

Sociālās uzņēmējdarbības
piču konkurss

TAM LABAM BŪS AUGT
15. OKTOBRĪ, 2026

Balva

4000
EUR

x2



Skaties un balso tiešraidē delfi.lv

Kas ir laba īsrūna?

KĀ SAGATAVOT PĀRLIECINOŠU PIČU?

Piecu minūšu laikā
palīdzī žūrijai saprast, ko
piešāvā, kam tas palīdz
un kā Tavs bizness var
darboties ilgtermiņā.
Savieno cilvēkiem
nozīmīgu problēmu,
skaidro risinājumu un
ticamu īstenošanas
plānu.

1 KĀDU PROBLĒMU TU RISIŠI?

Nosauc konkrētu cilvēku grupu
un tā vajadzību. Pamato
problēmu ar vienu vai diviem
faktiem, norādot datu avotu.
Izskaidro, kādu precīzi vai
pakāpdomu piedāvā, ar ko tas
atšķiras no alternatīvām un kā
rada sociālo ieguvumu. Tas var
būt risinājums gan no produktīvajam
uzņēmuma darbības vieda,
piemēram, pielāgotam darba
veidam.

2 KAS PIKRS UN KĀ DARBOŠIES TAVS BIZNESIS?

Nošķir sociālā labuma guvēju, produkta
lietotāju un maksātāju. Paskaidro cenu,
galveno izmaksas un to, kā saņemsi
klientus. Parādi, kā ielēmu un citi
finansējuma avoti palīdzēs uzņēmumam
turpināt darbību pēc balvas izdošanas.

3 KAS JAU PAVEIKTS UN KĀDAS PĀRMAIŅAS SASNIEGSI?

Parādi, kas apliecina idejas dzīvotspēju.
Esošam uzņēmumam nodrošināsi
datus un sasniegto rezultātu, idejas posmā
— saņemsi ar potenciālajiem klientiem vai
prototipu izmēģinājumu. Nosauc 3-5
rādītājus, kas noteiks, vai un kādas
pārmaiņas risinājums rada cilvēku

4 KĀPĒC TU UN TAVS KOMANDA SPĒSĪET ĪSTĒ IECERĒ?

Izce pieredzi un prasmes, kas
nepieciešamas risinājuma īstenošanai.
Paskaidro komandas dalībnieku lomu.
Ja darboies viens, nosauc
nepieciešamo atbalstu. Piemini
būtiskākos partnerus, skaidri norādi
jau sarakstītas sadarbības no vēli
plānotām.

5 KO LAUSI SASNIEGT 4000 UN KO KLĀUSĪTĀJAM ATCERĒS?

Atzīmē slaudz parādī galvenās
izdevumu pozīcijas un summas. Ne
konkrētu rezultātu, tā saņemšana
termiņu un balvas nozīmi iecerās
attiecībā. Noilgumā tā saņemsi
problēmu, savā risinājuma vērtību
sagaidāmā pārmaiņas. Vēl nosauc
vienu papildu vajadzību, piemēram,
partnerus vai pirmos klientus. Piedāvā
slaudz atstāt kontaktinformāciju pa
pasūtītā e-pastu.

PIECU MINŪŠU STĀSTĪJUMA PLĀNS

Šis ir ieteicamais laika sadalījums. Pielāgo uztveram savai idejai
un konkursa vērtēšanas kritērijiem. Atstāj rezervi pazuēm un
mierīgam noslēgumam.

- 1 SĀC AR KONKRĒTU SITUĀCIJU**
Izņemto, patērētāja cilvēka pieredzes stāstu, produkta demonstrāciju vai
nosaukumu. Faktu, kas izraisa problēmu, mērķi un tās risinājumu. Cilvēku
pieredzi atzīmē ar citiem. Satura pārskats daudz laiku ņem parasti nev
nepieciešams.
- 2 IZSKAIDRO SOCIĀLO REZULTĀTU**
Līdzās paverīgajām aktivitātēm parādi pārmaiņas cilvēku dzīvē. Piemēram,
apmierinātību cilvēku stāstu papildināt ar apģērbiem, piemēram, vai cilvēku stāstu, kuri
pēc apģērbiem izskatās labāki. Prognozes skaidri nosauc par plānotiem
rezultātiem.
- 3 BALVAS SUMMU SARĀSTI AR NĒKAMO DĀLI**
Izvēlies brīvi vai dāvanā galvenās izdevumu pozīcijas. Pārbaudi, ka summas kopā
veido 4000 EUR, un nosīd rezultātu un termiņu. Ja balva sedz tikai daļu no
izdevumiem, paskaidro pārējo finansējuma avotus. Detalizētus aprēķinus
sagatavo jaunajiem.

