

Es vēlētos savu
biznesa ideju īstenot
ĀTRI un **BEZ**
pārsteigumiem

Vai es
izskatos pēc
kāda
brīnumdara?

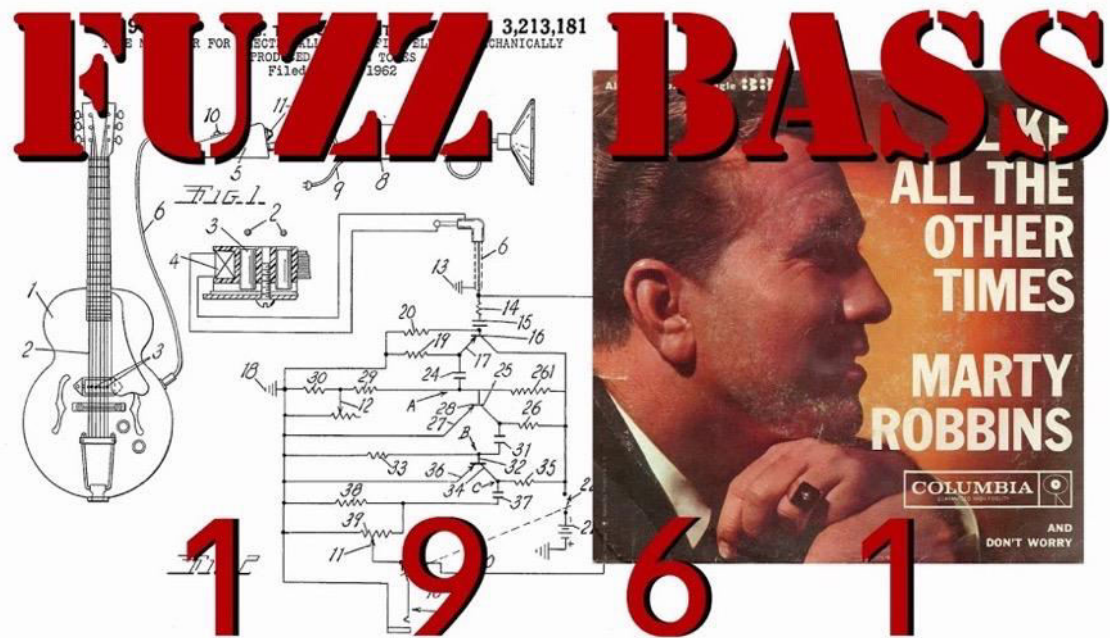


CEĻA KARTES VEIDOŠANA





Ģitāras efektu pedālis
radās **tehniskas kļūdas** rezultātā



Maestro FZ-1 Fuzz-Tone



Skaņu inženierisi Glens Snodijs nolēma sadarboties ar savu kolēģi radio inženieri R.V. Hobsu, lai izveidotu atsevišķu ierīci, kas apzināti atdarinātu jauno izplūdušo efektu. Tā radās Fuzz-Tone. Abi inženieri pārdeva savu shēmu "Gibsons", kas 1962. gadā komercializēja ierīci ar nosaukumu Maestro FZ-1 Fuzz-Tone. Lai gan sākotnējā 5000 vienību tirāža bija komerciāla neveiksme, pārdošanas apjomi strauji pieauga pēc tam, kad grupas The Rolling Stones dalībnieks Kīts Ričardss izmantoja FZ-1, lai ierakstītu grupas 1965. gada hita dziesmas (*I Can't Get No) Satisfaction* galveno rifu.

GameChanger Audio

"izgudro efektu pedāli no jauna.
Kāds ieguvums?



Efekta tonis tiek ģenerēts no
gāzizlādēm ksenona lampā.

Un kā jums sokas ar **fiziku**? 😊



Pūļa finansēšanas kampaņā piesaistīti 270K



CLOSED

PLASMA Pedal - High Voltage Distortion Unit

This IS high voltage Rock'n'Roll



Gamechanger Audio
2 Campaigns | Riga, Latvia

€284 987 EUR by 1487 backers

€270 370 EUR by 1431 backers on Apr 12, 2018

♡ FOLLOW



Elektromagnētisko indukciju
māca 11.klasē



MOTOR Synth |
Gamechanger Audio |
Indiegogo Campaign Video



CLOSED

Motor Synth

The World's First Electro-Mechanical Synthesizer



Gamechanger Audio
2 Campaigns | Riga, Latvia

€334 673 EUR

684% of €48 894 Fixed Goal



FOLLOW

Mērķēja uz **50 000\$**,
piesaistīja **330 000\$** (6.6x vairāk)

Kāda ir **LABA** biznesa pamatā?



definējams/ sasniedzams/ maksātspējīgs **TIRGUS segments**

laba **VAJADZĪBA**/ spēja izzināt **SLĒPTĀS** vajadzības

labs **VĒRTĪBAS PIEDĀVĀJUMS** (klienta IEGUVUMS)

