

NY 24h -leiri

Sisällysluettelo – Liiketoimintarastit

- 1 [Sisällysluettelo](#)
- 2 [Ennakkotehtävä](#)
- 3 [Expertti](#)
- 4 [Ideanäyttely](#)
- 5 [Idearuutu 1/2](#)
- 6 [Idearuutu 2/2](#)
- 7 [SWOT 1/2](#)
- 8 [SWOT 2/2](#)
- 9 [LIITE: SWOT](#)
- 10 [Nimi & logo](#)
- 11 [Tuote – Mitä hyötyä ja mitä etua? 1/2](#)
- 12 [Tuote – Mitä hyötyä ja mitä etua? 2/2](#)
- 13 [Hinta](#)
- 14 [Hinta – Sanasto](#)
- 15 [Hinta – Myyntikate](#)
- 16 [Idea kankaalle! 1/2](#)
- 17 [Idea kankaalle! 2/2](#)
- 18 [Liiketoimintasuunnitelma](#)
- 19 [LIITE 1: Liiketoimintasuunnitelman pohja](#)
- 20 [LIITE 2: Liiketoimintasuunnitelman pohja](#)
- 21 [LIITE:3: Mindmap](#)
- 22 [Yrityksen perustamiskokous](#)
- 23 [LIITE 1: Perustamiskokouksen esityslista](#)
- 24 [LIITE 2: Perustamiskokouksen pöytäkirja](#)
- 25 [Kokousmuistio](#)
- 26 [Juliste & esite](#)
- 27 [Pressitiedote](#)
- 28 [Myyntipuhe](#)
- 29 [Visio & presentaatio](#)
- 30 [LIITE: Hyvä esitys](#)
- 31 [Leijonan luola](#)

NY 24h -leiri

Ennakkotehtävä & purkaminen

Aika: 30 minuuttia purkamiseen

Tavoitteet:

Tiimiläiset tutustuvat omiin ja toistensa ominaisuuksiin ja unelmiin. NY 24h -leirillä on tärkeää, että jokainen pääsee käyttämään vahvuuksiaan ja oppii uusia asioita myös itsestään.

Toteutus:

Ennakkotehtävän muoto on vapaa, tärkeää on, että se dokumentoidaan. Jokainen leiriläinen valmistele 1,5 - 2,0 minuutin puheenvuoron omista vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhkista. Purkamiseen on aikaa 30 minuuttia.

S: Millaisia vahvuuksia minulla on? (esim. olen ahkera, luotettava jne.)

W: Millaisia heikkouksia minulla on? (esim. pitkästyn helposti, lyhyt pinna jne.)

O: Millaisia mahdollisuuksia minussa on? (esim. olen innokas oppimaan uutta, haluan tehdä jne.)

T: Millaisia uhkia näen? (esim. jaksanko työskennellä samassa tiimissä, seisonko varmasti yhteisen ideamme takana jne.)

SWOT -analyysiä voidaan käyttää moneen tarkoitukseen. Tässä sitä käytetään tiimiläisten analysoimiseen ja sama analyysi sopii sekä koko yrityksen toiminnan arviointiin että yksittäisen tuotteen tai idean kartoitukseen.

SWOT = STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES AND THREATS
VAHVUUDET, HEIKKOUEDET, MAHDOLLISUUDET JA UHAT

Mikä on minun unelmani?

Mitä tästä opimme? Mikä oli rastin idea, punainen lanka? Mitä hyötyä tästä rastista on?

NY 24h -leiri

Expertti – Kyselijä ja omat ideat

Aika: 20-30 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on edistää ryhmän jäseniä löytämään mahdollisimman monta ideaa. Hullutkin ideat voivat olla pohja hyvälle ajatustyölle, josta syntyy lopulta liikeidea.

Materiaalit

Tusseja, sinitarraa, teippiä, sakset ja isokokoista paperia.

Toteutus

Laita iso paperi ja tussit valmiiksi lattialle. Tee valmiiksi yksi iso paperi, jonka keskellä lukee OMAT IDEAT.

Tehtävä on kaksivaiheinen. Aluksi tehdään ideointia lisäävä tehtävä, jossa kaikki selitykset ja vastaukset ovat oikeita.

Pyydä ryhmäläisiä ottamaan itselleen pari. Parit saavat päättää, kumpi on expertti ja kumpi kyselijä. Expertti on roolissaan kaiken tietäjä ja vastaa tuleviin kysymyksiin varmuudella. Kyselijä saa tehtäväkseen esittää expertille kysymyksiä ohjaajan antaman villin puheenaiheen pohjalta. Puheenaihe voi olla esimerkiksi ylipainoiset lampaat, kouluruoka Marsissa tai vaaleahiuksiset muurahaiset.

Ohjeista pari keskustelemaan aiheesta pari minuuttia ja vaihtamaan sitten osia. Painota, että kysymykset ja vastaukset pitää antaa nopeasti ja miettimättä. Tämän harjoituksen ideana on laittaa aivot toimimaan vilkkaasti, nopeasti ja varauksettomasti.

Keskustelun päätyttyä siirrytään tehtävän toiseen vaiheeseen. Jokainen ryhmän jäsen ottaa kynän ja käy kirjoittamassa OMAT IDEAT -paperille mahdollisimman monta liikeidea. Mitään ideaa ei kyseenalaisteta tai arvostella. Kaikki ideat ovat mahdollisia!

NY 24h -leiri

Ideanäyttely

Aika: 20 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on että ryhmä etsii itselleen erilaisia ideoita, jotka sopisivat ryhmäläisen omiin osaamisalueisiin hyödynnettäviksi.

Materiaalit

Kyniä, A3- tai fläppitaulupaperia.

Toteutus

Kirjoita ennen rastia isoille papereille 4-6 nuorille päivittäin tuttuja paikkoja esim. "eteisessä", "bussissa", "pyörävarastossa", "koulussa", "kaupassa", "treeneissä" jne.

Kerro ryhmällesi, että ideanäyttelyn kautta saadaan ryhmälle käyttökelpoisia ideoita (ehkä kaupallistettavia tuotteita) koko ryhmän hyödynnettäväksi.

Tehtävänä on, että jokainen käy kirjoittamassa fläppitauluille niitä ongelmia, joita ovat kohdanneet tai asioita, joita ovat kaivanneet kyseisissä paikoissa. Jokaiseen tauluun ei ole pakko kirjata! Kun ideoita on kirjattu jonkin verran, voi jokainen käydä äänestämässä heille mieluisinta ideaa (esim. 1 ääni / paperi).

Rastiin käytettävän ajan puitteissa jokaiselta taululta (tai 3-4 valitulta taululta) poimitaan eniten ääniä saanut idea, jota voidaan yhdessä ryhmän kanssa työstää keskustellen eteenpäin ideaksi.

Saisiko tästä ideasta kaupallisen tuotteen ja mikä se olisi?

Miten omaa osaamista voidaan hyödyntää?

Voiko tämä idea olla tämän NY 24h -leirin ryhmän idea?

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Mitä tästä opimme? Mikä oli rastin idea, punainen lanka?

NY 24h -leiri

Idearuutu

Aika: 30 minuuttia

Tavoitteet

Ryhmän jäsenten tulee keksiä useita ideoita, joista he valitsevat heille parhaan vaihtoehdon omaksi liikeideakseen. Rastilla löydetyn liikeidean avulla ryhmä käy läpi yrityksen eri osa-alueita ja töitä koko leirin ajan tästä eteenpäin.

