

Resursu banka
jaunatnes darbiniekiem



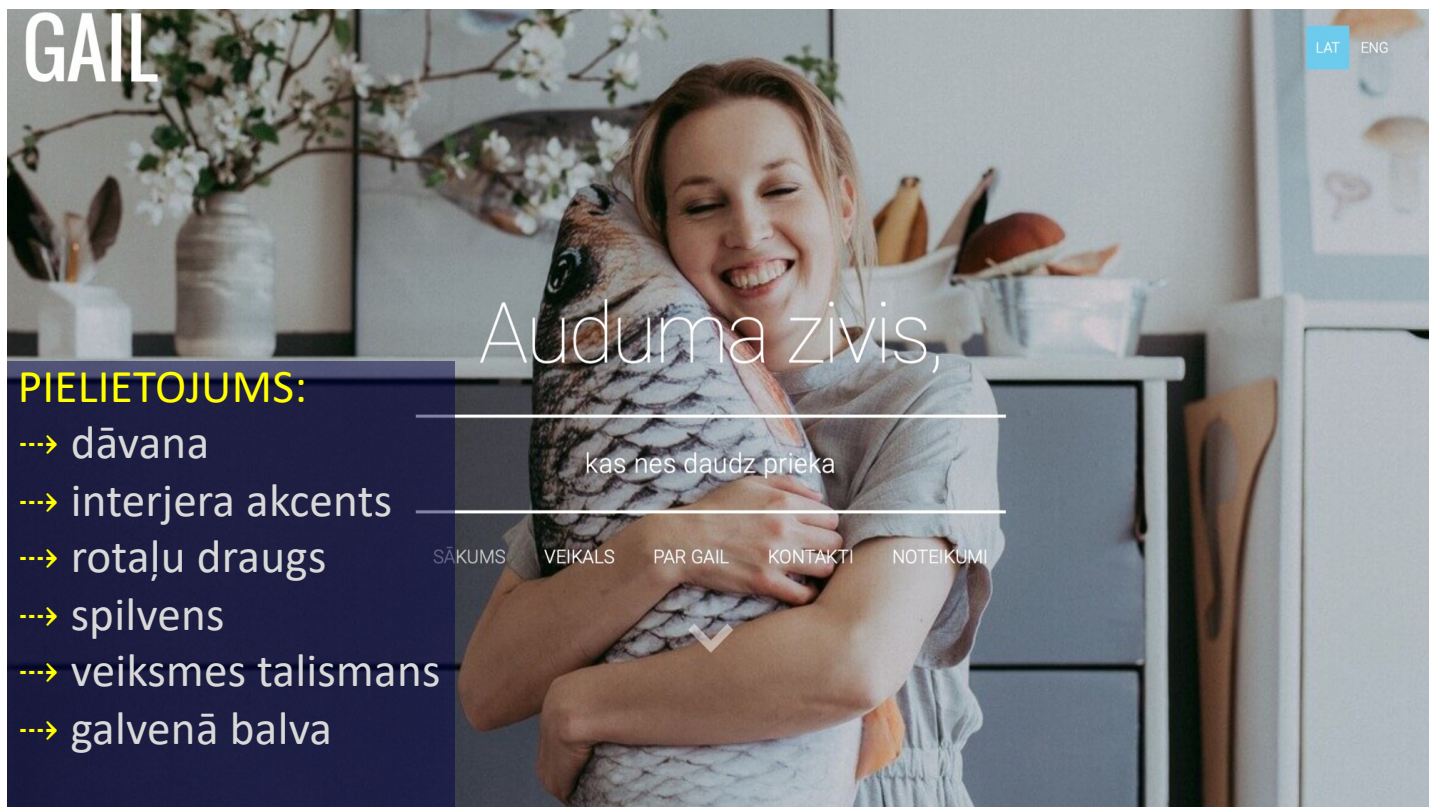
Man patīk kartupeļi, jo tie, tāpat kā cilvēki, ir atšķirīgi, tomēr tie pārstāv vienu sugu.

Esmu fotografējis daudzus kartupeļus. Šis ir viens no maniem favorītiem.

“Potato #345” (Kevin Abosch, 2010)



Inga Bērente
Meņģeles
pagasts



GAIL

LAT ENG

Auduma zivis,

kas nes daudz prieka

PIELIETOJUMS:

- dāvana
- interjera akcents
- rotaļu draugs
- spilvens
- veiksmes talismans
- galvenā balva

SĀKUMS

VEIKALS

PAR GAIL

KONTAKTI

NOTEIKUMI



.. es to daru?

«IKIGAI»

KĀ?

KO?

«Zelta aplī» (Saimons Sineks/ Simon Sinek)



KĀPĒC/ KĀ/ KO Inga dara?

KĀPĒC? Mani uztrauc sabiedrības nevērīgā attieksme pret dabas daudzveidību un tās skaistumu.

KĀ? Aicinu ikvienu pētīt dabu un izzināt procesus tajā, tai pat laikā neaizmirstot rūpēties par to.