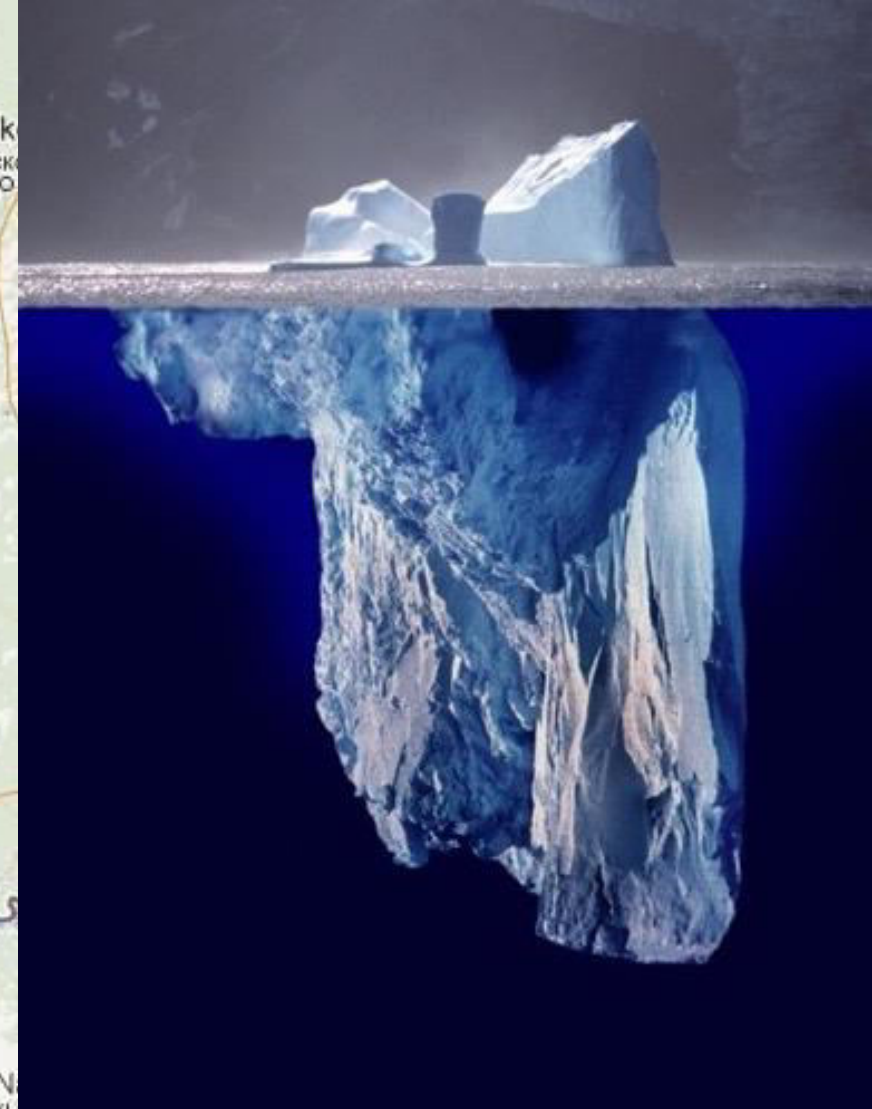
zināšanu/ tehnoloģiju **PĀRNESE**

aiz laba biznesa vienmēr ir **cilvēki ar DEGSMI**

visi inovatori ir «**KURMJI**»

un **CITI faktori**





Portfolio: 16 gados 1973. pasākums

MISIJA



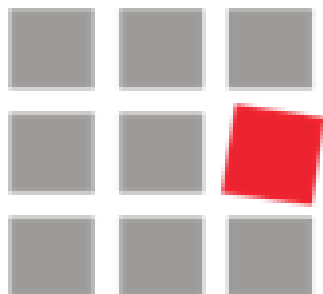
Latvijas
Investīciju un
attīstības aģentūra



