



WYKAZ POTENCJALNYCH SIECI PARTNERÓW oraz INWESTORÓW

Szkolenie trenerów

Wprowadzenie

Cel: Nauka mapowania przydatnych kontaktów i sieci w celu wsparcia modelu biznesu społecznego.

01. CZYM JEST TWORZENIE MAP SIECI
02. DLACZEGO TWORZENIE MAP SIECI MA ZNACZENIE
03. RODZAJE PARTNERÓW
04. PROCES TWORZENIA MAP



TREŚĆ

Czym jest mapowanie sieci?

Kontekst

Twoja firma nie funkcjonuje w próżni. Jesteś częścią ekosystemu, w którym działają inni gracze z branży, inwestorzy, konkurenci, klastry itp.

Zrozumienie swojej roli i pozycji w tym ekosystemie jest niezbędnym pierwszym krokiem w poszukiwaniu potencjalnych możliwości współpracy. A zrozumienie to zaczyna się od mapowania sieci kontaktów.



Mapowanie sieci – kategoryzacja

Dlaczego są one istotne?

Twoi interesariusze mogą zapewnić Ci finansowanie, odpowiednią sieć kontaktów oraz wiedzę na temat Twoich klientów lub użytkowników.

Ćwiczenie polegające na mapowaniu pomoże Ci zrozumieć – i docenić – dlaczego Twoi interesariusze są istotni dla Twojej firmy.

Dlaczego mapowanie sieci ma znaczenie

Lepsza komunikacja

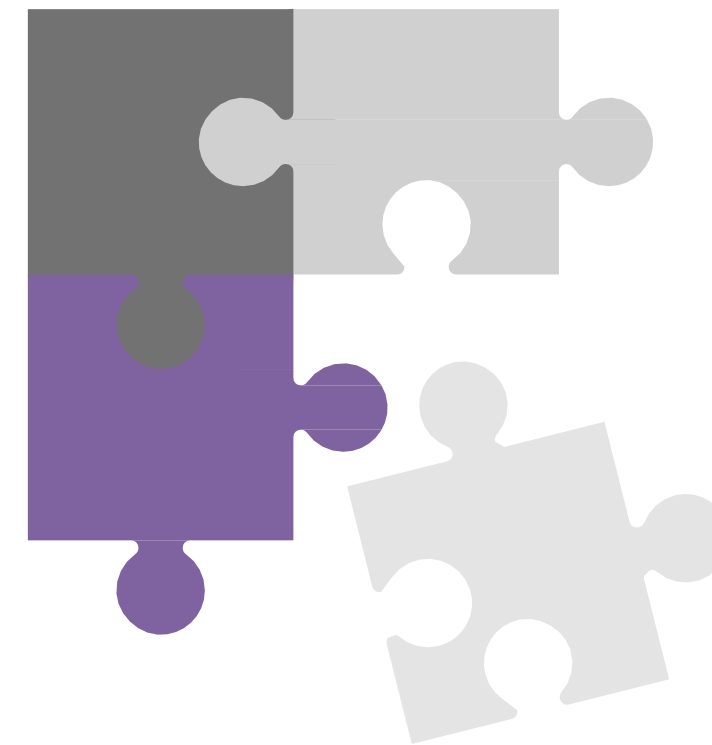
Badanie otoczenia biznesowego może samo w sobie prowadzić do nawiązania nowych kontaktów oraz zwiększyć komunikację i wymianę informacji między partnerami.



Dlaczego mapowanie sieci ma znaczenie

Wzmocniona
współpraca i
nawiązywanie
kontaktów

Poznanie ekosystemu
zwiększa również szanse na
zidentyfikowanie obszarów
współpracy.