Materiaalit

Paksuja erivärisiä tusseja, A0-A3 -kokoista paperia, sinitarraa, teippiä.

Toteutus

Laita neljä tyhjää paperia seinälle eri korkeuksille ja ainakin yksi paperi maahan ja yksi pöydälle. Valmistelee ryhmän idearuutu -paperi seuraavin tekstein:

KENELLE Ketkä ovat potentiaalisia asiakkaitamme?	IMAGO, MISTÄ MEIDÄT TUNTEE Mikä on meidän tapamme toimia?
MITÄ Mitä tuotetta tai palvelua tarjoamme?	MITEN Miten teemme tuotteen tai palvelun? Onko meillä yhteistyökumppaneita ja keitä he ovat?

Idearuutu -paperi laitetaan aluksi pöydälle teksti alaspäin.

(Jos leiriläiset ovat NY Vuosi yrittäjänä -ohjelmassa, he voivat syventää ideoitaan ja kirjata idearuutuun yrityksen kehittämisasiheita sekä pohtia ruudussa olevia kysymyksiä oman yrityksen kautta.)

Kerro ryhmälle, että kaikki aivan järjettömiltä tuntuvat ideat ovat sallittuja. Voit kertoa esimerkin vaikkapa mehutölkeistä tehdyistä lompakoista tai laskuvarjokankaasta tehdyistä iltapuvuista.

NY 24h -leiri

Idearuutu

Pyydä jokaista jäsentä ottamaan kynä ja kiertämään luokkaa tai tilaa vapaasti ja kirjoittamaan tyhjille papereille päähän pälkähtäviä liikeideoita. Tärkeää on muistaa pitää ryhmäläiset liikkeessä ja muistuttaa, että liikkuminen virkistää aivojen toimintaa.

Kun ryhmä on kiertänyt kirjoittamassa papereille ideoitaan noin 10 minuutin ajan, pyydä ryhmää sanomaan ääneen uusia ja parhaita ideoita. Noin 5 minuutin jälkeen pyydä ryhmää valitsemaan heille sopivin idea. Kannusta sanomalla, että hyvä idea on sellainen, joka on oikeasti hyvin kehityskelpoinen ja jalostettavissa idean kehittämistrastilla.

Idean löytymisen ja päättämisen jälkeen pyydä ryhmäläisiään viemään ideansa ”idearuutuun”.

Ensimmäinen tehtävä on löytää idealle potentiaalinen asiakasryhmä. Liikeidean kehittämisen kannalta asiakkaat ovat kullan arvoisia.

Seuraavaksi ryhmä pohtii ja kirjaa miten idean tuote tai palvelu tuotettaisiin ja mistä heidän yrityksensä tunnettaisiin jne.

Pyydä viimeistään tässä vaiheessa ryhmää ideoimaan itselleen nimi tai ainakin työnimi, joka tulee leirin lopussa olla valmiina. Kun idearuutu -paperi on valmiina, pyydä ryhmän jäseniä kiinnittämään se seinälle ja muistuttaa, että siihen voi tarvittaessa aina käydä lisäämässä ideoita ja tarkennuksia.

Ryhmän jäsenet etenevät omaa tahtiaan miettien, pohtien ja ääneen keskustellen. Kannusta ryhmää ja tarvittaessa auta pysymään aikataulussa kertomalla kuinka paljon aikaa on jäljellä yms.

Valmiit ideapaperit laitetaan seinälle, mieluiten luokan ulkopuolelle. Leirin aikana ryhmä voi käydä lisäämässä tekstiä omaan paperiinsa.

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Mitä tästä opimme? Mikä oli rastin idea, punainen lanka? Mitä hyötyä tästä rastista on?

NY 24h -leiri

SWOT

Aika: 30-60 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on, että ryhmän jäsenet tutustuvat toisiinsa paremmin ja tiedostavat ryhmän vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat SWOT-analyysin kautta. Jokaisella ihmisellä on menestymisen vietti eli halu onnistua. Tämän tehtävän kautta löydetään jokaisen ryhmän jäsenen kiinnostuksen ja innostuksen kohde, joka voidaan valjastaa koko ryhmän käyttöön. Analyysin tulokset laitetaan seinälle koko campin ajaksi.

Materiaalit

Paksuja erivärisiä tusseja, isoja tyhjiä papereita, sinitarraa, teippiä sekä 'Mikä on SWOT-analyysi' -liite. Jokaiselle ryhmälle tehdään valmis SWOT-nelikenttä isolle paperille:

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
MAHDOLLISUUDET	UHAT

Toteutus

Laita kaksi tyhjää paperia seinälle ja kaksi lattialle. Valmistele SWOT-ruutu ja laita se pöydälle teksti alaspäin. Anna ryhmälle "Mikä on SWOT-analyysi" -ohjeet.

Kerro ryhmälle, että SWOT-analyysin tavoitteena on parempi itse- ja ryhmätuntemus. Analyysin kautta ryhmä tulee löytämään oman ryhmänsä menestyksen avaimet.

Pyydä ryhmän jäseniä miettimään omia kiinnostuksen kohteitaan, harrastuksia, mieluisia kouluaineita jne. Pyydä lisäksi ryhmän jäseniä miettimään asioita, jotka saavat heidät innostumaan, syttymään tai iloiselle tuulelle. Ryhmän jäsenet kirjaavat näitä asioita seinällä oleville papereille.

NY 24h -leiri

SWOT

Kun kiinnostuksen kohteita on listattu jokaiselta jäseneltä, pyydä ryhmän jäseniä pohtimaan ja kirjaamaan vielä lattialla oleville papereille rasittavia, inhottavia ja harmittavia asioita sekä hankalimman ja vähiten kiinnostavan kouluaineen ja harrastuksen, jota ryhmän jäsen ei varmasti haluaisi itse harrastaa.

Kun tämä on tehty, ota esille SWOT-paperi, johon ryhmän jäsenet täyttävät VAHVUUDET JA HEIKKOUEDET.

Haasta ryhmä pohtimaan liikeideaa seuraavan esimerkin valossa: *”Eräessä ryhmässä oli vaihtopilaana ollut jäsen ja hänen vahvuutensa oli englannin kielen sujuvuus. Tämän ryhmän liikeidea oli mehutölkeistä tehdyt lompakot. Kierrätysideaan saatiin hyvä lisäarvo tekemällä lompakon sisään lista eniten käytetyistä ja tarvittavista sanoista sekä lauseista turistina kaupungilla liikkussa.”*

Vahvuuksista syntyy mahdollisuuksia: Pyydä ryhmän jäseniä miettimään ja kirjaamaan ylös tämän ryhmän vahvuuksia ja niitä mahdollisuuksia, joita vahvuudet luovat!

Haasta ryhmä pohtimaan uhkia seuraavan esimerkin valossa: *”Taitava käsityöryrittäjä, joka keskittyy tuotantoon ja nauttii käsitöiden tekemisestä saattaa heikon markkinakiinnostuksen vuoksi menettää asiakkaitaan. Markkinoiden seuranta varmistaa oikean hinnan asettamisen. Eli jos käsityöryrittäjän heikkous on välttää markkinataloutta, hän voi hinnoitella tuotteensa väärin ja menettää tuottoa tai asiakkaita. Toisaalta taitava käsityöryrittäjä voi tehdä ainutlaatuisia tuotteita, joita markkinat kaipaavat ja joilla on hyvä tuotto.”*

Heikkouksista syntyy uhkia: Pyydä ryhmän jäseniä kirjaamaan ja pohtimaan mitä heikkoudet voisivat heidän ryhmälleen ja liikeidealleen aiheuttaa.