IDEJU
KAUSS



Latvijas
Nacionālā komisija



Eiropas Digitālās inovācijas centrs

ATTĪSTA LATVIJAS IT KLASTERIS



Zemgales
plānošanas reģions



KURZEMES
PLĀNOŠANAS
REĢIONS



RĪGAS
PLĀNOŠANAS
REĢIONS



Pārresoru koordinācijas
centrs



Valsts kanceleja



Iekšlietu ministrija



Vides aizsardzības un
reģionālās attīstības
ministrija



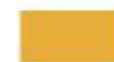
Izglītības un zinātnes
ministrija



Kultūras ministrija



Valsts ieņēmumu
dienests



Finanšu izlūkošanas
dienests



Nodarbinātības
valsts aģentūra

VAS
Elektroniskie
sakari

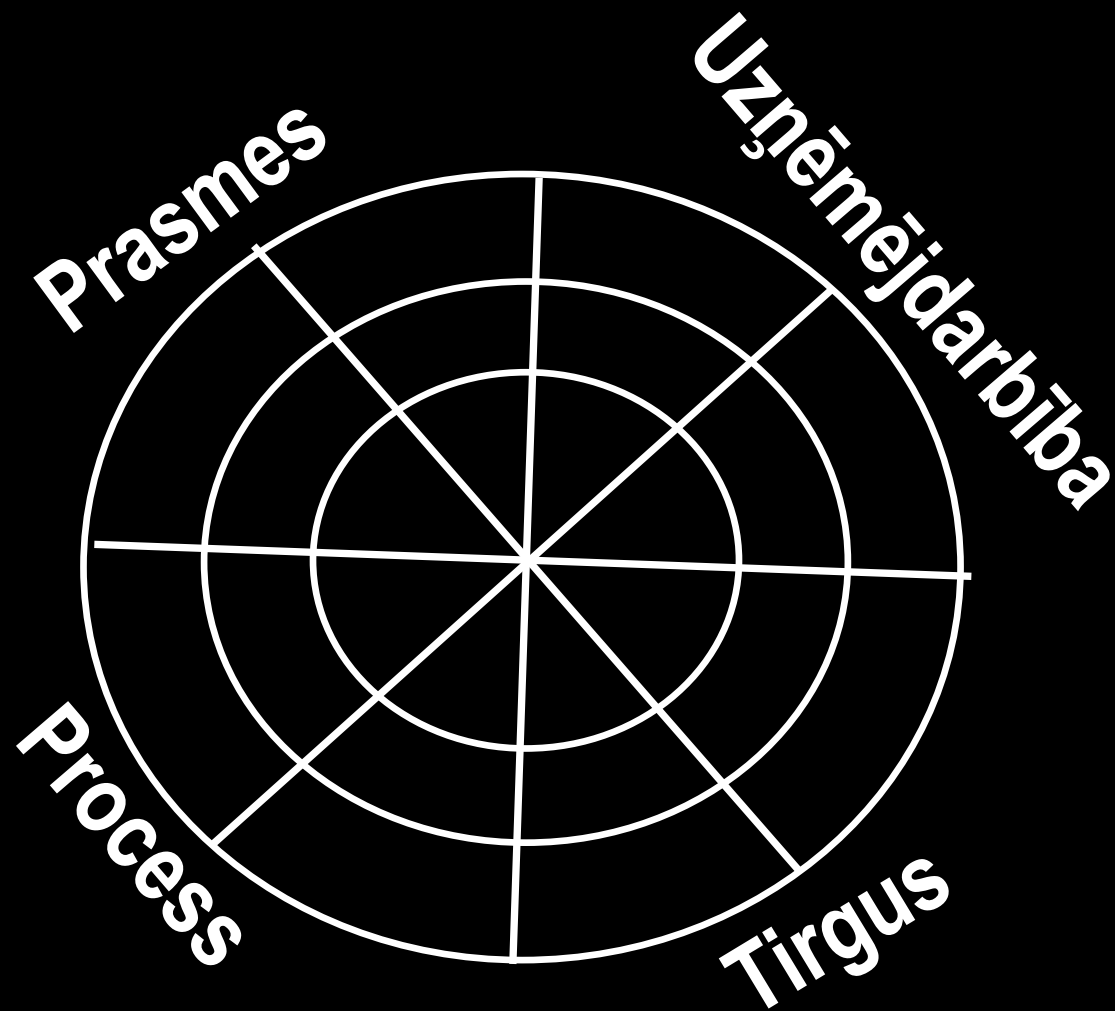


NARVESEN



alojas

Ceļa karte



**Praktiskā orientiera karte,
kas palīdz nenomaldīties no mērķa un
solī pa solim virzīties uz Demo dienu**

CEĻA KARTE - "Varoņa ceļojums"

#1 Komandu

stipro pušu apzināšana.

Klientu un tirgus izpēte

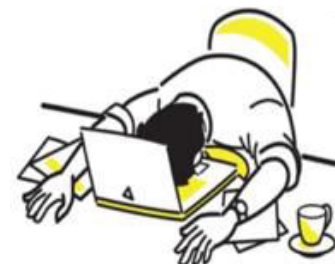
WTF...



#2 Vērtības piedāvājums
un mārketingas



#3 Juridiskie
Jautājumi, MVP



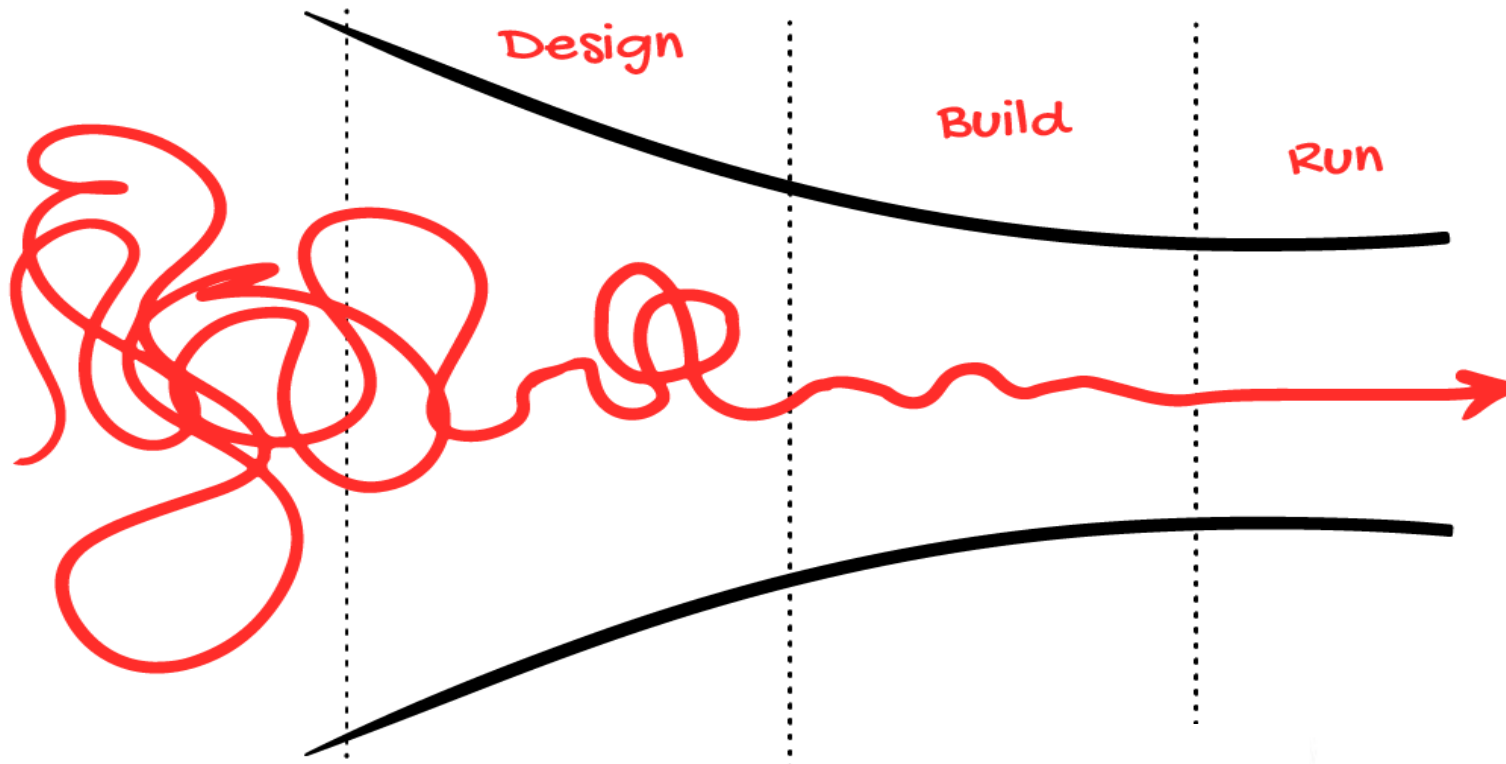
#4 Prezētēšana,
DEMO diena un
nākamie soļi

Think

Design

Build

Run



#1 Komandas risināmo problēmu klasifikācija

(vai risināmā problēma ir pietiekami nozīmīga no lietotāja viedokļa)

Identificējiet, kurā no kategorijām ir komandas definētā problēma! Ja ir vairākas – norādiet!