0:00 - 0:30 Kas Tu esi, ko dari un kāpēc tas ir vajadzīgs?
0:30 - 1:15 Kā tas darbojas un kas gūs sociālo labumu?
1:15 - 2:05 Kas pirkis, kā saņemsi klientus, saglābāsi izmaksas?
2:05 - 2:35 Kas jau paveikts? Kā mērķi pārmaiņas?
2:35 - 3:25 Kāda pieredze palīdzās īstenošanai?
3:25 - 4:20 Kādas izmaksas saglā, ko un kād saņemsi?
4:20 - 4:45 Galvenās vērtības, sadarbības un pateicība.
4:45 - 5:00 Rezervē pazuēm un laim pārtraukumiem.

SLAUDI TAVAS IDEJAS SKAIDROŠANAI

Katrā slaudā izvēlies vienu galveno domu. Ies virsraksts var
uzreiz pateikt būtisko; attēlam, skaitlim vai daļiem punktiem šī
doma jāpārskaidro vēlākā uztveršanā.

- 1 RAKSTI ĪSI**
Izvēlies no galvenajiem mērķiem. Daži nosīdīti punkti ir pierādīti, ja tie palīdz
uvert saturu. Izvēlies galveno produkta foto, idejas vai darbības piemēru.
- 2 PĀRBAUDI SAUŠANĒJUMU**
Slaudz virsrakstam vēli sākt ar 30-40 sek, pamatošiem ar 20-30 sek. Pārbaudi
rezultātu uz paskaidro viedību. Lieto vienādu fontu, skaidru kompozīciju un
atgādinājumus.
- 3 PĀRBAUDI SKATĪTUS SAPRĀTĒMUS**
Nosīd mērķi, pieredzi un dāvanu. Informācija nosīdīti jābūt
saprātmai arī bez teksta atšifrēšanas. Izņemto attēlu, kurus drīkst publicēt
demonstrēt.
- 4 SAGATAVO FAJLU**
PowerPoint (pptx), mazu attiecība 38:9. Sagatā ar PDF rezerves kopiju un
pārbaudi idejas attēlu. Vēli vai skaidro iepriekš saņēmu ar
organizatoriem un laim to līgumu pīcā laikā.

Sagatavo prezentācijas materiālu, izmēģini stāstījumu un
pārbaudi jautājumus, kuros vēlies palīdzību. Apmēcības ir
iespēja pārbaudīt savu ideju un pilnveidot prezentāciju.
Izmēģini skatu un ar laiku. Trenējies vairākas reizes un mērķē uz
apstiprināt 1 minūti un 45 sekundēm. Palīdz nolietauties
cilvēkiem, kuri nepazīst Tavu jomu. Pie tam tāl vīd saviem
vērtīem pasaka, ko pārdo un kas maksā, kam un kā
uzlabosies dzīvē. Gatavojies jūrijas jautājumiem.