Pyydä ryhmän jäseniä kirjaamaan lopputulos SWOT-paperille.

Leirin aikana on mahdollista lisätä paperille vahvuuksia ja mahdollisuuksia kuten myös heikkouksia ja uhkia. Kannusta ryhmää ja auta heitä pysymään aikataulussa. Huolehdi, että tehtävä lähtee liikkeelle vahvuuksista ja mahdollisuuksista joiden kautta edetään heikkouksiin ja ughiin.

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustelkaa hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Mitä tästä opimme? Mikä oli rastin idea, punainen lanka? Mitä uusia asioita opit muista ryhmän jäsenistä?

NY 24h -leiri

LIITE: Mikä on SWOT -analyysi?

SWOT -analyysiä voidaan käyttää moneen tarkoitukseen ja sama analyysi sopii sekä koko yrityksen toiminnan arviointiin että yksittäisen tuotteen tai idean kartoitukseen.

Yrityksen nimi:

SWOT = STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES AND THREATS
YRITYKSEMME VAHVUUDET, HEIKKOUEDET, MAHDOLLISUUDET JA UHAT

S: Millaisia vahvuuksia yrityksellä / tuotteella on? (esim. laadukkaat tuotteet, osaamisemme)

W: Millaisia heikkouksia yrityksellä / tuotteella on? (esim. heikko liikeidea, rahalliset resurssit)

O: Millaisia mahdollisuuksia näemme? (esim. tuotekehitysideat)

T: Millaisia uhkia näemme menestykselle? (esim. lainsäädäntö, kilpailijat)

NY 24h -leiri

Nimi & logo

Aika: 30 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on, että ryhmä oppii ideoimaan ja suunnittelemaan luovasti omia ja koko ryhmän vahvuuksia hyödyntäen sekä yhdessä valitsemaan ryhmälle sopivan logon. Rastin tavoitteena on lisätä luovaa yhteistyötä.

Materiaalit

Valkoista ja värillistä paperia, tusseja, värikyniä, kartonkia, liimaa, teippiä, sakset.

Toteutus

Kerro ryhmälle, että nimi ja logo ovat osa yrityksen imagoa ja erittäin tärkeä asia, josta yritys tunnetaan ja muistetaan. Osuva nimi ja logon muoto ja väri kertovat yrityksestä paljon. Nimen ja logon tavoitteena on jäädä ihmisten mieleen.

Keskustelkaa eri yritysten ja yhteisöjen logoista. NY Vapaaehtoinen voi tulla rastille kertomaan edustamansa yrityksen nimen ja logon historiasta.

Kannusta ryhmää miettimään, mistä he haluavat, että heidän tuleva yrityksensä tunnetaan: värinä, logoina, kuvioina?

Ryhmän tehtävänä on suunnitella, luonnostella ja tehdä useita erilaisia logomalleja tai prototyyppejä, joista ryhmä yhdessä valitsee parhaan. Ryhmä voi keskenään päättää logon suunnittelun tehtäväjaosta. Tärkeää on hyödyntää erilaisia vahvuuksia (suunnittelu, piirtäminen, maalaaminen, muu visualisointi).

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Mitä tästä opimme? Mikä oli rastin idea, punainen lanka? Millainen logo on unelmalogo?

NY 24h -leiri

Tuote – Mitä hyötyä ja mitä etua?

Aika: 20-30 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on kehittää omaa liikeideaa selvittämällä yrityksen tuotteen tai palvelun edut ja hyödyt asiakkaille. Tavoitteena on katsoa tuotetta asiakkaan näkökulmasta ja vastata kysymykseen miksi asiakas tarvitsee juuri tätä tuotetta tai palvelua?

Materiaalit

Lyijykyniä. Liite: Tuote -sipulikuviot (jokaiselle ryhmän jäsenelle oma ja yksi ylimääräinen koontia varten).

Toteutus

Kerro, että idean jatkuva kehittäminen on yrityksen menestyksen avain. Kehittäminen tukee myös yrityksen markkinointia, ja markkinointia suunniteltaessa tulee selvittää potentiaalisen asiakkaan hyöty tuotteesta.

Selvitä sanojen *hyöty* ja *etu* ero: Etu on se asia mihin hyöty perustuu ja parhaimmillaan se on lisäarvoa. Lisäarvo on asiakkaan saama, jollain tavalla mitattu hyöty siitä, että hän käyttää tuotetta verrattuna tilanteeseen, jossa hän ei ko. tuotetta käytä tai käyttää kilpailijan tuotetta. Lisäarvo voi olla ns. konkreettinen etu, kuten halvempi puheluhinta tai tuotteeseen lisätty palvelu, jonka asiakas kokee hyvänä ja se nostaa hänen käsitystään tuotteen hyödystä. Esim. maksullinen TV-kanavapaketti tuo lisäarvoa TV:lle, koska silloin näkee enemmän kanavia. Toisaalta saman kanavapaketin tuoma lisäarvo vaihtelee asiakkaittain (jalkapallofanille paketti, jossa näytetään kaikki Euroopan liigan pelit, tuo enemmän lisäarvoa kuin ihmiselle, joka ei pidä jalkapallosta). Lisäarvon määrä voi siis olla subjektiivinen (asiakas itse määrittää sille arvon) tai objektiivinen (esim. opiskelija-alennus linja-autossa on 50%, jolloin opiskelijakortin antama lisäarvo voidaan matkan yhteydessä määrittää tarkkaan)."

Jokaiselle ryhmän jäsenelle annetaan oma sipulikuviot, johon voi kirjoittaa omat ehdotuksensa.

Ydintuote = palvelu tai konkreettinen tavara, jonka asiakas ostaa.

Mielikuvat = tuotenimi, brändi, pakkaus, väri, muoto, palvelu, tuotteen maine. (Asiakkaan ostama tuote on näiden yhdistelmä.)

Lisäpalvelut (oheispalvelut) = lisäpalvelut, jotka voidaan liittää ydintuotteeseen. Oheispalvelun avulla muokataan tuote yksilölliseksi/tarpeelliseksi. Tarve antaa tuotteelle lisäarvoa. Lisäarvo on se, josta asiakas on valmis maksamaan!

NY 24h -leiri

Tuote – Mitä hyötyä ja mitä etua?

Jokainen tekee ensiksi oman ehdotuksensa ja sen jälkeen kootaan jokaisen ehdotuksista yksi kokonaisuus.

Kannusta kaikkia kirjaamaan omia ajatuksiaan ja keskustelemaan niiden käyttökelpoisuudesta lopuksi, kun kaikkien kaavioista koostetaan yhtä yhteistä. Koko ryhmä on saatava osallistumaan ja olisi hyvä kun kaikki saisivat jotain omaa lopulliseen ehdotukseen.

Lisätehtävä

Pohtikaa millainen perhe ostaisi teidän tuotteenne? Tehkää lyhyt mielikuvaharjoitus siitä millainen perhe ostaa liikeidean pohjalta syntyvän tuotteenne tai palvelunne.