Vienkāršās/ on-off



Sarežģītās/ complex



Ļaunās/ wicked

--	--	--

#2 PROBLĒMAS un RISINĀJUMA validācijas metodes

Izvēlieties atbilstošākās validācijas metodes (9 varianti), lai saņemtu apstiprinājumu pieņemumam par vajadzības eksistenci un svarīguma pakāpi definētai mērķa grupai

#1 Sarunas ar lietotājiem	#2 Aptaujas un anketas	#3 Landing page tests
#4 "Wizard of Oz" tests	#5 Prototips / Mockups	#6 MVP MMP MLP
#7 Maksāšanas gatavības pārbaude	#8 Eksperimenti sociālos tīklos	#9 Pilotprojekti / mazā mēroga testi

#3 ALTERNATĪVE informācijas avoti

Definējiet "zelta datu" avotus komandas idejas attīstībai – kas var sniegt papildus vērtīgu informāciju par vajadzības aktualitāti vai risinājuma piemērotību?

#1 Cilvēki	#2 Vietas	#3 Notikumi un procesi

#4 Salīdzinošā analīze

Veiciet salīdzinājumu ar tuvākajām alternatīvām un definējiet savu risinājuma pārākumu

- Definējiet vismaz 2 tiešos konkurentus vai alternatīvos risinājumus, kas jau daļēji apmierina šo vajadzību.
- Veiciet salīdzinošo analīzi, lai saprastu, ar ko atšķiraties.
- Izveidojiet salīdzināšanas tabulu ar alternatīvām un pievienojiet galvenos secinājumus (risinājuma pilnveidei vai transformācijai)

Kritērijs	Mūsu ideja	Alternatīva 1	Alternatīva 2	Secinājums
Lietošanas ērtums				
Materiālu kvalitāte				
Ilgspēja				
Klientu serviss				
Cena				

CEĻA KARTE - "Varoņa ceļojums"

#1 Komandu
stipro pušu apzināšana.
Klientu un tirgus izpēte

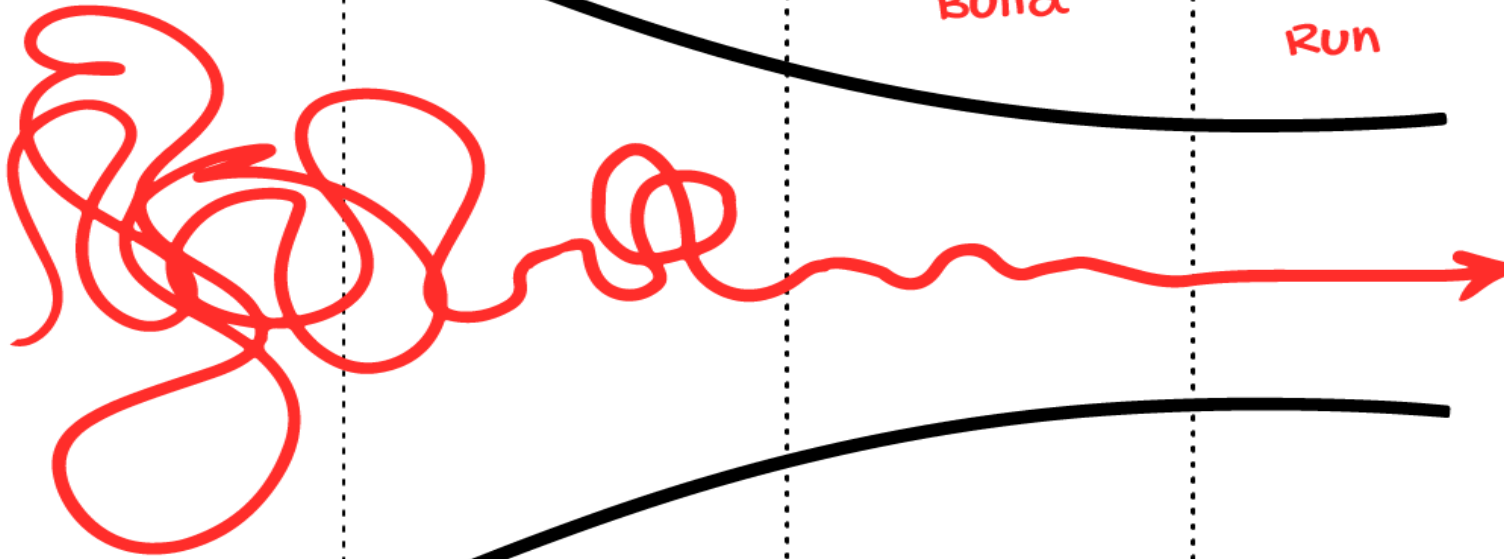
Think

Design

Build

Run

WTF...

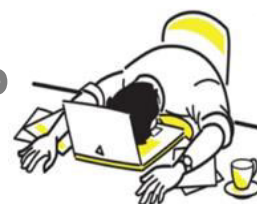


Mūsu galvenais
MĒRĶIS
Demo dienā ir...

