

Ghid pentru sesiune:

„Introducere în antreprenoriat”

Astăzi vom explora ce înseamnă antreprenoriatul și cum putem transforma o simplă idee într-o afacere reală. Vom explora împreună care sunt calitățile unui antreprenor, vom descoperi cum să ne cunoaștem mai bine, cum să generăm idei și ce instrumente putem folosi pentru a le dezvolta. Această sesiune este gândită să fie interactivă și să ofere participanților atât informații teoretice, cât și exerciții practice prin care să înțeleagă conceptele de bază.

A. Descrierea activității

Sesiune interactivă de 90–120 min pentru tineri, menită să introducă bazele antreprenoriatului: concepte de bază și actuale, diferențe între tipuri de afaceri, generarea ideilor, instrumente vizuale simple și exerciții practice.

B. Obiective

- Familiarizarea cu termenii cheie (startup, business model, marketing).
- Dezvoltarea unei gândiri orientate spre soluții și inovație.
- Exersarea creativității prin exerciții practice.
- Învățarea unor instrumente simple pentru structurarea ideilor.

C. Structura recomandată

1. Introducere (10 min) – Prezentarea facilitatorului, de ce antreprenoriatul contează astăzi și care sunt posibilitățile acestui domeniu.
2. Discuție interactivă (10 min) – Ce calități are un antreprenor? Brainstorming.
3. Autocunoaștere (15 min) – Exercițiul Ikigai.
4. Startup vs Afacere tradițională (10 min) – Clarificarea termenilor + discuții.
5. Generarea ideilor (10 min) – De la ce poți porni o idee de afacere
6. Instrumente vizuale (30 min) – Despre Business Model Canvas și Value Proposition Canvas, lucru în mini-grupuri.
7. Dezvoltarea produsului și Modele de business (15 min) – Explicarea pașilor.

8. Marketing și Surse de finanțare (15 min) – Prezentarea instrumentelor
9. Încheiere și reflecții (5 min) – Cum ați descrie acum un antreprenor? Despre gândirea antreprenorială și afaceri care inspiră.

D. Exerciții recomandate

- Exercițiu Ikigai (individual) – Tinerii răspund la cele 4 întrebări (5 min), apoi împărtășesc în grup reflecțiile.
- Mini-Business Model Canvas (grupuri de 4-5 persoane) – Fiecare grup alege o idee de afacere și completează pe scurt BMC (ex. pe flipchart sau foaie A3/A1). Ulterior prezentările afacerilor sunt prezentate și analizate în grup.
- Golden Circle (în perechi) – Tinerii formulează o prezentare scurtă – De ce? – Cum? – Ce? – despre ideea lor de afacere.

E. Materiale necesare

- Proiector și laptop pentru prezentare.
- Flipchart sau coli A3.
- Markere, stilouri, post-it-uri.
- Foi de lucru Ikigai și Business Model Canvas tipărite.

F. Pași de pregătire

- Citește prezentarea simplificată și ghidul.
- Pregătește materialele vizuale (foi Ikigai, BMC).
- Pregătește câteva exemple de afaceri tradiționale și startup-uri cunoscute, apropiate de interesele tinerilor.
- Stabilește durata exactă a prezentării și exercițiilor în funcție de grupul de lucru.

G. Recomandări

- Păstrează un ton curios și prietenos.
- Încurajează creativitatea și răspunsurile diverse, nu există răspuns „greșit”.
- Folosește exemple reale și actuale (Airbnb, Netflix, Revolut, LEGO, Perplexity AI).
- Lasă suficient timp pentru discuții și întrebări.
- Încurajează tinerii să gândească la cum pot aplica ideile în comunitatea lor.

1. Introducere

Consiliul EU a identificat 8 competențe cheie necesare pentru împlinirea personală, un stil de viață sănătos și sustenabil, capacitatea de angajare, cetățenia activă și incluziunea socială. Acestea sunt:

- Alfabetizare
- Multilingvism
- Abilități numerice, științifice și ingineresti
- Competențe digitale și tehnologice
- Abilități interpersonale și capacitatea de a adopta noi competențe
- Cetățenie activă
- Antreprenoriat
- Conștientizare și exprimare culturală

Fiecare dintre noi are nevoie de spirit antreprenorial, inițiativă și angajament în ceea ce facem. Iar să fii curios și să explorezi diverse posibilități, te va ajuta atât să mergi spre această împlinire personală, cât și să răspunzi la necesitățile actuale și viitoare ale pieței forței de muncă.

2. Ce este antreprenoriatul?

Întrebare către participanți: Ce calități credeți că deține un antreprenor? Creați profilul unui antreprenor.

Totuși ce este antreprenoriatul? În esență, o afacere există pentru a rezolva probleme reale din societate și pentru a aduce un plus de valoare prin soluții relevante pentru oameni. Impactul autentic al unui antreprenor se măsoară în capacitatea de a construi o comunitate în jurul ideii sale și de a contribui la binele comun. Cu cât înțelegem mai profund nevoile celor din jur și modul în care le putem răspunde, cu atât mai de succes devine afacerea noastră. Iar veniturile sunt o consecință firească a valorii pe care o aducem în viețile oamenilor.