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetken rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Mitä tästä opimme? Mikä oli rastin idea, punainen lanka? Keskustelkaa sellaisista markkinoilla olevista tuotteista, joista teillä on jonkinlainen mielikuva? Miten mielikuva on ohjannut ostopäätöstä?



NY 24h -leiri

Hinta

Aika: 20-30 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on löytää omalle tuotteelle tai palvelulle oikea hinta ja ymmärtää hinnoittelun merkitys myynnille. Tällä rastilla tehdään ”hyvä” hintalappu.

Materiaalit

Paperia, värillisiä kyniä, erikokoista paperia.

Toteutus

Kerro ryhmälle hintakatosta ja hintamatosta. Hintakatto on korkein hinta, jolla tuotetta/palvelua voidaan vielä myydä. Hintamatto on puolestaan matalin hinta, jolla tuotetta/palvelua voidaan vielä myydä kulujen kattamiseksi. Tämä on se väli, mihin tuotteen tai palvelun hinta asettuu.

Pohtikaa aluksi yhdessä, mikä on sopiva hinta tuotteelle. Mikä on pienin hinta, millä voidaan myydä ja mikä hinta on mahdollisesti niin suuri, että tuote ei mene kaupaksi? Mikäli ryhmällä on aikaa, voidaan tässä tehdä esimerkiksi kuvitteellinen tulosbudjetti yhden kuukauden ajalle.

Kannusta ryhmää keskustelemaan itsenäisesti aiheesta. Keskustelun lomassa puhutaan myös markkinoinnin merkityksestä. Mitä kertoo hintalappu ja miten se viestii kuluttajalle? Millainen on myyvä hintalappu?

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Millainen hintalappu on myyvä ja voi parhaimmassa tapauksessa vaikuttaa ostopäätökseen?

(seuraavalla sivulla on rastitehtävän avuksi sanastoa ja laskuesimerkki)

NY 24h -leiri

Hinta - Sanasto

Sanasto

Myyntihinta = Hinta, jolla yritys myy tuotteet eteenpäin.

Myyntituotot = Kaikki tuotteen ja palvelun myynnistä saatavat tulot.

Valmistuskustannukset = Yhden tuotteen valmistamiseen kuluva työn ja raaka-aineiden kustannukset.

Muuttuvat kustannukset = valmistuskustannukset, eli kuinka paljon lisää maksaa valmistaa ”vielä yksi tuote”, jos kaikki muut asiat ovat jo olemassa ja valmiina.

Kiinteät kustannukset = Tuotannon määrästä riippumattomat kulut, jotka toteutuvat joka tapauksessa eivätkä välittömästi muutu, vaikka tuotantomäärä muuttuu. (Kiinteisiin kustannuksiin lasketaan esimerkiksi mainonta, brändäys, toimiston vuokratulot jne.)

Mikäli aikaa jää voidaan Hinta-rastilla laskea tuotteen tai palvelun myyntikate alla olevan esimerkin mukaisesti.

Myyntikate: Myyntikate (katetuotto) saadaan vähentämällä yrityksen myyntitulosta valmistuskustannukset. Myyntikate ilmoitetaan usein prosentteina liikevaihdosta.

NY 24h -leiri

Hinta - Myyntikate

Esimerkki myyntikatteesta

Yrityskortit NY tuottaa joulukortteja. Yhdestä kartongista saadaan 10 korttia ja kartonki maksaa euron. Jokaiseen korttiin piirretään kuva tussilla. Yhdellä tussilla voidaan piirtää 20 korttia ja tussi maksaa 2 euroa. Kortit leikataan leikkurilla, joka on maksanut 20 euroa. Yhdellä leikkurilla voidaan leikata tuhansia kortteja.

Näin ollen kortin valmistuskustannukset/muuttuvat kustannukset ovat $1 \text{ €}/10 \text{ kpl}$ (kartonki) + $2 \text{ €}/20 \text{ kpl}$ (tussi) = $0,2 \text{ €}/\text{kortti}$.

Kiinteät kustannukset ovat puolestaan 20 € (leikkuri)/mikä määrä tahansa kortteja.

Jos kortteja myydään 100 kpl, niin silloin korttituotannon kustannukset voidaan laskea seuraavasti:

Muuttuvat kustannukset: $0,2 \text{ €}/\text{kortti}$

Kiinteät kustannukset ovat leikkurin 20 € jaettuna 100 kortilla = $0,2 \text{ €}/\text{kortti}$.

Sadan kortin valmistaminen maksaa siis $0,2 \text{ €} + 0,2 \text{ €} = 0,4 \text{ €}/\text{kortti}$.

Yhteensä sadan kortin valmistuskustannukset ovat 40 €.

Jos taas kortteja myydään 500 kpl, niin korttikohtaiset kulut laskevat ja ovat seuraavat:

Muuttuvat kustannukset: $0,2 \text{ €}/\text{kortti}$

Kiinteät kustannukset ovat leikkurin 20 € jaettuna 500 kortilla = $0,04 \text{ €}/\text{kortti}$.

Viidensadan kortin valmistaminen maksaa siis $0,2 \text{ €} + 0,04 \text{ €} = 0,24 \text{ €}/\text{kortti}$.

Yhteensä viidensadan kortin valmistuskustannukset ovat 120 €.

Laskettaessa tuotteen kuluja on tärkeää tietää sekä muuttuvat että kiinteät kulut, jotka tulee molemmat ottaa huomioon tuotteen hinnoittelussa.

Jos yritys tuottaa 100 kpl kortteja ja myy ne hintaan $1 \text{ €}/\text{kpl}$, niin myyntikate lasketaan seuraavasti:

100 € (myyntikustannukset) – 40 € (valmistuskustannukset) / $100 \text{ €} * 100 \% = 60 \%$, joka on näin ollen tuotteen tai palvelun myyntikate.

NY 24h -leiri

Idea kankaalle!

Aika: 30 minuuttia

Tavoitteet

Liiketoimintamallin kehittäminen on yhteisen idean työstämistä. Liiketoimintamalli kuvaa nopeasti ja selkeästi mitä yritys tai organisaatio tekee, miten se löytää asiakkaat sekä luo ja toimittaa heille tuotteita tai palveluita (lisäarvoa).

Tavoitteena on, että kaikki ryhmän jäsenet ymmärtävät oman ideansa ja ovat valmiina suunnittelemaan sen toteutumista.

Materiaalit

Kyniä, paperia ja liiketoimintamalli-pohja. Tietokoneelle ladattava malli löytyy eri tiedostosta tästä linkistä.

Toteutus

Kerro ryhmälle, että tällä rastilla heidän tulee laatia idealleen liiketoimintamalli. Liiketoimintamallin laatiminen on ryhmän yhteistyötä, jolloin huomioidaan ryhmässä olevia erilaisia näkökulmia ja vahvuuksia. Ryhmä on työstänyt liiketoimintamallia edellisillä rasteilla eri tavoin, nyt on aika laittaa ideat paperille.

Liiketoimintamalli kertoo ansaintalogiikan, eli miten liikeidealla tehdään rahaa ja miten se erottuu kilpailijoista. Liiketoimintamalli on perustus, jonka päälle liiketoiminta rakennetaan.

Liiketoimintamalli laaditaan liiketoimintamalli-pohjalle. Auta tarvittaessa ryhmää ja kannusta kaiken aikaa!

