

**TÖÖVAHEND
“DISAINMÕTLEMINE
OMA ÄRIIDEEDE
ARENDAMISEKS”**

SISUKORD

MÄÄRATLEMINE	5
ASUME ASJA KALLALE KUIDAS LEIDA LAHENDUST OOTAVAD PUUDUSED JA PROBLEEMID	8
VÕTKE HETK MÕTISKLUSEKS TUNDKE KONTEKSTI	11
KASUTAJA-ISIKUD	13
UURINGUD	15
VÕTKE HETK MÕTISKLUSEKS MOTIVATSIOON	20
VÕTKE HETK MÕTISKLUSEKS KUIDAS TULLA TOIME EBAÕNNESTUMISTEGA?	21
VÕRDLEMINE	22
MÕTLEMINE	26
VÕTKE HETK MÕTISKLUSEKS NING VALIGE LOOTUSTANDVAIM IDEE EDASI ARENDAMISEKS	31
PROTOTÜÜBI EHITAMINE	32
KATSETAMINE	39
VALIMINE JA RAKENDAMINE	41
KUIDAS LUUA ETTEVÕTET LÄTIS	42
KUIDAS LUUA ETTEVÕTET EESTIS	44
TÖÖTURUL NÕUTAVATE OSKUSTE UURINGU KOKKUVÕTE	45
PROJEKTIST	48

MIS SEE ON?

Töövahendikogumik „Disainmõtlemine oma äriideede arendamiseks” pakub lihtsaid töövahendeid, mida saab jooksvalt kasutada ning millega proovida ja katsetada ideid kiiresti ilma olulise aja- ja ressursikuluta. Oleme kokku kogunud meetodid, mida saate katsetada oma äriideedel või kui olete mänginud mõttega alustada tegevust ettevõtlusvaldkonnas. Võite vabalt valida oma kontekstile kõige sobivama, kohandada neid ning uurida ka veebis laialdaselt kättesaadavaid pakutavaid töövahendeid, et saada veelgi rohkem sisendeid.

See töövahendi kogumik töötati välja, lähtudes meie enda kogemustest õpilaste, alustavate ettevõtete ja organisatsioonidega. Meid inspireerisid ka ülemaailmse disaini- ja innovatsioonifirma „IDEO”, Stanfordi ülikooli ja Rahvusvahelise Disaini- ja Teadusuuringute Keskuse PDR lähenemisviisid ja muud kasutusel olevad parimad tavad, nagu ka näiteks meie Hispaanias Santiago de Compostelas asuvate kolleegide poolt kasutatavad.

KELLELE?

See töövahend on mõeldud kõigile neile noortele, kes on mõelnud proovida õnne ettevõtluses, aga ka neile, kes pole kunagi mõelnud võimalusele kasutada oma talenti ja oskuseid isikliku ettevõtte alustamiseks selle asemel, et olla kellegi alluv. Me tahame teid innustada: oma äri alustamine ei ole keeruline ja te võite kahtlemata iseenda ülemuseks saada.

MIS ON DISAIN- MÖTLEMINE JA MIKS SEDA KASUTADA?

Disainmõtlemine on loominguline ja koostöine võimalus probleemidele lahenduste leidmiseks, toodete ja teenuste arendamiseks ning protsesside parandamiseks. Seejuures astutakse kasutajate kingadesse ja lahendusi luuakse koos nendega mitte nende jaoks.

Loomise protsessile on palju tõlgendusi, kuid idee on kõigil juhtudel sarnane. Selles töövahendis kasutame 5-etapilist disainmõtlemise lähenemisviisi:

MÄÄRATLEMINE - oma kasutajate tundmaõppimine; väljakutse, mida soovitakse lahendada ja millele pakutakse lahendusi, suurema konteksti mõistmine; ning turuvõimaluste uurimine;

VÖRDLEMINE - uurimisfaasis õpitu mõistmine ja tegelikule lahendust ootavale probleemile keskendumine;

MÖTLEMINE - rohkete ideede loomine ja parima, millega tööd jätkatakse, valimine;

EHITAMINE - kiirete prototüübi ehitamise vahenditega varustamine, et oleks võimalik katsetada oma lahendusi kasutajatega ilma suuremate finantsinvesteeringuteta: kiire ebaõnnestumine ja parendamine;

KATSETAMINE - prototüübi katsetamine kasutajatega ja tagasiside saamine idee edasiseks arendamiseks või täiustamiseks.

Lisasime ka 6. etapi, mis on samuti väga oluline, **VALIMINE**, mis tähendab, et lahenduse parandamiseks saab igal ajal tagasi pöörduda mis tahes projekteerimisprotsessi etappi. Loomise protsess on tsükliline ning koosneb pidevast asjade muutmisest ja parandamistest. Lõpuks tuleb hetk, kus peate oma toodet ja teenust maailmale näitama. Seetõttu otsustasime ühendada **VALIMISE** ja **RAKENDAMISE** - aeg, et lõpetada oma katsed ja kõik tsüklid ning paisata oma idee turule.


Neid meetodeid saate proovida ise, oma sõpradega või töötoa tüüpi tegevustes koos juhendajaga. Saate teha märkmeid juba selles töövahendi kogumikus leitavatele näidistele või saate neid korduvalt kasutada erinevates olukordades, kasutades selleks lihtsalt suurt pabertahvlilehte, millele kirjutate küsimused/ülesanded ja kaardistate vastuseid isekleepuvate märkmepaberitega. Proovige kasutada iga küsimuse jaoks erinevat värvi isekleepuvaid märkmepabereid, et hiljem oma mõtteid eristada või seostada. Pidage meeles, et iga etapi töövahendite ja tegevuste küsimusi saab kohandada vastavalt teie konkreetsele kontekstile. Võite vabalt kombineerida neid ka teiste meetoditega, mida selles töövahendi kogumikus pakutud ei ole, kuid mis on veebis laialdaselt kättesaadavad.


KUIDAS SEDA KASUTADA?

MÄÄRATLEMINE

On väga oluline sügavalt mõista inimesi, kellele oma äriidee suunate - mitte ainult nende igapäevaste rutiinide ja harjumuste praktilisi küsimusi, samuti on vaja teada nende vajadusi ja soove ning nende taga olevaid emotsioone ja tundeid. Me alustame teekonda sisenedes loomingulisse ja koostöövõimelisse atmosfääri, mõistame ennast ja meeskonda, uurime laiemat konteksti valitud väljakutse ümber, mille lahendusi hakkate arendama ja sukeldume sügavasse teadustöösse, mis aitab meie potentsiaalseid kasutajaid. Alustagem disainmõtlemise teekonda!

MEETOD: TEKITA LOOMINGULINE KESKKOND

 Eesmärk: See harjutus sobib soojenduseks ja aitab vabastada teie ja teie meeskonna loomingu suhtumist ja meeleolu, et saaksite oma projekti käivitada koostöises, loomingu ja lõbusas õhkkonnas.

 Enne seda, kui alustate oma äriidee arendamise raske tööga, astuge samm tagasi ja vabastage oma loomingu potentsiaal. Proovige seda lihtsat meetodit, mis toetab loovust, aitab käivitada meeskonnatööd ja tekitab uute asjade loomiseks vajaliku tuju.

KUIDAS?

Valige soojendus-
harjutuseks üks või
mitu järgmistest
tegevustest:

1.


Tehke ajurünnak tavaliste igapäevaste asjade või harjumuste kohta, seejärel valige üks ja tehke uus ajurünnak selle kohta, kuidas neid asju saaks teha teistsugusel ebatavalisel viisil või võib-olla on võimalik neid muuta uueks trendikaks tooteks või teenuseks?

2.

Looge lugu, alustades sissejuhatuses näiteks „Kord läksid kilpkonn ja siga reisile...“ ja siis peab kolleeg jätkama loo arendamist, lisades ühe lause, mis algab sõnadega „Jah, ja...“.
Jätkake kordamööda lugu lausega „Jah, ja ...“ ning vaadake, mis sellest välja tuleb.


3.

Viige oma meeskond õue ja paluge neil fotosid teha.
Tehtud fotodest teeb iga inimene kollaaži ja räägib sellest, kuidas nad end täna tunnevad ja millist inspiratsiooni nad oma väljas veedetud ajast said.

 Määrake nende tegevuste jaoks ajaline piirang näiteks 30 minutit. Jagage õpitut oma meeskonnaga. Ärge unustage lõbutada! Naeratus on märk sellest, et soojendusharjutus on läinud hästi.

MEETOD: TUNNE OMA MEESKONDA

 Eesmärk: tutvuda oma meeskonnaliikmetega ja leppida kokku meeskonna eesmärkides ja kohustustes.

 Oluline on mõista oma meeskonda ja pädevusi. Proovige seda näidistabelit täita ja arutage tulemusi oma meeskonnaga. See võiks olla ka üks meeskonnatunde loomise võimalusi.

