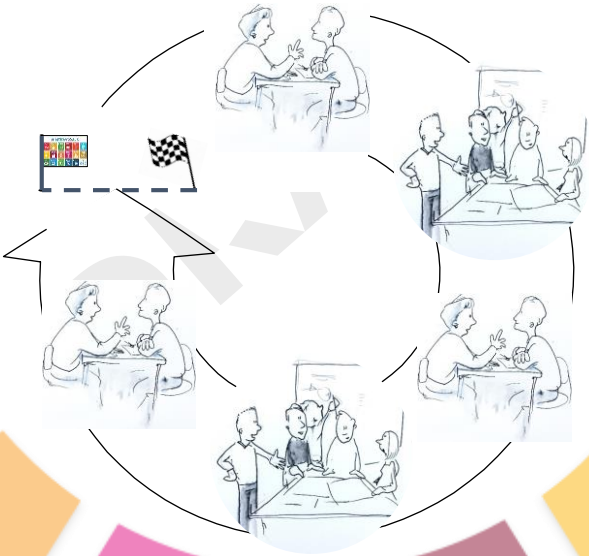
Partner na implementaciji

Deloitte.

SDG Accelerator
Set alata



Uvod

Format

Ovaj set alata je dizajniran za facilitatora koji vodi jednu ili više kompanija kroz SDG inovacijsko putovanje.

Pet faza

SDG inovacijsko putovanje počinje sa detaljnim definiranjem SDG problema kojeg kompanija želi riješiti i završava sa planiranjem kako će kompanija integrirati novo rješenje u poslovne operacije. Inovacijsko putovanje sastoji se od pet faza, uključujući tri sastanka jedan na jedan sa svakom kompanijom i dvije zajedničke radionice sa svim kompanijama, kao i globalnim stručnjacima UN-a, drugim stručnjacima, relevantnim poslovnim partnerima i investitorima.

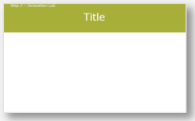
DRAFT

Uvod

Kako koristiti alate

Alati:

Ključni



Dodatni

Alati u ovom setu prate red prezentiran u Blueprint-u.

Ključni alati su prezentirani u setu alata sa tamnijim naslovom i dodatnim alatom koji također mogu pomoći u napretku rješenja, te su označeni svjetlijim naslovom sa tamnije obojenim trouglovima sa obje strane (prema ilustracijama sa desne strane).

Facilitatori i kompanije su ohrabreni da provedu najmanje predloženo vrijeme na ključne alate, jer su to često vježbe koje zahtijevaju najviše vremena da se odrade ispravno.

Facilitatori i kompanije mogu potražiti inspiraciju u dodatnim alatima kada postoji potreba za detaljnijim radom u određenim temama. Prirodno, alati se također mogu koristiti različitim redom ili biti zamijenjeni sa drugim alatima, ukoliko je to relevantno.

Facilitator bi uvijek trebao koristiti svoje iskustvo i prosuđivanje da odluči koje adekvatne vježbe će koristiti sa datom kompanijom u datoj situaciji.

DRAFT

Osnove radionica

Obzirom da je SDG Accelerator baziran na pet ključnih radionica, u nastavku je ponuđeno nekoliko generalnih savjeta i trikova.

1. Prilikom primjene alata, smjernica i uputa u ovom setu alata, imajte na umu da ćete možda trebati biti fleksibilni i razmijeniti ili mijenjati vježbe.

2. Da bi radionica bila zabavna i zanimljiva, bitno je da osobe znaju imena jedni drugima, pa ako članovi tima ne poznaju jedni druge, uvijek započnite sa krugom upoznavanja.

3. Post-it ceduljice su ključna komponenta svake radionice. Tri stvari treba imati na umu sa ceduljicama su sljedeće:

   - Samo jedna ideja/poenta ide na svaku ceduljicu. Ako stavite više, ne možete ih razdvojiti i pomjerati okolo. Stoga, koristite različite ceduljice.

   - Uvijek odljepljujte ceduljice sa bloka sa strane. Ako povučete odozdo prema gore (kao što većina ljudi radi), tada se lakše odljepljuju sa zida i lakše spadaju.

   - Pišite čitke, jasno vidljive riječi. I koristite markere umjesto normalnih hemijskih olovaka ukoliko je moguće, jer su lakše čitljive.

4. Ako trebate napraviti brze prioritete stavki, koristite vježbu glasanja tačkom (okrugle naljepnice ili oznake markerom). Svako dobije 3-5 glasova koje mogu primijeniti na ideje koje misle da su najbolje/najbitnije. Odaberite top 1-3 koje imaju najviše glasova.