KO? Izgatavoju interjera dizaina priekšmetus Latvijas ūdeņos sastopamo zivju formās

2000

~3500

223



Normunds Bergs: Fizikas rezultāti skolās novedīs ģībonī lielāko daļu nācijas

NB Normunds Bergs 8:00, 7. Maijs 2019 0 Komentāri



"SAF Tehnika" valdes priekšsēdētājs Normunds Bergs
Foto: Ieva Leiniša/LETA





KĀPĒC?
(ja ne mēs, tad neviens)



OGRES ATTĪSTĪBAS BIEDRĪBA

Iedzīvotāji kļūst par savas **apkaimes gidiem**



OGRE
VASARINĀJUMS

Bez maksas audioizrādes pastaigu maršruts Ogrē
"PARALĒLO LAIKU PASTAIGA"
Neaizmirstams iztēli un fantāziju rosinošs piedzīvojums katrai ģimenei pilsētā

Apzīmējumi:
Maršruta sākums
Maršruta
Maršruta beigas
Dabiskā
Iela
Līce

Ieteicamais vecums: 10+
Ilgums: 1h 30 min
Ieteicams izmantot tikai austiņas.
Ieteicams izmantot ērtus apavus.
Pastaiga ir pa dažādām meža takām, trepēm, trotuāriem, asfalta un zemes ceļiem.

Sabiedrības integrācijas fonds
OGRES ARTISTU BIEDRĪBA

**OGRES VALSTS PARANORMĀLO
AKTIVITĀŠU DROŠĪBAS DIENESTS**
jau vairāk nekā 30 gadus slepeni pēta
paranormālās aktivitātes. Taču pavisam
nesen tika nolemts šos **datus**
atslepenot un piedāvāt Ogres
iedzīvotājiem un viesiem izmēģināt
**OGRES PARANORMĀLO PARĀDĪBU
DIAGNOSTIKAS PROGRAMMAS**
eksperimentālo aplikāciju, kas ļauj
saklausīt pagātnes skaņas.

Brīdinām, ka aplikācijas izmēģinājumam
kvalificējas pieaugušie un jaunieši sākot
no 10 gadu vecuma.



Viena (jauniešu) iniciatīva =
kopienas dzīves kvalitātes
uzlabošana

EKONOMIKA

KULTŪRAS
DZĪVE



SABIEDRĪBA

VIDE

‘Mikroviļņu domāšanas’ laikmets

I WANT
EVERYTHING
NOW



“Prezidenta kungs, mans darbs
ir uzlikt pirmo cilvēku uz Mēness!”



15

Ja Tev būtu tikai VIENS teikums par sevi..



Kaspars Vendelis:
palīdzu citiem nodzīvot līdz 120 gadiem
www.kasparsvendelis.com/par-mani/

Zemgalē:
protu saklausīt

Vidzemē:
mācu citiem KLIEGT

Kultūras darbiniece Mazsalacā:
es jau veselu mēnesi...

*Un ko es pateiktu par sevi **VIENĀ** teikumā?*

Es dzirdu, ko Tu domā

Kur visi bremzē,
es spiežu pedāli grīdā!

Man ir 1001 idejas pasaules iekarošanai

Padarīšu Tevi slavenu 10 minūtēs

Lieku domāt divreiz. Divreiz.

Neesmu apzinīgs, toties brīnišķīgs

Nākotne ir atkarīga no manis

Drosmīgais iet pirmais,
bet gudrais – pēc viņa!

Ilgi jūdzu, ātri braucu

Es zinu, ko darīsim rīt

Draudzējos ar marsiešiem

Varu panākt, ka akmens sāk runāt

Neviens nav **NEAIZVIETOJAMS**,
toties ikviens var būt **NEATKĀRTOJAMS**





Personiskās ilgtspējas modelis:

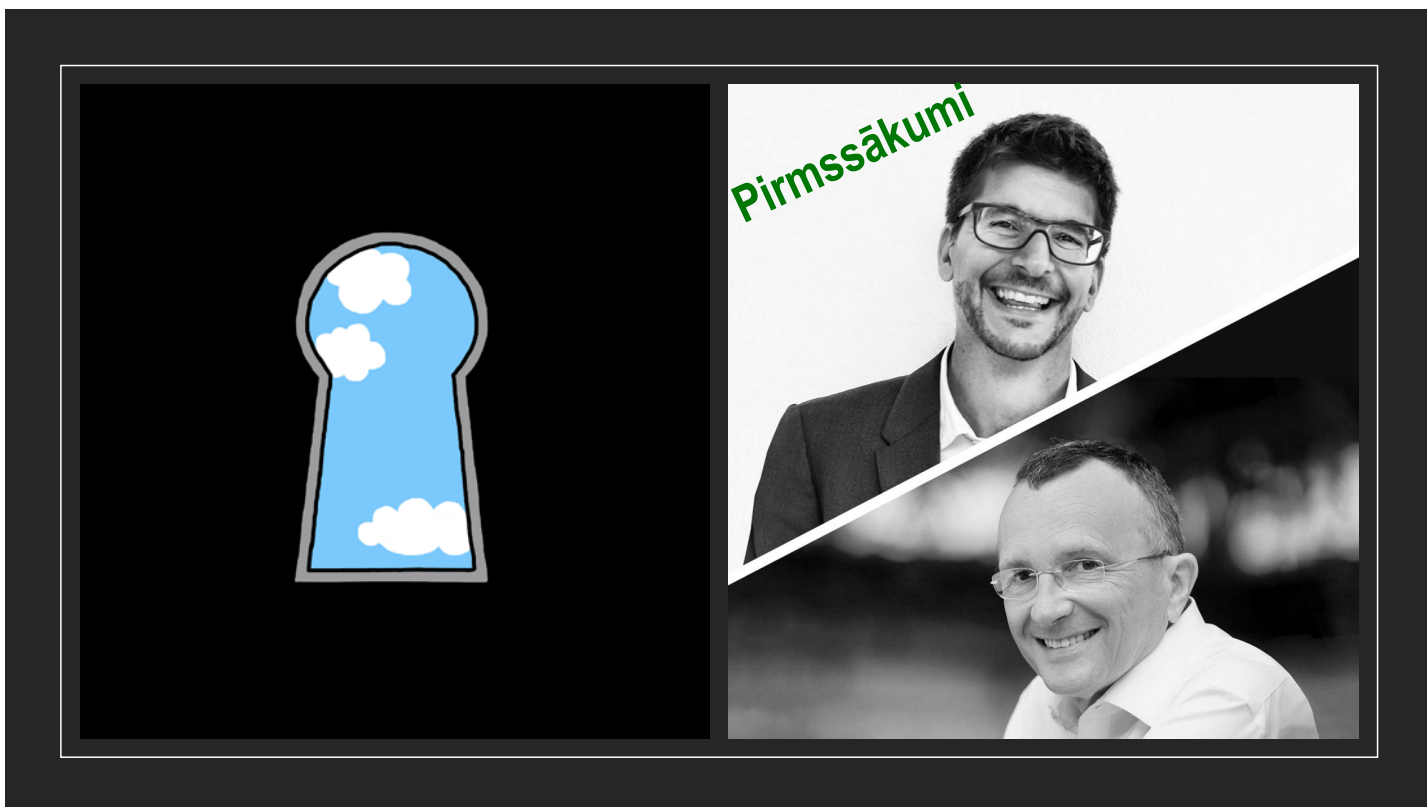
Stabilitāte/ pamats zem kājām

Apzinos savu vērtību UN to redz arī CITI

Mazinu nākotnes riskus

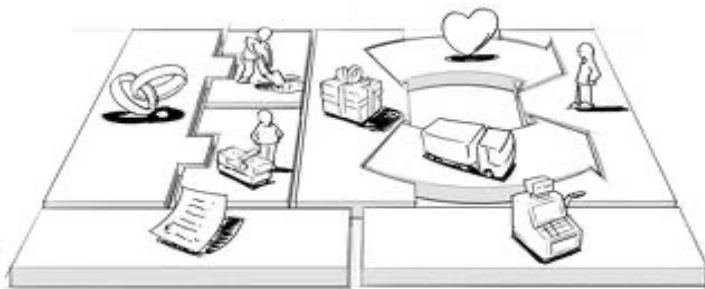
Atbildes uz “bankrota sajūtas”
jautājumiem

