

PREDSTAVITEV IZOBRAŽEVALNIH PROGRAMOV 2014

Predstavljam sklop programov interaktivnih predavanj in delavnic. Glede na potrebo udeležencev ali namen cikla predavanj, se posamezne teme lahko poglobijo, razširijo ali se med sabo povežejo.

I. Inovativni novi programi po metodologiji gibanja InCo

InCo gibanje je gibanje za inovativni preboj, katerega namen je spodbujanje aktivnega medstrukturnega dialoga in razvoj cvetočega planeta v podporo novi eko civilizaciji. Ključen vzvod InCo gibanja je inovacijsko komuniciranje, saj omogoča prenos znanj ter izkušenj na osnovi odprtega dialoga tako znotraj posameznih deležnikov, kot tudi med njimi.

Ključni vsebinski poudarek je na uspešni integraciji **inovativnosti, intuicije in sistemskih pristopih.**



www.incogibanje.si/

>> **Od inspiracije do inovacije** (1-dnevni seminar ali delavnica)

Opis: Kako inspiracijo za nov poslovni podvig realizirati kot invencijo in jo lansirati kot inovacijo? // *podrobnejša predstavitev v pripravi*

V praksi: z uporabo InCo 5i modela spoznamo ciklični proces, ki vodi do uspešnega inoviranja.

>> **Celostno poslovno odločanje z intuicijo** (1-dnevni seminar ali delavnica)

Opis: nujna komponenta modela celostnega odločanja je intuicija. Intuicija v poslovnem svetu pridobiva zanimanje, nastaja znanstvena, tudi domača literatura na podlagi novih raziskav in poizkusov.

Od kod prihaja impulz za odločitev? Iz instinktov ali iz intuicije, ki pogosto usmerja na neznan teren in nepričakovane razsežnosti rasti in razvoja. Kako se naš racionalni um znajde med instinkti in intuicijo? Kako prepoznati, katera od možnosti je intuitivna izbira in kako se odzivati?

V praksi: kako lahko najnovejša spoznanja uporabimo pri vsakodnevem odločanju?

>> **Onkraj konkurenčnosti** (1-dnevni seminar)

Opis: Proces inoviranja in re-inoviranja ponudbe podjetja in/ali poslovnega modela je lahko uspešen ob le hkratni transformaciji načina tržnega razmišljanja. Pogled onkraj konkurenčnosti je izhajanje iz svojih močnih jeder in je razumevanje, da so sorodna

podjetja v naši branži soigralci, ki nam pomagajo ustvarjati zavest in potrebo po produktih, kakršna je naša inovacija.

V praksi: kako lahko vodstvo organizacije preseže stari *konkurenčni* način razmišljanja in pospeši razvoj svoje organizacije?

II. Novi programi: tržni in komunikacijski prodajni sklop

>> **Inoviranje prodaje** (1-dnevni uvodni seminar, delavnica ali trening)

Opis: Nivoji inoviranja: produktna komunikacija, prodajno-predstavitvena orodja, prodajni nagovori in prodajna komunikacija (sales-pitch).

Orodja: kanvas poslovnih modelov, kanvas vrednosti, rastemo drevo, zemljevid scenarijev.

V praksi: kako lahko brez bistvenega tehničnega poseganja v produkt (izdelek ali storitev) inoviramo in izboljšamo prodajne rezultate? Sistematičen in kreativen pristop za prodajne entuziaste!

>> **Ozaveščeni prodajalec: prihodnost prodaje** (1-dnevni seminar ali trening)

Opis: Kako prodate sebe in izdelek hkrati, brez da prodate svojo dušo? Zakaj je prodaja eden najtežjih in najbolj plačanih poklicov? Vaša prepričanja o prodaji. Preokviranje in 'močan oprijem'. Interaktivno predavanje povzema ključne momente treningov za prodajalce Prihodnosti.

Osvetlimo notranja psihološka gibalca, ki jih kupci lahko dojamejo kot 'dober, zaupanja vreden in strokoven prodajalec', ali pa ne.