DRAFT

1. Korak

Definiranje problema i odabir ideje

Agenda radionice i alati

1. Predstavljanje učesnika (uključujući prezentaciju kompanije)

2. Razumijevanje Ciljeva održivog razvoja (SDG-ova) – uvod u ciljeve i podciljeve (prezentacija)

3. Brainstorm-anje problema i ideja (alatka dostupna)

4. Prioritiziranje ideja (alatka dostupna)

5. Case for change (alatka dostupna)

6. Priprema za 2. Korak: Odabrati ideju prije laboratorije za inovacije

DRAFT

Brainstorm-anje problema i ideja

Pregled

SDG kartice prilika se koriste kao inspiracija za definiranje potencijalnih problema koji su relevantni za rješavanje i idejnu zamisao.

40 min

Post-it ceduljice, SDG kartice prilika, markeri

Upute

1. Inside-out brainstorming

Fokus na potencijalne probleme unutar kompanije, njen lanac vrijednost, tržište, resurse i sposobnosti. Zabilježite sve što smatrate relevantnim za dalje istraživanje. Budite otvorenog uma, u ovom trenutku, ne postoji takva stvar kao što je loša ideja – kvalitet brainstorming-a dolazi od količine ideja.

2. Outside-in brainstorming

Potražite sve SDG kartice prilika koje mogu biti relevantne za kompaniju. Okrenite jednu po jednu karticu. Grupa razmatra ideje i prezentira sugestije da riješi (dio) izazova. Sugestije također mogu biti povezane sa srodnim izazovima.

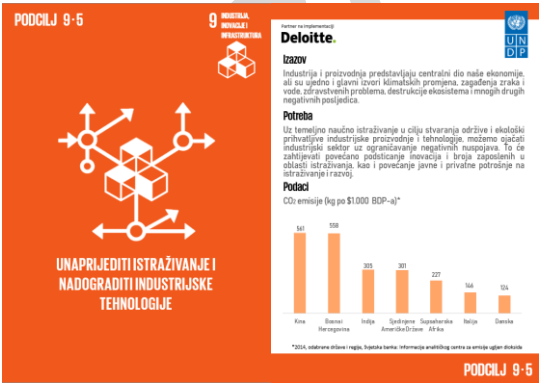
Pitajte pažljivo odabrana pitanja:

- Kako je ovaj izazov relevantan za kompaniju?
- Na koje načine se izazov može riješiti?
- Koje poslovne prilike to predstavlja?
- Da li možete riješiti ovaj izazov ako uspostavite partnerstvo sa xxx?

DRAFT

Brainstorm-anje problema i ideja

Primjeri SDG kartica prilika



Prioritiziranje ideja

Pregled

Napravite prioritete i potražite ideje sa najvećim uticajem na poslovanje i SDG-ove.

30 min

Post-it ceduljice, markeri

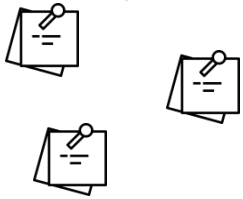
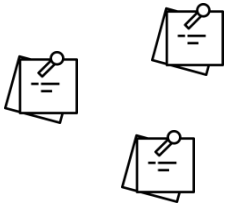
Upute

1. Napišite sve ideje na post-it ceduljice kao na tabeli ispod.

2. Ostavite sa strane ideje da nisu dobro prilagođene za SDG inovacijsko putovanje, npr. neke ideje će biti previše izravne za kompaniju da napreduje sama. To može biti razlog za izdvajanje ideje kao neodgovarajuće za nastavak u ovom procesu.

3. Diskutirajte razloge za prioritiziranje određenih ideja umjesto drugih.

DRAFT

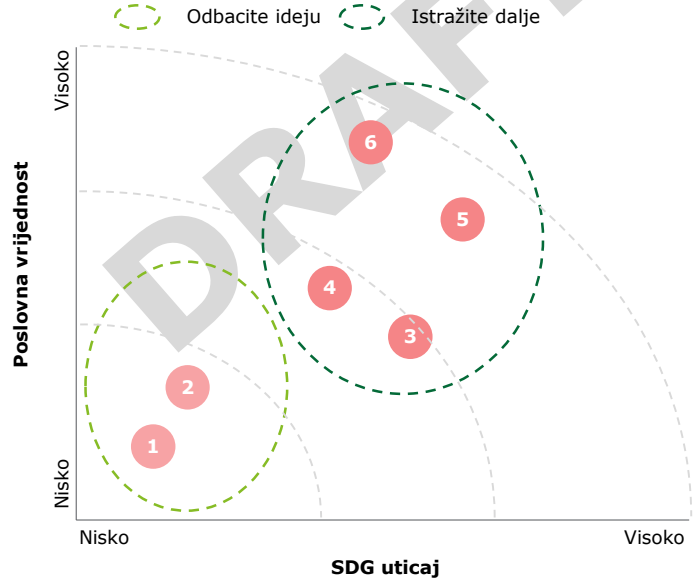
Dobre ideje	**Dobre ideje koje se uklapaju sa SDG Inovacijskim putovanjem**
	

Prioritiziranje ideja

4. Prioritizirajte sve ideje u matricu prioriteta, procjenjujući potencijalni SDG uticaj naspram poslovne vrijednosti.

5. Diskutirajte razloge pozicioniranja svake ideje na određeno mjesto unutar matrice.

Matrica prioriteta



DRAFT

Case for change

Pregled

Koristite case for change formu za početak formiranja i kvalifikovanja odabranih ideja.