NY 24h -leiri

Idea kankaalle! – Ohje liiketoimintasuunnitelman täyttämiseen

Liiketoimintamalli -pohja kannattaa täyttää seuraavassa järjestyksessä:

1. Asiakasryhmät

ketkä ovat tuotteenne/palvelunne asiakkaita?

2. Arvolupaus

mitä hyötyä ideanne tarjoaa asiakkaille ja mikä sen arvon luo?
muista, että ominaisuus ei ole hyöty.

3. Kanavat

mitä kautta viestitte tuotteesta/palvelustanne?
mistä tuotetta/palvelua voi ostaa?

4. Kilpailuetu

miten erotutte muista samankaltaisista ideoista?

5. Menot

mihin rahaa menee, jos toteutatte ideanne?

6. Tulot

mistä rahaa tulee, jos toteutatte ideanne?

7. Ongelma

kirjoita 1-3 ongelmaa/haastetta, joita ideanne toteuttamiseen liittyy.

8. Ratkaisu

kirjoita ehdottamasi ratkaisu jokaiseen ongelmaan.

9. Arviointi

miten arvioitte, että ideanne on onnistunut ja hyvä?

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä.
Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Mitä tästä opimme? Millainen on hyvä liiketoimintamalli?

NY 24h -leiri

Liiketoimintasuunnitelma

Aika: 30 minuuttia

Tavoitteet

Liiketoimintasuunnitelman (LTS) tekeminen on yhteisen idean työstämistä. Tavoitteena on, että kaikki ryhmän jäsenet ymmärtävät oman ideansa ja ovat valmiina suunnittelemaan sen toteutumista.

Materiaalit

Paperia ja kyniä. Liitteet: Liiketoimintasuunnitelman pohja ja liiketoimintasuunnitelman mindmap.

Toteutus

Kerro ryhmälle, että tällä rastilla heidän tulee laatia idealleen liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on ryhmän yhteistyötä, jolloin huomioidaan ryhmässä olevia erilaisia näkökulmia ja vahvuuksia. Ryhmä on työstänyt liiketoimintasuunnitelmaa edellisillä rasteilla eri tavoin, nyt on aika laittaa idea paperille.

Kerro ryhmälle, että liiketoimintasuunnitelman laatiminen on yksi yrityksen perustamisen tärkeimmistä tehtävistä. Liiketoimintasuunnitelma vaatii, että pystytään toimimaan suunnitelman mukaisesti ja sen osalta kannattavasti. Liiketoimintasuunnitelma toimii rahoituksen eli lainan tukena yrityksen toimintaa aloitettaessa.

Liiketoimintasuunnitelmassa suunnitellaan pääsääntöisesti yrityksen ensimmäisen ja toisen vuoden toiminta.

Liiketoimintasuunnitelma alkaa perustiedoista jonka jälkeen analysoidaan liikeideaa ja tuotteiden tai palveluiden asiakaskohderyhmää.

Liiketoimintasuunnitelman osat ovat markkinointisuunnitelman lisäksi tuotanto-, henkilöstö- ja taloussuunnitelma.

Liiketoimintasuunnitelmassa on myös hyvä olla tulevaisuuden visio. Unelmat ja uskaliaat ideat saavat ryhmän yhteisessä työssä siivet!

Liiketoimintasuunnitelma laaditaan LTS -ohjeiden mukaisesti. Auta tarvittaessa ryhmää ja kannusta kaiken aikaa!

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Mitä tästä opimme? Millainen on hyvä liiketoimintasuunnitelma?

NY 24h -leiri

LIITE: Liiketoimintasuunnitelman pohja

Liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on jäsentää ja selventää aiotun yritystoiminnan kannattavuutta ja menestymisen mahdollisuuksia. Liiketoimintasuunnitelma on yrittäjän käsikirja ja samalla edellytys ja apuväline yritystoiminnan ulkopuoliselle arvioinnille. Mahdolliset rahoittajat edellyttävät aina liiketoimintasuunnitelman olemassaoloa.

Voitte käyttää tekemäännne SWOT-analyysiä apuna liiketoimintasuunnitelman laadinnassa. Voitte hyödyntää liiketoimintasuunnitelman tekemisessä myös Mindmap -pohjaa.

Yrityksen nimi:

Yrityksessä mukana olevat henkilöt:

1. Liikeidea

Tehkää lyhyt tiivistelmä liikeideastanne. Aloittakaa kuvaamalla toimintaa ja vastatkaa ainakin seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä myymme?
- Kenelle myymme?
- Miten myymme?

2. Osaaminen

Yrittäjänä toimiminen perustuu osaamiseen, jonka avaintekijöitä ovat erilainen ammattitaito ja koulutus. Osaaminen voi olla lähtöisin myös harrastuksista tai jokapäiväisestä toiminnasta. Yrittäjälle on luonteenomaista oma-aloitteisuus, vastuunottaminen sekä itsenäinen ja pitkäjänteinen työote. Käyttäkää seuraavia kysymyksiä apunanne kuvatessanne omia ja sitä kautta yrityksenne osaamisalueita:

- Millaista työkokemusta ja mahdollista koulutusta teillä on?
- Onko teillä erityisiä taitoja, tietoja tai osaamista, joista voisi olla hyötyä yrittäjänä toimimisessa?
- Mitkä ovat vahvuuksianne?
- Mitkä ovat heikkouksianne?
- Millaisia ominaisuuksia tarvitsette lisää ja mistä / miten niitä voi hankkia?

3. Tuote / Palvelu

Tarjoamanne tuote tai palvelu on yhteydessä ammattitaitoon ja osaamiseen. Onnistuaksenne yrittäjinä teidän täytyy tietää mitä asiakas odottaa tuotteeltanne tai palvelultanne. Pohtikaa seuraavaksi tuotetta tai palvelua asiakkaan näkökulmasta.

Kun osaaminen ja tuote / palvelu ovat tasapainossa, saavutetaan myös etumatkaa muihin kilpailijoihin asiakkaan silmillä katsottuna. Kuvailkaa tuotteita tai palveluja seuraavien kysymysten avulla:

- Mikä on tuotteenne tai tarjoamanne palvelu?
- Mitä ainutlaatuista ja erinomaista siinä on?
- Mitä heikkouksia siinä mahdollisesti on?
- Mitä etua tai hyötyä siitä on asiakkaalle?
- Vastaako tuotteenne tai palvelunne laatu sille määriteltyä hintaa? Miten ja miksi?

NY 24h -leiri

LIITE: Liiketoimintasuunnitelman pohja

4. Asiakkaat / markkinat

Yrittäjille on tärkeää tuntea asiakkaansa: mitä tuotteen tai palvelun ominaisuuksia asiakkaat arvostavat ja mitä he eivät pidä erityisen tärkeinä. Alussa on tärkeää miettiä asiakasryhmää, joka todennäköisesti ostaa tuotteen tai palvelun.

Yrittäjän osaaminen, tuote ja asiakkaat muodostavat yhdessä kokonaisuuden. Kun kokonaisuus on tasapainossa, saavutetaan kilpailuetua eli ylivoimaista osaamista muihin nähden. Käyttäkää seuraavia kysymyksiä apunanne pohtiessanne asiakkaita ja markkinointia:

- Ketkä ovat asiakkaasi ja kohderyhmäsi?
- Mitkä ovat asiakkaiden ostotottumukset?
- Kuinka paljon asiakkaita on?
- Missä asiakkaat sijaitsevat?
- Kuka tekee ostopäätöksen, jos asiakkaasi on yritys?

