Interreg

Az Európai Unió
társfinanszírozásával

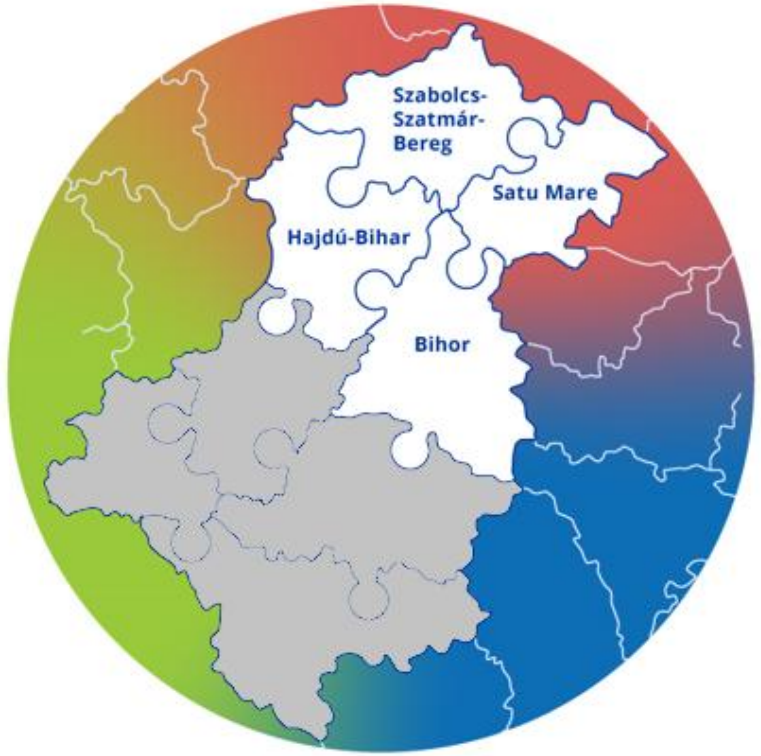
România - Magyarország

GOVERNMENT OF ROMANIA

MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

INSPIRE

Improving **N**etworks and **S**ervices to **P**romote
Innovative and **R**esilient **E**ntrepreneurship



Helyszín: Nyíregyháza & Oradea
Vállalkozói ismeretek workshop

interreg-rohu.eu


1
Vállalkozói mentalitás
2
Termék & szolgáltatás fejlesztés
3
Marketing és ügyfélszerzés
4
Emberi erőforrás és csapatépítés
5
Pénzügyi tervezés
6
Adminisztrációs útmutató
7
Prezentációs és pitch technikák
PROFIT
☺

”Az írás célja a gyenge ötletek feltupírozása, a rozoga érvelés ködösítése és az érthetőség akadályozása.”

Kázmér és Huba

Business Model Canvas

Alexander Osterwalder, 2008

Vizuális és gyorsan átlátható sablon
– tevékenységek összehangolása; kapcsolódási pontok, lehetséges kompromisszumok felfedezése

Key Partners

Key Activities

Key Resources

Value Propositions

Customer Relationships

Channels

Customer Segments

Cost Structure

Revenue Streams

Key Partners

Key Activities

Key Resources

Value Propositions

Customer Relationships

Channels

Customer Segments

Cost Structure

Revenue Streams

Ebből…



… ez



”Az éhség a legjobb szakács.
A rövid határidő a legjobb dizájner.”



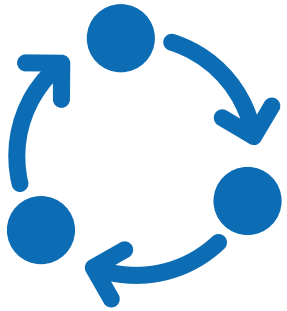
Szisztematikus mód a kreatív problémamegoldáshoz

Vonzó, Megvalósítható, Életképes



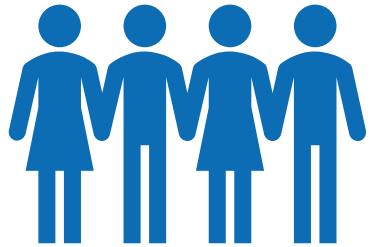
A felhasználóra koncentrál

A design gondolkodás arra koncentrál, hogy az embereknek mire van szükségük, mit akarnak, és azt nyújtja nekik.