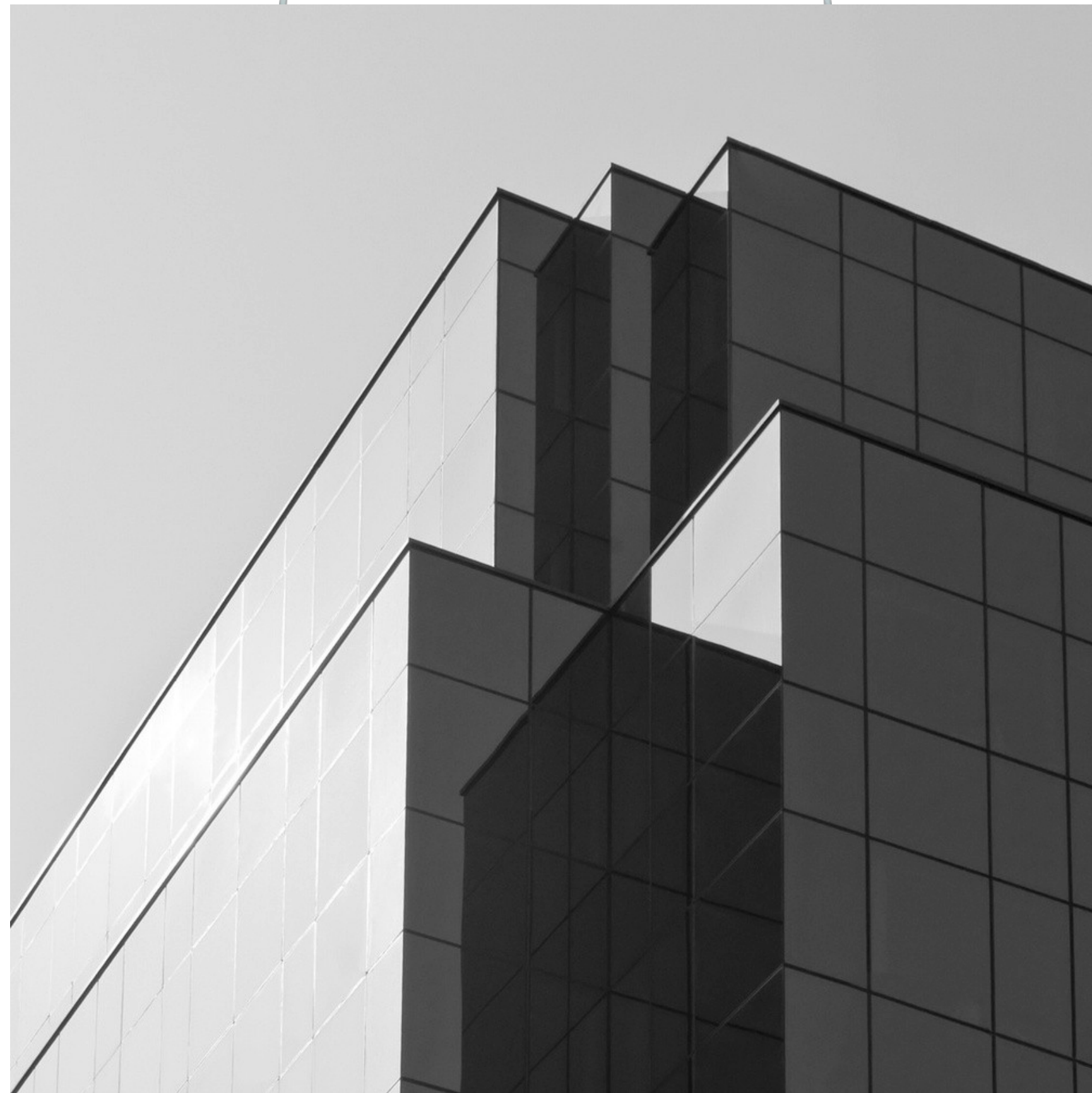


Dlaczego mapowanie sieci ma znaczenie

Efektywna alokacja zasobów
Zrozumienie swojej pozycji w łańcuchu wartości pozwoli na bardziej strategiczne i efektywne wykorzystanie zasobów.



RODZAJE PARTNERÓW



INKUBATORY

Organizacje wspierające start-upy i firmy na wczesnym etapie rozwoju.

(Dodaj tutaj lokalne przykłady)



IZBY HANDLOWE

Stowarzyszenia
przedsiębiorców. (Dodaj
tutaj lokalne przykłady)



KLASTRE BRANŻOWE

Grupy powiązanych przedsiębiorstw działających w tym samym regionie geograficznym.