PĀRBAUDI PIRMS DOŠANĀS UZ APMĒCĪBĀMI

- ✓ ESMU IEPAZINĀS AR NOLIKUMU UN ATBILDĒJIS UZ
VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJĀMI.
- ✓ IR SKAIDRS RISINĀJUMS, SOCIĀLĀ LABUMA GUVĒJS,
KLIENTS UN MAKSĀTĀJS.
- ✓ ESMU NOŠĶĪRIS SASNIEGTOS REZULTĀTUS,
PIENĒMUMUS UN PLĀNUS.
- ✓ BALVAS IZLIETOJUMAM IR SUMMAS, SASNIEZAMS
REZULTĀTS UN TERMIŅŠ.
- ✓ ESMU IZMĒGINĀJIS VISU PREZENTĀCIJU UN
IEKĻĀJĀJIS PIECĀS MINŪTĒS.
- ✓ SLAUDI IR SALASĀMI, DATI PĀRBAUDĪTI UN VALODAS
KĻŪDAS IZLABOTAS.
- ✓ PĒDĒJĀ SLAUDI IR GALVENĀS VĒSTĪJUMS UN
KONTAKTINFORMĀCIJA.
- ✓ FAJLI IR PĀRBAUDĪTI UN JAUTĀJUMI APMĒCĪBĀM
PIERAKSTĪTI.

Kas pērn uzvarēja?

Kāpēc viņiem noticēja visvairāk?



DARĪTĀJI

UZSKATĀMA
sociālā ietekme

PERSPEKTĪVA

PARTNERI



Īsruna
“Lifta runa”
Pitch (angļu val.)

Pasaki galveno
par savu ideju:

1 teikumā
60 sekundēs
5 minūtes

Mana ideja VIENĀ teikumā:

Mēs palīdzam [KAM] atrisināt [KĀDU VAJADZĪBU]

ar [RISINĀJUMU] un 4000 EUR mums ļaus

[sasniegt KONKRĒTU REZULTĀTU] līdz [TERMIŅŠ]

Naudas balva kā ieguldījums

(domājiet kā **investori** un esiet “**reālistiski konkrēti**”)

KĀ grants palīdzēs idejas ATTĪSTĪBAI?

- # PATIESA sociālā ietekme un konkrēta vajadzība
- # ieguldam vai.. ? (“diena pēc”)
- # kāpēc jūs ieguldītu šādā projektā savas 2 mēnešalgas?

Investoriem patīk 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?!



Labs, pārliedcinošs temps ir

100 - 120

vārdi/ minūtē

VIRSRAKSTS, kas taupa laiku

Slaida virsraksts pasaka būtiskāko

Nevis “Problēma”

bet “**Katrs trešais mūsu klients nevar saņemt pakalpojumu savā dzīvesvietā**”

Teksta APJOMS

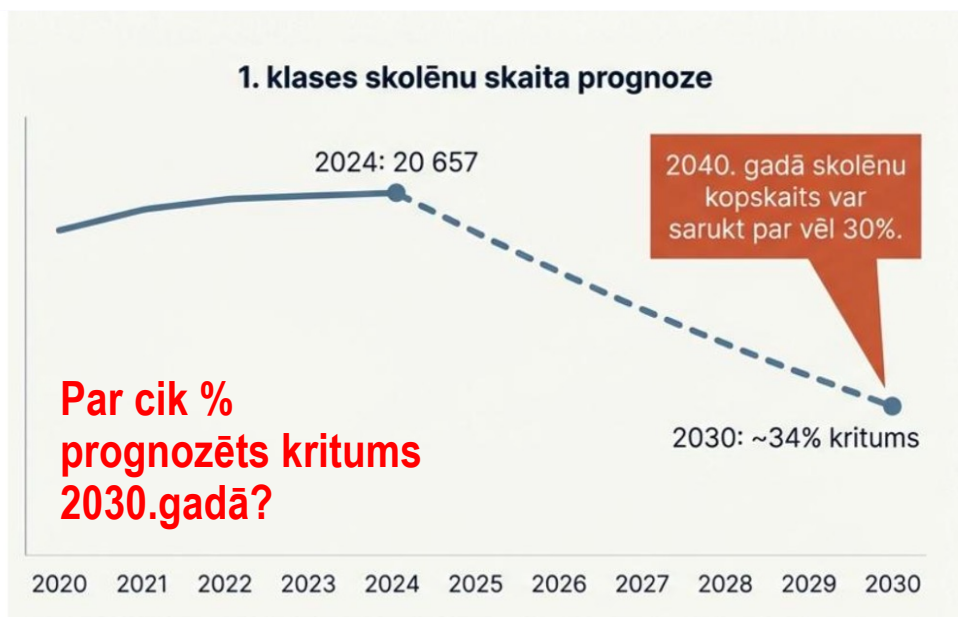
**Virsraksts
+ 1–3 īsi punkti
+ vizualizācija**

(“enkura” princips)

**Produkta foto, cilvēks, process, prototips
vai vienkārša shēma vai grafiks**

bieži izstāsta vairāk nekā 3-6 punkti

Demogrāfija: kā pielāgosimies realitātei?



