

A Moha Ház összefoglalója az Ötletgenerálás mérőföldkőhöz

Melyik a neked (nektek) való vállalkozási ötlet?

Amit nagyon szeretsz csinálni!

Ha azonosulni tudsz a céllal, amelyet az ötlet szolgál! Azt a vállalkozási ötletet tudod sikerre vinni, amelyért lelkesedni tudsz! A lelkesedés megjelenhet már a kezdetekkor, de lehet, hogy az induláskor még a nehézségek dominálnak, aztán menet közben alakítod olyanná a vállalkozásod profilját, építed fel azt az egyéni, csakis rád jellemző üzletet, amelyet aztán szenvedéllyel tudsz csinálni.

Például jó ötlet számodra egy úszóiskola akkor, ha szeretsz úszni és imádod a vizet, de jó ötlet lehet akkor is, ha szeretnéd a gyerekek mozgásszervi problémáit megelőzni és gyógyítani, és tudod, hogy ez utóbbi cél elérésének egyik legjobb eszköze, ha a gyerekek tudnak és szeretnek úszni.

Kutatások szerint egy átlagembernek naponta 4 életképes vállalkozási ötlete van, azonban a többség ezekből egyetlen egyet sem valósít meg.

A felbukkanó ötletet meg kell vizsgálni, hogy életképes-e? Fizetnének érte? Van rá kereslet? *Hogyan lehetne az ötletet úgy módosítani, hogy fizessenek érte?*

Vizsgáljátok meg, hogy mire van igény a piacon!

A legegyszerűbb és legolcsóbb piackutatási eszközök:

- tájékozódj az internetes adatbázisokban, gazdasági portálokon
- mit írnak az elemzők, milyen tendenciák jellemzőek az egyes iparágakban
- melyen termékek vannak a webshopok toplistáin, milyen szavakra keresnek rá tömegesen az internetes keresőkben
- beszéljess az emberekkel

Példa piackutatásra:

Ha például bicikli üzletet szeretnétek nyitni, érdemes az alábbi kérdésekre megkeresni a választ:

- Nő a biciklisek száma, illetve a biciklik iránti kereslet?
- Melyik korosztály részére szeretnétek elsősorban árulni? (A korosztály kiválasztása azért fontos, mert az egyes korosztályok mást keresnek, más-más termékjellemzők lesznek fontosak számukra. Ha egy szűkebb piaci szegmensre szakosodtok és mindent tudtok arról a területről, akkor akár szakértőként is megjelenhettek a piacon. Szakértő cégtől a tapasztalatok szerint többen vásárolnak.)
- Tehát ki a célcsoport? Tegyük fel, hogy 14-26 éves, fiatal fiúk!

- Milyen szokásaik vannak, amelyek azonosak a többi korosztállyal és melyek azok, amelyek különlegesek és csak rájuk jellemzőek?
- Hogyan érhetitek el őket? Milyen ingyenes eszközökkel lehet felhívni a figyelmüket a termékekre?
- Internetes üzletet elegendő lesz nyitni? Igényelni fogják a biciklik személyes kipróbálását is? Hol lehetne offline üzletet nyitni? Lesz olyan üzlet a környezetben, amely vállalja, hogy a bemutatásra szánt bicikliket kihelyezi a boltjában, amíg nincs elegendő pénz saját üzletre?
- Milyen eszközt érdemes választani a termékek bemutatására és népszerűsítésére? Esetleg a vírusmarketing eszközét? Pl. érdemes felkérni egy nagyon ügyes kerékpáros fiataalt, aki látványosan tud kerékpáros mutatóanyagokat bemutatni. A mutatóanyagokról készült felvételeket fel lehet tölteni a Facebookra, jó eséllyel a videókat sokan megosztják, így jelentős számú ember érhető el ezzel a módszerrel. Találhattok természetesen más figyelemfelhívó marketing megoldást is a terméketek ismertté tételére.


Végül nézzük meg, hogy a vállalkozáson gondolkodó fiataloknak az ötletkereséssel kapcsolatban mi a tipikus kérdése:

Létezik-e tuti vállalkozási ötlet?

Bármennyire is alapos tervet készít valaki egy vállalkozás előkészítéséhez, bármilyen széleskörű a piackutatás, sosem lehet előzetesen 100%-os bizonyosságot szerezni arról, hogy valóban sikeres lesz a vállalkozás. A jó hír az, hogy nem is kell. **A vállalkozás sikere legnagyobb mértékben attól függ, hogy az alapító (alapítók) számára mennyire fontos az ügy, amelyet a vállalkozás megvalósít. A szenvedélyes érdeklődés, megvalósítási szándék energiája biztosítja azt az erőt az alapítóknak, hogy megkeressék a vállalkozásban nap, mint nap felbukkanó problémákra a helyes válaszokat, sikerre vezetve a céget. A sikeres vállalkozásban az ötlet addig formálódik, míg széles körben eladhatóvá válik. A siker másik ugyancsak fontos tényezője hogy mennyire tudod magad a konkurenciától megkülönböztetni, azaz mennyire vagy „sexy” azaz „vonzó” az ügyfeleidnek.**


Fentiek alapján belátható, hogy nemcsak a vállalkozásunk, hanem az életünk sikerességéhez is nélkülözhetetlen, hogy megtaláljuk azokat a dolgokat, amelyek érdekelnek és lelkesedéssel töltenek el bennünket.

ÖTLETGENERÁLÁS

 KUTATÁSOK SZERINT EGY ÁTLAGEMBERNEK NAPONTA 4 ÉLETKÉPES VÁLLALKOZÁSI ÖTLETE VAN, AZONBAN A TÖBBSÉG EZEBŐL EGYESLEN EGYET SEM VALÓSÍT MEG.

TE NE MARADJ MEG AZ ÁLMOK SZINTJÉN, VALÓSÍTSD MEG AZ ELKÉPZELÉSEIDET!

SCOTT BELSKY SZERINT A SIKER:  1% ÖTLET
99% MEGVALÓSÍTÁS

			
MEGVALÓSÍTHATÓ-E?	VAN-E RÁ KERESLET?	ÉS FIZETŐKÉPES VÁSÁRLÓI RÉTEG?	HOGYAN KERESHETVÉNK MI PÉNYT BELŐLE?

 PIACKUTATÁS 

INTERNETES ADATBÁZISOK ELEMZÉSEK GAZDASÁGI PORTÁLOK
BESZÉLGETÉS KÜLÖNFÉLE EMBEREKKEL

A LEGFONTOSABB: A LELKESEDÉS



Infogram

Röviden a lényeg:

Az ötletgenerálás a saját érdeklődésed, képességeid, lehetőségeid összevetését jelenti a piaci igényekkel. Az a jó ötlet számodra, amelyet szenvedéllyel tudsz megvalósítani!