MINA...	HUVID:	MIKS SA SIIN OLED:	INSPIRATSIOON:	
	Millised on sinu huvid? Mida meeldib sulle teha vabal ajal/kui sa ei tööta?	Miks on see projekt sinu jaoks huvitav?	Mis sind inspireerib? (inimesed, ettevõtted, tooted, teenused...)	
MINA & MEESKOND	TUGEVUSED & PÄDEVUSED:	TÖÖSTIIL:	ROLLID:	VÄLJAKUTSED & ENERGIAALLIKAD:
	Sinu tugevused ja pädevused. Kuidas saad sina oma meeskonnaliikmeid aidata?	Kuidas sulle meeldib töötada? Kas eelistad individuaalset tööd või koostööd?	Rollid meeskonnas. Kes oleks juht, kes vastutab info liikumise eest jne?	Kuidas hakkad hakkama väljakutsetega ja millest saad energiat?
MINU EESMÄRGID	INDIVIDUAALSED EESMÄRGID:		MEESKONDLIKUD EESMÄRGID:	
	Mis on sinu isiklik eesmärk?		Mida soovite meeskonnana saavutada? Kuidas sa tead, et see teil õnnestub?	

ASUME ASJA KALLALE

KUIDAS LEIDA LAHENDUST OOTAVAD PUUDUSED JA PROBLEEMID

On palju viise, kuidas leida valdkond, kus soovite ettevõtlusega tegeleda. Disainmõtlemise lähenemisviis õpetab lähemalt uurima probleeme ja puudusi, millega teised inimesed silmitsi seisavad, ja alustada just sellest. Mitte tingimata ei pea alustama just selle helge ideega, mis teile on pähe turgatanud. Alati ei pruugi see olla vastuseks juurdunud probleemile, mida soovite teiste inimeste jaoks lahendada. Lõppude lõpuks võib öelda, et kui lähtepunktiks on idee, ei pruugi see olla asjakohane sihtrühmade puuduste ja probleemide lahendamiseks.

Teine võimalus äri võimaluste loomiseks on osaleda loovates kiirendites ja häkatonides, mida erinevad organisatsioonid üsna sageli korraldavad. Praegusel juhul loob organisatsioon näiteks väljakutse: „Kuidas saaksime lahendada liiklusküsimust linnas, kui liiklusolukord halveneb ja inimestel ei ole tõhusaid võimalusi vabalt liikumiseks ning palju aega veedetakse teel olles“ või see võib olla midagi muud, mis on seotud näiteks tööstuse vajaduste ja suundumustega, ühiskondlike probleemide või millegi muu sarnastega.

Proovime leida vajadusi ja võimalusi, millest alustada oma äriideede arendamist.

MEETOD: PROBLEEMKOHTADE LEIDMINE



Eesmärk: leida probleem, mida soovite aktiivselt lahendada ja mis on teile oluline..

Mõelge neile küsimustele ja kirjutage vastused eraldi või meeskonnana.



MILLISEID VALUPUNKTE OLEN MÄRGANUD?
MIS MIND ÄRRITAB?

MILLISTE RASKUSTEGA SEISAVAD SILMITSI
TEISED INIMESED? MIDA INIMESED VAJAVAD?
MILLISED LAHENDUSED TÖÖTAVAD JA MILLISED
MITTE? MINU ÜMBER, LINNAS, ÜHISKONNAS?

MIS ON MINU KIRG? MILLISED ON MINU
OSKUSED?

KAS MUL ON VAJALIKUD OSKUSED VÕI
TUNNEN MA INIMESI, KEL ON VAJALIKUD
OSKUSED JA KES SAAKSID MIND NENDE
PROBLEEMIDE LAHENDAMISEL AIDATA?



Kui olete üles loetlenud võimalikud probleemid ja puudused, millele võiksite lahendust pakkuda, proovige neid siduda oma oskuste ja motivatsioonidega ning koostage prioriteetide loetelu. Siis näete, mis paistab silma ja mida tasub proovida.

MEETOD: TUNNE OMA TURGU



Eesmärk: mõista, mis turul toimub ja kus on tühimik, milles võiksite õnnestuda.



Siinkohal peaksite natuke uurima turu olukorda ja võimalusi. Proovige vastata nendele küsimustele:

MIS VÕIKS OLLA KASUTAJA VÕIMALIK PROBLEEM



KAS KEEGI ON PÜÜDNUD SEDA PROBLEEMI VAREM LAHENDADA? KAS NAD ÕNNESTUSID VÕI EBAÕNNESTUSID JA MIKS?

LOETLEGE KÕIK VALDKONNA KONKURENDID

-
-
-
-

LOETLEGE KÕIK ASJASSEPUUTUVAD HUVIRÜHMAD, KAASA ARVATUD VÕIMALIKUD KASUTAJAD. KUS NEED KASUTAJAD ASUVAD?

-
-
-
-
-
-

MILLISED ON VÕIMALUSED PROBLEEMI TEISTSUGUSEKS LAHENDAMISEKS? KAS TEIE LAHENDUS PAKUB MIDAGI ENNETAVAT?

KUIDAS TEENIVAD TEIE KONKURENDID RAHA? MILLINE ON NENDE ÄRIMUDEL?

KAS TEIE VALITUD VALDKOND SAAB TULU RISKIKAPITALI INVESTEERINGUTEST, ÄRIÜHINGUTEST VÕI ÜHISRAHASTUSPLATVORMIDELT? MILLINE ON INVESTEERINGUTE ULATUS?

VÕTKE HETK MÕTISKLUSEKS

TUNNE KONTEKSTI

Püüdke mõelda oma tulevasele ettevõttele ja tulule, mida võite teenida.

- Milline võiks olla teie poolt pakutav toode või teenus kasutajate probleemi lahendamiseks?
- Kuidas peaks ettevõtte teie arvates toimima?
- Millised on teie ettevõtte põhimõtted või põhiväärtused?
- Millise tarbjarühmani püüate jõuda?
- Kas teil on mõni kindel geograafiline koht või ärisegment, kuhu soovite oma ettevõttega siseneda?
- Mõelge eesmärgile, mida soovite saavutada ja oma prioriteetidele - kas see on toote või teenuse hind või kvaliteet?



MEETOD: SÜVENE KONTEKSTI



Eesmärk: mõista probleemi laiemat konteksti ja andmeid ning seda mõjutavaid elemente.



Enne jätkamist peate mõistma suuremat pilti teie valitud valdkonna ja probleemi ümber, samuti andmete vajalikkust. Kirjutage isekleepuvatele märkmepaberitele vastuseid järgmistele küsimustele:

▼

Avalik arutelu teema üle

-
-
-
-

▼

Inspireerivad tooted ja teenused, mida olete märganud

-
-
-
-

▼

Ülemaailmsed ja riiklikud suundumused: milline on suund praegu ja mis võiks juhtuda 10 aasta pärast?
Millised majanduslikud, sotsiaalsed, käitumuslikud ja kultuurilised suundumused võivad mõjutada meie lahendust?

-
-
-
-

▼

Teave ja andmed, mida me teame oma kasutajatest ja peamised järeldused

-
-
-
-

▼

Puuduv teave ja andmed ja kuidas me selle saame?

-
-
-
-

KASUTAJA-ISIKUD

Olete alustamas reisi, mis sukeldub nende inimeste eludesse, kelle probleemile lahendust otsima hakkate ning lahenduse loote.

On aeg mõista, kes nad on, millist elu nad elavad, millised vajadused neil on ja kuidas teie saaksite neid aidata.

MEETOD: KASUTAJATE ISIKUD



Eesmärk: luua kujuteldavad, kuid realistlikud kasutajaprofiilid, et paremini mõista nende elu, vajadusi ja väärtusi.



Teie sihtrühmaks ei ole mitte lihtsalt „keegi“ ega ole olemas üldist profiili, mistõttu on oluline süveneda võimalikult paljudesse konkreetsete kasutajate isikutesse. Mida rohkem erinevaid kasutajaisikuid suudate luua, seda paremini mõistate, kellele toodet suunata ja kuidas teie lahendust saaks nende vajadustele vastavaks muuta.

Projekti käivitamiseks soovime luua 3 kuni 5 kasutajaprofiili. Mõelge kõikidele erinevatele kasutajatele, kellele te võiksite oma lahendust pakkuda. Mitte ainult tavakasutajad - need, kes on teie sihtrühma keskel, ärge unustage ka äärmuslikke kasutajaid ja neid, keda oleks kõige raskem rahuldada.

KUIDAS?

JOONISTA OMA KASUTAJA	NIMI, PEREKONNANIMI, AMET, VANUS	LÜHIKE ELULUGU (taustalugu, perekonnaseis, haridus, kodulinn jne):
HUVID JA HOBID	VÄÄRTUSED	VAJADUSED
UNISTUSED	MÕJU	KUIDAS SAAKSID SINA PARANDADA KASUTAJATE KOGEMUSI?


Kuna praeguses staadiumis loodud kasutajaprofiilid on tõenäoliselt teie oletused tegelike kasutajate ja nende vajaduste kohta, soovime muuta oma kasutajaprofiile pärast seda, kui olete läbi viinud korraliku uuringu, millest me räägime järgmises osas.


UURINGUD

Selles etapis olete valmis sukelduma oma kasutajate põhjalikumasse uurimisse, et paremini mõista nende elu ja vajadusi. Peaksite looma uurimiskava ja määrama selle ajakava. Selles peatükis varustame teid mõne kvalitatiivse uurimismeetodiga. On hea, et teil on kasutajate kohta olemas mingid kvantitatiivsed andmed, kuid kvalitatiivsed andmed puuduvad. Ja see on koht, kus disainmõtlemise lähenemine tuletab meile meelde kvalitatiivse uurimistöö tähtsuse. See võib tunduda ebamugav ja teil võib vaja minna pisut hooandmist otse kasutajate poole pöördumiseks ja nendega suhtlemiseks, kuid me võime lubada, et kui usaldate seda, mida soovime, on teil palju paremad tulemused. Idee on selles, et te peaksite kinnitama probleemi ja üheskoos looma lahenduse sellele probleemile. Ehk siis mitte lahendus kasutajale vaid koos kasutajaga.