Folyamatos továbbfejlesztés

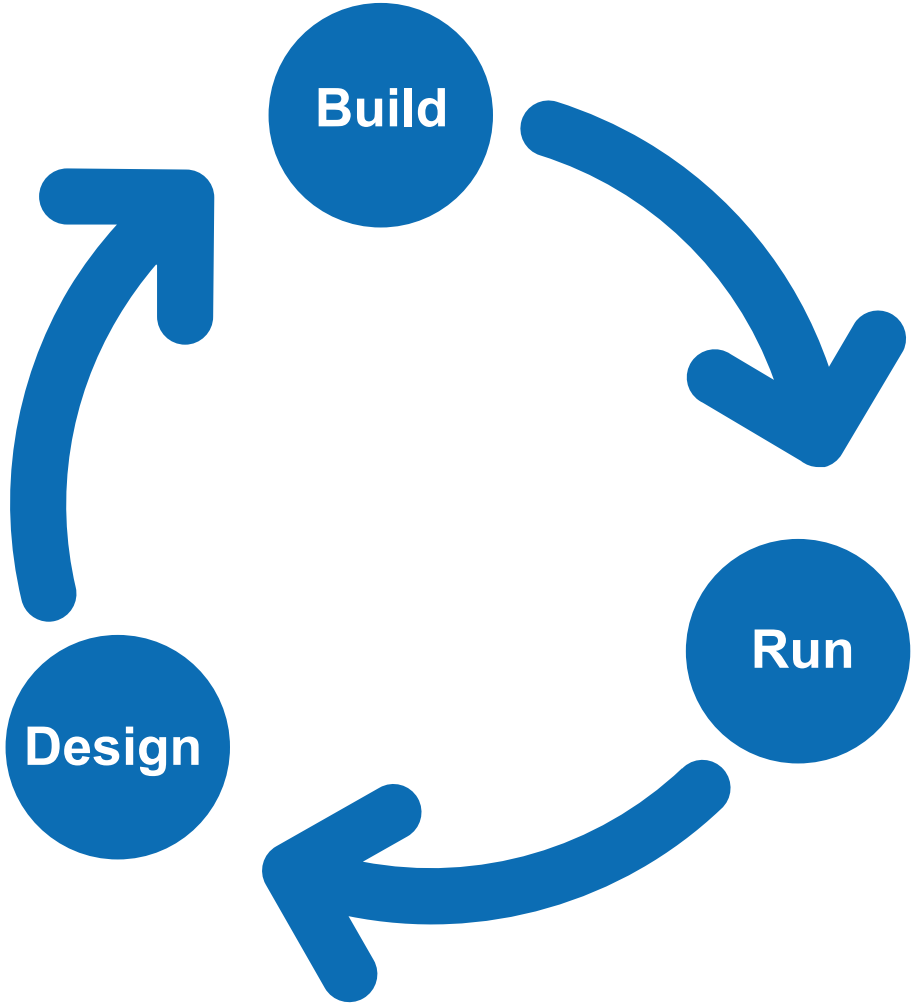
A design gondolkodás keretrendszerében minden prototípus. Ez azt jelenti, hogy bármi, bármikor változtatható és javítható a felhasználói reakciók alapján.



Sokszínű, döntésre jogosult teamek

Az értékesítők, a működésért, fejlesztésért, dizájnért felelősök – és különösen a felhasználók – bevonásával sokkal jobb eredményekre jut.

NEM lineáris!



Megismer

Kitalál

Megvalósít

Empathize



A célcsoport szükségleteinek **megértés**e

Define



A célcsoport fő problémáinak **megfogalmazás**a

Ideate



Innovatív megoldások gyűjtése – **mennyiség vs. minőség**

Prototype



Kézzel fogható megoldás
(a termék egészének – vagy egyes funkcióinak – leegyszerűsített verziója)

Test



Visszajelzések a célcsoporttól, a végtermék folyamatos finomítása

Megismer

Empathize



A célcsoport szükségleteinek **megértés**e

Define



A célcsoport fő problémáinak **megfogalmazás**a

Kitalál

Ideate

Innovatív megoldások gyűjtése – **mennyiség vs. minőség**

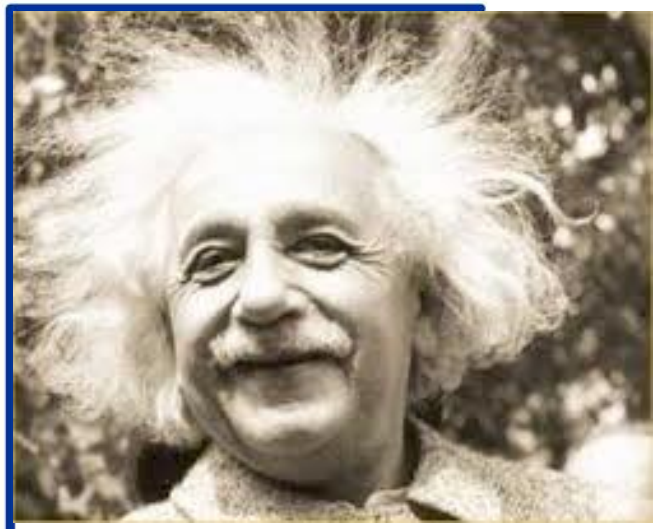
Megvalósít

Prototype

Kézzel fogható megoldás
(a termék egészének – vagy egyes funkcióinak – leegyszerűsített verziója)

Test

Visszajelzések a célcsoporttól, a végtermék folyamatos finomítása



“Ha lenne egy órám egy probléma megoldására, 55 percet azzal töltenék, hogy a problémán gondolkodok, 5 percet pedig azzal, hogy a megoldáson.”

Albert Einstein

“Minden problémára létezik egy olyan megoldás, ami világos, egyszerű és rossz.”

H. L. Mencken





Mi a probléma a probléma elemzéssel?

Ha **nem értjük meg a probléma lényegét**, a megoldás, amit kialakítunk, kudarcra van ítélve.
Általános tapasztalat, hogy **nem fektetünk elegendő időt és energiát a probléma elemzésére**. Azt gondoljuk, hogy ismerjük a problémát – valójában azonban nem.

Amikor először hallasz egy problémáról…

- … valószínűleg **nem a valódi probléma**
- … egész biztos, hogy **sokkal összetettebb**, mint amilyennek tűnik
- … a **túl egyszerű** megoldás **gyanús**
- … nem megoldható egyetlen zseniális megoldással – **számos egymást kiegészítő megoldásra van szükség**
- … nem megoldható anélkül, hogy **újabb problémák**at hoznánk létre

Középpontban a felhasználó

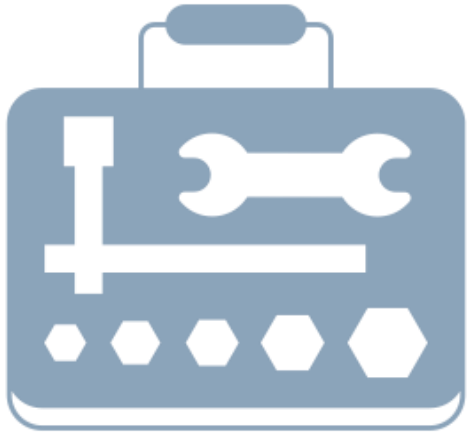
- Ne hagyatkozz csak arra, amit hallottál vagy olvastál!
- **Azonosítsd** és **vond be** az érintetteket a kezdetektől!
- Nézd meg a saját szemeddel – **találkozz és beszélgess** az emberekkel (de a passzív megfigyelés is nagyon hasznos lehet)!