#2 Vērtības piedāvājums
un mārketinga



#3 Juridiskie
Jautājumi, MVP



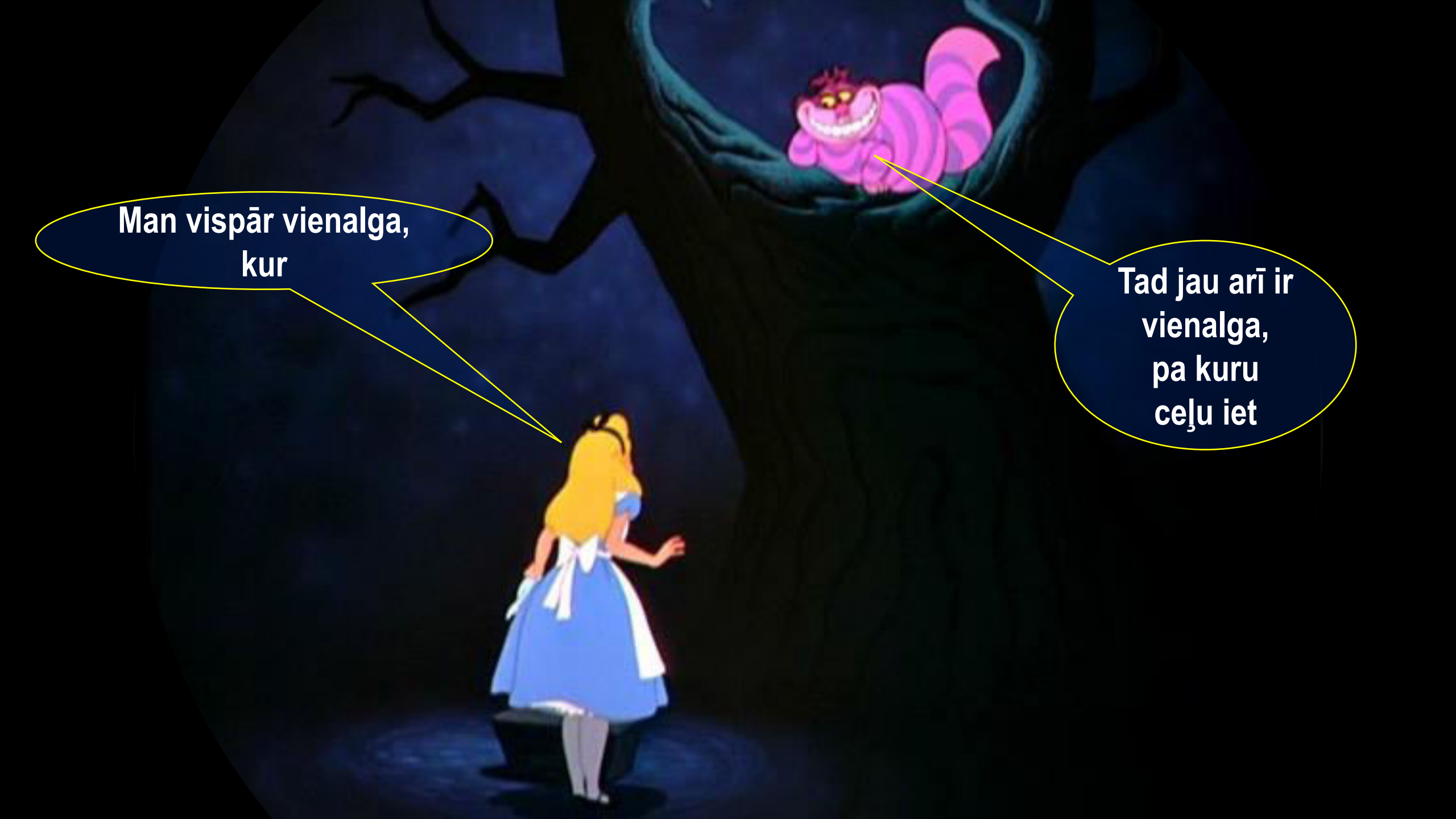
#4 Prezentēšana,
DEMO diena un
nākamie soļi



A scene from the 1951 Disney animated film "Alice in Wonderland". Alice, with her long blonde hair and blue dress with a white apron, stands in a dark, shadowy forest. She is looking up at the Cheshire Cat, who is perched on a tree branch above her. The Cheshire Cat has a wide, mischievous grin and a striped orange and black body. The background is dark and atmospheric, with the silhouettes of trees and a few distant stars or lights in the sky.

Vai jūs man, lūdzu,
nepateiktu, pa kuru ceļu
es varu
no šejienes aiziet?

Tas stipri vien
atkarīgs no tā,
kur tu gribi nokļūt

A scene from the 1951 Disney animated film "Alice in Wonderland". Alice, with her long blonde hair and wearing a blue dress with a white apron, stands in a dark, shadowy forest. She is looking up at the Cheshire Cat, who is perched on a tree branch above her. The Cheshire Cat has a pink and white striped body and a wide, mischievous grin. The background is a dark, swirling blue and black, suggesting a night scene in a magical forest.

**Man vispār vienalga,
kur**

**Tad jau arī ir
vienalga,
pa kuru
ceļu iet**

Uzstāšanās MĒRĶIS DEMO dienā:

Parādīt izaugsmi programmas laikā

Demonstrēt programmas efektivitāti

PLUS

- domubiedru, sadarbības partneru vai investoru meklēšana
- sevis vai koncepta «pārdošana» auditorijai
- prototipa testēšana paplašinātā lokā
- tirgus iespēju paplašināšana
- citi mērķi

Ceļa karte Pirmsinkubācijas programmā

Šī ir ceļa karte (roadmap), kas palīdzēs Tavai komandai strukturēt savas darbības pirmsinkubācijas programmas 4 mēnešos. Katrs posms atspoguļo vienu mēnesi līdz Demo dienai. Kopā ar komandu secīgi aizpildi informāciju par plānotajiem soļiem, nepieciešamiem resursiem un atbildības sadalījumu komandā.

