



Building Community Resilience
through Communication & Technology

ΒΡΕΙΤΕ ΤΗΝ ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΣΑΣ

Εργαστήριο επιχειρηματικότητας

Εγχειρίδιο



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Με την υποστήριξη του προγράμματος Erasmus+ της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτό το έγγραφο και το περιεχόμενό του αντικατοπτρίζουν τις απόψεις μόνο των συγγραφέων και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.

Τι αγοράζουν οι πελάτες; ΑΞΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ

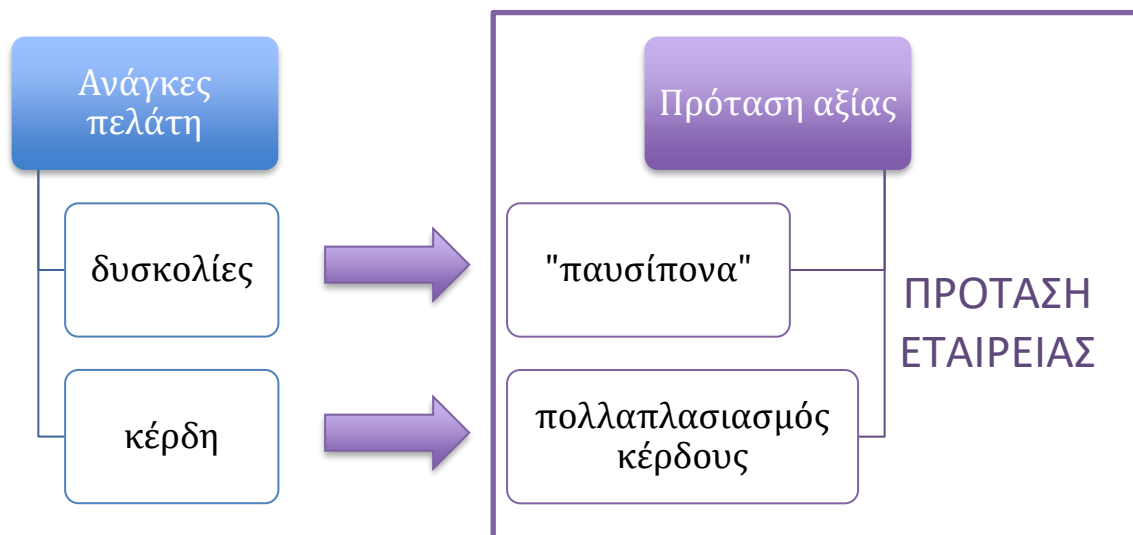
Σε αυτό το εργαστήριο συζητάμε την επιχείρηση που βασίζεται στις ανάγκες του πελάτη. Αυτό το είδος της επιχείρησης βασίζεται στην πραγματική εμπειρία του πελάτη και όχι στην κατά τ'άλλα εξαιρετική ιδέα για το προϊόν/την υπηρεσία του ιδιοκτήτη. Ποια είναι η διαφορά;

Οι άνθρωποι έχουν τεράστιες ποσότητες επιχειρηματικών ιδεών, αλλά μόνο λίγες είναι εν τέλει επιτυχημένες. Αυτό μπορεί να συμβεί επειδή οι άνθρωποι δεν χρειάζονται πραγματικά αυτό που προσφέρει η εταιρεία και διστάζουν να το δοκιμάσουν ή το χρησιμοποιούν ευχαρίστως, εφόσον όμως είναι δωρεάν. Οι άνθρωποι δεν είναι πρόθυμοι να πληρώσουν για ορισμένα προϊόντα/υπηρεσίες, παρόλο που πιστεύουν ότι είναι καλά και/ή κάνουν καλή δουλειά. Μπορείτε να φανταστείτε πόσο ατυχές είναι για την επιχείρηση που επρόκειτο να προσφέρει αυτό το συγκεκριμένο προϊόν/υπηρεσία.

