingrākas, regulārākas attiecības ar klientu

Internetā pieejami dažādi atbalsta resursi sava pirmā biznesa modeļa izveidei, viens no tiem – paša autora video: <https://www.youtube.com/watch?v=RzkdJiax6Tw>

**Osterwalder explaining the Business Model Canvas:** Youtube, 42:28



## PERSONĪGAIS BIZNESA MODELIS

<p><b>2. KAS TEV PALĪDZ? (PARTNERĪBA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kas Tev palīdz sniegt vērtību citiem?</li> <li>• Kas Tevi atbalsta Tavās centrālajās aktivitātēs?</li> <li>• Vai partneri palīdz sagādāt nepieciešamos resursus?</li> <li>• Kuri partneri palīdz pārliecināt Tavu klientu vai to sasniegt?</li> </ul>	<p><b>4. KO TU DARI? (AKTIVITĀTES)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuras ir ikdienas stratēģiski svarīgākās aktivitātes darbā, kas atšķir Tevi no citiem darba kolēģiem?</li> <li>• Bez kurām no šīm aktivitātēm nevari nodrošināt vērtību klientam?</li> </ul>	<p><b>3. KO TU PALĪDZI? (VĒRTĪBAS PIEDĀVĀJUMS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kādu vērtību sniedz klientam?</li> <li>• Kuru Tevis sniegto labumu klienti novērtē visvairāk?</li> <li>• Par ko primāri klients Tev maksā?</li> </ul>	<p><b>9. ATTIECĪBU VEIDOŠANA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kādas attiecības klients cer ar Tevi veidot un uzturēt?</li> <li>• Kādi šobrīd ir attiecību formāti Tev ar klientu?</li> </ul>	<p><b>1. KAM TU PALĪDZI? (KLIENTI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kam veido vērtību (kas no Tava darba gūst labumu?)</li> <li>• Kas ir Tavs svarīgākais klients?</li> <li>• Kurš Tavā darbā ir atkarīgs no Tevis/ Tevis paveiktā darba?</li> <li>• Kas ir Tava „klienta klienti”?</li> </ul>
	<p><b>8. KAS TU ESI UN KAS TEV PIEDER? (RESURSI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiālie</li> <li>• Intelektuālie</li> <li>• Cilvēku</li> <li>• Finanšu</li> <li>• Tavas spējas un prasmes?</li> </ul> <p>Ar ko Tev patīk strādāt: a) cilvēkiem, b) informāciju/ idejām, c) materiāliem?</p>		<p><b>5. KĀ SASNIEDZ SAVU KLIENTU? (KANĀLI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kādus kanālus klients vēlas izmantot, lai saņemtu Tavu vērtību?</li> <li>• Kā Tu klientu sasniedz šobrīd? Kuri kanāli ir efektīvākie?</li> </ul>	
<p><b>7. KO TU ATDOD?</b> Ko Tu „upurē”, lai veiktu darbu (laiks, enerģija, privātā dzīve). Kuri resursi ir dārgākie (izdegšana, stress u.c.)</p>		<p><b>6. KO TU SAŅEM</b> Ko Tu saņem no klienta par piedāvāto vērtību? Kā klients maksā tagad? Kādā formātā to viņam ērtāk darīt? Saņemtā labuma dažādie formāti?</p>		