Periods	Mērķis	Soļi (2–3 aktivitātes)	Resursi (t.sk. Pirmsinkubācijas pr. resursi)	Atbildības sadale komandā (kas un ko dara)
Oktobris	Ceļa kartes veidošana Problēmas un risinājuma validācija - Kas ir vajadzība un kam (mērķa tirgus)? - Kāda veida vajadzību mēs risināsim? Cik tā ir nozīmīga? - Kā mēs to zinām? Kas par to liecina? (pieredze, novērojumi, atgriezeniskā saite, tirgus tendences, alternatīvie avoti)? Kā nodrošinām, ka tas nav tikai subjektīvs viedoklis? - Vai mēs zinām savus tiešos un netiešos konkurentus? - Kas ir mūsu risinājuma unikālais vērtības piedāvājums klientam un kā zinām, ka tas ir konkurētspējīgs?	#1 Problēmas klasifikācija - Identificējiet, kurā no kategorijām ir komandas definētā problēma # Darba lapa “Problēmu klasifikācija” #2 Problēmas un risinājuma validācija - Izvēlieties atbilstošākās validācijas metodes (9 varianti), lai saņemtu apstiprinājumu pieņēmumam par vajadzības eksistenci un svarīguma pakāpi definētai mērķa grupai # Darba lapa “Problēmas un risinājuma validācijas metodes” #3 “Zelta dati” – alternatīvie informācijas avoti - Definējiet “zelta datu” avotus komandas idejas attīstībai – kas var sniegt papildus vērtīgu informāciju par vajadzības aktualitāti vai risinājuma piemērotību? # Darba lapa “Zelta dati idejas attīstībai” #4 Veikt salīdzinājumu ar tuvākajām alternatīvām un definēt unikālo vērtības piedāvājumu (UVP) - Jāatrod vismaz 2 tiešie konkurenti vai alternatīvie risinājumi, kas jau daļēji apmierina šo vajadzību. - Jāveic konkurenta analīze un kā komandas ideja atšķiras. - Jāizveido salīdzināšanas tabula ar konkurentiem un jāpievieno 2–3 galvenie secinājumi (e.g. idejas komandas risinājuma pilnveidei vai transformācijai) # Darba lapa “Salīdzinošā analīze”	Nepieciešamie resursi komandas definētās problēmas un risinājuma validācijai: - Materiālie - Cilvēkresursi - Infrastrukturā - intelektuālie Resursu avoti: - Komandas iekšējie resursi - Pirmsinkubācijas programmas resursi - Partneru (kādu?) rīcībā esošie resursi Kādi resursi trūkst un kā tos piesaistīt? - Barteris - Filantropija - Par samaksu “Palūgt un dabūt” u.c.	Līdz [datums] mums jābūt paveiktiem šādiem 2-3 uzdevumiem: - Vai mēs risinām pietiekami aktuālu vajadzību? Kas par to liecina? Ja nav – kā varam stiprināt vajadzības nozīmīgumu? - Kā esam apzinājuši tuvākos konkurentus vai esošos alternatīvos risinājumus? Kas par to liecina? - Kā esam sadalījuši pienākumus komandā, lai īstenotu dalību Pirmsinkubācijas programmā? ...

PROBLĚMA

šķērslis

PROBLĒMA

atgadījums

“pīrādziņš”

dižķibeles

SITUĀCIJA

iz-aicinājums

ķeza

tirgus nepilnība

“drāma”

JAUTĀJUMS

bēda

“ģimenes loceklis”

barjera

“žanra klasika”

VAJADZĪBA

ķibeles

uzdevums

“dzeltenās pīles
noslēpums”

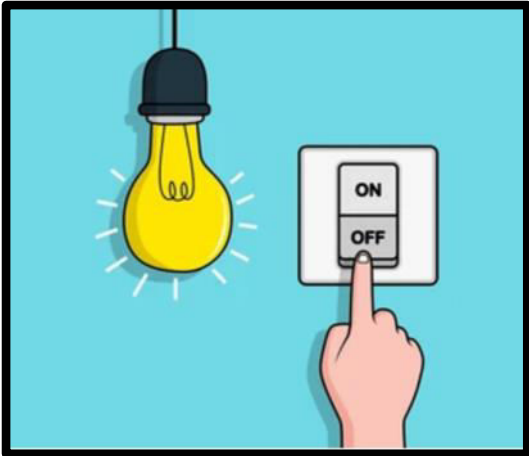


“Realitātes atzišana”

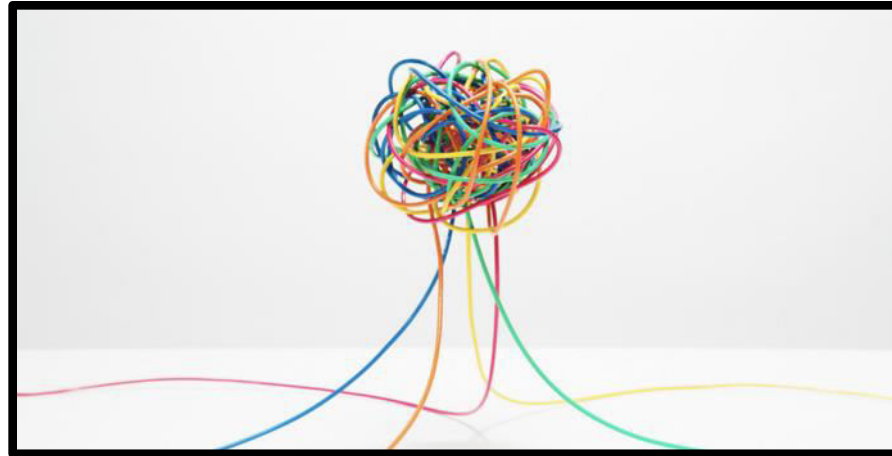


2020. gada 11. mēn.

Problēmu veidi



Vienkāršās/ on-off



Sarežģītās/ complex



Ļaunās/ wicked



«Ļauno» problēmu piemēri:

- nabadzība
- klimata krīze
- izglītības sistēmas modernizācija
- politikas plānošana
- publiskie pakalpojumi
- veselības aprūpes pakalpojumi
- biznesa stratēģija