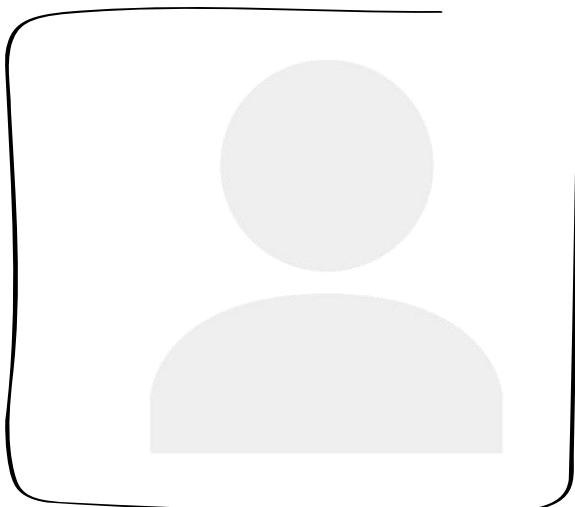
Οι εταιρείες που πρόκειται να καλύψουν τις ανάγκες των πελατών αναρωτιούνται τι αγοράζουν οι πελάτες. Υπάρχουν πολλοί τομείς που είναι πολύτιμοι για τον πελάτη:

- Η λειτουργία του προϊόντος και η καταλληλότητά του να ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τις προσδοκίες του πελάτη,
- Ευχάριστη εμπειρία πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την αγορά του προϊόντος,
- Δυνατότητα προσαρμογής του σχήματος, του μεγέθους, του χρώματος του εξοπλισμού κ.λπ.,
- Η δυνατότητα αγοράς ενός προϊόντος ακριβώς όταν το χρειάζεται ο πελάτης,
- Βολική παράδοση του προϊόντος στο μέρος που βρίσκει βολικό ο πελάτης,
- Πληροφορίες σχετικά με το προϊόν που παρέχονται σε μέρη όπου επισκέπτεται ο πελάτης και μπορεί να το διαβάσει εύκολα,
- Αίσθημα ασφάλειας που σχετίζεται με τη φήμη και την αξιοπιστία της εταιρείας,
- Συναισθηματικά και φιλόδοξα χαρακτηριστικά της εικόνας της μάρκας.

Διαφορετικοί τομείς αξίας είναι σημαντικοί για τους πελάτες και επηρεάζουν τις αγοραστικές τους αποφάσεις.



Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ



Δημογραφικά στοιχεία

Ποιο είναι το όνομά τους; Πόσο χρονών; Έχουν οικογένεια; Πού μένουν; Ποια είναι η εκπαίδευσή τους;

Εργασία

Ποιο είναι το επάγγελμά τους; Σε ποια θέση εργάζονται; Ποιος κλάδος; Ποιοι είναι οι στόχοι τους; Τι είναι σημαντικό στη δουλειά; Ποιες είναι οι φιλοδοξίες τους;

Συμπεριφορά

Τι οδηγούν στη δουλειά; Τι αθλήματα παίζουν; Πώς χαλαρώνουν; Ποια είναι τα σταθερά σημεία στο πρόγραμμά τους;

Μέρη που επισκέπτονται

Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν; Ποια διαδικτυακά και εκτός σύνδεσης μέσα χρησιμοποιούν; Πού περνούν τον ελεύθερο χρόνο τους; Ποιους συναντούν; Σε ποιες εκδηλώσεις συμμετέχουν;

Επιθυμίες και προκλήσεις

Τι θέλουν στη ζωή; Ποιες είναι οι ανάγκες τους; Τι τους αρέσει; Τι φοβούνται; Για τι προσπαθούν; Τι προσπαθούν να αποφύγουν; Τι είναι σημαντικό στη ζωή τους;

ΧΑΡΤΗΣ ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗΣ

Τι ΒΛΕΠΕΙ ο πελάτης;