PRO TIPP
A bizonyítékok, adatok, információk vizuális rendszerezése segíthet a probléma megértésében.
DEAD IN CAR ACCIDENT
SUDDEN DISMISSAL
AOK IN WIFES ACCOUNT
Follow THE MONEY
HE COULD NOT HAVE SEEN
REMOVED RACHEL FROM REPORT
LEAD DETECTIVE
FRING CREW
SECRET BANK ACCOUNTS
AT LARGE
GOLDEN MOTH CHEMICAL
METH SUPERLAB
1998
1991
2000
The Central City Tribune
NORA ALLEN MURDERED BY HUSBAND
amc HD

Eszközök, módszerek

Személyes interjú
(strukturált, nyitott beszélgetés stb.)

Helyszíni látogatás, vezetett túra



Felmérések, kérdőívezés

Megfigyelés

Benchmarking, szakirodalom kutatás

Folyamat modellezés

Problémafa

User story

User persona

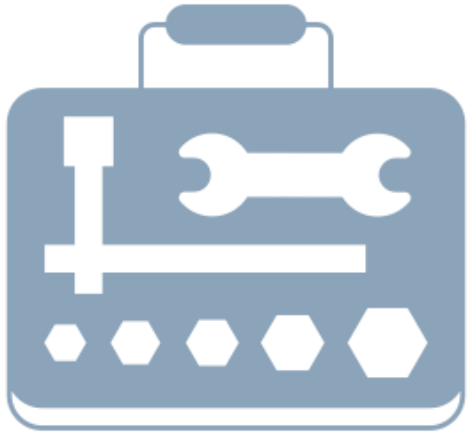
User journey

Eszközök, módszerek

Személyes interjú
(strukturált, nyitott beszélgetés stb.)

Helyszíni látogatás, vezetett túra

Felmérések, kérdőívezés



Megfigyelés

Benchmarking, szakirodalom kutatás

Folyamat modellezés

Problémafa

User story

User persona

User journey

User persona

Kitalált karakter, amely megtestesíti a célcsoportod jellegzetes tulajdonságait

- ❑ Fontos kerülni az általánosítást

Általános célcsoport → általános üzenet

- ❑ Szegmentálás

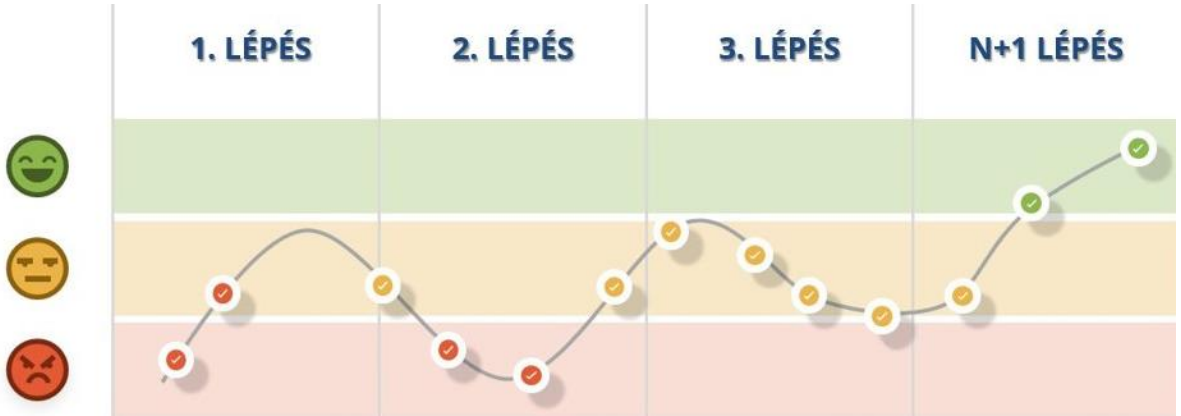
Cipők → sportolók → futók, túrázók, focisták...