Mans vārds ir mans ZĪMOLS



Manas LABIZJŪTAS modelis

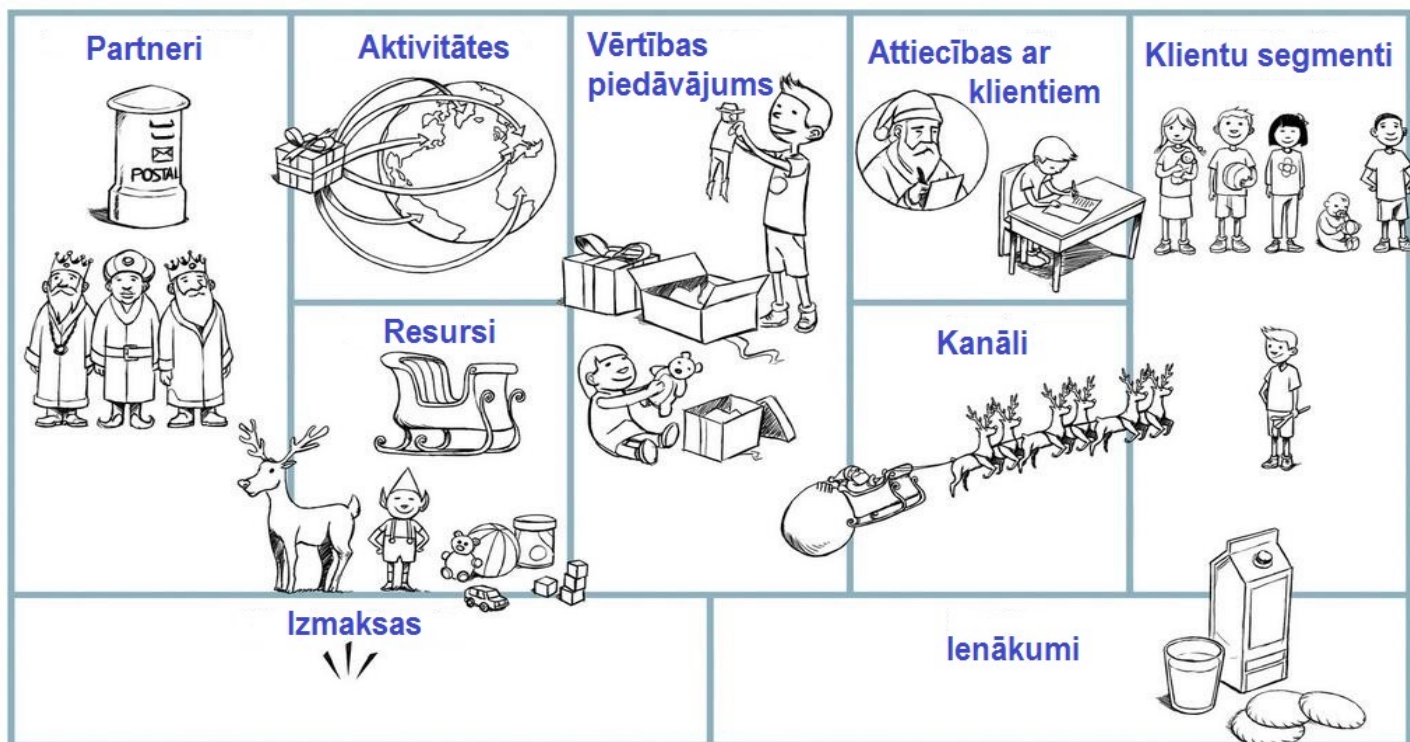
(pamatā - Business Model Canvas)



Galvenās raksturiezīmes:

- A4
- 9
- ?
- 1-2-3

Avots: Alexander Osterwalder, Yves Pigneur *Business Model Generation*, 2010



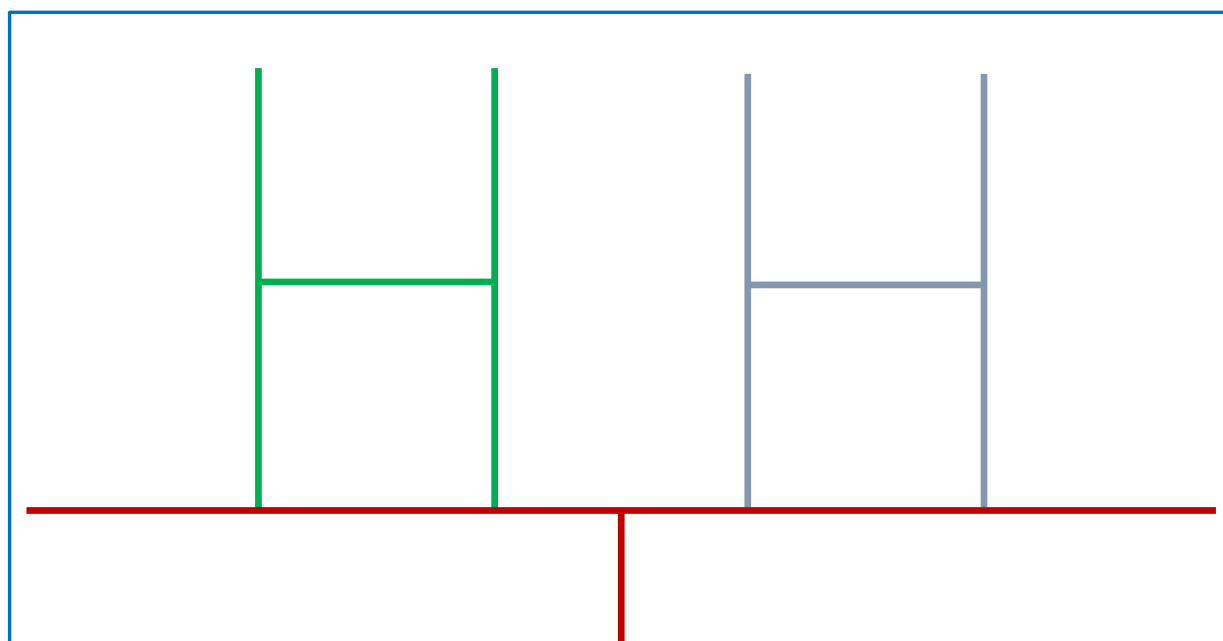
KO ar to visu darīt?



AR KO to visu darīt?

- savā kolektīvā
- ar domubiedriem
- ar ārējiem ekspertiem
- paziņu lokā

1 – 2 - gatavs!





- Pēc 1 gada būšu **viens no vadošiem ekspertiem** x jomā
- Pēc 2 gadiem izdošu **savu pirmo grāmatu** par..
- Pēc 1 gada **konsultēšu** citus jauniešu centrus x jautājumos
- Pēc 1 gada **mani atpazīs kā...**

#1: KAS IR MANS «KLIENTS»?