Τι ΑΚΟΥΕΙ ο πελάτης;

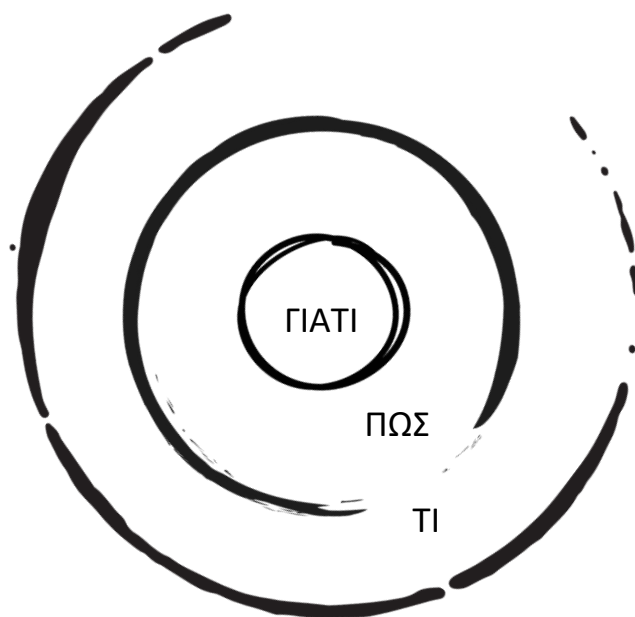
Τι ΣΚΕΦΤΕΤΑΙ και ΑΙΣΘΑΝΕΤΑΙ ο πελάτης;

Τι ΛΕΕΙ και ΚΑΝΕΙ ο πελάτης;

Δυσκολίες
(φόβοι, εκνευρισμοί)

Κέρδη
(επιθυμίες, ανάγκες)

ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ ΑΠΟ ΤΟ «ΓΙΑΤΙ»