- ❑ Prioritások felállítása



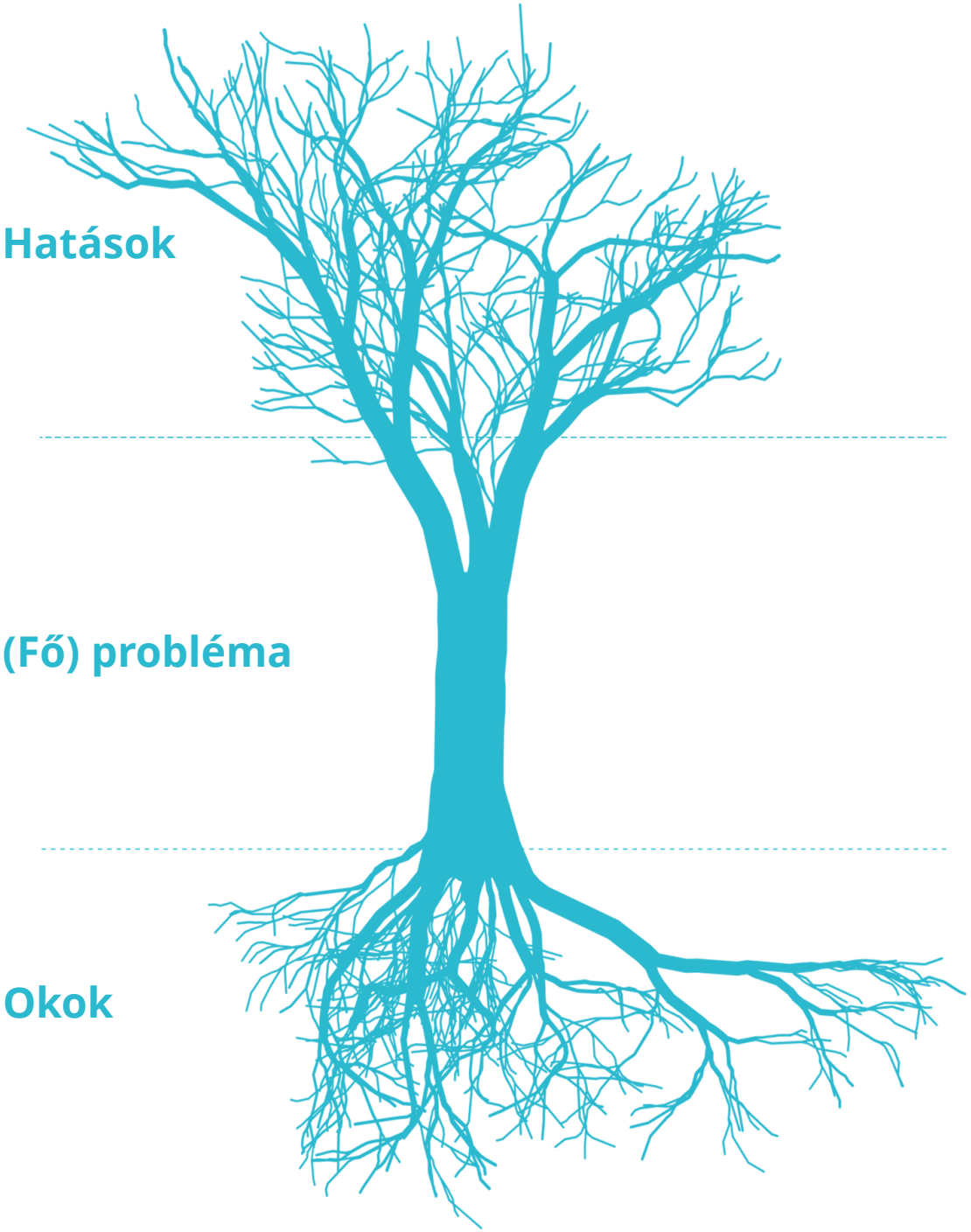
User journey

A teljes ”út” és minden tapasztalat, amit egy személy átél egy termékkel/szolgáltatással való interakció során





Problémafa



Miért?

(Fő) probléma

Felsőfokú tanulmányaik után a fiatalok nem térnek vissza a városba, máshol telepednek le.

Okok

Máshol vállalnak munkát.

Nem szeretik a várost.