Key Features	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Channels
	Key Resources			
Cost Structure		Revenue Streams		

Klients – tas, kurš **MAKSĀ**
Tas, kas **NEMAKSĀ**, tas pats kļūst par..

“ZINI SAVU KLIENTU!”

- kas tam ir svarīgs? (vērtības)
- no kā baidās? (riski)
- kādas ir prioritātes/ drāmas?
- KĀ pieņem lēmumus? (fakti? loģika? emocijas?)
- kādās autoritātēs ieklausās?

#2: VĒRTĪBAS PIEDĀVĀJUMS

Kas būs «klienta» IEGUVUMS?

PAR KO viņš **PRIMĀRI** maksā? Par ko – **AR patiesu PRIEKU**?



VEIKTSPĒJA: pieejams, operatīvs, ērts

Piedāvāju **DROŠĪBAS** sajūtu

Esmu **B un C plānu cilvēks** (par visu padomāts)

Nodrošinu **atzinību/ statusu/ tēlu/ zīmolu**

Personalizēta pieeja (elastīgums)

Mana **ATTIEKSME** (risinājumi pēc būtības)

Novitāte, radošums

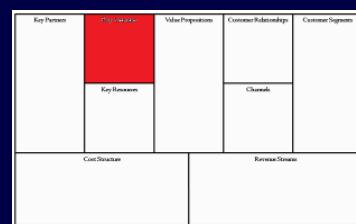
Mana «cena»

27

#3: MANA «MEISTARĪBA»

Kurās darbībās mani grūti “nokopēt”?

Ja aizvieto ar citu, tad “tas vairs nav tas”



Pārdomām: kā panākt, lai mani nevar “nokopēt”?



Saskarsmē un attieksmē – esmu vislabākais!

«Ražošana» (izdaru lietas LĪDZ GALAM)

Jaunievedumi (improvizēju sekmīgi - bez zaudējumiem)

Problēmu risināšana (nevairošos un motivēju citus RISINĀT)

Tīklošanās, platforma (SAVIENOJU pareizos cilvēkus vietā un laikā)

28



waiting time

waiting time. In QB HOUSE, we are saving b. ers. Crowdedness is indicated by QB signal.

Green: Immediate hair cut
Yellow: Waiting time is 5-10 min
Red: Waiting time is above 15 min

Purchasing ticket from the vending machine

HOUSE uses vending machine for purchasing ticket. This e accepts only SG\$12 note. Our stylist will not accep n customer.

ticket

Meistarība – procesu organizācija





Step by step guide

STEP 01

QB SIGNAL

▼ MORE

STEP 02

TICKET

▼ MORE

STEP 03

WAIT

▼ MORE

STEP 04

STATION CORNER

▼ MORE

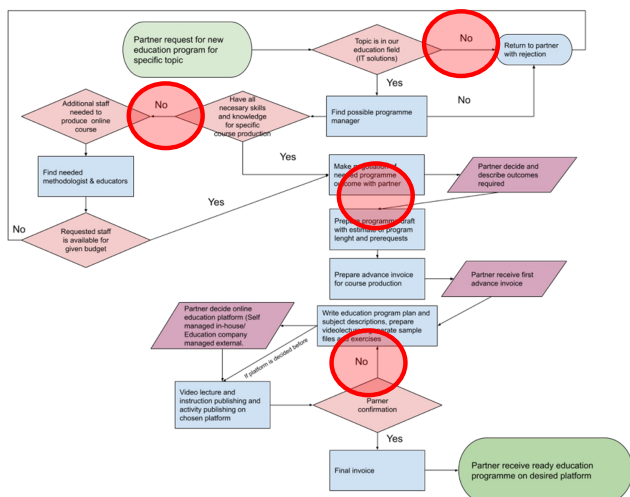
STEP 05

HAIR CUT

▼ MORE

Procesa analīze: PĀRNESES PUNKTI

(skaidri nosakām robežas, kur sākas un kur beidzas process)



Simboli

	Procesa sākums un beigas
	Aktivitātes
	Plūsmas virziens
	Lēmumu izvēle

Par sevi

Par kolēģiem

Komplimentu kultūra organizācijā

savas “meistarības”
apzināšanai

#4: KANĀLI

KĀ komunicēšu un nogādāšu vērtību «klientam»?

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		• Value	
Cost Structure		Revenue Streams		

