

GENEROWANIE POMYSŁÓW BIZNESOWYCH¹ - dodatek

Początkiem planowania biznesowego i jednocześnie jednym z warunków jego powodzenia jest wykreowanie pomysłu. Jeśli już taki pomysł posiadasz to zastanów się na ile pasują do niego określenia: innowacyjny, niekonwencjonalny, oryginalny, kreatywny, przyszłościowy, lub jeśli wolisz inny język to np: odjazdowy, wystrzałowy, cool, itp. Jeśli zastanawiasz się jak wykreować taki pomysł to na początek niech Twoim ograniczeniem będzie tylko wyobraźnia. Z czasem oczywiście konieczne będzie „nałożenie” na niego uwarunkowań prawnych, ekonomicznych, społecznych, kulturowych i wielu innych, ale pozwól sobie na kilka chwil pomarzyć. Przyszły biznes daje najwięcej satysfakcji, jeżeli jest efektem osvajania własnych marzeń, a każdy człowiek – w tym także przyszły przedsiębiorca – jedną z najsilniejszych potrzeb jaką w sobie nosi to właśnie potrzeba samorealizacji. Dobrze zatem planując biznes starać się związać go ze swoją pasją, z tym co lubisz robić (dość często dzięki temu masz także na ten temat już jakąś użyteczną wiedzę), tak aby móc czuć się spełnionym i aby Twoje zajęcie dawało wiele korzyści, nie tylko tych materialno-finansowych.

Ponadto wiele uwagi należy poświęcić na precyzyjne określenie, w czym Twoja firma i dostarczane przez Ciebie produkty będą lepsze – bardziej konkurencyjne, aby przekonać do siebie nowych klientów, aby następnie utrzymać się i rozwijać na rynku. Dlatego pamiętając stale o innowacyjności dobrze wiedzieć, że może ona dotyczyć samego produktu lub usługi, która nie jest jeszcze oferowana na danym rynku, jak również unowocześnionej wersji już dostępnych dóbr, które zaspakajają tę samą potrzebę, ale są stworzone z wykorzystaniem nowych technologii, innowacyjnych materiałów lub posiadają dodatkowe funkcje czy zastosowania. Skalkulowana nowość może także dotyczyć sposobu dostarczania produktu na rynek, przy czym sam produkt może wcale nie być innowacyjny. Wyobraź sobie czy możliwa jest innowacyjna działalność w zakresie sprzedaży jakichś produktów z pozoru bardzo tradycyjnych i kojarzących się dość poważnie np. zniczy.

Przerwij na chwilę czytanie i sam pomyśl czy masz jakiś pomysł w tym zakresie.

Jedną z możliwości innowacji są obserwowane na naszym rynku nowe rodzaje zniczy – np. znicze elektroniczne instalowane w niektórych kościołach lub znicze z pozytywką. Jest to przykład innowacyjności produktowej, ale być może ze względu na normy społeczno-kulturowe, silne wartości i przywiązanie do tradycji w naszym kraju nie jest to produkt masowo popularny. Tym bardziej, że tylko w kategoriach czarnego humoru można traktować takie produkty z pozytywkami i to jeszcze z melodią piosenki „Wstań, powiedz nie jesteś sam”.

W tym przypadku możliwa jest także innowacyjność w zakresie sposobu dostarczania produktu na rynek, pozostając przy jego tradycyjnej postaci. Wyobraź sobie firmę, która zajmowałaby się montażem i serwisem całodobowych automatów do sprzedaży zniczy instalowanych np. przy wejściu na cmentarz. Stanowiłoby to oczywiście konkurencję dla kiosków i straganów oferujących tradycyjny produkt w tradycyjny sposób, ale czy zdarzyło Ci się kiedyś wybrać na cmentarz bez

¹ Szczegółowe informacje na ten temat dostępne są także w autorskim opracowaniu http://www.dlafirmy.info.pl/2463_od_pomyslu_do_innowacji_i_podstawy_planowania_wlasnego_biznesu.htm

Projekt jest współfinansowany z Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

znicza, a przy wejściu nie było akurat można go zakupić? Między innymi właśnie dlatego dziś w automatach można kupić już nie tylko batonik, napój czy bilet autobusowy, ale także akcesoria wędkarskie nad odległym jeziorem, a także pamiątkowe gadżety w atrakcyjnym turystycznie miejscu widokowym.

Uważaj także na pułapkę ukrytą w myśleniu młodego przedsiębiorcy: moja działalność jest innowacyjna w sensie przestrzenno-rynkowym, ponieważ nikt takiego biznesu jeszcze nie prowadzi w moim powiecie / mieście / gminie / dzielnicy / osiedlu itp. Pamiętaj jednak o tym, że potrzeby klientów, które chcesz zaspokajać obecnie mogą być zaspokojone przez inne dobra lub usługi, lub jakiś podmiot jest Twoim konkurentem, bo działa na „Twoim” rynku geograficznym i stara się o względy tych samych klientów, choć jego siedziba jest czasem zlokalizowana bardzo daleko. Być może jest też tak, że analizy rynkowe innych potencjalnych konkurentów wykazały, że dana działalność jest dla nich na tym rynku zbyt ryzykowna i się na nią nie zdecydowali. Ale może być też tak, że trafiłeś na nie odkrytą jeszcze niszę rynkową i masz szansę zostać na tym lokalnym rynku prekursorem a następnie liderem. I tego Ci życzę.

Pamiętaj także, że w poszukiwaniu oryginalnego pomysłu do utworzenia własnej firmy poza pasją i zainteresowaniami niejednokrotnie popartymi także jakimiś patentami, licencjami czy uprawnieniami warto mieć na uwadze inne potencjalne źródła inspiracji. Mogą one wynikać np. z wcześniejszych doświadczeń zawodowych i prywatnych, w tym także z wniosków płynących z czyichś niezrealizowanych pomysłów lub wcześniejszych porażek biznesowych, tak aby najlepiej uczyć się na błędach cudzych nie własnych. Warto też być na bieżąco z interesującym nas tematem np. poprzez aktualną lekturę nowości branżowych, publikacji naukowych, czy też udział w wybranych szkoleniach, konferencjach, targach itp. W przypadku tych ostatnich równie ważne jak i czasem nie ważniejsze jest to, co się dzieje (i jakie szanse można wykorzystać) w czasie przerw, podczas lunchu, kolacji niż na sali plenarnej czy wykładowej. Można także na zasadzie transferu najlepszych praktyk zainspirować się biznesem już gdzieś funkcjonującym i próbować uruchomić podobny np. na innym rynku geograficznym lub dla innej grupy docelowych klientów. W takim przypadku jednak należy zawsze pamiętać o poszanowaniu praw autorskich, patentów, licencji itp.

Na zakończenie przedstawionych jest jeszcze kilka ważnych przemyśleń, które mogą okazać Ci się pomocne na Twojej drodze biznesowej. Aby forma była możliwie syntetyczna przyjęła ona postać dekalogu młodego przedsiębiorcy. Korzystaj z niego do woli, lub jeśli wolisz stwórz własny. Powodzenia.

1. Bądź kreatywny.
2. Oswajaj marzenia.
3. Dostrzegaj i wykorzystuj szanse.
4. Myśl kategorią wyzwań, nie problemów.
5. Ucz się co dnia.
6. Bądź pracowity i wytrwały.
7. Buduj mosty a nie mury.
8. Twórz sieci współpracy.
9. Osiągaj to, co niemożliwe.
10. Ciesz się tym, co robisz i bądź spełniony.