Kevés minőségi munkahely

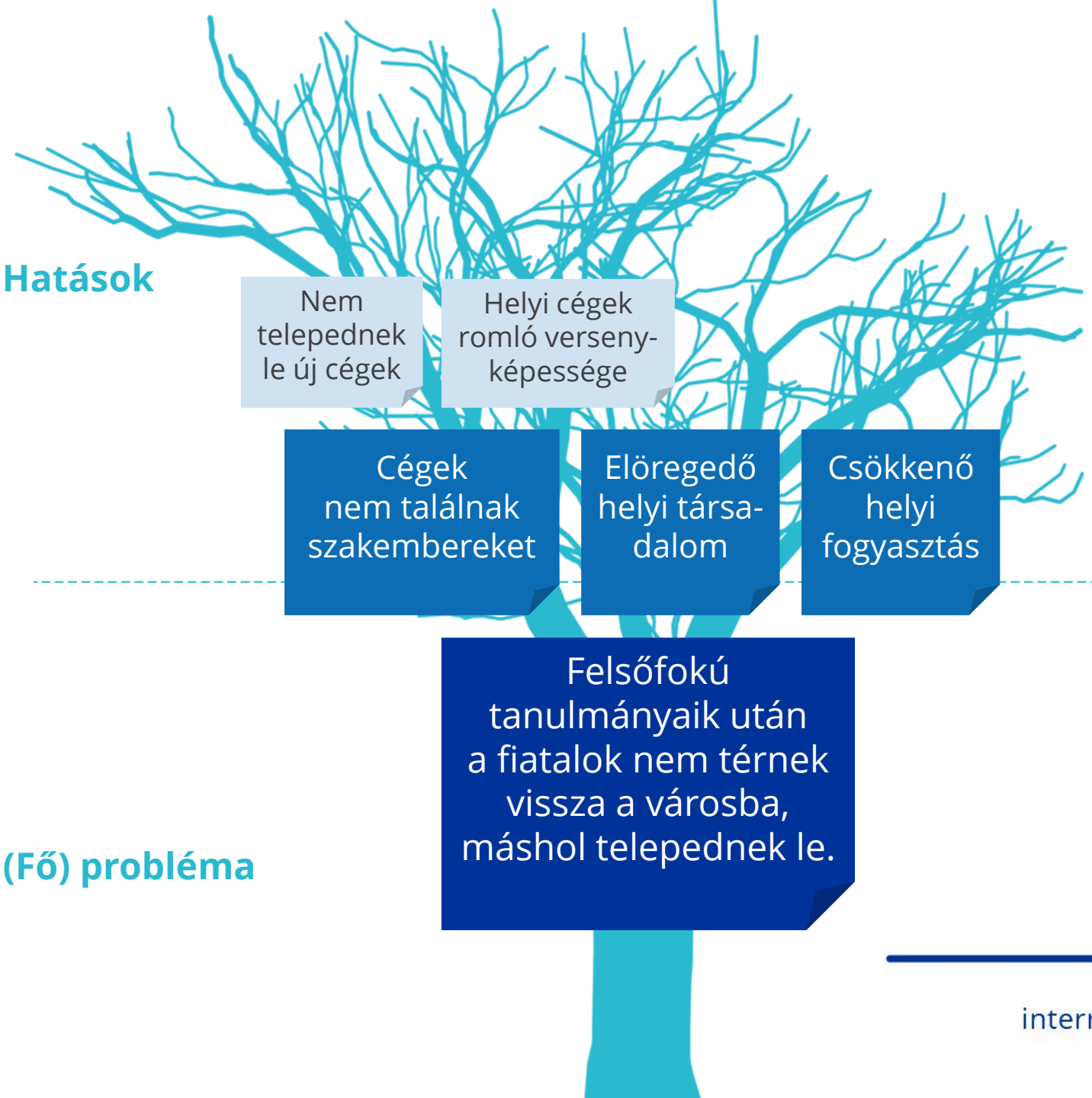
Alacsonyabb fizetés

Negatív város image

Kevés szórakozási lehetőség

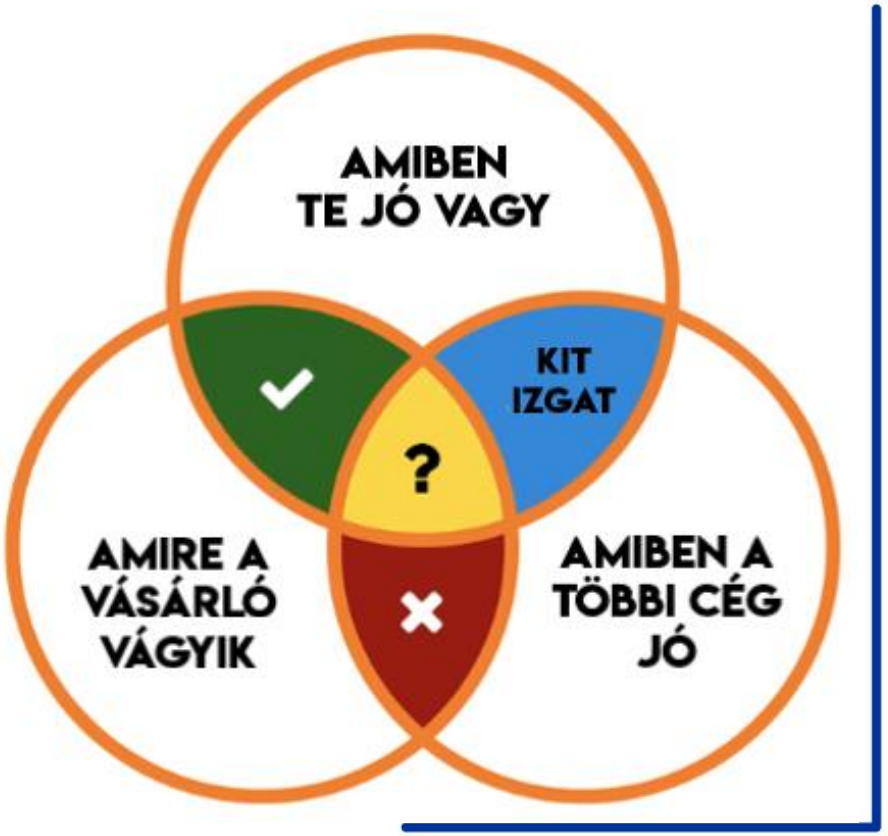
Egyhangú kulturális kínálat

És?


Hatások
Nem telepednek le új cégek
Helyi cégek romló verseny-képessége
Cégek nem találnak szakembereket
Elöregedő helyi társa-dalom
Csökkenő helyi fogyasztás
(Fő) probléma
Felsőfokú tanulmányaik után a fiatalok nem térnek vissza a városba, máshol telepednek le.

Értékajánlat

- Miért választaná az ügyfél a te megoldásodat valaki másé helyett?
- Milyen **alapvető érték**et közvetítesz az ügyfeleknek?



- Hogyan?

Megismer

Empathize

A célcsoport szükségleteinek **megértés**e

Megismer

Define

A célcsoport fő problémáinak **megfogalmazás**a

Kitalál

Ideate



Innovatív megoldások gyűjtése – **mennyiség vs. minőség**

Megvalósít

Prototype

Kézzel fogható megoldás
(a termék egészének – vagy egyes funkcióinak – leegyszerűsített verziója)

Megvalósít

Test

Visszajelzések a célcsoporttól, a végtermék folyamatos finomítása

Kreatív problémamegoldás



Kreatív problémamegoldás

Divergens → **Emergens** → **Konvergens**

Ötletbörze

”Fordított” ötletbörze

Az ötletbörze alapszabályai

- Ne minősíts – nem számít, hogy őrült vagy zseniális
- Építs mások ötleteire – *”de”* helyett *”és”*
- Koncentrálj a kiválasztott témára
- Dolgozz vizuálisan – digitálisan és/vagy anélkül
- A mennyiség számít – ”100 ötlet/óra”

”Fordított” ötletbörze

”Fordítsd ki” a problémát!

Hogyan tudnánk javítani a város megítélését?
→ Hogyan tudnánk rontani?

