



CHALLENGE #1

Пошук власної бізнес-ідеї



Працюючи в команді, оберіть бізнес-ідею, яку ви реалізуватимете впродовж проєкту!

1 Проблема

Оберіть основну проблему, над вирішенням якої ви працюватимете.

При визначенні проблеми ви маєте відповісти на наступні запитання:

- Опишіть, хто переживає цю проблему? Як можна визначити цю групу людей?
- Опишіть, чого саме потребують ці люди? Що створює ці незручності? Від чого вони страждають?
- Де ці люди? Якщо ви можете, назвіть географічне розташування, де вони стикаються з цією проблемою.

Також, для пошуку проблеми можна використовувати наступний алгоритм дій:

Крок 1. Цільова аудиторія*: обговоріть в команді та оберіть одну цільову аудиторію (ЦА)

**Цільова аудиторія - це група людей, об'єднаних загальними ознаками. Це можуть бути представники однієї статі, віку, соціального статусу.*

Крок 2. Локація: оберіть місце, де зустрічається ваша цільова аудиторія

- Хай кожен учасник на стікерах напише якомога більше місць де буває обрана ЦА
- Погрупуйте спільні ідеї
- Оберіть лише одне місце - найпопулярніше або найцікавіше саме для вас

Крок 3. Активність / діяльність: які дії виконує ваша ЦА в обраній локації

- Хай кожен учасник на стікерах напише якомога більше ідей щодо того чим можна зайнятися або що можна робити у цьому місці
- Погрупуйте спільні ідеї
- Оберіть лише одну дію

Крок 4. Проблема / потреба: з якими проблемами або потребами стикається ваша ЦА при виконанні обраної діяльності в цій локації

- Аналогічно запишіть на стікерах якомога більше проблем, з якими можна стикнутись при виконанні цієї роботи/активності на цьому місці і оберіть лише одну



2

Бізнес-ідея

Придумайте командою рішення для даної проблеми.

Для пошуку бізнес-ідеї варто обговорити в команді всі можливі варіанти, обмежень. Також можна комбінувати різні ідеї щоб досягти більш ефективного рішення.



- > **Крок 1. 3 ідеї від кожного**
Кожен з учасників записує 3 власні ідеї для вирішення обраної проблеми.
- > **Крок 2. Обговорення в команді**
Зберіть всі ідеї до купи (без додаткових коментарів) та разом з командою погрупуйте за спільними ознаками.
- > **Крок 3. Додаткові ідеї**
Кожен учасник самостійно шукає в інтернеті ідеї для вирішення даної проблеми, найцікавіші варто додати в ваш перелік.
- > **Крок 4. «Дзвінок другу»**
Подумайте, як би вирішили цю проблему близькі вам люди, додайте по 1 ідеї від кожного учасника в перелік.
- > **Крок 5. Голосування**
Обговоріть в команді всі ідеї, оберіть найцікавіші з них для реалізації. За допомогою голосування визначте одну бізнес-ідею – кожен учасник має 5 голосів (або фішок), які можна використати як для однієї ідеї, так і розділити на кілька, ідея з найбільшою кількістю голосів перемагає.

Якщо ви маєте 2 ідеї з однаковою кількістю голосів, можна порівняти їх за наступними критеріями:

- Які потреби ринку вирішує ця ідея?
- В чому ваша конкурентна перевага? Яка з ідей найбільше виділяється поміж конкурентів?
- Які недоліки має обрана бізнес-ідея? Яка з ідей має найменше недоліків?
- Які ризики ви бачите? Яка з ідей є більш стійкою?
- Яку з бізнес-ідей ви би дужче хотіли впроваджувати?
- Чи маєте ви ресурси для реалізації цієї ідеї? Чи можете ви їх отримати?
- Яка з ідей є кориснішою для суспільства?

3

Сталий розвиток

В цьому проєкті під сталим розвитком ми розуміємо спосіб, у який команда приймає рішення щодо продукту або послуги, щоб вони не шкодили навколишньому середовищу та не мали негативного впливу на місцеві громади, а також на тих, хто бере участь у виробництві та маркетингу (включаючи постачальників).

Як ви можете просувати ці цінності своїм клієнтам?

Існує багато різних способів показати людям, як ви хотіли б діяти для підтримки сталого розвитку. Варто подумати про такі моменти:



Чого ви хочете досягти?

Які цілі ви ставите перед своїм проєктом 10X Challenge? Чи матиме ваш продукт або послуга позитивний вплив на місцеву громаду? Чи покращить здоров'я людей або якість навколишнього середовища?



Чому ви обрали саме цей продукт чи послугу?

Як ви можете інтегрувати питання сталого розвитку у свій бізнес - чи то виробничий процес, чи то сам продукт або послуга, чи то екологічне пакування або транспортування?



Чому клієнт повинен обрати саме вашу компанію?

Будьте сміливими! Серед ваших клієнтів, ймовірно, знайдеться невелика група справді свідомих споживачів. Як ви можете використати екологічні проблеми, щоб заохотити решту до покупки?