5. Kilpailijat

Kilpailu on yrittäjälle elämäntapa. On tärkeää tuntea kilpailijansa, heidän tuotteensa ja toimintatapansa. Miettikää mikä tekee teidän tuotteestanne erilaisen suhteessa kilpailijan tuotteeseen? On hyödyllistä seurata esimerkiksi kilpailijan mainontaa ja myynnin edistämistoimenpiteitä, sekä tallettaa mainokset mappiin ja aika ajoin miettiä: kuinka paljon ja usein he mainostavat sekä mitä ja miten mainostavat. Näin syntyy parempi ymmärrys kilpailijoiden toimintatapaa kohtaan, mikä edistää oman yrityksen kilpailukyvyä kehittämistä. Käyttäkää seuraavia kysymyksiä apunanne kartoittaessa ja kuvaillessa kilpailijoitanne:

- Ketkä ovat pahimmat kilpailijanne? Mainitse 3-5 tärkeintä.
- Mitkä ovat heidän vahvuutensa?
- Mitkä ovat heidän heikkoutensa?
- Mitkä ovat kilpailijoiden tuotteet tai palvelut?
- Kuinka kilpailijoiden tuotteet / palvelut eroavat omistanne?
- Mitkä ovat kilpailijoiden käyttämät myyntityökalut ja mainosvälineet?

6. Oma yrityksenne

Miettikää tarkkaan miten aiotte toimia. Olennaista on, että päädytte omien resurssienne kannalta tarkoituksenmukaiseen lopputulokseen ja kehittäte yritystänne niistä käsin. Käyttäkää seuraavia kysymyksiä apunanne kuvaillessanne yritystänne:

- Millaiset toimitilat ja sijainnin yritys tarvitsee?
- Millaisia tuotantovälineitä tarvitaan?
- Tarvitaanko työvoimaa?
- Millaisia mainosvälineitä ja myyntityökaluita käytetään?
- Kattavatko vakuutukset toiminnan riskit?

7. Kirjanpito ja talouden suunnittelu

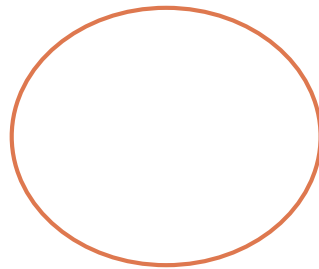
Yrittäjän on useimmissa tapauksissa järkevintä keskittyä itse yrittämiseen ja antaa kirjanpito tilitoimiston hoidettavaksi. On kuitenkin tärkeää ymmärtää miten kirjanpito toimii, joten varsinaisen liiketoiminnan suunnittelu, seuranta ja kehittäminen ovat aina yrittäjän vastuulla.

Käyttäkää seuraavia kysymyksiä apunanne kuvaillessanne kirjanpitoa sekä talouden suunnittelua:

- Miten kirjanpito hoidetaan?
- Miten suunnitellaan toimintaa eteenpäin?
- Miten seurataan suunnitelman toteutumista?
- Tarvitsetteko neuvontaa tilinpäätöksen suunnitteluun, budjetointiin tai johonkin muuhun?
- Miten rahoitus järjestetään?

NY 24h -leiri

LIITE: MINDMAP



NY 24h -leiri

Yrityksen perustamiskokous

Aika: 20-30 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on, että ryhmäläiset sisäistävät olevansa omaa ideaansa kehittävän yrityksen henkilöstö. Ryhmät päättävät tällä rastilla yhteisesti leirin aikaisesta työ- ja tehtäväjaosta. Ryhmät valitsevat keskuudestaan ainakin toimitusjohtajan, aikavastaavan, talouspäällikön, markkinointipäällikön, tuotantopäällikön ja sihteerin.

Ryhmä oppii tekemään tällä rastilla pöytäkirjan, jota säilytetään koko leirin ajan.

Materiaalit

Kyniä ja paperia. Pulpetit, joista tehdään kokouspöytä. Liitteet: Yrityksen perustamiskokouksen pöytäkirja ja Yrityksen perustamiskokouksen esityslista.

Toteutus

Tee luokan pöydistä yksi suuri kokouspöytä, jonka ympärille koko ryhmä mahtuu hyvin istumaan. Laita pöydälle valmiiksi esityslista ja muistiinpanovälineet.

Kerro ryhmälle, että heidän täytyy pitää esityslistan mukainen yrityksen perustamiskokouksen. Esityslistan tarkoituksena on ryhdittää kokousta sekä jakaa jokaiselle kokouksessa käsiteltävälle asialle hieman aikaa.

Tarkenna, että ryhmän tulee valita keskuudestaan vastuupiskelijat ja suorittaa samalla työnjako. Kokouksen esityslistan mukaisesti ensin on valittava kokouksen puheenjohtaja ja sihteeri. Tämän jälkeen kokous etenee esityslistan mukaan ja päätökset tulee kirjata pöytäkirjaan. Opasta tarvittaessa puheenjohtajaa ja sihteeriä ja auta ryhmää pysymään aikataulussa.

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa. *Mitä tästä opimme? Mikä on kokouksen/asialistan tarkoitus ja tavoite? Millainen on hyvä kokous?*

NY 24h -leiri

LIITE: Perustamiskokouksen esityslista

Yrityksen toiminimi:

Aika ja paikka:

Esityslista:

1. Kokouksen avaus
2. Kokouksen läsnäolijat, laillisuus ja päätösvaltaisuus
3. Kokouksen puheenjohtajan, sihteerin ja pöytäkirjantarkastajien (2 kpl) valinta
4. Kokouksen esityslistan hyväksyminen työjärjestykseksi
5. Yrityksen hallituksen varsinaisten jäsenten valinta
6. Yrityksen neuvonantajan valinta
7. Yrityksen liiketoimintasuunnitelman esittely ja hyväksyminen
8. Vastuujako

Toimitusjohtaja (pitää ns. langat käsissä ja vie yritystä eteenpäin)

Varatoimitusjohtaja (auttaa toimitusjohtajaa parhaansa mukaan)

Sihteeri (tekee yrityksen muistiinpanot ja on toimitusjohtajan oikea käsi)

Markkinointipäällikkö (pitää huolen yrityksen näkyvyydestä)

Taluspäällikkö (pitää huolen että kaikkea materiaalia on tarvittavasti)

Viestintäpäällikkö (pitää huolen että kaikki tietävät mihin ja milloin mennä)

Henkilöstöpäällikkö (huolehtii, että kaikki hoitavat omat hommansa ja pitää yllä tiimihenkeä)

9. Muut asiat

10. Kokouksen päätös

NY 24h -leiri

LIITE: Perustamiskokouksen pöytäkirja

Yrityksen toiminimi:

Aika ja paikka:

Läsnäolijat: kpl

1. _____ avasi kokouksen kello ____:____.

2. Kirjattiin läsnäolijoiden nimet ja lukumäärä ylös. Todettiin kokous hyvissä ajoin koollekutsutuksi, lailliseksi ja päätösvaltaiseksi.

3. Kokouksen puheenjohtajaksi valittiin _____. Kokouksen sihteeriksi valittiin _____. Kokouksen pöytäkirjantarkastajiksi (2 kpl) valittiin _____ ja _____.