#1 Informētība un mans tēls

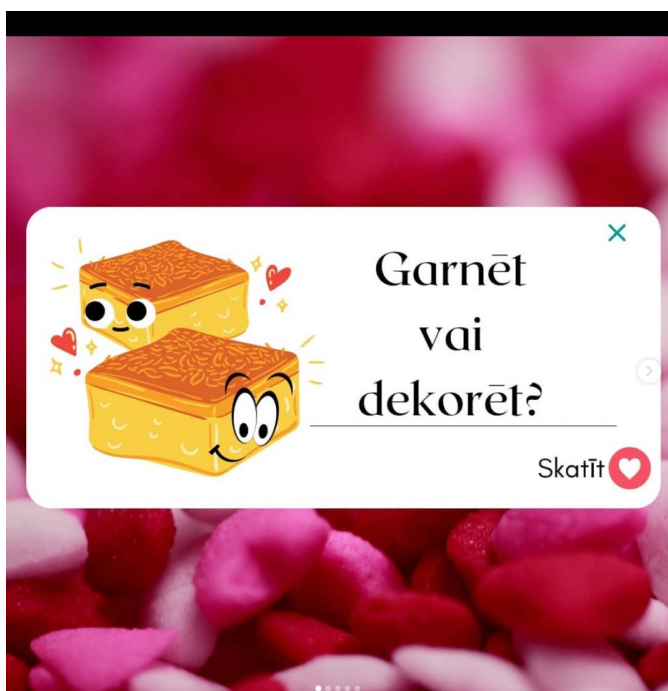
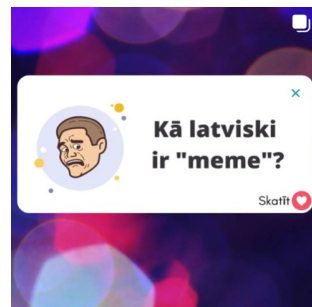
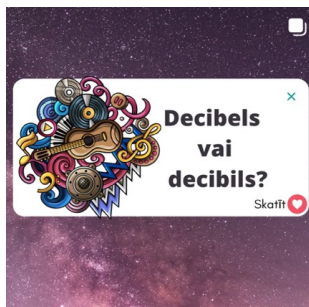
KĀ uzzinās par mani/ paveikto/ jaunām idejām?

#2 Kā dot iespēju novērtēt pirms jaunām iniciatīvām

VAI un KĀ nodrošināt *‘try me before you buy me’*

#3 Sadarbība/ ikdienas DA

KĀ nodrošināt sadarbību darba devējam ērtā veidā?



tavavaloda · Follow

tavavaloda Sapēntas 2944 atbildes.

✓ 1033
✗ 1911

1033 no jums atbildēja pareizi – Garnēt Ziemassvētku kūksu. 430 izvēlējās nepareizo atbildi – "Dekorēt Ziemassvētku kūksu". 827 savukārt – "Dekorēt Ziemassvētku kūksu". 654 atbildēja nepareizi – "Garnēt Ziemassvētku kūksu".

🍰 Vārds "garnēt" ir cēlies no franču valodas vārda "garnir", kas nozīmē 'brīdināt, apriķot'.

🍰 Vārds "dekorēt" ir cēlies no latīņu valodas vārda "decorare", kas nozīmē 'rotāt'.

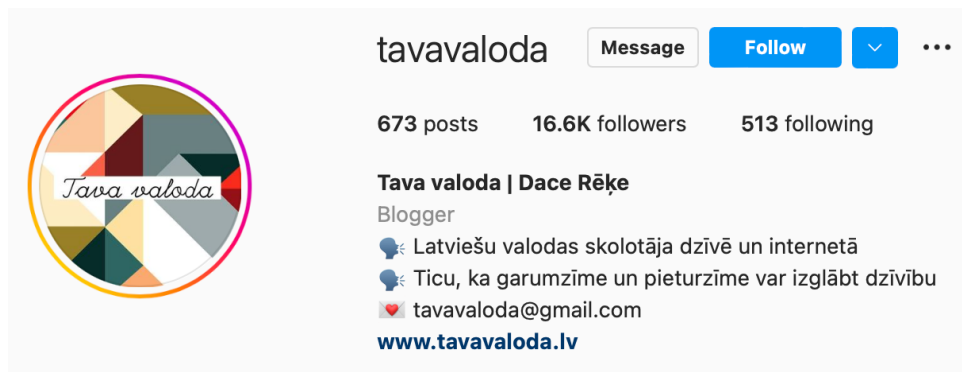
🍰 Ēdienu garnē, savukārt telpas – dekorē.

🍰 Latviešu valodā vārds "kēkss" ir no vācu valodas vārda "Keks". Izcelsmes pamatā ir angļu valodas vārds "cake".

🍰 Latviešu literārās valodas vārdnīcā vārds "kēkss" skaidrots kā veidnē cepts konditorejas izstrādājums no mīklas, kas gatavota no miltiem, sviesta, olām, cukura, rozīnēm.

🍰 Svešvārdu vārdnīcā vārds "kēkss" skaidrots kā veidnē

456 likes
DECEMBER 14, 2021



- > ideja bija jau gadu
- > nebija Instagram "guru"
- > konsultējās ar zinošiem cilvēkiem (nosaukums, logo, dizains)
- > "Bāc, par to taču doktora darbu varēja uzrakstīt"
- > Cilvēki paši sūta idejas
- > "vai Tu esi robots?"

#5: IEŅĒMUMU PLŪSMA

CIK, KĀDĀ veidā un KAD gūstam ieņēmumus?