Kui olete kasutajaisikud loonud, peaksite tegema uurimiskava ja leppima kokku, kes teie meeskonnast millega tegeleb - määrake vastutus ja ajakava. Te võite neid meetodeid ka oma edasistes uurimustes proovida.


MEETOD: INTERVJUU


 Eesmärk: õppida tundma oma kasutajaid, nende elusid, vajadusi, püüdlusi ja soove ning avada vajalikke teadmisi, mis on kasulikud kasutajate probleemide lahendamiseks.


 Intervjuu kasutajaga peab kokku leppima konkreetseks kuupäevaks ja kellaaajaks. Te peaksite tulema intervjuule varasemalt ettevalmistatud küsimustega. Oleks tore, kui intervjuu saaks läbi viia kasutaja töökohas või kodus, et neid ja nende keskkonda tundma õppida.


SOOVITUS

 Et mitte muuta intervjuud kasutajale ebamugavaks, ei tohi intervjuus osaleda rohkem kui kolm meeskonna liiget. Leppige kokku iga konkreetse meeskonnaliikme (intervjueerija, märkmete tegija, fotograaf jne) roll/ülesanne.


 Kui soovite intervjuud salvestada, ärge unustage küsida selleks luba oma kasutajalt. Sama kehtib pildistamise kohta intervjuu ajal.


 Loetlege üles kõige olulisemad teada saadud asjaolud ja avastused.


 Alustage intervjuud laiemate küsimustega, mis puudutavad teie kasutaja elu, elukutset, harjumusi ja kogemusi. Seejärel minge üle konkreetsematele küsimustele teid huvitava teema kohta.


 Pärast intervjuud mõelge kogetule ja kirjutage üles järgmised avastused:


- mida see inimene tegelikult vajab,
- mida ta tunneb ja mõtleb antud probleemist
- mis jäi silma,
- mis üllatas

 Kui intervjuu jooksul kuulete erilisi vastuseid, kuid arvate, et kasutaja ei ole mõistnud probleemi olemust, ärge unustage küsida "miks". Küsige vajadusel isegi 5 korda järjest „miks“, sest see võib aidata kasutajal jõuda oma mõtlemise ja käitumise kõige sügavama tuumani ning annab selgust motivatsiooni kohta ja aitab jõuda tegeliku probleemini süvitsi.

 Võtke aega ruumides ringi vaatamiseks. Kas miski jääb silma? Miski, mis selgitab teie kasutaja käitumist?


 Jälgige oma kasutaja kehakeelt -kas see näitab midagi huvitavat?

 Ärge unustage kirjutada täpselt, mida teie kasutaja ütleb, ärge tõlgendage tema sõnumit.


 Soovitame intervjuule kulutada 1 tund. Kui intervjuu on lühem, ei ole tõenäoliselt piisavalt aega, et kaevuda olulisesse süvitsi ja teada saada oma kasutaja sügavam probleem. Samas kui intervjuu on pikk, võivad inimesed väsida ja tähelepanu kaldub intervjuu teemalt mujale.


 Ja nüüd on aeg ette valmistada intervjuu küsimused!

MEETOD: LUGU PILTIDES


 Eesmärk: õppida tundma oma kasutaja igapäevaelu läbi tema vaatenurga ja hiilida „kulisside taha“, mis muidu jääksid avastamata.


KUIDAS?


 **1.** Kaasake 3 kuni 5 kasutajat, kes nõustuvad fotodes dokumenteerima ühe/ paar päeva või nädala oma elust vastavalt teie uurimuse eesmärkidele.

 **2.** Mõelge, millist teavet soovite sellisel viisil esile tuua ja mida soovite oma kasutaja kohta teada saada, näiteks,

- pildista, milliseid tooteid valid supermarketis õhtusöögi valmistamiseks,
- pildista, kuidas otsid infot nädalavahetuse reisi planeerimisel,
- pildista, kuidas valid riideid veebipoes,
- pildista ümbrust, kui tunne end energilise ja motiveerituna / kui meeleolu on langenud.

 **3.** Julgustage oma kasutajaid tegema fotosid oma igapäevaelust teie antud konkreetsetel teemal. Fotoloo tegemiseks võib kasutada lihtsat nutitelefoni kaamerat.

 **4.** Pärast seda kui inimene on pildid teinud, printige need välja ja vaadake neid koos ja laske temal rääkida teile tehtud piltide taga olevaid lugusid.

 **5.** Kas leidsite lugudest midagi sellistest, mis silma paistis? Mida saite teada? Kas on mustreid, mis korduvad?

MEETOD: JÄLGIMINE



Eesmärk: jälgida teie väljakutsega seotud keskkonda ja selle üksikasju.



Teeselge, et olete nähtamatu. Loobuge kõikidest eelarvamustest ja eeldustest. Valige koht, kus soovite kasutajaid jälgida ja minge sinna avatud silmadega. Nagu laps, kes maailma avastab. Koht võib olla seotud teie uurimisteema kontekstiga või millegi muuga. See võib olla näiteks bussijaam, kohvik, kontor vms.

KUIDAS?

Võtke aega, et jälgida, mis teie ümber toimub (30 minutit), vaikige, ärge rääkige. Püüdke märgata üksikasju: kuidas inimesed käituvad, kuidas nad suhtlevad, kas on asju, mis paistavad silma, kas märkate korduvaid mustreid?

Kirjutage oma tähelepanekud üles. Kas on küsimusi, mis tekkisid inimeste jälgimisel? Kas on midagi, mis on ebaselge, tüüpiline, üllatav, puudu, tüütu? Kas inimesed võitlevad millegagi?

Kas on asju, mida sooviksite ja mida on vaja rohkem uurida? Tulemused võivad viia teid järgmisse uurimisetappi.

MEETOD: KASUTAJA VARJUKS OLEMINE ÜHE PÄEVA JOOKSUL



Eesmärk: avastada detailid nende inimeste elus, kelle jaoks te lahendust loote.



Olles varjuks inimesele, kellele te lahendust loote, avastate üksikasju ja sügavamaid teadmisi nende elust. See aitab märgata ja näha asju, mis muidu jääksid nägemata.

KUIDAS?

1.

Võtke ühendust potentsiaalse kasutajaga ja leppige kokku, et veedate päeva koos.

2.

Kui teil ei ole võimalust veeta päev oma kasutaja varjuna, leppige kokku, et veedate koos vähemalt paar tundi, sest ka see aeg võib anda olulise ülevaate teie kasutaja igapäevaelust.

3.

Öelge oma kasutajale, et midagi erilist pole vaja planeerida, soovite näha tema elu tavapärast päeva.

4.

Jälgige teda kõikjal, kuhu ta läheb ja mida sel päeval teeb, käituge kui detektiiv või vari.

5.

Võtke rahulikult ja jälgige, mis toimub. Tehke märkmeid selle kohta, mida märkate:

- Kuidas see inimene käitub?
- Kuidas suhtleb ta teiste inimeste või kolleegidega?
- Millised on tema harjumused?
- Kuidas tegutseb konkreetsetes olukordades?
- Kas on iseloomujooni, mis paistavad silma?

?

6.

Mida õppisite/teada saite? Mis jäi õpitust silma?

VÕTKE AEGA MÕTISKLUSEKS

MÄÄRATLEMISE osa on planeerimisprotsessis väga oluline. Samuti märkasite, et oleme sellele pühendanud märkimisväärse osa oma töövahendis. Nagu me juba alguses märkisime, ilma kasutajaid põhjalikumalt tundmata ja nende elu uurimata ei saa te edukat ideed arendada. Siiski on veel paar asja, mille peale soovitame teil enne projekti jätkamist mõelda.

MOTIVATSIOON

Motivatsioon on üks eduka äri võtmeid. See on teie ettevõtte tuum ja see, mis motiveerib teid hommikul üles tõusma ja ületama raskusi, mis teie teele kindlasti satuvad. Oodatust aeglasem müük, liig-optimistlik äriplaan, bürokraatia, probleemid meeskonnas, iseenda või pereliikmete jaoks aja leidmine on vaid mõned kõige tavalisemad väljakutsed oma ettevõtte loomisel. Seega on oluline, et tuletaksite igapäevaselt meelde, miks otsustasite ettevõtlusega üldse alustada. Võib-olla teete plakati, märkmepaberil meeldetuletuse või võib-olla lihtsalt panete pildi oma arvuti ekraani töölauale, et meelde tuletada seda kirge, mis teid algusest peale kutsus. See aitab teil pea selge hoida kui olukord on raske.

Tundke iseennast ja looge rutiin. Kas olete tegusam hommikul või pärastlõunal? Millal te eelistate teha igapäevaseid ülesandeid? Kas te saate töötada avatud kontoris või vajate rahu ja vaikust? Aga teie meeskonna liikmed? Rääkige sellest kohe alguses, et hiljem ei tekiks vastavaid probleeme. Ettevõtte asutamine nõuab palju aega ja vaeva. Rääkige ka oma perega ja veenduge, et nad mõistavad teie panust. Siiski leidke aega ka perele ja sõpradele, sest nad on teie suurimad toetajad ja nad on olemas, et teile vajadusel tugevat seljatagust pakkuda.