>> **Ozaveščeni pogajalec: win-win-win pogajanja** (1- ali 2-dnevni trening)

Opis: Po uspešnih izvedbah interaktivnega predavanja "Ozaveščeni prodajalec 1: prihodnost prodaje" na RAGOR v 2011 ter »Projektno delo: iskrenost in odgovornost v letu 2010«, pripravljam praktično in k takojšnjim rezultatom usmerjeno usposabljanje za pogajalsko tehniko prihodnosti, ki temelji na win-win filozofiji in jo nadgradi z usmerjenostjo v trajnostni razvoj in na virih temelječo ekonomijo.

Teoretični del bo nadgrajen z igro vlog, kjer bodo udeleženci lahko v praksi spoznali pogajanja za poslovneže prihodnosti, ki jih pravzaprav potrebujemo že zdaj.

>> **Kreativnost vs. Drznost - hoja po žici** (motivacijski seminar)

Opis: Kreativni preboji so momenti radikalnega preboja v razmišljanju, ki ustvarjalca pripelje na nov nivo, od koder lahko deluje bistveno drugače in so drugačni tudi rezultati. Kako se povezujejo profesionalni kreativni preboji s preboji v osebnem življenju?

Teza: osebni in poslovni preboji so povezani, ker je človek celovito bitje!

>> 6 minut inspiracije – govor Blaža Branca v Cankarjevem domu:

<http://www.baltazar.si/1/post/2014/01/6-minut-navdiha-v-cankarjevem-domu.html>

III. Novi programi: podjetniško-ustvarjalni sklop

>> **Uvod v igrifikacijo (gamification): kako uporabiti princip igre v poslovne in izobraževalne namene**

Opis: na voljo po juniju 2014, po študijskem obisku EU na Poljskem.

Povezava na blog zapis portala Aktualno2.0:

<http://www.aktualno.biz/2014/01/igrifikacija-novo-strokovno-orodje.html>

>> **Razvoj novih produktov (produktni inženiring)**

Opis: po metodologiji lean (vitki razvoj) se udeleženci spoznajo s cikličnim pristopom k razvoju novih produktov (izdelkov ali storitev) ter s prvimi koraki celostnega poslovnega razmišljanja z uporabo Kanvasa poslovnih modelov.

Čas je, da spremenimo razmišljanje o razvoju produktov iz starega linearnega procesa v novejši ciklični proces, ki omogoča hiter vstop na trg in implementacijo rezultatov testiranj.

>> **Osveževanje produktov (produktni re-inženiring)**

Opis: Imate produkt, ki se je nekdanje dobro prodajal. Prodaja zdaj že nekaj časa upada. Poizkusili ste z drugo agencijo in novimi oglasi, celo odprli Facebook in Twitter račun, pa brez večjega uspeha. Zveni znano?

Produktni re-inženiring oz. osveževanje produktov je postopek, ki temelji na hitrih tržnih raziskava, vitkem produkcijskem ciklu in vpetosti v širšo poslovno 'sliko' z uporabo metodologij Kanvas poslovnih modelov, Kanvas vrednosti in Rastemo drevo.

>> **Spoznajmo kupce: enodnevna raziskava trga z brezplačnimi spletnimi orodji**

Opis: Brezplačna orodja in eksakten know-how za raziskovanje trga in pridobivanje odgovorov za vaše nadaljne marketinške poteze. Na delavnici se bomo spoznali s koristmi tržnega raziskovanja ter se naučili, kako postavljati relevantna raziskovalna vprašanja. V drugem delu bomo na računalnikih izvedli raziskave ter analizirali podatke. Sklepe in ugotovitve predstavimo skupini in ugotovimo, kako so dobljeni rezultati spremenili naš načrt akcij. *Raziskava trga za laike!*

>> **Vitka produkcija novosti: 1-tedenski projekti**

Opis: Nekateri imamo 100 idej v toku svojega življenja. Nekateri jih imamo 100 v enem tednu. Kako z minimalno časa in stroški raziskati tržni potencial ideje in narediti prve korake v izvedbo, da bi čim prej ugotovili, ali je ideja dobra ali ne? Cilj delavnice je osvojiti način razmišljanja in zbir postopkov, s katerimi v enem tednu preidemo od kreativne faze do testnega vstopa na trg.