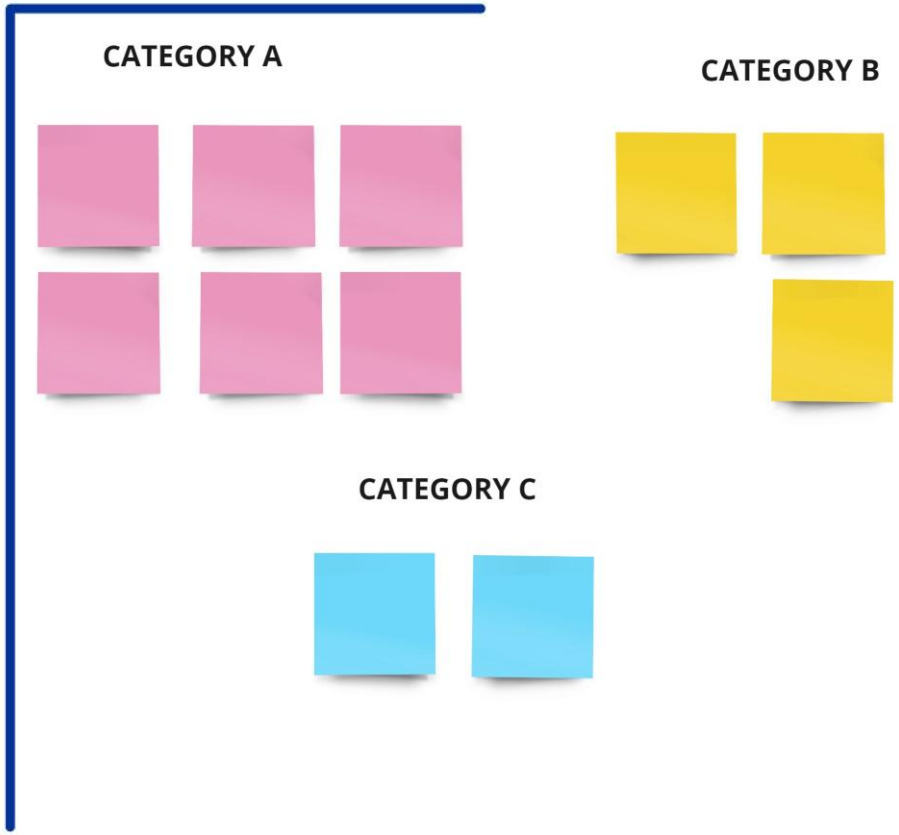


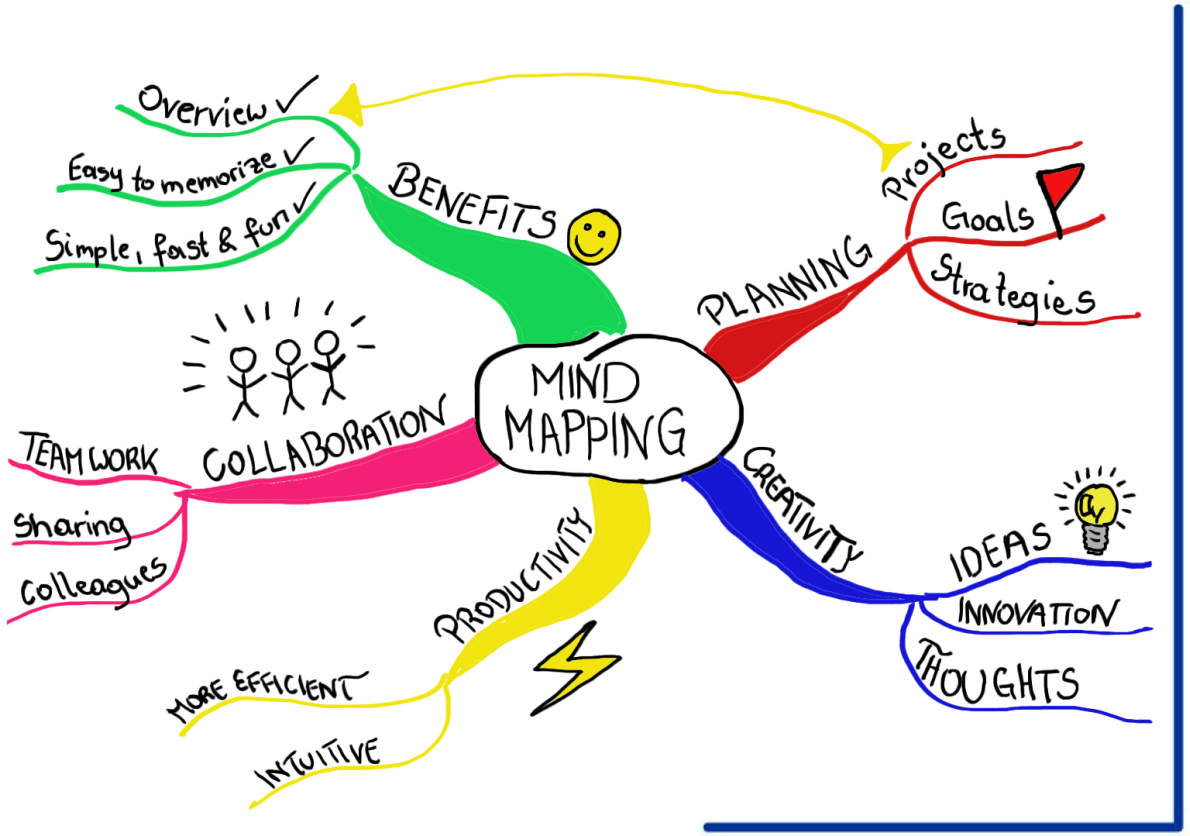
Kreatív problémamegoldás



Kategorizálás
Elmetérkép

Struktúra


CATEGORY A
CATEGORY B
CATEGORY C


MIND MAPPING
BENEFITS
Overview
Easy to memorize
Simple, fast & fun
PLANNING
Projects
Goals
Strategies
COLLABORATION
TEAM WORK
Sharing
Colleagues
CREATIVITY
IDEAS
INNOVATION
THOUGHTS
PRODUCTIVITY
MORE EFFICIENT
INTUITIVE

Kreatív problémamegoldás



”NUF”

Céltábla

Értékelés

Idea	New	Useful	Feasible
	5	10	8
	10	4	2

"PARKOLÓ"

FEJLESZTÉST IGÉNYEL

REÁLIS



Megismer

Empathize

A célcsoport szükségleteinek **megértése**

Kitalál

Define

A célcsoport fő problémáinak **megfogalmazása**

Ideate

Innovatív megoldások gyűjtése – **mennyiség vs. minőség**

Megvalósít

Prototype



Kézzel fogható megoldás
(a termék egészének – vagy egyes funkcióinak – leegyszerűsített verziója)

Test



Visszajelzések a célcsoporttól, a végtermék folyamatos finomítása

Miért?