EWA MICHALAK

ΓΙΑΤΙ
ΠΩΣ
ΤΙ

MY BUSINESS

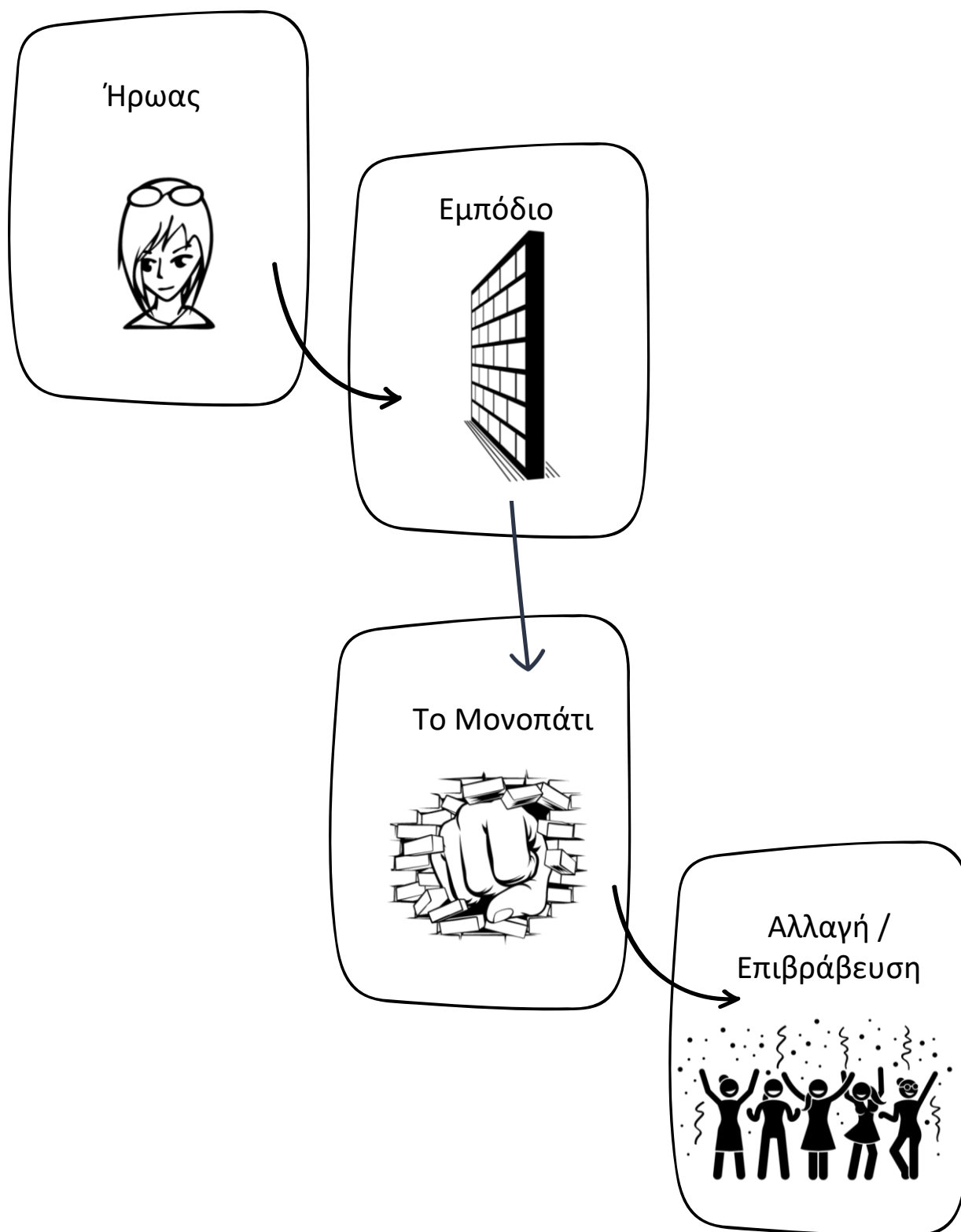
ΓΙΑΤΙ
ΠΩΣ
ΤΙ



ΑΡΧΕΤΥΠΑ



ΔΟΜΗ ΙΣΤΟΡΙΑΣ



ΑΣΚΗΣΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ

Πείτε πόσο χρονών είστε χωρίς να χρησιμοποιήσετε τον αριθμό.

Πείτε το χρώμα των μαλλιών σας, χωρίς να χρησιμοποιήσετε το όνομα του χρώματος των μαλλιών σας.

Γράψτε τι σας αρέσει να κάνετε περισσότερο χωρίς να χρησιμοποιήσετε το όνομα της δραστηριότητας.

Γράψτε γιατί θέλετε να έχετε τη δική σας εταιρεία χωρίς να πείτε ότι θέλετε να έχετε τη δική σας εταιρεία.

Περιγράψτε μια δραστηριότητα που σας αρέσει να κάνετε. Χρησιμοποιήστε όσο το δυνατόν περισσότερα χρώματα στην περιγραφή.

Σκεφτείτε μια κατάσταση ή ένα γεγονός που ήταν πρωτοποριακό για εσάς και σας έκανε να συνειδητοποιήσετε ότι θέλετε να έχετε τη δική σας επιχείρηση. Περιγράψτε την κατάσταση με όσο το δυνατόν λιγότερες προτάσεις για να δείξετε την ουσία της. Ας είναι μια ιστορία που μας δείχνει γιατί έχει σημασία, χωρίς να μας το αποκαλύπτει άμεσα.

Επιλέξτε το άτομο που επηρέασε ποιον περισσότερο και περιγράψτε πώς σας επηρέασε. Ποια κατάσταση σας έρχεται στο μυαλό; Περιγράψτε το με υποβλητικές εικόνες και όσο το δυνατόν λιγότερες λέξεις.

Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΠΟΥ ΑΦΗΓΕΙΤΑΙ ΤΟ ΠΡΟΙΟΝ ΜΑΣ