Looge oma päeva jaoks rutiin. Püüdke saada igapäevaste otsuste arv miinimumini. Mida kanda, kuhu minna lõunat sööma, millist teed sõita jne. Kinnistage oma otsused ja teile jääb rohkem aega äritegevusega seotud suurte otsuste tegemiseks.



VÕTKE AEGA MÕTISKLUSEKS

KUIDAS TULLA TOIME EBAÕNNES- TUMISTEGA?

Teatud määral on ebaõnnestumine peaaegu kindel. See ei pruugi rikkuda ettevõtet ega edusamme, kuid vead, mis teid kummitavad, tekivad niikuinii. Ei ole sellist asja nagu üleöö saabuv edu. Suured ettevõtted nagu Apple, Amazon, Microsoft võivad tunduda kui edulood, kus ühel hommikul ärgati miljonäridena või isegi miljardäridena, kuid see ei ole nii. Iga ettevõtte on alustanud algusest ja peab läbima samu samme ning tegelema ka vigade ja ebaõnnestumistega. Oluline on, et oleks võimalik nendega leppida, neist õppida ja lõpuks nende abil tugevamaks saada. See ei tähenda, et see on lihtne, valutu või odav, kuid see on viis, kuidas inimesed õpivad ja arenevad. Sel hetkel tulge tagasi oma motivatsiooni ja põhjuse juurde, miks te alustasite oma reisi ärimaailmas. Kui see on endiselt kehtiv ja inspireerib teid, siis olete õigel teel.



VÕRDLEMINE

Loomisprotsessi selles osas analüüsite kogu teavet, mida olete kogunud MÄÄRATLEMISE faasis ja leiata sellele tähenduse enne, kui liigute mõistmiseni, kus peitub tegelik probleem, mida te lahendada asute.

MEETOD: KOGU ÕPITU KOKKU NING OTSI KORDUVAID MUSTREID



Eesmärk: jagada uuringu põhitulemusi kõigi meeskonnaliikmetega. Individuaalsed teadmised peavad saama ühisteks.



Praegu on õige aeg koguda kokku kõik meeskonnaliikmed, kellel on uurimisfaasis olnud erinevad ülesanded. On aeg jagada põhitulemusi kogu MÄÄRATLEMISE faasis kasutatud meetoditega kogutud teavet.

KUIDAS?

1.

VÕTKE PABERTAHVLI LEHT JA KINNITAKSE SEE SEINALE.

2.

VÕTKE HUNNIK ISEKLEEUVAID MÄRKMEPABEREID.

3.

GA MEESKONNALIIGE ANNAB TEADA UURIMUSE KÄIGUS AVASTATUD VÕTMETEGURITEST, KIRJUTADES NEED MÄRKSÕNADEGA MÄRKMEPABERILE JA KLEEPIDES NEED PABERILEHELE. JÄTKAKE TEGEVUST SENI, KUNI KÕIK MEESKONNA LIIKMED ON OMA AVASTUSI JAGANUD.

4.

SORTEERIGE MÄRKMEPABERID JA OTSIGE KORDUVAID MUSTREID – SAMA TEAVE, MIDA ERINEVAD MEESKONNALIIKMED ON VÄLJA TOONUD NING INFO, MIS ENIM ESILE TÕUSIS. VÕITE SORTERIMISE ALUSEKS OLEVAD KATEGORIAID ISE MÄÄRETLEDA.

5.

ARUTLEGE, MIS TUNDUB OLEVAT KÕIGE OLULISEM. KAS TE NÄETE, MILLES PROBLEEM SEISNEB? VASTUSTEST VÕIB KUJUNDADA VÕIMALUSI PROBLEEMI LAHENDUSTEKS.

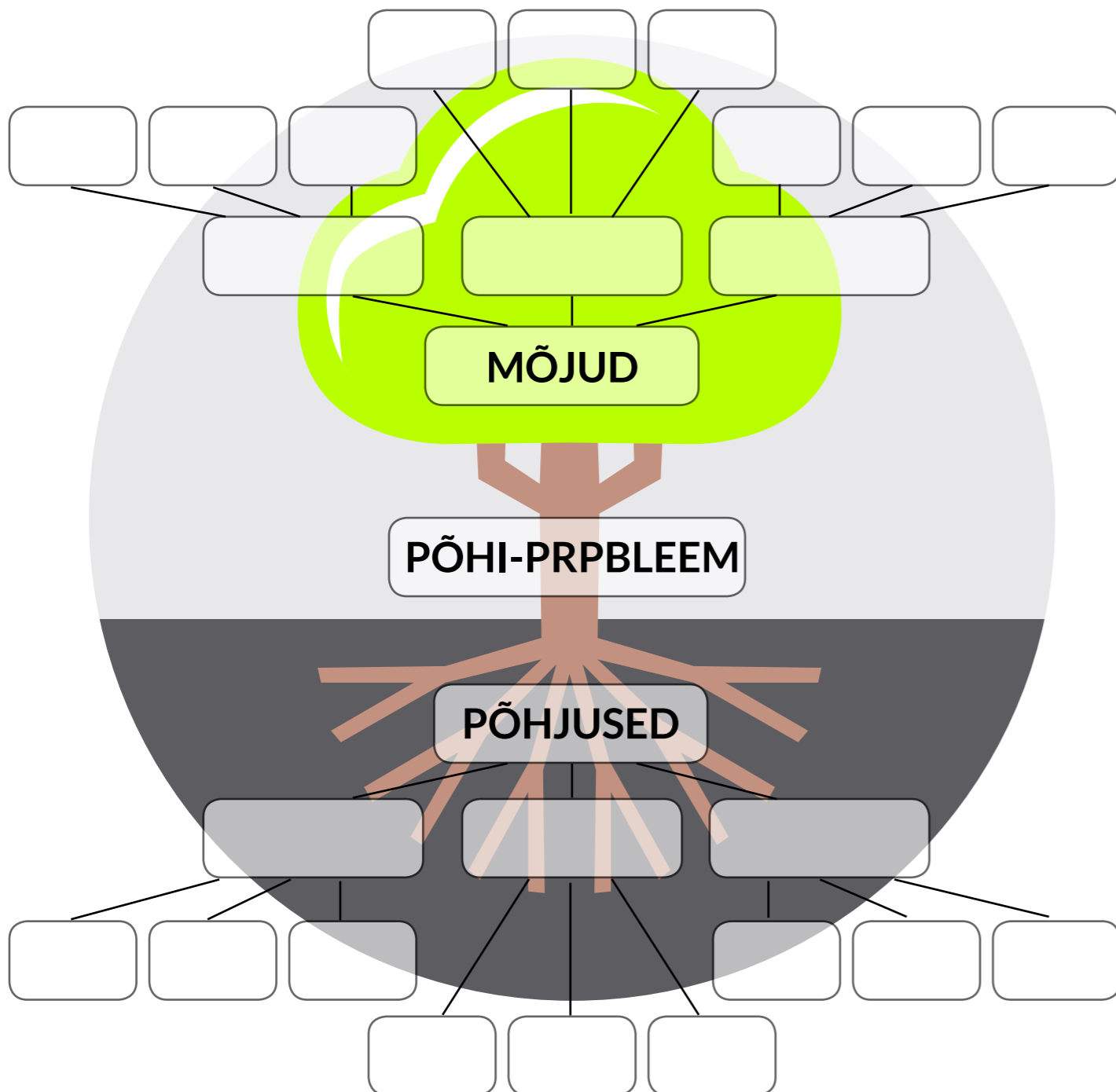
MEETOD: PROBLEEMIPUU



Eesmärk: mõista, kuhu on peidetud tegelik lahendust vajav probleem, kaaluge leitud olulisima probleemi põhjuseid ja mõjusid.

KUIDAS?

- Võtke pabertahvli paber ja joonistage puu, millel on juured ja oksad.
- Kirjutage puu tüvesse peamine kasutajaprobleem, mille olete oma uuringus avastanud.
- Mõtisklege selle probleemi põhjuste üle ja kirjutage need puu juurtesse. Iga juure all võib olla rohkem probleeme. Ärge unustage küsida, miks.
- Mõtisklege probleemi mõjude-tagajärgede üle ja kirjutage need puude harudesse.



Kas pärast seda, kui olete oma meeskonnas probleemipuu üle arutanud, tekkis teil uus vaade probleemi olemusele? Kas probleem, mida lahendada tahtsite, on õige? Või kerkis esile uus probleem, mille avastasite oma probleemipuu juurte analüüsimisel?

MEETOD: PROBLEEMI SÕNASTAMINE



Eesmärk: leppida kokku probleemi lühike ja konkreetne sõnastus, kus te sünteesite kõik oma uurimise faasis õpitu. Võib-olla osutus üks probleemipuu juures olev probleem tegelikuks probleemiks, mida tuleks lahendada? Probleemi sõnastamine annab teie meeskonnale sarnase alguspunkti, et leida lahendusi õigel viisil.

KUIDAS?

SÕNASTAGE PROBLEEM JÄRGMISELT:

KASUTAJA VAJAB SEST

KUIDAS?

KONTROLLIGE OMA PRBLEEMI SÕNASTUST: KAS SEE ON LÜHIKE, LIHTNE JA KONKREETNE?



Pidage meeles: Kuna disainmõtlemine ei ole lineaarne protsess, võib teie probleemi määratlus muutuda projekti arenedes, kui teete rohkem uuringuid ja kooskõlastate oma eeldused kasutajatega.