Avots: VISC dati

Svarīgākais ir **lielākais**

Galveno skaitli, frāzi vai rezultātu
vizuāli izcel

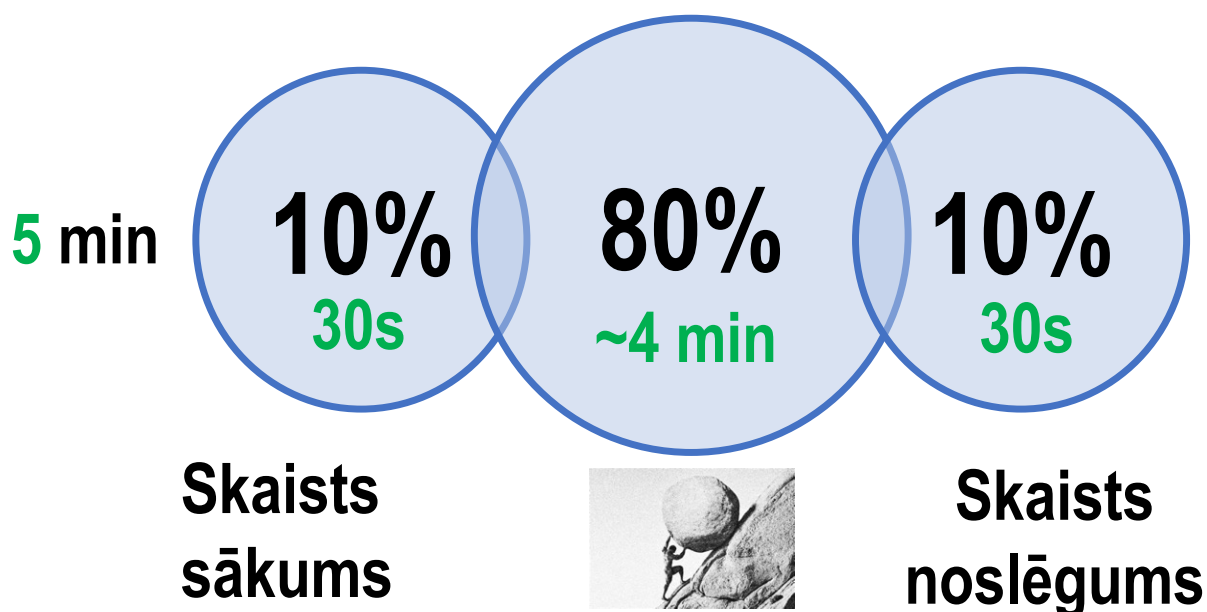


Kontrasts

1. Virsraksti 36-44 pt, pamatteksts ar 28-32 pt
- 2. Verdana stils ir visērtāk lasāmais**
3. Virsrakstus ieteicams necentrēt
4. Uz tumša fona gaišus burtus lasīt ir ērtāk nekā otrādi
5. Attēls kreisajā pusē → teksts labajā
6. Uzskaitījumos labāk ievēro **skaitļus**, ne simbolus

17

Prezentācijas struktūra



Pēdējā slaida “jauda”

(paliek uz ekrāna, kamēr tiek uzdoti jautājumi)

~~Paldies par uzmanību!~~



Režisora **Arnolda Liniņa** un
runas pedagoga **Antonijas Apeles**

izveidotā
līdzskaņu un patskaņu tabula

Sociālās uzņēmējdarbības
piču konkurss

TAM LABAM BŪS AUGT
15. OKTOBRĪ, 2026

Balva

**4000
EUR**

x2



Skaties un balso tiešraidē delfi.lv

Izaicini sevi un kļūsti par **impulsu** pārējiem!