4. Alkuperäinen esityslista hyväksyttiin yksimielisesti kokouksen työjärjestykseksi.

5. Yrityksen hallituksen varsinaisia jäseniä päätettiin valita _____ kpl. Yrityksen hallituksen varsinaisiksi jäseniksi valittiin _____. Lopuksi yrityksen hallituksen puheenjohtajaksi valittiin hallituksen varsinaisten jäsenten keskuudesta _____ ja varapuheenjohtajaksi _____.

6. Yrityksen neuvonantajaksi valittiin _____.

7. Kokoukselle esitettiin lyhyesti perustettavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelmasta keskusteltiin ja se hyväksyttiin.

8. Vastuujako.

Yritykselle valittiin toimitusjohtajaksi _____, varatoimitusjohtajaksi _____, sihteeriksi _____, markkinointipäälliköksi _____, talouspäälliköksi _____, viestintäpäälliköksi _____ ja henkilöstöpäälliköksi _____.

9. Kokouksessa käsiteltiin muina asioina

10. Todettiin, että kaikki päätökset tehtiin yksimielisesti kokouksen osanottajien kesken. Puheenjohtaja _____ päätti kokouksen kello ____:____.

Kokouksen puheenjohtajan allekirjoitus: _____

Pöytäkirjantarkastajien allekirjoitukset: _____

NY 24h -leiri

Kokousmuistio

Aika: 30 minuuttia

Tavoitteet

Tehokkaan työskentelyn päätteeksi on hyvä kirjata päätökset, vastuut, viestintä ja tulevaisuutta koskevat asiat muistioksi. Muistion voi aina ottaa esiin ja tarkistaa, mitä on sovittu. PP-diat kertovat tiiviisti olennaisen liikeideasta.

Toteutus

Muistio on tärkeä asiakirja, johon kirjataan muistiin sovittuja päätöksiä, ilmoitetaan toimintatavoista, jaetaan tietoa, vastuita ja tehtäviä, ohjataan ja raportoidaan. Muistio on tyyliltään selkeä ja tiivis, johon kootaan pääasiat selkeästi luettavaan muotoon. Muistion laatimisessa pätevät yleiset [asiakirjoittamisen](#) piirteet:

Lyhyet virkkeet

Selkeät lauserakenteet

Yhden asiakokonaisuuden sisältävät kappaleet

Asioiden erottamista helpottavat otsikot ja tehosteet

NY 24h -leiri

Juliste & esite

Aika: 20-30 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on lisätä ryhmän yhteistyötä ja yhteistä päätöksentekoa. Tavoitteena on myös, että ryhmä löytää oman imagonsa ja tekee oman ideansa näköiset esitteet ja julisteet.

Rastilla ryhmä tekee esitteen, joka on suunnattu heidän asiakaskohderyhmälleen sekä mainosjulisteeseen, jonka kaikki huomaavat ja joka herättää kiinnostusta.

Materiaalit

Valkoista isoa paperia kokoa A1-A3, värillisiä papereita, vanhoja aikakauslehtiä, joista voi leikata kuvia jne., saksia, tusseja, värikyniä, liimapuikkoja, sinitarraa, teippiä.

Toteutus

Kerro ryhmälle, että heidän tehtävänä on valmistaa ryhmän liikeidean ja imagon näköinen esite sekä mainosjuliste. Ryhmän tulee yhteisesti päättää millainen esite ja juliste on juuri heidän näköisensä.

Esitteessä ja julisteessa on oltava kaikki tarvittavat tiedot: nimi, osoite, puhelinnumero, sähköposti.

Ohjeista ryhmää siten, että he voivat itse päättää minkälaisen esitteen ja julisteen he tekevät ja mitä tekniikkaa tulevat prosessissa käyttämään. Tarjolla oleva oheismateriaali on pöydillä. Haasta ryhmää keksimään yritystä kuvaava iskulause!

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Mitä tästä opimme? Mikä oli rastin idea, punainen lanka? Millainen esite/mainos on mieleenpainuva?

NY 24h -leiri

Pressitiedote

Aika: 30-40 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on saada yhteinen päätös viestinnästä eli siitä, mitä asioita yrityksestä ja tulevaisuudesta (visiosta) halutaan kertoa. Tavoite on tehdä yhdessä ryhmän näköinen ja iskevä tiedote ja valmistautua esittämään se.

Materiaalit

Tietokone luokka tai muutama kannettava tietokone, joissa on PowerPoint -ohjelma sekä tekstinkäsittelyohjelma.

Toteutus

Kerro ryhmälle, että yksi tärkeimmistä markkinointivälineistä on *media*. Tämän vuoksi yrityksen on hyvä saada julkisuutta esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehtien kautta.

Rastilla on kaksi vaihtoehtoa:

1. vaihtoehto: Ryhmä suunnittelee ja kirjoittaa oman yrityksensä lehdistötiedotteen. Lehdistötiedotteen pitää sisältää yrityksen perustiedot, kuten yhteystiedot, henkilöstö jne. Lehdistötiedotteen pitää myös olla iskevä, reipas ja mieleen jäävä, jotta se herättäisi uteliaisuutta toimittajien mielissä. Sitä tehdessä pitää siis päästää mielikuvitus valloilleen!

2. vaihtoehto: Ryhmä suunnittelee oman yrityksensä yritysesittelyn. Hyvä yritysesittely etenee loogisesti ja jouhevasti, jolloin kuulija saa mielikuvan jaetusta vastuusta ja työnjaosta. Työnjako hoituu parhaiten esimerkiksi yrityksen roolien mukaan, talouspäällikkö puhuu taloudesta ja markkinointipäällikkö markkinoinnista. Ryhmän pitää myös osata yhdistää puheensa PowerPoint -esitykseen, jos he ovat jo tehneet sellaisen tällä rastikierroksella.

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Mitä tästä opimme? Mikä oli rastin idea, punainen lanka? Keskustelkaa mieleen jääneestä lehdistötiedotteesta tai esityksestä? Miksi se oli hyvä?

NY 24h -leiri

Myyntipuhe

Aika: 20-30 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on luoda tuotteelle 30 sekunnin iskevä ja toimiva myyntipuhe. Puheen täytyy:

herättää kuulijoiden mielenkiinto
vastaa kysymykseen, miksi kuulija tarvitsee yrityksen tuotetta
saa kuulijan kiinnostuneeksi tuotteesta

Tavoitteena on puheen lisäksi saada ryhmät kirkastamaan yrityksensä tärkeimmät viestit, jotta kaikki osaavat tarvittaessa nopeasti kertoa mitä yritys tekee.

Materiaalit

Pieniä pahvilappuja, joille puheen tai tukisanat voi kirjoittaa esitystä varten. Paperia luonnostelua varten.

Toteutus

Kerro ryhmälle, että myyntipuheen voi esittää yksi tai useampi ryhmän jäsenistä. Kehota ryhmän jäseniä miettimään ja sanomaan ääneen asioita, joka kirjataan ylös.

Kannusta ryhmää ja auta heitä pysymään aikataulussa. Esiintyjät on hyvä valita heti alussa, jotta tiedetään ketkä ovat lavalla ja näin puhe voidaan suunnitella heidän tyyliinsä mukaan.

Voit auttaa kyselemällä ryhmältä mitkä ovat tuotteen tärkeimmät myyntiargumentit, miten tuote eroaa jo markkinoilla olevista, miksi tuote on tärkeä ja välttämätön. Näistä asioista muodostuu esityksen runko.