MÕTLEMINE

Te kavatsete oma loomingulise geeni vallandada ja luua kasutajate probleemi lahendamiseks palju ideid. Selles etapis on oluline kogus mitte kvaliteet. Ärge piirake ennast. On aeg kõige hullumate ideede väljakäimiseks, isegi kui nende elluviimine tundub ebarealistlik. Ärge mõelge sellele. Te sorteerite oma ideed ja valite sobilikud hiljem. Laske lõdvaks!

Meie loovusel pole piire. Nii on ka erinevate meetoditega. Järgmises peatükis proovige ideede valimise meetodeid, mida soovitame kasutada tulevaste loominguliste ideede avamiseks.

MEETOD: VISANDAMINE



Eesmärk: luua palju ideid ja väljendada neid visanditena.



Te väljendate oma ideid joonistamise mitte kirjutamise kaudu. Sõnad ja numbrid pole lubatud. Looge oma meeskonnaliikmetega võimalikult palju ideid, et lahendada oma kasutajate probleem. Ei ole oluline, kui hästi te joonistate, oluline on see, kuidas te oma ideid väljendate.

?

1.

IGAL OSALEJAL ON 5 LEHTE A4 PABERIT.

2.

ÜLESANDEKS ON VISANDADA 1 IDEE 1 PABERILEHEL 2 MINUTI JOOKSUL. KUI VALMIS, LIIKUDA JÄRGMISE IDEE JUURDE.

3.

IGAL OSALEJAL ON PÄRAST 10 MINUTIT KOKKU 5 IDEED.

4.

JAGAGE OMA IDEID MEESKONNAKAASLASTEGA.

5.

VALIGE PARIMAD IDEED NING LOOGE ESITLETUD IDEEDE PÕHJAL ÜHINE MEESKONNA IDEE PABERTAHVLI PABERILE: SEE VÕIB OLLA TÄIESTI UUS IDEE, VÕIB OLLA ERINEVATE IDEEDE KOMBINATSIOON VÕI ÜHE MEESKONNALIIKME IDEE, MIS ERITI SÄRAVALT ESILE TÕUSIS.

MEETOD: AJURÜNNAK



Eesmärk: saada hulk värskaid ideid, et lahendada probleem, mille olete loonud kogudes esmalt individuaalseid ideid ja seejärel täiendades teiste meeskonna liikmete ideid.

	MEESKONNALIIGE 1	MEESKONNALIIGE 2	MEESKONNALIIGE 3
IDEE 1			
IDEE 2			
IDEE 3			

KUIDAS?

Jaotage näidismudel kõigile meeskonnaliikmetele.

5 minuti jooksul palutakse igal meeskonnaliikmel luua 3 ideed meeskonna tuvastatud probleemi lahendamiseks.

Esimese 5 minuti möödudes edastab iga osaleja paberi teistele meeskonnaliikmetele, kes vaatab ideed üle ja täiendab neid järgneva 5 minuti jooksul. Te võite oma kolleegi ideid edasi arendada või luua täiesti uusi ideid.

Pärast järgmise 5 minuti möödumist jätkake paberite edasiandmist meeskonnas ja täiendage teiste ideid.

Võite julgelt välja pakkuda rohkem kui 3 ideed 5 minuti jooksul. Kas oskate pakkuda 5?

Kui olete meeskonnas kolmekesi, siis olete 15 minuti jooksul loonud ja arendanud 27 ideed, kui teid on 5 meeskonnaliiget, siis on teil 75 ideed! Kas pole tore?!

MEETOD: BRÄNDIMINE



Eesmärk: laiendada oma praegust probleemi lahendusviisi, astudes suurte kaubamärkide kingadesse ja pakkudes lahendusi nende vaatenurgast.

KUIDAS?

1.

LEPPIGE KOKKU POPULAARSES KAUBAMÄRGIS (NÄITEKS AIRBNB, TAXIFY, LEGO VMS)

2.

VÕTKE HETK JA MÕELGE NING ARUTLEGE MEESKONNAS JÄTMISTE ASJADE ÜLE: MIS ON SELLE BRÄNDI VÄÄRTUSED, MÕJU TURULE JA INIMESTE ELUDELE JA KUIDAS HOOLIB KAUBAMÄRK OMA KLIENTIDEST. KIRJUTAGE OMA MÕTTED LÜHIKESTE SÕNUMITENA.

3.

NÜÜD VÕTKE HUNNIK ISEKLEPUVAID MÄRKMEPABEREID. TEHKE AJURÜNNAK NING PAKKUGE, KUIDAS SEE BRÄND LAHENDAKS TEIE PROBLEEMI.

4.

KORRAKE SAMA PROTSESSI VEEL VÄHEMALT KAHE ERINEVA KAUBAMÄRGIGA.

5.

JAGAGE OMA MÕTTEID MEESKONNAS. KAS ON MÕNED IDEED, MIS ERILISELT SILMA PAISTAVAD? KAS ON SARNASEID IDEID? MILLINE ON TEIE LEMMIK? KAS MÕNINGAID IDEID SAAB KOMBINEERIDA VÕI TEKIB MEESKONNATÖÖNA TÄIESTI UUS IDEE?

MEETOD: MIS OLEKS, KUI ...



Eesmärk: küsida “mis oleks, kui?” on tõhus viis paljude hullude ja suurepärase ideede leidmiseks lühikese aja jooksul. Oma loovuse ülalhoidmiseks võite vabalt luua uusi küsimusi. Teie kujutlusvõimel pole piire.



Näiteid ideede kogumiseks küsimustega, mis algavad sõnadega MIS OLEKS, KUI

- pakuksite oma lahendust tasuta?
- seda teeksid robotid?
- teil oleks ainult 24 tundi aega lahenduse väljatöötamiseks ja turulevii-
miseks?
- saaksite seda müüa ainult veebis / tavakaubanduses?
- teie vanaema oleks kasutaja?
- see oleks mõeldud tulnukatele?
- see toimuks 10 aasta pärast?
- teie oleksite kasutajad?
- see toimuks USAs?
- teil poleks eelarvet?
- saaksite tarnida vaid 10-le inimesele?
- saaksite teha ükskõik mida?

KUIDAS?

ANDKE IGA KÜSIMUSE JAOKS
1 MINUT MÖTTEAEGA, ET IDEE
ÜKSIKASJALIKULT JA KIIRESTI LUUA.
KASUTAGE ÜHTE MÄRKMEPABERIT
ÜHE IDEE KOHTA.

TULGE KOKKU JA JAGAGE
MÄRKMEPABERID SEINAL GRUPPIDESSE
(PANGE SARNASED ASJAD ÜHTE RÜHMA
VÕI MÄÄRAKE NEILE MINGID KINDLAD
NIMETUSED).

HOIDKE OMA IDEEDE SEIN NÄHTAVAL,
NII ET KÕIGIL ON VÕIMALUS SEDA
KASUTADA. ÄRGE UNUSTAGE TEHA PILTI
OMA „MIS SIIS, KUI?“ IDEEDE SEINAST.

VÕTKE HETK MÕTISKLEMISEKS NING VALIGE LOOTUSTANDVAIM IDEE EDASI ARENDAmiseks

Kutsuge meeskond kokku, pange lauale kõige lootustandvamad ideed ja andke igale meeskonnaliikmele täpik, millega saab hääletada parima idee eest. Meeskonna juhil on oma lemmikidee eest hääletamiseks kaks täpik. Võitnud idee on see, mille prototüübiga hakatakse edasi liikuma ja mida katsetatakse reaalsete kasutajatega ning mida arendatakse edasi. Pange tähele, et saate igal ajal tagasi pöörduda mõne oma esialgse idee juurde, sest kindlasti peate jooksvalt oma lahendust



PROTOTÜÜBI EHITAMINE

Eelmises etapis saite vabalt ja loominguliselt rohkeid ideid luua. Kui te ei ole ikka veel oma lemmikideed valinud, siis nüüd on aeg seda teha. Planeerimisprotsessi järgmises etapis, mida nimetatakse PROTOTÜÜBI EHITAMISEKS, uuendate oma valitud ideed ja jätkate selle ehitamist üksikasjalikumalt, luues kava, visandid ja mudeli oma ärile ja arendades kasutaja kasutuskogemust. Samuti saate luua oma idee põhjal käegakatsutava „paberprototüübi“, mida võiksite oma kasutajatele katsetamiseks ja tagasiside saamiseks anda. Esimesed prototüübid - mudelid ja proovid, mis on tavaliselt üles ehitatud kättesaadavatest materjalidest, ei ole väärtuslikud. Nende eesmärk on katsetada toodet, teenust, protsessi või selle osa sellest ilma olulise ajalise või ressursi kasutusega. Seejärel arendatakse ja muudetakse seda kuni toode või teenus on turuleviimiseks valmis. Prototüübid aitavad teil oma kasutajatega suhelda ja paremini mõista nende vajadusi. Alustame!

MEETOD: LOOGE KAVAND



Eesmärk: täiustada oma ideede lahendust ja arendada sellele rohkem üksikasju kavandi vormis. Seejuures mõeldes, millist väärtust see võiks kasutajale tuua.

KUIDAS?