3. Autocunoaștere

În antreprenoriat sau în formarea unei gândiri antreprenoriale un lucru crucial este autocunoașterea, cine ești, ce te pasionează. Un instrument simplu, dar puternic, este Ikigai – un model japonez care te ajută să-ți găsești sensul. În antreprenoriat, Ikigai te poate ghida să descoperi o idee care nu e doar profitabilă, ci și aliniată cu cine ești tu cu adevărat.

Pentru a folosi acest instrument, gândește-te la patru lucruri:

1. Ce îți place să faci?
2. La ce ești bun?
3. De ce are nevoie lumea?
4. Pentru ce ai putea fi plătit?

Cea mai bună idee de afacere pornește de la tine – de la ce știi, ce te pasionează și ce problemă vrei să rezolvi. Acolo, la intersecția dintre ce îți place și ce are nevoie lumea, se naște o idee cu adevărat valoroasă.

Exercițiu: Fiecare participant completează de sine stătător exercițiul Ikigai pe foaie. Timp: 5 minute, apoi discuții de grup pe exemple individuale.

4. Afacere tradițională vs Startup

Înainte de a ne aprofunda în esențele despre cum treci de la idee la afacere, este important să clarificăm două tipuri de afaceri: afacere tradițională și startup.

Discuție: Care credeți că sunt avantajele și dezavantajele fiecăruia?

O afacere tradițională (cum ar fi o cafenea, o firmă de contabilitate sau un salon de coafură) oferă produse sau servicii locale și are o creștere mai lentă, bazată pe efort direct și resurse fizice și nu neapărat are la bază o componentă tehnologică. Deseori aceasta este bazată pe o idee deja testată.

Un startup este o organizație temporară, aflată la început de drum, care caută un model de afaceri repetabil și scalabil. Adică, își propune să creeze o soluție care poate fi livrată unui număr mare de clienți, fără ca și costurile să crească proporțional (ex: aplicații precum Spotify sau Revolut). Dar pentru a ajunge la un număr cât mai mare de clienți afacerea trebuie să aibă o componentă tehnologică.

Să concluzionăm: o afacere tradițională este locală, crește treptat și este axată pe stabilitate. Un startup, în schimb, este construit pentru scalare rapidă, este inovativ și implică un grad mai mare de risc.

5. Generarea ideii

Ideea – prima scânteie din care pornește orice proiect, inițiativă, afacere. De multe ori credem că ideile apar dintr-un moment de inspirație – „Bingo!”, dar studiile arată că ele sunt rezultatul unui proces. Exemple: inventarea calculatorului și a internetului,

Airbnb, ș.a. Ideile vin din experiențe și observații, au nevoie de timp și curiozitate. Și mai ales de o întrebare simplă: Ce nevoie într-adevăr are lumea în jurul meu?

Sunt diverse metode de generare a ideilor și selectarea celei mai potrivite pentru a porni o afacere. Deși deseori credem - "îmi trebuie o super idee ca să pot să fac o mega afacere", observăm în jurul nostru, de fapt, că ideile care stau la baza afacerilor foarte mari în acest moment revoluționează piața în care sunt, dar nu aduc o schimbare majoră.

Iată trei direcții de pornire a unei afaceri:

- O problemă - Pornește de la o problemă personală și/sau regăsită în societate, observată la cei apropiați.
- Un trend - Selectează o piață interesantă, în creștere, unde ai oportunitate de dezvoltare și spațiu pentru a inova, a veni cu un produs nou (ex.: trenduri AI).
- Pasiune - Alege un domeniu care îți este interesant, care are o piață existentă în dezvoltare și unde îți reușește să identifici un avantaj competitiv.

Exercițiu: Discutați în grup exemplele companiilor mari precum: Airbnb, Wizz air, Netflix, Perplexity AI, Etsy, Lego, și definiți oportunitățile de piață care le-au identificat acestea.

6. Business Model Canvas (BMC)

În această lume a antreprenoriatului există o mulțime de instrumente, pe care le puteți folosi pentru a pune în scenă sau a arăta celor din jur care este ideea voastră fără a vorbi foarte mult.

Business Model Canvas este un instrument vizual care ajută să înțelegi și să structurezi o idee de afacere. Este compus din 9 blocuri: segmente de clienți, propunere de valoare, canale, relații cu clienții, fluxuri de venituri, resurse cheie, activități cheie, parteneri cheie, structură de costuri.

Exemplu: Uber – clienți (pasageri), valoare (transport rapid la un click), venituri (comision din plata cursei).

Exercițiu: În grupuri, completați un mini-BMC pe flipchart pentru o idee aleasă. Prezentați modelul completat și discutați particularitățile fiecărei afaceri.