Uporabili bomo princip *lean production* z MVP – minimal viable product ter spoznali osnove uporabe *Kanvasa poslovnih modelov*.

>> **START!UP2014**

Opis: Po uspešnih izdodbah cikla podjetniškega usposabljanja START!UP 2011, START!UP 2012 in START!UP 2013 na Razvojni agenciji Sora v Škofji Loki, pripravljamo 'univerzalni' program za bodoče in mlade podjetnike.

Program temelji na kombinaciji interaktivnih predavanj, delavnic in dela z mentorjem ter pokriva vse klasične stebre osnov podjetništva: od generiranja idej do trženja, projektnega vodenja in računovodstva.

Strukturno se program orientira tako na instrument poslovnega načrta kot na novejši Kanvas poslovnih modelov.

Inspirativen, sproščen in strokoven podjetniški krožek za sodobne podjetnike!

>> **Ozaveščeni voditelj: trening za voditelje izobraževanj v organizacijah**

Opis: Izobraževanje in prenašanje znanja postaja sposobnost, ki jo Evropejci potrebujemo vedno bolj pogosto. Mimogrede se znajdemo pred izzivom javnega nastopa: predavanja, prezentiranja ali izvedbe delavnice.

Če boste imeli delavnico na temo prodaje, zdrave prehrane, masaž, zdravljenja z zvokom ali učenja risarskih programov - poleg vašega strokovnega znanja potrebujete še osnove pedagoškega dela: kako načrtovati delavnico in kako jo izvesti, da bi vaši udeleženci odnesli kar največ in naučeno tudi uspešno integrirali v svoje delovanje.

V. Največkrat izbrano v letu 2013

>> **Pridobivanje sponzorskih sredstev iz gospodarstva** **pecanje sponzorjev** – enodnevna

Opis: Kako razmišljajo sponzorji? Kako se odločajo, kateri projekt bodo podprli in zakaj včasih kot predlagatelji sodelovanja ne dobimo niti odgovora?

V enem popoldnevu se bomo v interaktivnem predavanju sprehodili v 'zakulisje' razmišljanja sponzorjev in iz prve roke izvedeli, kako sponzorji razmišljajo, kako ocenjujejo projekte in kakšni so trendi zanimanja.

Poleg 'pisnega' znanja bodo udeleženci pridobili tudi osnove veččin telefonskega komuniciranja ter komuniciranja 'v živo' za potrebe sestanka.

Na željo udeležencev izvedemo tudi diskusijo. Povabljeni ste, da se predavanja udeležite s projektno idejo, za katero želite pridobiti sponzorska sredstva. Za predstavitev ideje boste imeli na voljo 5-minutni nastop (če želite pripraviti predstavitev, jo v .ppt formatu prinesite na USB ključku).

Zahtevano predznanje: zaželjene izkušnje s pridobivanjem sredstev (ni pa pogoj)

Cilji: izdelan predlog sponzorskega sodelovanja, pridobitev veččin za pecanje sponzorjev

Tehnična oprema: projektor.

>> **Tržni mind-set: podjetništvo kot orodje usresničevanja smisla** - enodnevna

Opis: skupina se identificira glede na svoj odnos do ključnih besed podjetništva. V prvem delu udeleženci spoznajo podjetniški mind-set v primerjavi z *umetniškim*, ki je med mladimi v poslu prevladujoča paradigma. Ustvarjati iz sebe ali za trg? Kako zavestno oblikovati pravo idejo zase in dobro idejo za trg? Vaja na študiji primera blagovne znamke Goba udeležencem razkrije lastnosti lansiranje radikalne inovacije. V sklepnem delu spoznajo še princip kreacije skozi model odražanja.

Zahtevano predznanje: ni posebnosti. Zaželjen izražen interes za podjetništvo.

Cilji: preokvirjanje pogosto slabšalnih predstav o poslu in podjetnikih. Udeleženci spoznajo osnove 'mehanike' oblikovanja podjetniške ideje (kot produkt z dodano vrednostjo) in principov vstopa na trg.