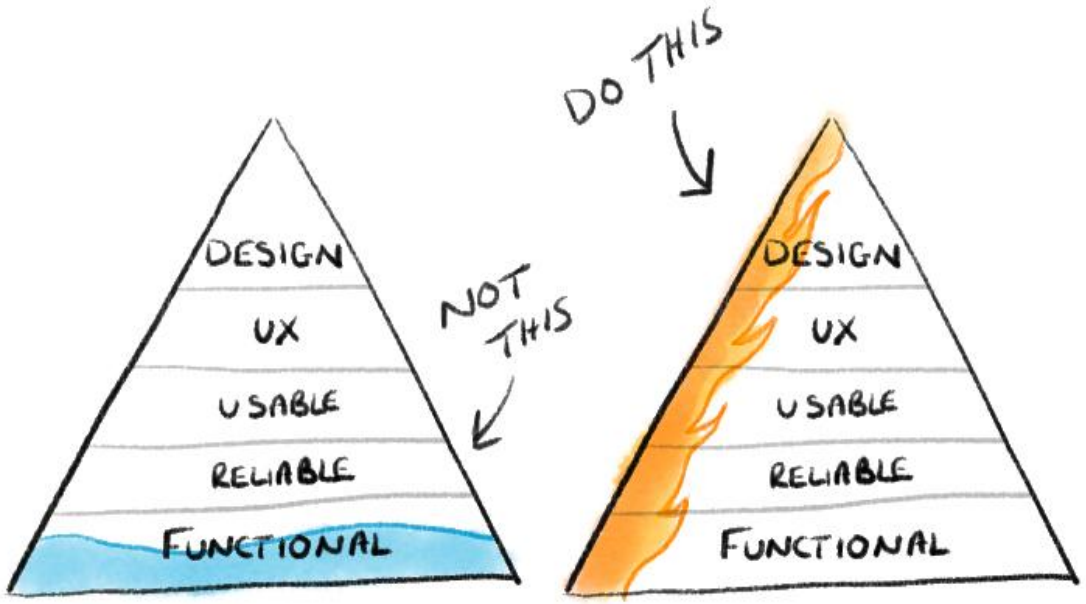
- ❑ Felhasználó-központú tervezés
- ❑ Problémák azonosítása a fejlesztés korai szakaszában – idő- és erőforrás hatékonyság
- ❑ Hipotézis/ötlet validálása

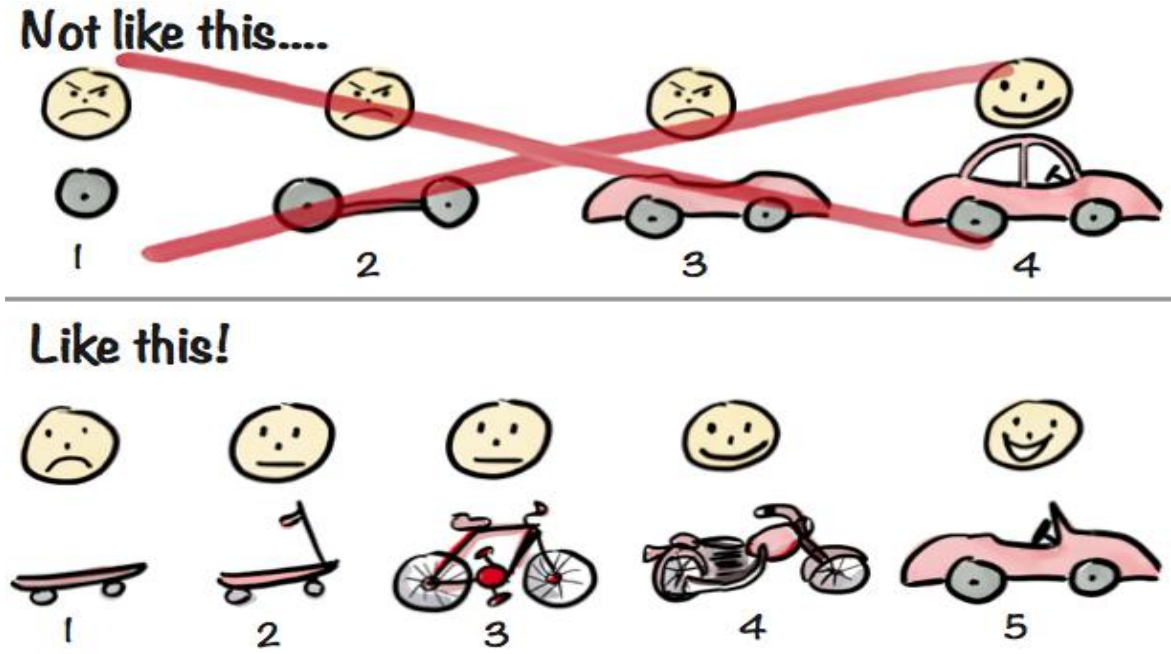
Felhasználók igényeinek és elvárásainak megfelelő termék/szolgáltatás



Mi a prototípus?