Profilul consumatorului: Un antreprenor trebuie să își cunoască bine clientul. Cine este clientul? Ce nevoie are? Cum poate ajunge la el? Pentru a răspunde, se construiește un profil de consumator (persona).

7. Dezvoltarea produsului

Dezvoltarea produsului în antreprenariat se referă la procesul prin care o idee de produs/soluție este transformată într-un produs final, gata de a fi vândut pe piață. Acest proces implică mai multe etape, de la conceperea ideii, cercetarea de piață, prototipare, testare, până la lansarea propriu-zisă și monitorizarea performanței produsului.

Produs vs Serviciu: Soluția oferită către consumator poate lua forma unui produs sau unui serviciu. Un produs este ceva tangibil, un obiect pe care îl poți folosi (ex. Telefon, un burger). Un serviciu este o experiență sau un ajutor pe care îl primești (ex. frizerie sau livrare de mâncare).

Dezvoltarea produsului

Dacă înainte procesul era următorul: există o idee, se creează produsul, se vinde. Acum: marile companii, ca Apple, au decis că e important să mergi mai întâi să discuți cu clientul, apoi să dezvolti produsul propriu-zis

Un produs trece prin mai multe etape: ideea → cercetarea de piață → prototipare → testare prototipului și colectarea feedback-ului → lansare → monitorizarea și îmbunătățirea produsului. Este important să se testeze rapid și să se adapteze după sugestiile generate în urma interacțiunii cu clienții.

8. Model de business

Un model de business descrie cum face bani o companie. Există mai multe modele de afaceri și în dependență de tipul produsului sau industrie, afacerea are un anumit model prin intermediul căruia face bani. Este modalitatea prin care o companie monetizează valoare care o oferă în piață.

Alegerea modelului potrivit de venituri este crucială, deoarece va avea intervenții asupra strategiei de prețuri, a structurii costurilor și a potențialului general de creștere. Există o serie de modele comune de venituri utilizate de afaceri astăzi, fiecare cu propriile lor puncte forte, puncte slabe și considerații unice. Ne-am învățat să grupăm aceste modele, deoarece ele se repetă.

9. Marketing

Marketingul este modul prin care produsul ajunge cunoscut și dorit de clienți. Nu înseamnă doar vânzare sau publicitate, ci procesul prin care înțelegem piața și conectăm produsul la nevoile reale. Analiza concurenței ne ajută să știm cum să ne

diferențiem. Golden Circle al lui Simon Sinek arată importanța de a comunica întâi „De ce”-ul nostru, iar mixul de marketing (4P – Product, Price, Place, Promotion) structurează strategia de promovare.

The Golden Circle (Simon Sinek): Un concept de leadership creat de Simon Sinek, care explică cum reușesc liderii și brandurile de succes să inspire acțiune. Ideea de bază este simplă: Oamenii nu cumpără ceea ce faci, ci de ce faci acel lucru.

Exercițiu: În perechi, formulați o mini-prezentare pentru ideea voastră de afacere folosind Golden Circle.

Mixul de marketing („cei 4P”) arată cum combini produsul, prețul, plasarea și promovarea pentru a răspunde nevoilor clienților și a avea succes.

- Produsul trebuie să fie atractiv, de calitate și diferit de ce există deja pe piață, cu un brand și un ambalaj care să rămână în mintea clienților.
- Prețul se stabilește în mai multe moduri – după cost, valoare percepută, concurență sau psihologic (ex. 49.99 pare mai mic decât 50).
- Plasarea înseamnă cum ajunge produsul la client: direct (online, la târg), prin intermediari (magazine, platforme) sau mixt, cu o distribuție bine gândită și rapidă.
- Promovarea reprezintă toate modalitățile prin care atragi clienții: publicitate, promoții, vânzare directă și marketing digital.

10. Surse de finanțare

Orice idee are nevoie de resurse pentru a prinde viață. Sursele de finanțare pot fi economiile proprii, sprijinul prietenilor și familiei, granturile nerambursabile, creditele bancare, investitorii privați sau crowdfunding-ul. Exemple reale arată că multe startupuri au început prin granturi și acceleratoare, iar apoi au atras investitori. Cel mai important nu este să obții bani, ci să știi clar cum îi vei folosi pentru a transforma ideea într-un business real și sustenabil.

11. Gândirea antreprenorială

Antreprenorul este cel care vede problemele ca pe niște șanse de a inova și de a aduce schimbare. Astfel, gândirea antreprenorială înseamnă să vezi oportunități acolo unde alții văd probleme. Aceasta se bazează pe curaj, creativitate și perseverență. Este un proces care se învață prin experiență.

Încheiere

Antreprenoriatul nu este doar despre afaceri, ci despre felul în care vezi lumea și creezi valoare pentru ceilalți. Acesta începe cu o gândire proactivă și orientată spre soluții, iar fiecare pas contează în construirea unui viitor de succes. Fiecare idee mare începe de la un pas mic și doar cei care încearcă pot reuși.