(Dodaj tutaj lokalne przykłady)



PODMIOTY PUBLICZNE

Podmioty wspierające z sektora publicznego, zarówno na szczeblu lokalnym, jak i regionalnym. Podmioty promujące przedsiębiorczość.

(Dodaj tutaj lokalne przykłady)



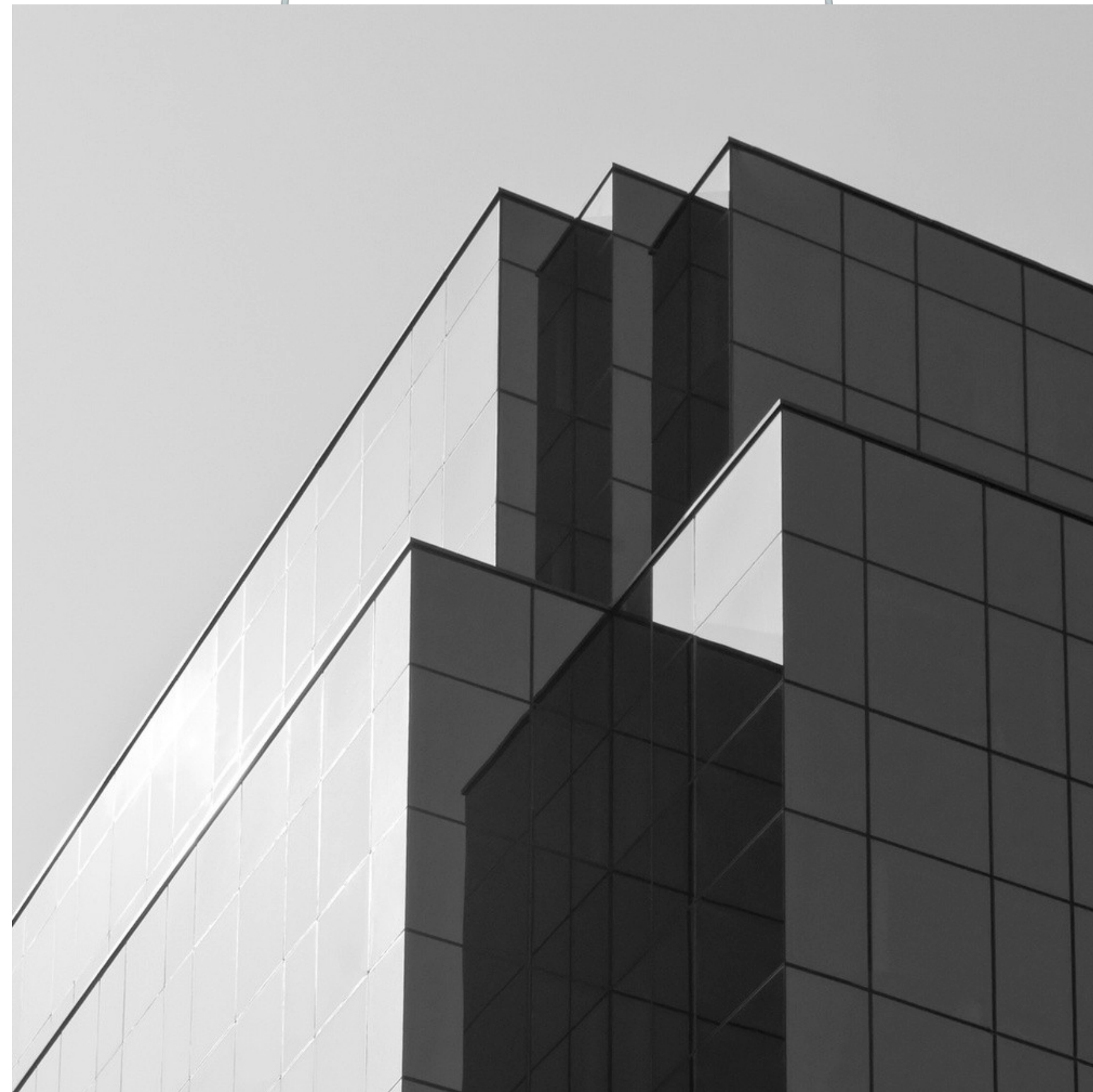
INNE SIECI

Formalne lub nieformalne grupy łączące specjalistów z branży, w której działa Twoja firma społeczna.