KIRJUTAGE KAVANDI NIMI.	MILLINE PROBLEEM ON TEIE KASUTAJAL.
MIDA PAKUTE SELLE PROBLEEMI LAHENDUSEKS JA KUIDAS LÄHENETE. KUIDAS SEE TÖÖTAB? KIRJELDAGE ÜSIKASJALIKULT.	MILLIST VÄÄRTUST SEE KASUTAJALE PAKUB?
KUIDAS ERISTUB SEE TEISTEST SAMALE PROBLEEMILE PAKUTUD LAHENDUSTEST?	MILLIST VÄÄRTUST PAKUB SEE TEIE POTENTIAALSELE ETTEVÕTTELE?

MEETOD: PILDIJADA



Eesmärk: aitab teie meeskonnal keskenduda võitnudvõiduka idee üksikasjadele ja mõista, millistes punktides olete meeskonnaga ühel meelel. See harjutus muudab meeskonna arutelu struktureerituks ja lubab teha otsuseid enne idee tegelikku katsetamist. Tulemus võib olla aluseks prototüübi ehitamisel.

KUIDAS?

1. Valige meeskonnaga ühiselt oma lemmik idee ja väljendage seda loo kujul: kaardistage lineaarselt kõik toimingud, mida teie kasutaja teie idee kasutamisel läbib.

2. Iga meeskonnaliige (individuaalselt) kirjutab 6 sammu, mis juhivad teie kasutajat läbi teie pakutud idee.

3. IKui jääte jänni, kirjutage esimene samm ja seejärel viimane samm. Seejärel täitke vahepealsed sammud.

4. Iga meeskonna liige loeb ette oma tegevusetapid (väga kiiresti).

5. Iga meeskonna liige saab 1 hääle, et hääletada parima tegevusjärjestuse eest. See aitab teil mõista, kus teie meeskonna mõtted kõige paremini ühilduvad.

6. Iga meeskonna liige saab 1 hääle, et hääletada parima tegevusjärjestuse eest. See aitab teil mõista, kus teie meeskond on oma mõtetes kõige paremini kohanenud.

7. Võitnud tegevusjärjestus võib olla aluseks prototüübi ehitamisel ja kasutajatele testimiseks, kuna olete kaardistanud ja hääletanud, milliseid võimalikke samme teie kasutaja läbib.

8. Nüüd visandage iga tegevusetappi juurde pilt, mis esindab seda, mida kasutaja igas etapis teeb.



Olete loonud üksikasjaliku tegevusstsenaariumi, mida saab kasutada prototüübi väljatöötamiseks ja kasutajate katsetuste alusena.

6 TEGEVUSED SAMM-SAMMULT

1

2

3

4

5

6

MEETOD: KIIRE PROTOTÜÜPIMINE



Eesmärk: äratada oma idee ellu, luues sellest käegakatsutav ese. Te annate oma kasutajatele prototüübi, et selgitada ja katsetada oma ideed või selle elemente ja saada kasutajatelt tagasisidet.

Otsustage, millele soovite tagasisidet saada (millisele osale teie teenusest, idee-elementidele või muule sarnasele).

Looge oma ideest konkreetne mudel, kasutades selleks kõiki materjale, mida kodus või kontoris leidub, näiteks papp, foolium, liim, käärid, kinkepaber, kastid, mänguasjad, kleebised, markerid jne.

Ärge raisake aega, tegutsege kiiresti! Kui teil palutakse töötoas esimene prototüüp luua, ei anta teile selleks rohkem aega kui 30 minutit.

Nüüd olete ehitanud midagi käegakatsutavat, mida kasutajad saavad näha, puudutada ja mõista. On aeg anda oma prototüüp neile ja teada saada, mida nad teie ideest arvavad.

Seda meetodit saab kasutada mitu korda, parandades ideed vastavalt kasutajate tagasisidele enne idee lõplikku vormistamist. Prototüüpimine õpetab, et raha ei tasu raisata liiga varasele turule paiskamisele, vaid oodata kuni olete kasutaja tagasisidest lähtudes mõistnud, kuidas seda õigesti teha.

MEETOD: KASUTAJAKOGEMUSE KAARDISTAMINE



Eesmärk: mõista, millise kogemuse saab kasutaja teie lahenduse kasutuselevõtul. Pärast kasutaja kogemuse kaardistamist saate kindlaks teha, millised on teie lahenduse kasutamisel ja vahendamisel tekkivad probleemid, samuti teie lahenduse parandamise võimalused. Oleks ülimalt kasulik, kui saaksite kasutajakogemust kaardistada koos oma kasutajaga.

KUIDAS?

Milliseid oletusi soovite kasutaja kasutuskogemuse kaardistamisega selgitada? Mis on teie eesmärk?

Mis on kasutaja eesmärk toote või teenuse kasutamise ajal?

Tegevusetapid: loetlege kõik tegevused, mida teie kasutaja teie lahenduse abil läbi teeb. Kui mõningaid tegevusi saab siduda ühte kategooriasse, võite vabalt lisada need kategooriad tegevuste kohale (näiteks enne kasutamist, kasutamise ajal, pärast kasutamist VÕI enne ostmist, pärast ostu VÕI mõnel teisel lahenduse konkreetsest kontekstist lähtuval viisil).

Puutepunktid: millised on need puutepunktid, mille kaudu kasutaja suhtleb teie lahendusega igas etapis (näiteks kodu, veebisait, telefon, sõbrad jne).

Küsimused: milliseid asju vajab teie kasutaja enne järgmise sammu juurde liikumist.

Õnnelikud hetked: positiivsed asjad, mida kasutaja kogeb.

Probleemid: mis ärritab kasutajat ja millised probleemid kasutajal tekivad? See aitab teil kindlaks teha, millised lahenduse osad vajavad veel parendamist.

Võimalused: täiustused ja parandused, mida saate oma kasutaja vajaduste rahuldamiseks rakendada.



Kas kasutaja kogemus avaldas teie jaoks midagi uut? Kas on asju, mida te varem ei märganud? Millised on järgmised sammud teie lahenduse parandamiseks just teie loodud kaardistuse põhjal?

	TEIE EESMÄRK			KASUTAJA EESMÄRK		
TEGEVUS-SAMMUD						
PUUTE-PUNKTID						
KÜSIMUSED						
ÕNNELIKUD HETKED						
PROBLEEMID						
VÕIMALUSED						

MEETOD: ÄRIMUDELI ALUS



Eesmärk: arendada uusi või olemasolevaid ärimudeleid. See on visuaalne diagramm, mis võimaldab teil ühte dokumenti koguda kõiki ärimudeli vajalikke atribuute või osi. See annab ülevaate ettevõtte või toodete väärtushinnangust, infrastruktuurist, klientidest ja rahavoogudest.

KUIDAS?

<p>Alustage võtmepartneritega. Vastake neile küsimustele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kes on peamised partnerid? • Kes on peamised tarnijad? • Millised peamised ressursid saan partneritelt? • Milliseid põhitegevusi teostavad partnerid? 		<p>Seejärel liikuge põhitegevuste juurde ja vastake nendele küsimustele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Milliseid põhitegevusi nõuavad minu väärtuspakkumised? • Jaotuskanalid? • Kliendisuhted? • Tulude voog?
<p>Minge väärtuspakkumiste juurde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Millist väärtust pakume kliendile? • Millist kliendi probleemi püüame lahendada? • Milliseid klientide vajadusi me rahuldame? 		<p>Kliendisuhted:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Milliseid suhteid ootavad meie erinevad kliendirühmad? • Millised olete juba loonud? • Kui kulukad need on?
<p>Kliendirühmad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kellele loote väärtust? • Kes on teie kõige olulisemad kliendid? 	<p>Kulude struktuur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Millised on teie ärimudeli kõige olulisemad kulud? • Millised peamised ressursid on kõige kulukamad? • Millised peamised tegevused on kõige kulukamad? 	<p>Ja lõpuks tuluvood:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Millise väärtuse eest on klient tegelikult valmis maksma? • Mille eest nad praegu maksavad? • Kuidas nad eelistaksid maksta?

KATSETAMINE

Kui olete oma idee põhjal prototüübi ehitanud, on aeg kaasata kasutajaid ja katsetada oma prototüüpi nendega. Katsetamine aitab teil saada tagasisidet ja arusaama sellest, mis toimib hästi ja mida saab parendada. Kasutage testimisest saadud tagasisidet ümberkujundatud prototüüpide loomiseks.

KUIDAS KATSETADA JA SAADA TAGASISIDET

- Kõigepealt otsustage, mida te katsetate ja kuidas katsetus läbi viiakse. Seejärel kaasake testis osalevad kasutajad ja otsustage, kuidas te tagasisidet kogute. Ärge unustage määrata katsetamisele tähtaegu ja määrata katsetuste läbiviijad.
- Väga lihtne viis oma idee katsetamiseks on töötoad, konverentsid või mõni muu üritus, kus saate oma kasutajatega kohtuda. Seejärel koguge tagasisidet, paludes osalejatel anda see järgmisel kujul: positiivne tagasiside, konstruktiivne tagasiside ja kasutajapõhine tagasiside.
- Esitlege oma lahendust oma vanaemale ja küsige tema arvamust. Kas ta mõistis teie ideed? Kas ta kasutaks seda? Mida ta soovib? Tema tagasiside aitab teil hinnata oma lahendust ja osutab aspektidele, mida peaksite oma idee tutvustamisel parandama.
- Kohtuge ühe oma kasutajaga ja näidake talle prototüüpi või kutsuge kokku huvirühm katsetuste läbiviimiseks.
- Kasutage katsetuste läbiviimiseks rollimängu: määrake rollid, kaasake kasutajad, kasutage kostüüme ja muid tarvikuid, lubage kasutajatel mängida oma prototüübiga ja anda tagasisidet. Kasutajad saavad samuti erinevaid rolle mängida.
- Tehke oma lahendusest video ja jagage seda, et koguda inimeste reaktsioone. Otsustage, milliseid kanaleid oma video levitamiseks kasutate.