Tehnična oprema: projektor, širokopasovni internet za predavatelja (opcijsko)

>> **Realna moč marketinga** - enodnevna

Opis: poglobitev v zmožnosti in realna pričakovanja do procesa marketinga v podjetju. Kaj marketing lahko ustvari in česa ne more, vloga produktnega razvoja, vloga razvoja komunikacij, določanje in alokacija proračuna, vloga marketinga kot alfa prodajalca.

Zahtevano predznanje: ni posebnosti. Zaželjena udeležba na delavnici »Marketing, prodaja in mediji« (izvedeno na RAGOR-ju novembra 2010).

Cilji: preokvirjanje nerealnih predstav o tem, kaj marketing je in kaj zmore v odnosu do doseganja ciljev v podjetju. Udeleženci razumejo, da marketing ni niz psiholoških trikov in ne more nadomestiti 'zdravega' produktnega in komunikacijskega razvoja, lahko pa ju soustvari.

Tehnična oprema: projektor, širokopasovni internet za predavatelja

>> **Oglaševanje in promocija na spletu za 0 EUR** – enodnevna

Opis: Samostojna delavnica in nadaljevanje delavnice »Brezplačno do nove spletne strani.« Poglobitev na temo kako promovirati svojo spletno predstavitev/trgovino z brezplačnimi orodji ter z uporabo vsesmerne komunikacije (družbeni mediji). Populistično rečeno gre za »Enkratno FaceBook« delavnico. V poštev pride še Twitter, Google+, družbeni agregati, blogi, ipd.

Zahtevano predznanje: dobro poznavanje MS Windows OS, MS Office, interneta in e-pošte

Cilji: udeleženci razumejo osnove e-marketinga, spoznajo osnove arhitekture spletnih vsebin, znajo pripraviti promocijsko kampanjo (definirati ciljno populacijo, poiskati ustrezna oglasna mesta, poznajo obračunske modele) in izkoristiti potencial spleta za prenos informacij (tudi viralni).

Tehnična oprema: širokopasovni internet, računalniška učilnica (udeleženci lahko prinesejo tudi svoj prenosnik), projektor.

>> **Produktni inženiring**

Opis: Dolgoročno gledano je pogoj za uspešno prodajo in dobro finančno poslovanje ključno, da imamo dober produktni inženiring. Produktni inženiring je filozofija in zbir tehničnih pristopov ter znanj za oblikovanja produkta/storitve/doživetja, ki bo na trg vnesel novo vrednost in zadovoljil potrebe kupcev. Kot cilj delavnice udeleženci predstavijo vsebinski dizajn novega ali prenovljenega produkta in ga zagovorijo pred skupino, v čem so izboljšali dodano vrednost tako skozi funkcionalnost, kot skozi druge 'mehke' dejavnike.

Tehnična oprema: projektor, širokopasovni internet za predavatelja

>> **Učinkovito vodenje projektov: iskrenost in odgovornost** - dvodnevna

Opis: na trgu delovne sile in zaposlovanja se kaže vse večja potreba po fleksibilnosti zaposlovanja: podjemna pogodba, avtorska pogodba, out-source-anje; v teh primerih sodelujoči sklenejo pogodbo, ki je največkrat podpisana v duhu »če bo šlo kaj skrajno narobe.«

V želji po čimprejšnjem začetku dela nastanejo neeksaktni dogovori, ki prevečkrat vodijo v to, da organizator dobi klavrn rezultat, sodelujoči pa premajhno plačilo ali celo ostanejo praznih rok. Na koncu se sodelujoči ali nezadovoljni razidejo, prepričani, da so bili opetnajsteni, ali pa se sodelovanje konča s posipanjem pepela in deljenjem krivde, pri čemer se vsi strinjajo, da se niso najbolje sporazumeli že na začetku in da niso predvideli vseh možnosti. Znano?

Namen delavnice je osredotočanje na ustvarjanje uspešnih sodelovanj na podlagi jasne razdelitve odgovornosti in nalog ter pričakovanih, merljivih rezultatov. Rdeča nit je vloga iskrenosti in brezgrajne komunikacije ter uporaba asertivnega govora.