AwithAworkshop.etsy.com

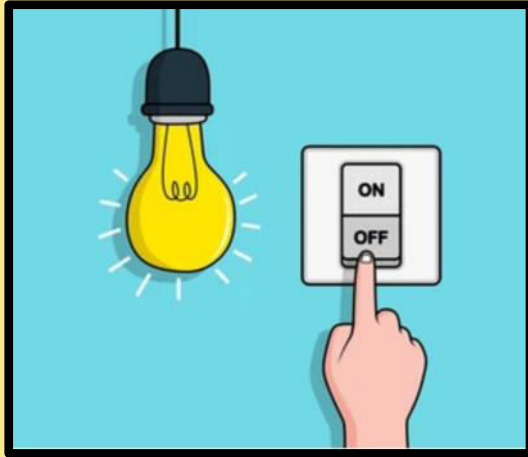


a_with_a_workshop

BRĪDINĀJUMS

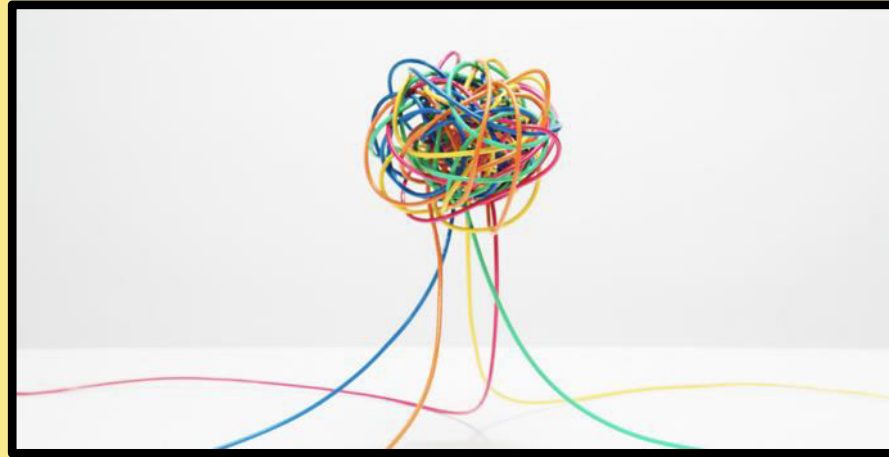


Un kas ir mūsu “kolekcijā”?



Citāts:

man dārzā ir Arion vulgaris – tie ir jāiznīcina!



Citāts:

vajadzētu samazināt Spānijas kailgliemežu populāciju ilgtermiņā visā novadā



Citāts:

jāizdara tā, lai invazīvās sugas mums netraucētu saimniekot un neapdraudētu bioloģisko daudzveidību

**Galvenās problēmu validācijas
(derīguma pārbaudes) metodes**

Nav klienta** (pircēja/ lietotāja) – nav biznesa



**** un KLIENTS nosaka risinājuma VĒRTĪBU, nevis uzņēmējs!**



Atpazīstam?

Azeron, 2019/ Ventspils



Inovācija “geimeru” pasaulē

90+ darbinieki

47 000 tastatūru uz 100+ valstīm

Tastatūras cena: ~ 200 EUR

Apgrozījums 4.4 milj.EUR (2023)

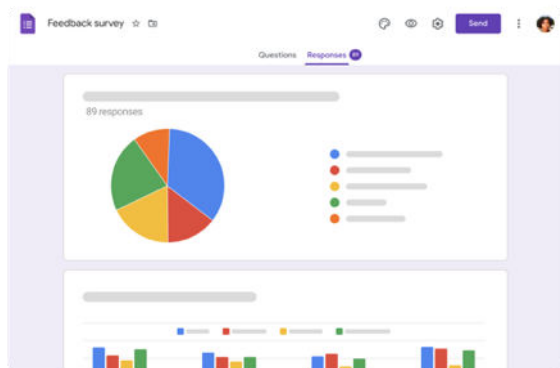
Vai risinām **LABU** vajadzību?



#1 Sarunas ar lietotājiem (28.10.)

Intervijas ar potenciālajiem lietotājiem/par klientu vajadzībām.
Lietotāju atsauksmes par esošiem risinājumiem.
Ja tirgū nav nekā līdzīga, tad ...

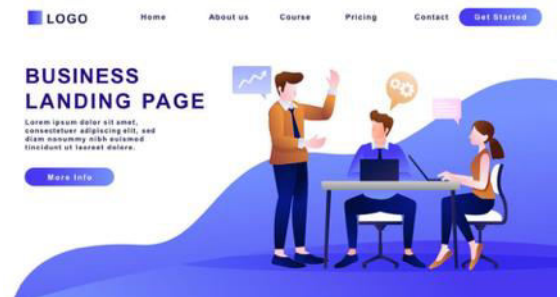
Svarīgi: nevis pārdot savu ideju, bet klausīties vajadzības!



#2 Aptaujas un anketas (28.10.)

Kvantitatīvi dati no lielākas cilvēku grupas.

Neaizvieto kvalitatīvo lietotāja vajadzību izpēti!



#3 Landing page tests (okt. beigas/ nov.)

Mēra, cik cilvēki reāli spiež uz “interesē”.
Var savākt e-pastus nākotnes klientu bāzei.

**Galvenās risinājuma validācijas
(derīguma pārbaudes) metodes**

#4 “Wizard of Oz” tests (okt. beigas/ nov.)

Aiz tehnoloģiska produkta darbojas cilvēks («Fake it until You make it»)
«Pārbaudi pieprasījumu, pirms investē tehnoloģijā»

#5 Prototips / Mockups (okt. beigas/ nov.)

Skice, Figma, 3D u.c.).

Vai lietotājam ir skaidrs, kā tas strādā?

Vai tas risina problēmu?



#6 MVP || MMP || MLP (okt. beigas/ nov.)

Fokuss uz vērtību, funkcionalitāti, pieprasījumu

#7 Maksāšanas gatavības pārbaude

Vai cilvēki ir gatavi maksāt?

“Early bird” cena, prototipa pārdošanu, “pirms-pasūtījuma” kampaņa (Kickstarter).



CLOSED

Motor Synth

The World's First Electro-Mechan Synthesizer



Gamechanger Audio
2 Campaigns | Riga, Latvia

€334 673 EUR

684% of €48 894 Fixed Goal

♡ FOLLOW

#8 Eksperimenti sociālos tīklos

Reklāmu A/B testēšana ar dažādiem vēstījumiem (kur vairāk klikšķina)

#9 Pilotprojekti / mazā mēroga testi

Piemēram, pārdod ideju **vienā** skolā, **vienā** ciematā, **vienā** pasākumā.

Ja cilvēki to lieto/atkārtoti pērk → signāls, ka ir potenciāls paplašināties.