FINANŠU, **MATERIĀLIE** un **NEMATERIĀLIE** ieņēmumi

Key Person	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Channels
	Key Resources			
Cost Structure		Revenue Streams		

Ko iegūstu:

Ergonomiska darba vieta

Darba dators u.c. aprīkojums

Statuss/ mani vienmēr «pasargās»

Perspektīva paaugstinājumam darbā

Apdrošināšana

Izaugsmes kursi

Papildus brīvdiena

Vērtīgs komandējums

Uzticēšanās, Kontakti, slavēšana u.c.

#6: IZDEVUMI

Ko es “upurēju”, lai sniegtu vērtību?

Laiks

Energija ↓

Nervi ↓

Motivācija ↓

Fiziskā veikspēja ↓

Koncentrēšanās ↓

Statuss/ tēls

Privātā dzīve

Citas izaugsmes iespējas u.c.

Key Features	Key Activities	Value Propositions	Channels	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

Kuri zaudējumi ir visdārgākie??

- Izdegšana (iekšējā motivācija)
- Stress, miega stundas (veselība)
- Mana reputācija
- «Stāvēšana» (attīstībā) uz vietas

#7: RESURSI

**Kuri resursi nepieciešami,
lai nodrošinātu vērtības piedāvājumu?**

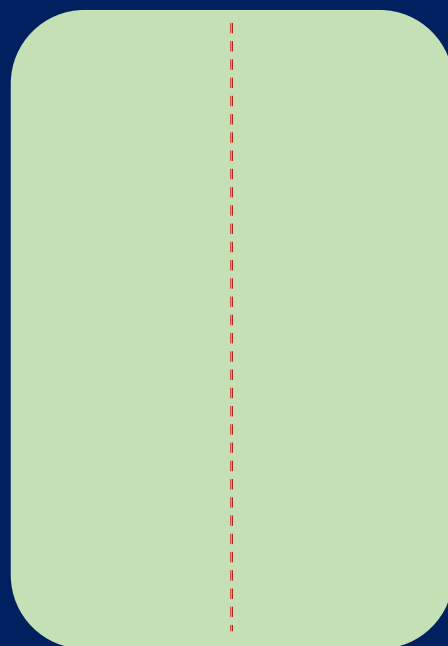
Bez kuriem resursiem nevar tas viss notikt?

Key Features	Key Activities	Value Propositions	Channels	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

Manā rīcībā ir:

- CILVĒKRESURSI (kompetences)
 - INFRASTRUKTŪRA
 - MATERIĀLIE
 - INTELEKTUĀLIE
- (preču zīme, dizainparaugs, licences, know-how etc)

Mans “spaiņa saraksts”



Starta kapitāla ABC “dzejolītis”

- **Nepērc** jaunu, ko vari nopirkt lietotu!
- **Nepērc** lietotu, ko vari nomāt!
- **Nenomā**, ko vari aizņemties!
- **Neaizņemies**, ko vari dabūt barterā!
- **Neņem barterā**, ko vari izlūgties!
- **Nelūdz** to, ko vari dabūt par brīvu!
- **Neņem par brīvu**, par ko tev samaksās!
- **Neņem samaksu**, ja vari izsolīt- kurš piemaksās vairāk?!



#8: ATTIECĪBAS AR KLIENTIEM

Kā veidošu / uzturēšu attiecības ar «klientu»?

Kā par sevi atgādināšu ārpus DA?



- «Kopienas» veidošana
- Koprade
- Jaunas iniciatīvas

Iestājies par kaut ko
ĀRPUS darba un ESI PAMANĀMS!



Iveta Vabule (Madona)
Linda Kravcova (Liepāja)

#9: VIEDĀ PARTNERĪBA

KĀDI sabiedrotie 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 **ciešākas attiecības** ar «klientu» u.c.

Lietišķās "vārsmas" treniņš

SOCIĀLĀ BIZNESA MODEĻA KANVA / SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS

Resursi / Key Resources	Aktivitātes / Key Activities	Darbības formāts / Type of Intervention	Klientu segmenti / Segments	Vērtību piedāvājums / Value Proposition
Chiviki, materiāli, infrastruktūra / People, finance, access? Partneri + ieinteresētās pusas / Partners + Key Stakeholders		Pakalpojums, produkts, darbnīca? / Service, product, workshop? Kanāli / Channels	Saņēmējs / Beneficiary Maksātājs / Customer	Sociālais iegākums / Social Value Proposition Sociālais ietekmes mērīšana / Impact Measures Klienta iegākums / Customer Value Proposition
Izmaksu struktūra / Cost Structure		Peļņa / Surplus	Ienākumi / Revenue	
		Kur tā tiks investēta? / Where do you plan to invest your profits?		

0# Mūs uztrauc X problēma, tādēļ mēs to risinām,

1# darot X darbības

#2 lai radītu X vērtības

#3 ko iegādājas X klienti

#4 izmantojot X kanālus.

5# No tā veidojas X veidu un apjoma ieņēmumi

6# un rodas X izdevumi.