Vsi udeleženci bodo izkusili obe vlogi: vlogo organizatorja in vlogo sodelujočega ter tako dobili celosten vpogled v naravo sodelovanja.

Zahtevano predznanje: ni posebnosti

Preliminarno učenje: priprava enostavne projektne naloge

Cilji: razumevanje obeh plati projektne naloge, predvidevanje razvoja dogodkov, iskrena komunikacija, asertivni govor, uvid v celotnost projektne naloge, poznavanje vlog in odgovornosti, win-win pogajanje, uspešno in zadovoljno sodelovanje od začetka do cilja.

Tehnična oprema: projektor.

>> Komunikacija I – ustvarjalna komunikacija in sodelovanje - enodnevna

Opis: prvi sklop se ukvarja z intrasubjektivnim vidikom komunikacije. Torej kako jaz komuniciram s sabo. Kakšen odnos imam do sebe? Katera prepričanja imam, ki me zadržujejo, da bi uresničil svoje cilje?

Na delavnici se bomo osredotočili na vlogo komunikacije, in sicer v njenem globljem in povezanem pomenu: poslušanje, misel, občutek, odziv (beseda in/ali dejanje) kot zaključek mikro-komunikacijske zveze ter povod za novo. Namen delavnice je pridobiti večšine dobrega poslušalca in jasnega sporočevalca ter razviti občutek za fokusno-strukturirano vodenje poslovne komunikacije.

Zahtevano predznanje: ni posebnosti

Cilji: ob koncu programa vsak udeleženeec pridobi orodje za ustvarjalen način notranjega dialoga.

Tehnična oprema: projektor.

>> Prihodnost prodaje – ozaveščeni prodajalec – tridnevna izvedba

Vse o prodaji. Na nov način. Inner game.

1. dan: prodajmo si Prodajo

Poglobljeno razumevanje kaj prodaja sploh je. Kdo je prodajalec? Kaj in kdo je kupec? Zakaj je prodaja eden najtežjih in najbolj plačanih poklicov? Vaša prepričanja o prodaji. Preokviranje. Kaj prodajate? Kako prodajate?

Cilj dneva je dodobra prevetriti odnos do prodaje, prepričanja in vzorce. Delamo tako na sebi, kot na produktu/izdelku, ki ga prodajamo oz. nameravamo prodajati. Kako močna je vez med tem kar prodajamo in našimi vrednotami in življenjskim slogom?

2. dan: Kako prodati kar prodajate?

Popolnoma praktična delavnica, kjer vsak udeleženeec predstavi svoj izdelek in izvede prodajni nastop. Povratne informacije komentirajo izdelek, ne prodajalca. Komentiramo vsebino povedanega, ne način. Posredno komuniciramo, kakšen odnos do izdelka ima prodajalec. Kot skupina iščemo ultimativni sales-pitch za vsak produkt posebej.

3. dan: Kako prodati sebe in izdelek hkrati, brez da prodate svojo dušo?

Reakcije, ideje, odzivi 2. dneva – združi vsak udeleženeec zase. Nato vzamemo novo percepcijo ter znanja ter se urimo v večini prodaje. Tokrat izdelek postavimo v drugi plan, ter komentiramo samo komunikacijske veščine prodajalca, komentiramo način. Izdelujemo dve vrsti prodaje: telefonska in osebna. Pri osebni se lotimo tako intimnega scenarija (prodajalec in največ še trije udeleženci) ter javnega nastopa – prezentacije, kjer prodajalec prodaja večji skupini slušateljev.

Cilji: ugotoviti, ali hočem prodajati, kar prodajam. Poglobljeno razumevanje povezav med prodanim artiklom in prodajalcem. Da prodaja ni enosmeren komunikacijski proces. Delavnica bo osvetlila notranja psihološka gibalca, ki jih kupci dojemajo kot 'dober, zaupanja vreden in strokoven prodajalec', ali pa ne. Poiskali bomo svoj unikatni prodajni pristop in nastop.

! opomba: izvedba pripravljena tudi kot skrajšano, enodnevno interaktivno predavanje.