(Dodaj tutaj lokalne przykłady)

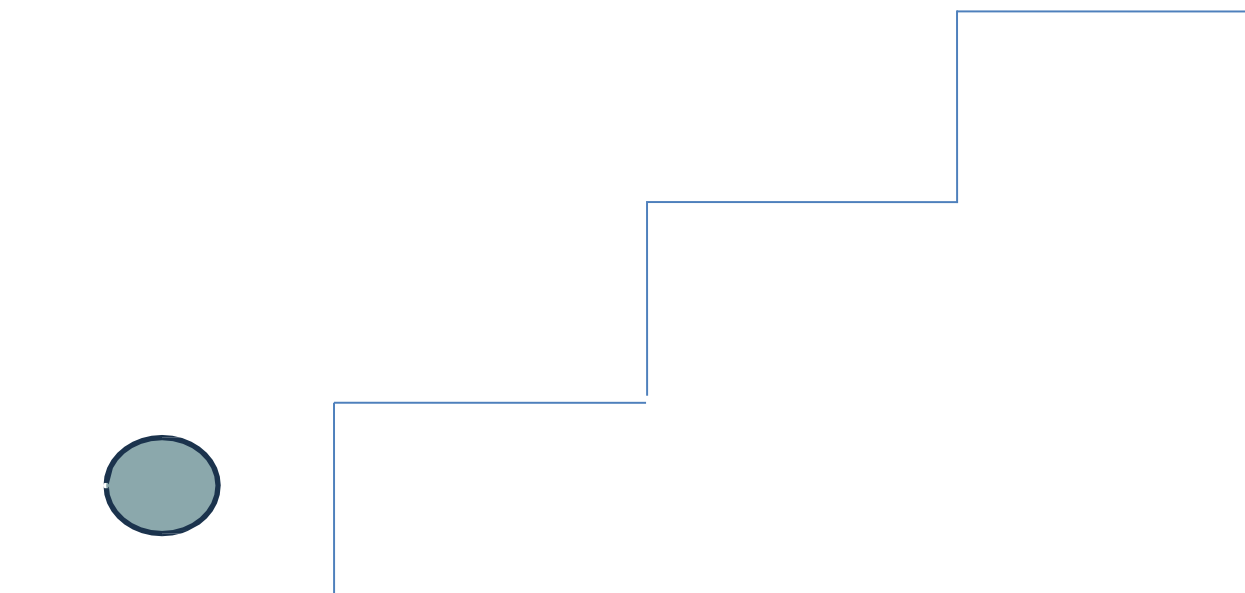


PROCES TWORZENIA MAPY



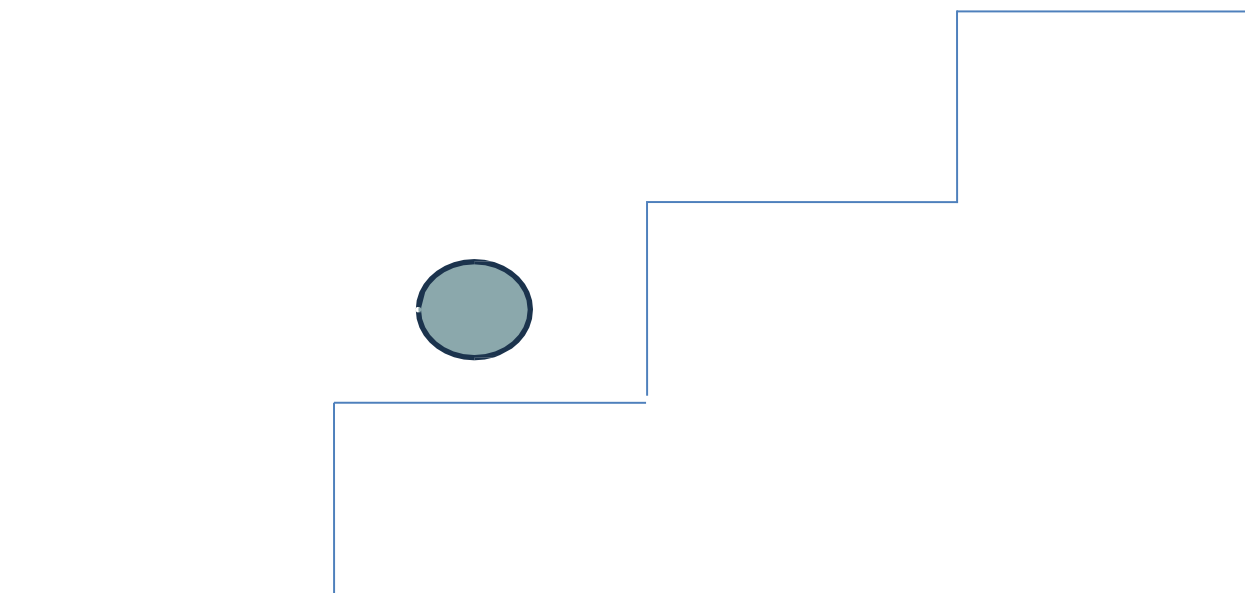
Etapy procesu mapowania

Poznaj siebie Zrozum
własną