7# Mērķi sasniedzam, izmantojot X resursus;

8# par X sasniegumiem stāstām X veidā;

9# tajā visā man palīdz X partneri



1# KLIENTS >< Savam skolas direktoram un mācību pārzinim

2# VĒRTĪBAS PIEDĀVĀJUMS >< regulāri nodrošinu pozitīvas atsauksmes no skolēnu vecākiem,

3# MEISTARĪBA >< transformējot fizikas nodarbības par vienu iecienītākajiem priekšmetiem skolā un

4# KANĀLI >< aicinot skolēnus informēt direktoru par savu pieredzi caur viņa Instagram kontu.

5# IEŅĒMUMI >< Ieņēmumus veido darba alga un starpt.komandējumu naudas, kā arī izaugsmes kursi un atzinība

6# IZDEVUMI >< Tas viss no manis tas prasa laiku, izdomu un pierunāšanas pūliņus.

7# RESURSI >< Fizikas nodarbībām nepieciešami prototipi, aprīkojums un loģistikas risinājumi.

8# ATTIECĪBAS >< Par sevi atgādinu vecāku sapulcēs, forumos un konferencēs

9# PARTNERI >< un mani sabiedrotie ir inženierzinātņu jomā strādājoši uzņēmumi.



Veidojam
10 “spridzīgas” idejas
jaunatnes darbinieka
veiktspējas uzlabošanai
līdz...

PRIMĀRI – **TIKAI** ideju
nosaukumi

Piemērs (ŠOBRĪD = **10** idejas BEZ detalizācijas!) **LĪDZ** plkst ...



VADĪBA

Rīta rituāls (kāds?)

Mērķu progresu VIZUALIZĀCIJA



PERSONĀLS

Komplimentu kultūra

Digitālo prasmju paraugstunda 1x nedēļā



KULTŪRVIDE

«Brīvais mikrofons»

«Ideju siena» bez nosacījumiem



VIDE

Klusuma telpa

Fizioterapeitiskās 15 min



”Iespēju filtrs”

Sadaliet idejas 3 kategorijās:



praktiskas (“šeit un tagad”)

perspektīvas (vid. termiņš)

futūristiskas (vīzija)

«Šeit un tagad»	«Vidējais termiņš»	«Laiemes lācis»

Laiks: **3-5** min



5. solis: Ideju kritēriji

1. **AKTUĀLA** - attiecas uz VIETĒJIEM un GLOBĀLIEM izaicinājumiem
2. **ATBILSTOŠA** – uzlabo jaunatnes darbinieka veikspēju
3. **KOPIENAI būtiska** – mērķauditorija to atbalsta
4. **NOVATORISKA un futūristiska** – radīs kaut ko jaunu un nebijušu
5. **IZPILDĀMA un sasniedzama** – varam sākt jau tagad – ar prototipu!
6. **JAUTRA** – aizraujoša un radoša



7. solis: Sagatavošanās pārbaudei

1. Izdomājiet, **KĀ** jūs pārbaudīsiet savas idejas
2. Izmantojiet ideju kritērijus, lai nolemtu, **KO nepieciešams** pārbaudīt
3. Izlemiet, **KĀ** jūs vēlētos **PASNIEGT** savas idejas pārējiem
4. Izlemiet, **AR KO** jums jārunā un kā jūs viņus iesaistīsiet
5. Izlemiet, **KĀDU informāciju** jums nepieciešams savākt un pārbaudīt
6. Izlemiet, **KURŠ** un **KO** jūsu komandā **darīs**

Vērtīgi resursi idejas testēšanas procesā

#1 Saruna tet-a-tet



#2 «Lauka intervijas»



#3 Internets



#6 Fokusa grupas



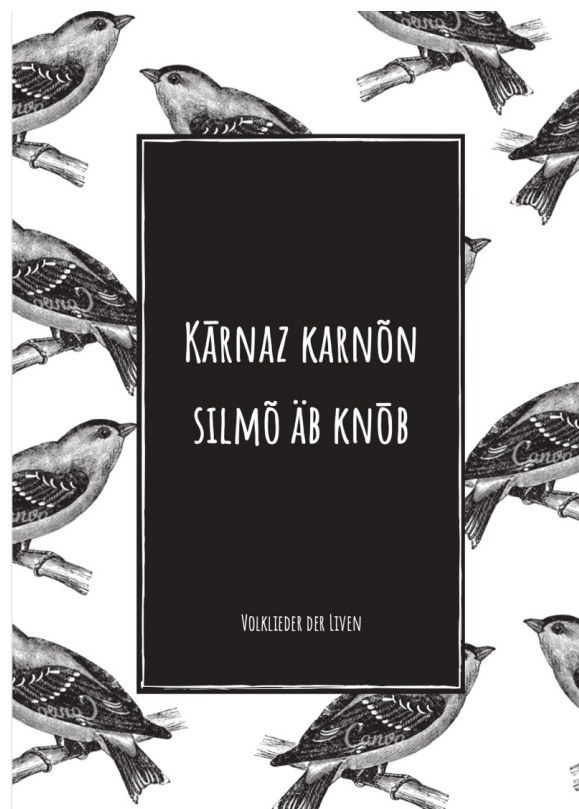
#4 Profesionāļi



#5 Novērošana



#7 Anketēšana



Brīva niša iedvesmas plakātu projektam