MEETOD: KATSETUSTE KAVA



Eesmärk: planeerida ja jätkata prototüübi katsetamist, määrata vastutusvaldkonnad ja tähtajad.

KUIDAS?

MIDA KATSETATAKSE.	KUIDAS KATSETUS LÄBI VIIAKSE.

KES VASTUTAB KATSETUSE EEST.	KES OSALEB KATSETUSES.

MILLINE ON KATSETUSE TÄHTAEG.	MILLISED ON KATSETUSE TULEMUSED.

VALIMINE JA RAKENDAMINE

PÖÖRDU TAGASI JA PARENDA

Järjekord, milles me teile projekteerimise meetodid esitasime, võib tunduda lineaarne. Praktikas on see palju valikulisem. Pärast prototüübi testimist mõistsite ilmselt, et on veel parandamist vajavaid asju, nii et saate tagasi pöörduda ideede või prototüüpide juurde. Võite mõista, et teil on kasutajate kohta teabelünki ja et te ei tea neist väga palju - minge tagasi määratlemise faasi ja uurige esitatud meetodite abil rohkem. Rakendamine on planeerimise protsessi oluline osa, mis aitab olla konkreetses kontekstis paindlikum, ebaõnnestuda ja parendusi teha tuleb kiiresti. Kui on üks asi, mida peaks projekteerimisprotsessi kohta meele pidama, siis on see oma ideede loomine ja katsetamine koostöös kasutajatega ning prototüübi arendamine saadud tagasiside põhjal. Ühel hetkel on teil siiski tarvis oma katsetused lõpule viia ja näidata oma lahendust maailmale. Kas pole fantastiline?

KUIDAS LUUA ETTEVÖTET LÄTIS

! Kui olete analüüsinud oma äriideed, turgu, kliente jne, on järgmiseks sammuks ettevõtte asutamise protsessi hoolikas hindamine.

1

SAMM 1 - VALI OMA ETTEVÖTTE VORM

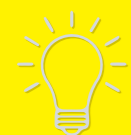
Lätis võib tegutseda mitut liiki juriidilise isikuna, sealhulgas SIA (piiratud vastutusega äriühingu Läti ekvivalent), üksikettevõtja (Sole Trader), aktsiaseltsi, partnerluse, filiaali või esinduse vormis.

KÕIGE POPULAARSEM ETTEVÕTLUSE VORM ON SIA JA SELLE LOOMIST ME KÄESOLEVAS JUHENDIS TUTVUSTAME.

Piiratud vastutusega äriühingutel (SIA) on aktsiakapital, mis on jagatud aktsiateks. Aktsionärid ei vastuta isiklikult ettevõtte kohustuste eest. Osühing vastutab oma kohustuste eest oma varadega. Piiratud vastutusega äriühingul peab olema juhatus, mis esindab ja juhib äriühingut. Sellel võib olla üks või mitu liiget, kes ei pea olema aktsionärid.

SIA-l võib olla aktsiakapital kuni 2800 eurot. Neid nimetatakse ka „ühe-euro SIA-deks” ja see on populaarseks viisiks asutada väga väikeste investeeringutega ettevõtte Lätis. See peab olema loodud üksikisikute poolt vastupidiselt teisele juriidilistele vormidele. Selline ettevõtte võib omada kuni viit asutajaliiget. Teine piirang on see, et aktsionärid peavad olema ka juhatuse liikmed. Seotud kulud: umbes 50 eurot (20 eurot registreerimistasu, 10 eurot pangakonto loomine, 7,11 eurot iga allkirja kohta dokumentide tõendamiseks, 14,23 euro avaldamise tasu).

Kui teie SIA on registreeritud, saate alustada arvete väljastamise ja vastuvõtmisega ning maksta endale palka.



MAK-SUD

Mikroettevõtete maksusüsteem - ettevõtted, kes registreeruvad mikroettevõtetenäna (Läti keeles: mikrouzņēmums) maksavad **kindla maksumäärana 15% käibest**, kui see ei ületa 40 000 eurot aastas.

Mikroettevõtted võivad tööle võtta kuni viis inimest ja nad saavad maksta palka kuni 720 eurot kuus või vähem. Võite oma ettevõtte asutamisel end registreerida kui mikroettevõtja maksu maksjana. See on ainult maksusüsteem, mitte eraldi äritegevuse vorm.

Tavaline maksusüsteem - Tavalised SIA ettevõtted maksavad ettevõtte tulumaksu 20% pluss sotsiaalkindlustus- ja muud tasud töötajatele. Kuid sellistel ettevõtetel on vähem piiranguid, millest kõige olulisem on ilmselt palgapiire puudumine.

VAT (käibemaks) - teie SIA peab olema käibemaksukohuslane (Läti keeles: PVN). Iga ettevõttele antakse EL-i nõuetele vastav käibemaksukohuslasena registreerimise number, mis on sama kui tema registrinumber, kuid eesliitega „LV”.

Väljaspool Lätit tegutsevad ettevõtted ei pea oma teenuste eest käibemaksu maksma, samas kui Läti ettevõtjatega äritehingute tegemisel peate maksma käibemaksu (praegu 21%).



2

SAMM 2- DOKUMENTIDE VORMISTAMINE

Ettevõtte asutamiseks peate täitma mitmeid vorme, mis kõik on kättesaadavad **Läti äriregistri veebilehel**. Dokumentid, mis vajavad notari kinnitust – kohapeal on olemas avalik notar ja mitmed teised läheduses – teie allkirja tõendamine SIA registreerimise taotlusel; nõusolek juhatuse nimetamiseks; ning aktsionäride register.

Muud dokumentid sisaldavad lehekülge, milles on märgitud ettevõtte aktsiate arv ja nende omand. On olemas ka dokument, milles on märgitud ettevõtte juriidiline aadress. See nõuab kinnisvara omaniku luba (kui see pole teie omand). Ettevõtte saab luua veebis, kasutades seda veebilehte, allkirjastades dokumentid elektroonilise allkirjaga. Sellisel juhul saab taotluse allkirjastada ainult eID-kaardi abil.



eParaksts - uue ettevõtte jaoks kasulik vahend eParaksts (elektroonilise allkirja) tööriist aitab oma ettevõtet lihtsamalt hallata. Seda kasutatakse dokumentide allkirjastamiseks, näiteks põhikirja muutmine, ja hoiab võimaluse korral ära vajaduse külastada äriregistrit.

Organisatsioonid, mis aitavad teil oma äri asutada:

- **Läti Investeerimis- ja Arenguagentuur (LIAA)** - selle riigiasutuse ülesanne on edendada ettevõtluse arengut Lätis ja tal on palju teavet Lätis investeerimise kohta. Eriti mugav on Investor Business Guide, mis hõlmab selliseid aspekte nagu maksusoodustused, ettevõtlusinfrastruktuur ja palju muud.
- **Läti äriregister** - te peate seda ettevõtte asutamiseks vähemalt ühe korra külastama.



KUIDAS LUUA ETTEVÖTET EESTIS

! E-residentsuse kaardi omanikud ja üha rohkem ELi liikmesriikide ID-kaarte saavad Eestis ettevõtte asutada täielikult interneti teel.

1

Valige ettevõttele ärinimi

Külastage e-äriregistri nime päringu sektsiooni (<https://ariregister.rik.ee/nimeparing?lang=eng>) et kontrollida, kas teie valitud ärinimi on saadaval ja seejärel registreerige see.



2

Valige põhitegevusvaldkond

Tegevusvaldkonna määramine põhineb ametlikul klassifikatsioonil "Eesti majanduse tegevusalade klassifikaator" (EMTAK) (<https://www.eesti.ee/en/entrepreneur/establishing-a-company/determining-the-main-field-of-activity/>).



3

Hankige juriidiline aadress

Teie ettevõttel peab olema Eesti aadress. Äriteenuse pakkujad võivad aidata teil saada juriidilist aadressi, liikuda äriregistris, pakkuda abi pangakonto saamiseks ja pakkuda muid teenuseid.



4

Register your company

Electronic registration in the Company Registration portal (<https://ettevotjaportal.rik.ee/index.py?chlang=eng>) is the most convenient and quickest way of establishing a company. In order to log in to the Company Registration Portal and perform the registration procedure, you need an e-Residency ID-card and the digital signature software. Also, registration applications can be submitted via the Company Registration Portal by persons having an Latvian, Belgian or Finnish ID card or Lithuanian Mobile ID.

Submitted application will be reviewed within one working day and notification about registration will be sent via email.



NB! Ettevõtjaportaali saab kasutada osühingute (OÜ), täisühingu, usaldusühingute ja mittetulundusühingute registreerimiseks ning füüsilisest isikust ettevõtja ettevõtluse alustamiseks. Äriühinguid või aktsiaseltsi ei saa elektrooniliselt luua.