działalność, propozycję wartości
itp.



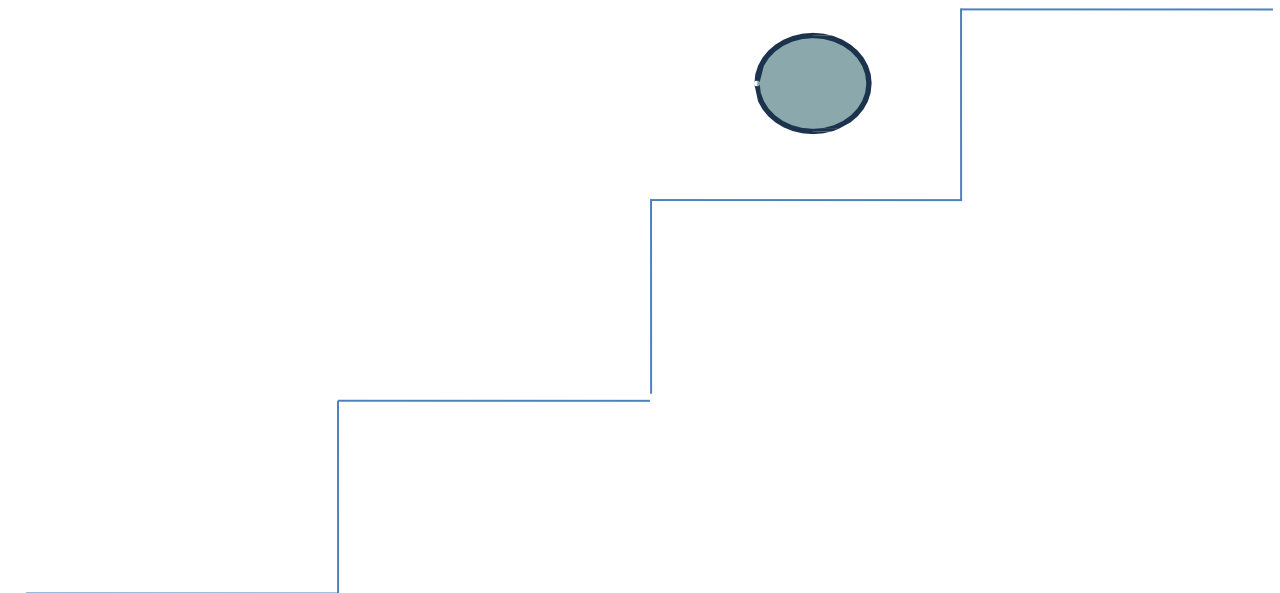
Etapy procesu mapowania

Poznaj swoich
konkurentów Zrozum swój
rynek i konkurencję oraz
dowiedz się, kto działa w
Twojej branży