MVP (**M**inimum **V**iable **P**roduct) – a termék/szolgáltatás azon változata, amely már **elegendő funkció**val **és egyéb jellemző**vel (pl. dizájnelemek) rendelkezik ahhoz, hogy a potenciális vásárlók használhassák, és visszajelzést adhassanak a további fejlesztéshez





Lo-Fi vs. Hi-Fi



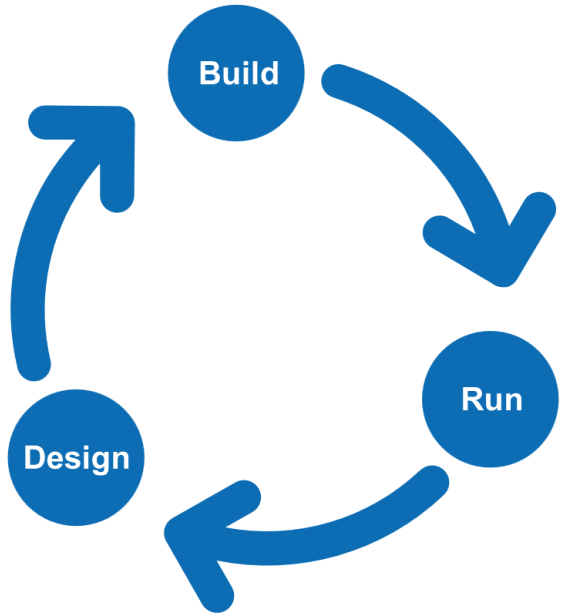
- Vázlat, rajz
  (építészeti tervek!)
- Folyamat vizuális
  bemutatása – storyboard
- Felhasználó felület terve
  papíron (fejlesztés előtt)
- Fizikai modell

Hogyan?

- ❑ Világosan meghatározott célok és egyértelmű fókusz, DE egyensúlyban a minél **sokrétű**bb **vélemények** begyűjtésével

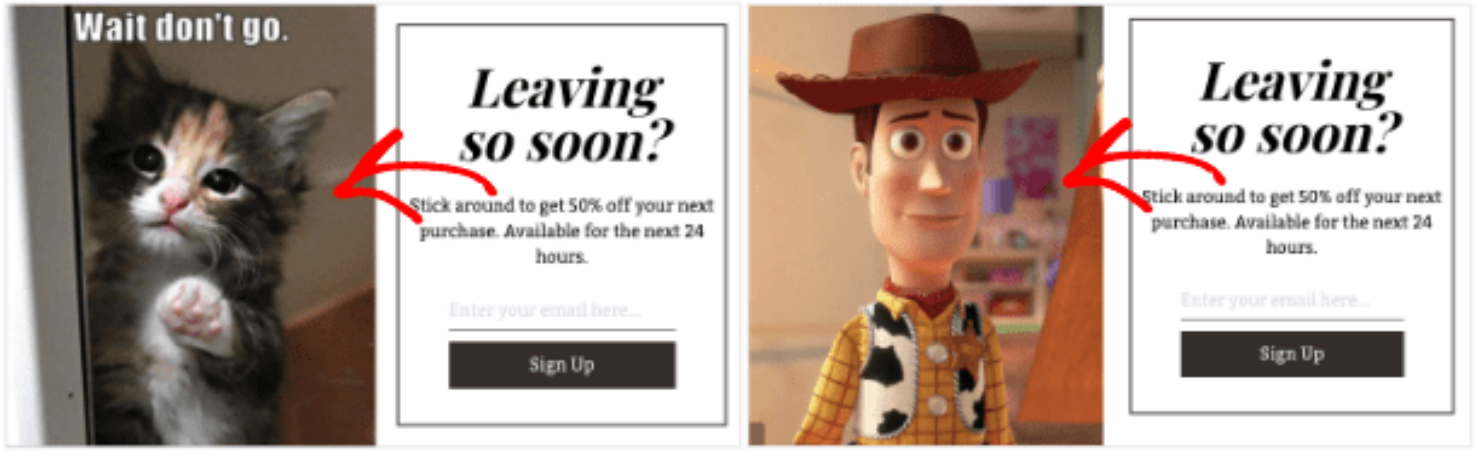
Lehetőséget kell adni a **kötetlen vélemények** kifejezésére is – ha csak azt kérdezzük meg, hogy jó-e a termék csomagolása, akkor a vásárló csak az azzal kapcsolatos benyomásait tudja majd megosztani.

- ❑ Célcsoport **reprezentatív** bevonása
- ❑ **Rendszeres** tevékenység, beépítve a fejlesztési folyamatba



Példák

- **Kereslet** tesztelése – Airbnb
- **Működés** tesztelése – weboldalak, appok, videójátékok
- A/B (split) tesztelés – **több verzió** összehasonlítása



- Fókuszcsoportos tesztelés – **beszélgetés**, kvalitatív input
- ...

Interreg

Az Európai Unió társfinanszírozásával

GOVERNMENT OF ROMANIA

MAGYARORSZÁG KORMÁNYA

România - Magyarország







PROJEKT NEVE	Improving Networks and Services to Promote Innovative and Resilient Entrepreneurship (INSPIRE)
PROJEKT KÓD	ROHU00283
SZERZŐ(K)	Hálózat a Regionális Fejlesztésért Alapítvány (HÁRFA)
KÖZZÉTÉTEL DÁTUMA	2025. szeptember

A projektet az Európai Unió az Interreg Alapból támogatja, Románia és Magyarország társfinanszírozásával.
Az anyag tartalmáért a szerző(k) felelős(ek).

Köszönjük a figyelmet!

Jelen prezentáció tartalma nem feltétlenül tükrözi az Európai Unió hivatalos álláspontját.