Rohkem infot: <https://www.eesti.ee/en/entrepreneur/establishing-a-company/start-a-business-in-estonia/>

TÖÖTURUL NÕUTAVATE OSKUSTE UURINGU KOKKUVÕTE

„Youth BIZZ Skillset” projekti raames viidi 2018. aasta kevadel aktiivsete töökuulutuste põhjal läbi uuring Läti ja Eesti tööturul nõutavate vajalike oskuste kohta. Uuring, milles vaadeldi oskustekogumi nõudeid ettevõtlusele ja tööhõivele, näitas järgmist:

➔ Vajadust konkreetsete isiklike oskuste, omaduste järele nimetatakse sagedamini kui nõuet teatud hariduse, tehnilise või põhioskuse järele (77% kuulutustes Lätis ja 84% Eestis). Teine kõige tavalisem nõue on keeleoskus (vastavalt 77% ja 73%). Peaaegu sama tihti sisaldavad kuulutused eelneva töökogemuse nõuet (75% ja 69%). Konkreetseid teadmisi ja oskusi on mainitud 63% kuulutustest Lätis ja 54% Eestis ning ligikaudu sama tihti nimetatakse suhtlemisoskust (59% ja 57%). Eriharidust nõutakse 53% pakutavatest töökohtadest Lätis ja 39% Eestis. Arvutioskusi mainitakse 38% kuulutustes Lätis ja 40% Eestis. Suhteliselt harvad on nõudmised põhioskuste (16% ja 25%) ning tehniliste oskuste (15% ja 18%) järele.

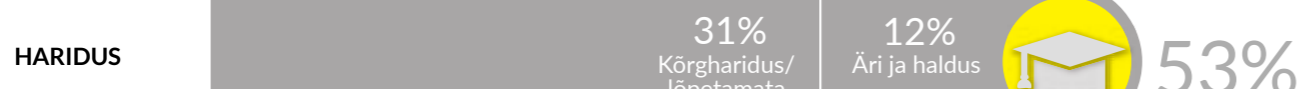
➔ Nõutud oskuste üksikasjalik analüüs näitab, et kõige levinumad töökuulutused sisaldavad eelneva töökogemuse nõuet (Lätis 75%, 69% Eestis). Riigikeele oskust on mainitud 52% kuulutuses Lätis ja 48% Eestis. Samas nõutakse inglise keele oskust 55% kuulutustest Lätis ja 47% Eestis. Vene keele oskus on mainitud 32% kuulutustest Eestis, kuid Lätis 42%. Eelnev töökogemus ja keeleoskus on nõuded, mis on konkreetsetelt märgitud rohkem kui pooltel tööpakkumistest.

➔ Töökuulutustes sisalduvate nõuete vastastikuste kombinatsioonide analüüsimisel võib täheldada, et töökuulutustes enimesinevad nõudmised kandideerimiseks on eelnev töökogemus, keeleoskus, teadmised konkreetses valdkonnas, suhtlemisoskus ja vastutustunne (Läti puhul ka kõrgharidus).

➔ Kuulutustes sisalduvate nõuete analüüsimisel kutsealade rühmade jaotuses on üks osa nõuetest väljendatud peaaegu kõigis kutsealade rühmades, kuid osa nõuetest on spetsiifilised. Horisontaalsete nõuetena saab välja tuua järgmist (mida korratakse kõigis või peaaegu kõikides kutsealade rühmades): eelnev töökogemus, riigikeele oskus, vastutustunne ja täpsus. Inglise keele oskus on vajalik kõrgema kvalifikatsiooniga vabade töökohtade puhul, kuid harvem on see vajalik madalama kvalifikatsiooniga töö saamiseks. Sarnased on nõuded vene keele oskusele. Kõrgema kvalifikatsiooniga töökohtades nõutakse sagedamini ka suhtlemisoskuse olemasolu.

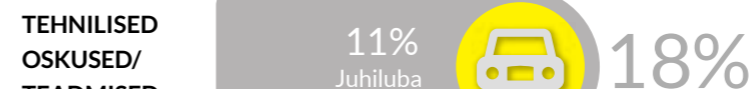
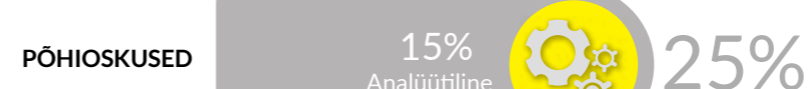
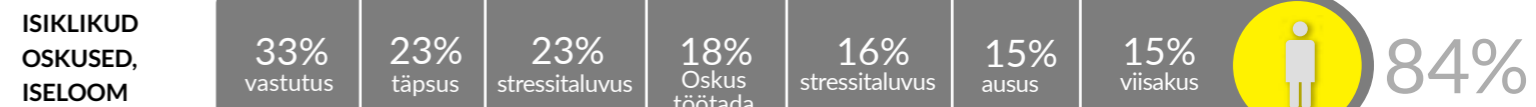
OSKUSTE NÕUDED

LÄTI



OSKUSTE NÕUDED

EESTI



Data source: Pilot study "Skills Required in the Labour Market: Using Job Advertisements to Identify Skills Requirements in the Labour Market". ERASMUS+ Strategic Partnership Project "Youth BIZ Skillset" (2017-2-LV02-KA205-001740). The study was implemented by the non-governmental organisation New Entrepreneurs Center "Jobs & Society" (Latvia) in partnership with the Estonian Business School. The study analyzes the information included in the 1529 job advertisements on the portal www.cv.ee in November 2017. The infographic shows most often mentioned skills.

Data source: Pilot study "Skills Required in the Labour Market: Using Job Advertisements to Identify Skills Requirements in the Labour Market". ERASMUS+ Strategic Partnership Project "Youth BIZ Skillset" (2017-2-LV02-KA205-001740). The study was implemented by the non-governmental organisation New Entrepreneurs Center "Jobs & Society" (Latvia) in partnership with the Estonian Business School. The study analyzes the information included in the 1529 job advertisements on the portal www.cv.ee in November 2017. The infographic shows most often mentioned skills.

PROJEKTIST

„Metoodiline juhend noorsootõtjatele noorte nõustamiseks ja innustamiseks nende äriideede arendamisel“ viiakse läbi Erasmus+ strateegilise partnerluse projekti „Youth Biz Skillset“ (No.2017-2-LV02-KA205-001740) raames, mida viiakse läbi alates 2017. aasta septembrist kuni 2019. aasta veebruarini. Projekti eesmärk on soodustada noorte ärimõtlemise ja -oskuste arendamist, luues selleks metoodilisi vahendeid ning koolitades nii noori kui noorsootõtjaid. Selle eesmärgi saavutamiseks on rakendatud järgmisi tegevusi:

- 1** ETTEVÕTLUSE JA TÖÖHÕIVE OSKUSTEADMISTE NÕUETE UURINGU VÄLJATÖÖTAMINE.
- 2** NOORTELE MÕELDUD TÖÖVAHENDITE VÄLJATÖÖTAMINE ÄRIIDEEDE ARENDAMISE JA ÄRITEGEVUSE ALUSTAMISE KOHTA.
- 3** METOODILISE JUHENDI VÄLJATÖÖTAMINE NOORSOOTÖTAJATELE NOORTE NÕUSTAMISEKS JA INNUSTAMISEKS NENDE ÄRIIDEEDE ARENDAMISEL.
- 4** KOOLITUSVISIIT HISPAANIASSE TEEMAL TÄNAPÄEVA NING NOORTE VÄLJAKUTSETEKS JA TÕUKEJOUKS OLEVAD ÜLEMAAILMSED SUUNDUMUSED MAJANDUS- JA TEHNOLOOGIAVALDKONNAS.
- 5** NOORTE KOOLITUSSEMINARID..
- 6** NOORSOOTÖTAJATE KOOLITUSKURSUSED.

Projekti elluviimine põhineb strateegilisel partnerlusel, kus juhtpartneriks on valitsusväline organisatsioon Uute Ettevõtjate Keskus „Töökohad ja ühiskond“. Selle organisatsiooni eesmärgiks on toetada ettevõtluse arengut Lätis, pakkudes ettevõtlusega alustada soovivatele inimestele professionaalset start-up nõustamist. Partnerlus hõlmab Estonian Business Schooli, mis on üks suurimaid eraülikoole Balti riikides, õpetades ettevõtlust ja ärijuhtimist kõigil akadeemilistel tasanditel. Projekti elluviimisesse on kaasatud ka Hispaania eraettevõtte „IN&S Comunicación e innovación sostenible“, mille eesmärgiks on aidata väikeettevõtetel ja ettevõtjatel arendada oma projekte kommunikatsiooni, innovatsiooni ja jätkusuutlikkuse valdkonnas.

TÖÖ- VAHENDI AUTORID:

Signe Adamoviča
Līva Stūrmane

Kaasautorid:
Gints Klāsons
Anna Pavlina
Mārtiņš Stūrmanis
Kristiina Urb
Jorma Sarv
Toomas Danneberg
Tamara Rodriguez Silva

Võtke meiega ühendust ja andke tagasisidet oma kogemuste kohta töövahendi kasutamisel e-posti teel: signe.adamovica@gmail.com või liva@juc.lv

www.juc.lv

Projekti „Youth BIZ Skillset“ rahastatakse Euroopa Komisjoni programmi „Erasmus+: Youth in Action“ raames, mida Lätis haldab Rahvusvaheline Noorsoo Programm. Käesolev trükis kajastab ainult autorite seisukohti ja Euroopa Komisjoni ei saa pidada vastutavaks selles sisalduva teabe eest.



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



Executive
Education
Tallinn | Helsinki