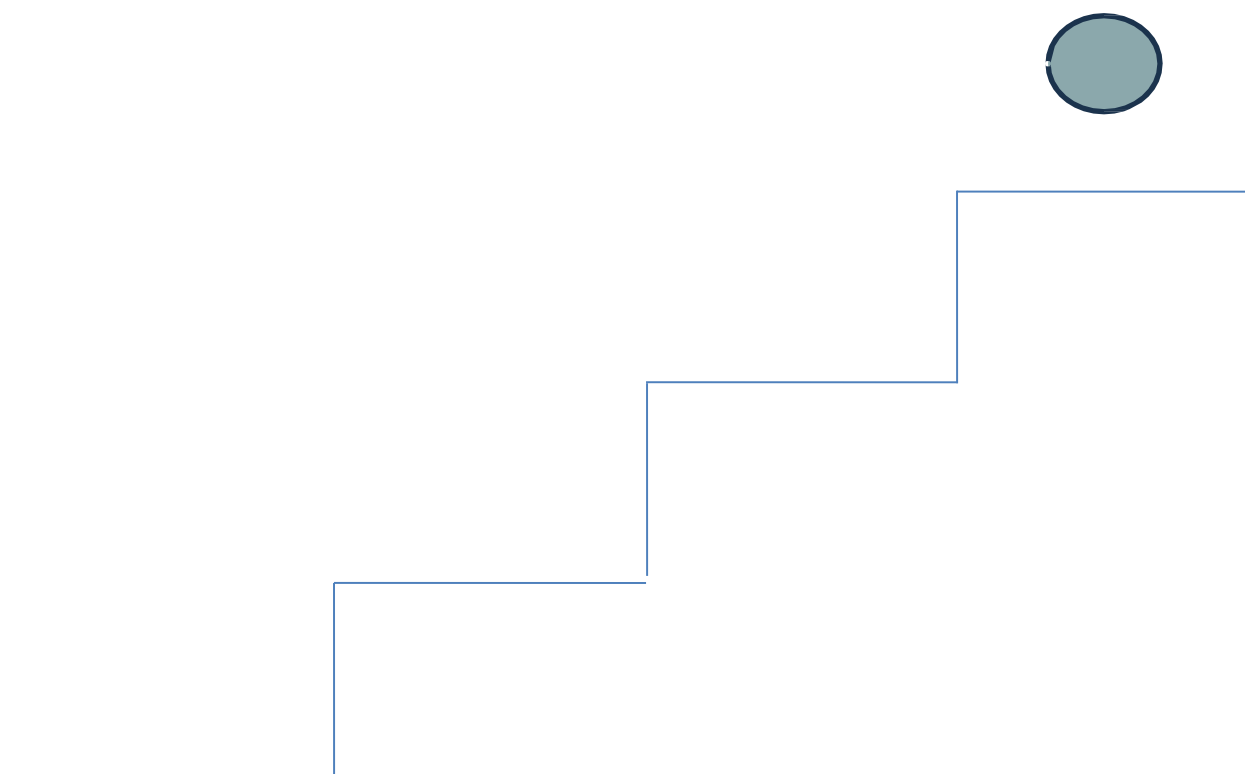
Etapy procesu mapowania

Poznaj swoich sponsorów
Dowiedz się, jakie organizacje
Cię wspierają, kim są
potencjalni fundatorzy,
inwestorzy itp.



Etapy procesu mapowania

Poznaj swoich partnerów
Zbadaj potencjalnych
partnerów. Zrozum ich misję i
zainteresowania. Przygotuj się.



Płotki

Ograniczone tradycyjne
wsparcie

Banki i instytucje
finansowe faworyzują
przedsiębiorstwa
komercyjne kosztem
tych o charakterze
społecznym.



Płotki



Niewłaściwie
postrzegane ryzyko –
błędne przekonanie,
że organizacje
kierujące się
względami
społecznymi nie są
rentowne.

Płotki

Niezrozumiałe cele:
Inwestorzy nie kierują
się
wpływem na środowisko i
społeczny.