Kādas **risinājuma** validācijas metodes mums derētu?

Kas un kam komandā jādara, lai to paveiktu?

#4 “Wizard of Oz” tests

Aiz tehnoloģiska produkta darbojas cilvēks
«Pārbaudi pieprasījumu, pirms investē tehnoloģijā»

#5 Prototips / Mockups

Skice, Figma, 3D u.c.).
Vai lietotājam ir skaidrs, kā tas strādā?
Vai tas risina problēmu?

#6 MVP || MMP || MLP

Fokuss uz vērtību, funkcionalitāti, pieprasījumu

#7 Maksāšanas gatavības pārbaude

Vai cilvēki ir gatavi maksāt?
“Early bird” cena, prototipa pārdošanu, “pirms-pasūtījuma” kampaņa (Kickstarter).

#8 Eksperimenti sociālos tīklos

Reklāmu A/B testēšana ar dažādiem vēstījumiem (kur vairāk klikšķina)

#9 Pilotprojekti

Piemēram, pārdod ideju vienā skolā, vienā ciematā, vienā pasākumā.
Ja pērk → signāls, ka ir potenciāls paplašināties.



“ZELTA” dati
jeb
kad tehniskais personāls ir
viedāks par vadību





**Vajadzību analīze no..
atkritumiem**



Vajadzību analīze no atkritumiem

Ērtības preces (nodrošinātas viesnīcas numurā)

Ērtības preces (nopirktas **ārpus** viesnīcas)

- ietinamais papīrs no uzkodām

- tējas paciņas

- pilsētas bukleti

- papīri

Slēptais pieprasījums: klients ir mazliet izsalcis un vēlas uzēst, bet viesnīcas piedāvātais ēdiens ir **pārāk sātīgs** un/vai **dārgs**

VAJADZĪBA: nodrošināt vieglu ēdienu par pieņemamu cenu

IDEJAS: pārtikas preču automāts viesnīcā/ mikroviļņu krāsns

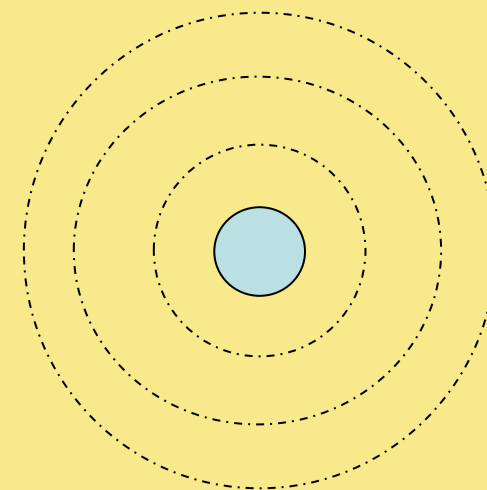


"Zelta" DATI, kas pieejami:

- > apsargam
- > administratoram
- > garderobistei
- > veikala pārdevējai
- > apkopējai
- > u.c. darbiniekiem

PĀRDOMĀM:
Kādi "Zelta DATU" avoti
ir Jūsu rīcībā?

- # cilvēki
- # vietas
- # notikumi ("+" un "-")
- # procesi



VAJADZĪBA ---> FUNKCIJAS ---> RISINĀJUMS

VAJADZĪBA:
drošs mājoklis



FUNKCIJA:
risinājums palīdz **nosargāt**
pret nelūgtiem viesiem

RISINĀJUMI:
Durvju slēdzene
Suns
Kaimiņienes balss
Signalizācija
Videonovērošana

#4 Salīdzinošā analīze

Veiciet salīdzinājumu ar tuvākajām alternatīvām un definējiet sava risinājuma pārākumu

- Definējiet vismaz 2 tiešos konkurentus vai alternatīvos risinājumus, kas jau daļēji apmierina šo vajadzību.
- Veiciet salīdzinošo analīzi, lai saprastu, ar ko atšķiraties.
- Izveidojiet salīdzināšanas tabulu ar alternatīvām un pievienojiet galvenos secinājumus (risinājuma pilnveidei vai transformācijai)

Kritērijs	Mūsu ideja	Alternatīva 1	Alternatīva 2	Secinājums
Lietošanas ērtums				
Materiālu kvalitāte				
Ilgtspēja				
Klientu serviss				
Cena				



2025.gads

1. febr. 2025, [Nav komentāru](#)

Oktobris, 2025

- 02.10. Digitalizācijas treniņa vadīšana uzņēmējiem **Rīgā**
- 03.10. Prezentēšanas prasmju darbseminārs [sociāliem uzņēmējiem](#) **Rīgā**
- 06.10. Komandējums pieredzes apmaiņā par "vienradžu ekosistēmu" uz **Īriju**
- 07.10. Komandējums pieredzes apmaiņā par "vienradžu ekosistēmu" uz **Īriju**
- 08.10. Komandējums pieredzes apmaiņā par "vienradžu ekosistēmu" uz **Īriju**
- 09.10. Komandējums pieredzes apmaiņā par "vienradžu ekosistēmu" uz **Īriju**
- 10.10. Sociālo uzņēmēju īsrunu vērtēšana **Rīgā**
- 14.10. Sociālās uzņēmējdarbības rīcības plāna darbnīca **Jelgavā**
- 16.10. Digitalizācijas treniņa vadīšana uzņēmējiem **Rīgā**
- 16.10. Vieslekcijas vadīšana LU studentiem **Rīgā**
- 17.10. Biznesa modeļa izstrādes darbnīca skolēniem **Limbažos**
- 20.10. Uzstāšanās prasmju darbnīca RTU vides zinātņu studentiem **Rīgā**
- 21.10. Sociālās uzņēmējdarbības rīcības plāna darbnīca **Dobelē**
- 22.10. Darbnīcas vadīšana sociāliem uzņēmējiem **Jelgavā**

Šīs dienas
materiālu atradīsi:
zinis.lv/kalendars

**IF YOU WERE THIS
WAITING FOR A SIGN IS IT**