Varmista, että rastin lopussa puhe on valmis ja että esiintyjä on kirjoittanut tukisanat muistiin.

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetken rastista ja suorituksista ryhmän kanssa. *Millainen on hyvä myyntipuhe?*

NY 24h -leiri

Visio & Presentaatio

Aika: 20-30 minuuttia

Tavoitteet

Tavoitteena on tehdä yhteinen päätös yritysesittelyn linjasta ja valmistautua esittämään ja julkaisemaan oma idea ja siihen tehty suunnitelma yleisön edessä. Haasteena on saada koko ryhmä tekemään yhdessä töitä ja saada esityksestä ryhmän näköinen, hyvä business-esitys.

Materiaalit

Paperia ja kyniä sekä tietokone ja PowerPoint -ohjelma. Liitteet: Hyvä esitys-pdf ja Lamppu NY – välähtävää toimintaa -ppt.

Toteutus

Nyt on ryhmän aika katsoa tulevaisuuteen! Haasta ryhmä pohtimaan yhteistä tulevaisuuden näkymää eli visiota, koska yrityksen tärkeä tehtävä ja oiva markkinointikeino on tulevaisuuden suunnitelmien esittäminen. Pyydä ryhmän jäseniä päättämään viestinnän linjasta ja ohjeista ryhmää selkeän diaesityksen tekemiseen seuraavalla muistilistalla:

1. yrityksen nimi (ja logo, jos mahdollista)
2. henkilöstö (miten esittelet henkilöstön)
3. liikeidea (ytimellä viesti asiakkaille)
4. ryhmän vahvuudet ja mahdollisuudet
5. tavoitteet lähitulevaisuudessa eli visio

Kannusta omaperäiseen, mutta asialliseen ja mieleen jäävän esityksen tekemiseen. Hyvä visio on loogisesti etenevä, perusteltu kokonaisuus.

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.

Keskustelkaa leiriyrityksen kokonaisuudesta? Miten eri osat tukevat toisiaan? Millainen on hyvä, mieleenpainuva esitys? Mikä on ryhmän jäsenten unelmanäkymä tulevaisuudesta?

NY 24h -leiri

LIITE: Hyvä esitys

Leirin päätöspamauksessa päästään viimein estradille. Oman ryhmän esitykseen kannattaa valmistautua huolella. Seuraavaksi esitellään jouhevasti etenevän esityksen kulku. Esimerkkinä käytetään Lampun perheen yritystä (Katso malli-ppt: Lamppu NY – Välähtävää toimintaa!)

1. Aloita mieleenpainuvasti

Esitys kannattaa aloittaa pienellä tarinalla, kysymyksellä tai hausalla kuvalla. Näin kuulijat saadaan keskittymään esitykseen ja esitys vaikuttaa kiinnostavalta.

2. Kerro aiheesi

Aloituksen jälkeen kannattaa nopeasti kertoa mitä esitys koskee. Malliesityksessä yrityksen tuote on aurinkokennolla toimiva varjostin.

3. Esittele yrityksen nimi ja jäsenet

Ennen yksityiskohtaista tuotteen esittelyä on hyvä esitellä ryhmän jäsenet sekä kertoa lyhyesti mitä kukin jäsen osaa erityisen hyvin. Taitoja voivat olla esim. piirtäminen, laskeminen ja ideointi. Kertokaa myös ryhmän/yrityksen nimi.

4. Esittele tuote

Seuraavaksi esitellään tarkemmin yrityksen tuote tai idea, jonka haluatte kuulijoiden ostavan. Kuvailkaa mikä tuote on ja miten se toimii. Kannattaa myös kertoa miksi tuote on hyvä ja käyttökelpoinen. Malliesityksessä aurinkokennovarjostin säästää sähköä ja näin luontoa.

5. Kerro, ketkä ovat asiakkaita

Kertokaa kenelle tuote sopii ja miksi. Asiakkaita ovat ne jotka tuotteen ostavat vai sitä käyttävät. Esimerkiksi mainoksissa yleensä kehutaan tuotetta ja sen lisäksi kerrotaan kenelle tuote sopii (nuorten vaatteet, himopelaajan joystick, urheilijan sukat jne.).

6. Kerro tuotteen hinta

Kertokaa mitä tuote maksaa ja mistä tuotteen hinta muodostuu. Hinta voi muodostua valmistamisesta, tuotteeseen tarvittavista osista tai jos kyseessä on palvelu, tekijän palkasta.

7. Lopeta esitys ja kiitä

Kiittäkää kuuntelijoita mielenkiinnosta. Kysykää kuulijoilta onko heillä kysymyksiä tai pyydä kuulijat esityksen jälkeen käymään, jolloin voit kertoa tuotteesta heille tarkemmin.

Muistakaa harjoitella esitys ennen estradille astumista!

NY 24h -leiri

Leijonan luola

Huom!

Rastin voi toteuttaa, vaikka ulkopuoliset leijonat eivät pääsisikään leirille. Toteuttakaa rasti valitsemalla toisten tiimien leiriläisiä tai tuutoreita ”leijoniksi” antamaan palautetta.

Tavoitteet

Tavoitteena on, että nuoret uskaltavat esittää oman, keskeneräisen ideansa vieraille ihmisille, jotka kommentoivat ideaa. Tavoitteena on opetella kertomaan yrityksen ideasta yksinkertaisesti sekä saamaan palautetta ideaan. Palautteesta on hyötyä jatkokehittelyn sekä esiintymiseen.

Materiaalit

Tila, johon leijonat kokoontuvat, fläppitaulu tai tarvittaessa PowerPoint- esitysmahdollisuus

Toteutus

Suunnitelkaa leijonan luola-rastille oma kohta leirin ohjelmassa, esimerkiksi kello 17-18.30 välille. Jokainen ryhmä käy luolassa vuorollaan noin 6-10 minuutin ajan. Ohjeista ryhmä kertomalla rastin tavoite. Kannusta ryhmää pohtimaan etukäteen miten he esittelevät idean niin, että leijonat saavat ideasta realistisen kuvan. Ryhmän tehtävänä on siis harjoitella myyntipuhetta eli pitchausta ja esitellä sen hetkinen ideansa.

Ryhmällä on aikaa valmistella leijonan luolaan menemistä leirin alusta alkaen. Ideana on, että ryhmä vie leijonien arvioitavaksi senhetkisen idean. Leijonat antavat vinkkejä ideaan, esiintymiseen ja myyntipuheeseen.

Myyntipuhetta on hyvä valmistella hetki ennen leijonille esiintymistä.

Ohjeista ryhmää miettimään:

missä järjestyksessä ryhmä kävelee leijonien eteen

miten ryhmä esitellään

kuka aloittaa puheen ja kuka huolehtii tukimateriaalin näyttämisestä, miten pysytään aikataulussa (annettu aika esim. 2-3 minuuttia, joka on päätetty etukäteen)

Ryhmän esityksen jälkeen leijonat kommentoivat ideaa, kysyvät tarkentavia kysymyksiä ja antavat vinkkejä idean kehittämiseksi sekä palautetta ryhmän esiintymisestä (mikä oli hyvä, mitä voisi kehittää ja muita huomioita)

Lopuksi

Merkitse paperille mitä positiivisia asioita tai kehitettävää huomasit ryhmän työskentelyssä. Keskustele hetki rastista ja suorituksista ryhmän kanssa.