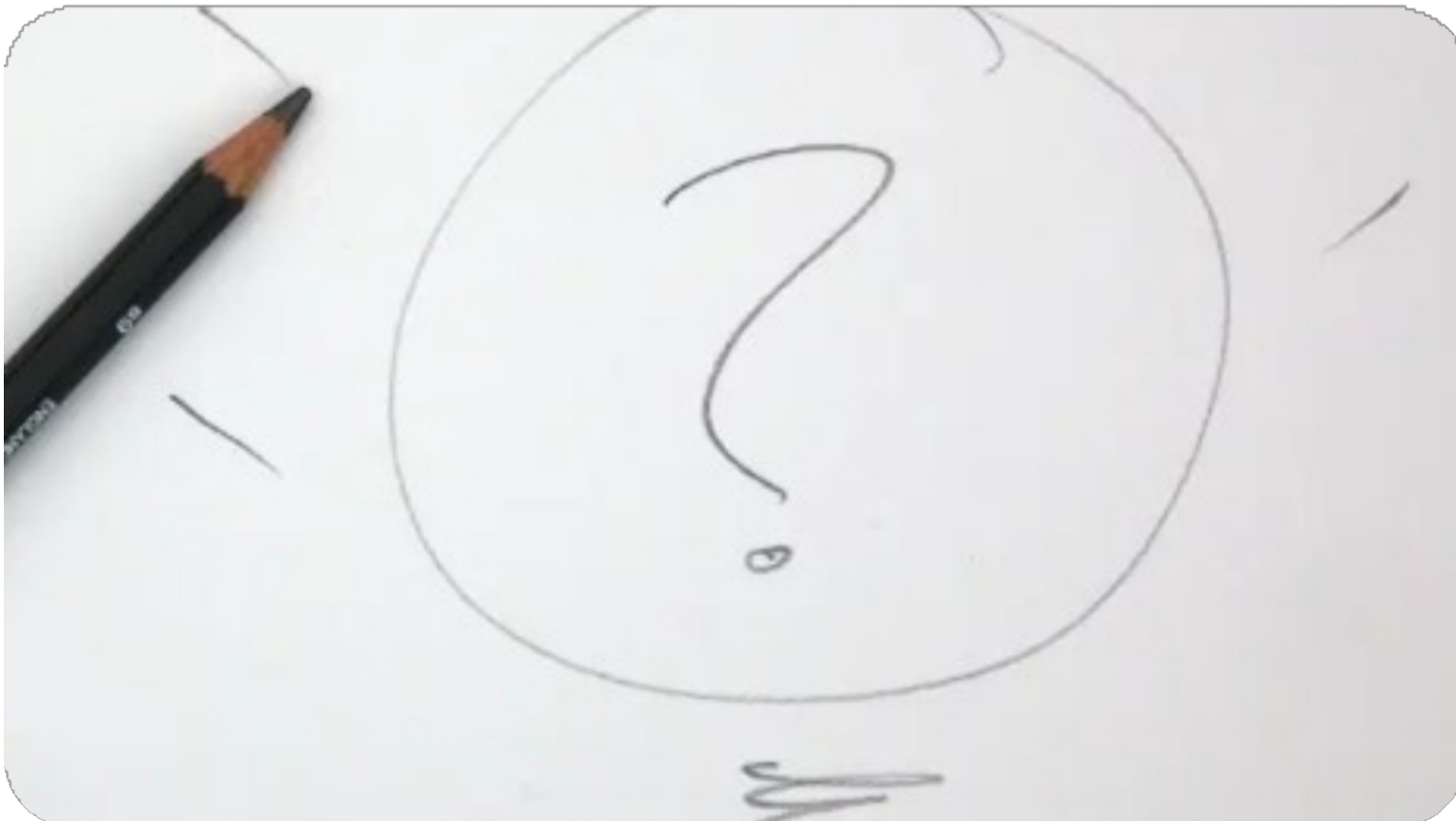


ZNAJDŹ ODPOWIEDNIEGO INWESTORA

- Misja
- Sposób myślenia
- Zakres uprawnień



Dlaczego inwestorzy są ważni?



Wsparcie

Inwestorzy wierzą w misję i pomysł projektu oraz pomagają je urzeczywistnić.

Dlaczego inwestorzy są ważni?

Finansowanie
Inwestorzy
zapewniają środki
finansowe niezbędne
do realizacji projektu.



Dlaczego inwestorzy są ważni?



Członkowie zespołu
Inwestorzy są częścią
współpracy, częścią
zespołu.

Nie tylko dzięki środkom
finansowym
, ale także swoją siecią
kontaktów, pomysłami
i doświadczeniem.

MISJA: Więcej niż liczby

Inwestorzy wesprą Twoją
misję – jeśli w nią uwierzą



MISJA: Więcej niż liczby

Zarządzaj
oczekiwania

Nie chodzi tylko o
wyniki finansowe. Wyraźnie
przedstaw swoje cele, swoje
„dlaczego”, a także historię i
cel swojej działalności.



MISJA: Więcej niż liczby

Zmiana sposobu myślenia

W biznesie społecznym
pasja łączy się z pragmatyzmem.

Wyjaśnij, w jaki sposób narzędzia finansowe
narzędzia finansowe mogą
stanowić rozwiązanie
problemów społecznych.



SPOSÓB MYŚLENIA: Na czym polega ta propozycja?



Pasja oparta na celu:
Poszukując inwestorów,
zapraszasz do
współpracy
wykraczającej poza
czysto finansowe
aspekty. Wyraź swoją
misję.

PODEJŚCIE: Na co zapraszasz?



Długoterminowa wizja:
Wyraź jasno, dokąd
zmierzasz – wykraczając
poza doraźne zyski.

Zapraszasz inwestora
do udziału w
długoterminowej
podróży, a nie do
szybkiego zwrotu

finansowego.

ZADANIE

FINANSOWY

Zysk finansowy a zysk społeczny

Inwestorzy mogą kierować się misją społeczną lub czysto finansową.

Zrozumienie mandatów potencjalnych partnerów pomoże w znalezieniu podmiotu, który najlepiej wpisuje się w Twoją misję.



PRZYGOTUJ SIĘ DO POZYSKANIA INWESTORÓW

- Poznaj swoją firmę
- Zadbaj o swoją widoczność
- Bądź pewny siebie



Zrozum swoją działalność



- Potrójny wynik: ludzie, planeta, zysk
- Mierzenie sukcesu: nie tylko zyski
- Znaj swoje liczby: tempo wydatkowania środków, okres finansowej stabilności, prognozy wzrostu
- Uporządkuj sprawy: zgodność z przepisami, ochrona własności intelektualnej
- Dokumentacja dla inwestorów: prezentacja, arkusz warunków, due diligence, pokój danych

Bądź widoczny



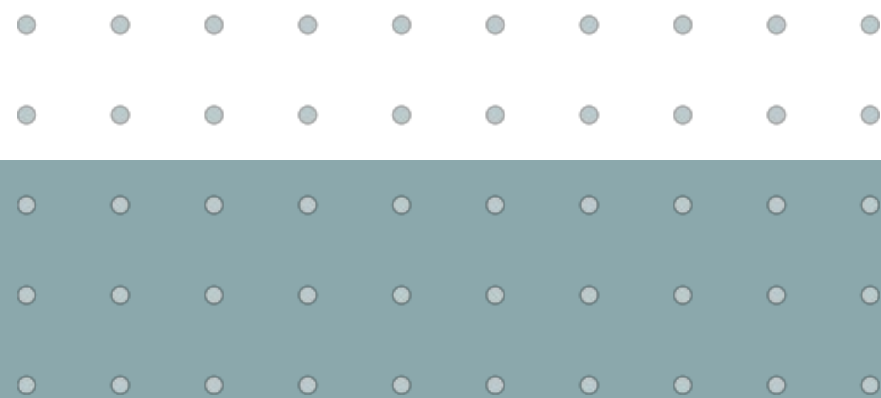
- Promuj się: spraw, byś był atrakcyjny dla inwestorów, których chcesz mieć w swoim zespole.
- Bądź widoczny: buduj sieć kontaktów, rozważ strategiczną reklamę



Bądź pewny siebie



- Pierwsze wrażenie ma znaczenie:
Inwestorzy oceniają nie tylko Twój pomysł na biznes, ale także Twoją postawę. Pokazuje ona, że wierzysz w potencjał swojego przedsięwzięcia.
- Buduje zaufanie: Inwestorzy chcą wspierać przedsiębiorców, którzy emanują pewnością siebie.
- Znaj swoją firmę od podszewki:
Doskonała znajomość tematu rodzi pewność siebie.



DZIĘKUJEMY!