30 min

Markeri, Case for change forma

Upute

1. U zavisnosti od veličine grupe i broja prioritiziranih ideja, različiti pristupi se mogu koristiti.
- Ako imate jednu ideju i malu radnu grupu: Popunite case for change (vidite korak 2).
- Ako imate jednu ideju i veliku radnu grupu: Podijelite grupu u manje radne grupe. Dodijelite jednu ili dvije ideje za svaku radnu grupu.

2. Za svaki od četiri tekstualna okvira u formi, dopunite rečenice inicirane naslovom koliko god je moguće u ovoj fazi.
- Koristite trenutno znanje i informacije da ispunite formular.
- Poslovna vrijednost i predviđeni SDG uticaj ne moraju biti kvantifikovani u ovom stadiju – identifikacija ključnih pokretača je dovoljna.

3. Od ovog trenutka do laboratorije za inovacije, kompanija bi trebala nastaviti usavršavati case for change. Detalje o razmišljanjima iza ideje i njenom potencijalu je bitno zabilježiti za pripremu laboratorije za inovaciju i za odabir ispravne ideje za fokus tokom ostatka inovacijskog putovanja.

DRAFT

Case for change

Case for change forma

Ideja je…

..što rješava problem…

Poslovna vrijednost ideje je…

...Sa prognoziranom dobiti, i doprinosi uticaju SDG na društvo, ljude, i/ili okoliš

DRAFT

2. Korak

Laboratorija za inovacije: Put od problema do rješenja

Agenda i alati

1. DAN

1. Case for change
2. Platno poslovnog modela
3. Razumijevanje ključnih dionika
4. Segmentacija korisnika
5. Kriteriji za rješenje
6. Skiciranje 3 rješenja
7. Sounding board i stručne radionice
8. Prijedlog vrijednosti
9. Procjena SDG uticaja
10. Popunjavanje platna poslovnog rješenja

DRAFT

Agenda i alati

2. DAN

11. Ponovno vraćanje na prijedlog vrijednosti

12. Definiranje tržišnog potencijala za rješenje

13. Definiranje modela izvora prihoda i strukture troškova

14. Provjera realnosti

15. Finaliziranje platna poslovnog modela

16. Lista pretpostavki

17. Uspostavljanje plana testiranja i određivanje narednih koraka

18. Dogovor o narednim koracima

DRAFT

Case for change

Pregled

Vratite se nazad na case for change koji je razvijen i kvalificiran od strane kompanije prije Laboratorije za inovacije.

15 min

Case of change, flipchart, markeri

Upute

1. Osvrnite se na case for change formu dorađenu u periodu od zadnjeg sastanka.

Diskutirajte ideju pitajući specifična pitanja:

- Koje su promjene urađene?
- Koje su se nove refleksije i saznanja?
- Koja razmatranja su relevantna da se uključe u proces?

U SDG inovacijskom putovanju, svaka kompanija radi na usavršavanju samo jedne ideje da bi se osigurali fokusirani napredak i rezultati.

DRAFT

Case for change

Case for change forma

Ideja je...

Ideja rješava problem...

Poslovna vrijednost ideje je...

Prognozirana dobit, i doprinos uticaju SDG-ova na društvo, ljude, i/ili okoliš je...

DRAFT

Platno poslovnog modela

Pregled

Uvedite platno poslovnog modela kao sveukupni okvir za laboratoriju za inovacije.

10 min

Platno poslovnog modela

Upute

1. Uvedite platno poslovnog modela
Prođite kroz svako područje na platnu. Objasnite kako se različiti alati koriste u ovom koraku SDG inovacijskog putovanja te funkcionišu u kombinaciji sa platnom. Platno bi trebalo biti redovno ažurirano da reflektuje nova saznanja i napredak koji je ostvaren tokom samog procesa.

U mjeri u kojoj je to moguće, platno bi trebalo biti popunjeno rečenicama koje se lahko mogu razumjeti. Ako su to samo riječ ili dvije, bit će teže za druge osobe da razumiju poslovni model/rješenje.

2. Objasnite proces
Objasnite program i ciljeve Laboratorije za inovaciju, npr. tri ishoda 1) platno poslovnog modela 2) plan testiranja, koji uključuje 3) raspodijeljene odgovornosti za vođenje implementacije projekta nakon Laboratorije za inovaciju.

DRAFT

Platno poslovnog modela

Platno poslovnog modela

Ključni partneri / dobavljači

Ko su naši ključni partneri?

Ko su naši ključni dobavljači?

Koje ključne resurse stičemo od partnera?

Koje ključne aktivnosti partneri obavljaju?

Ključni procesi i aktivnosti

Koje ključne aktivnosti zahtijeva naš prijedlog vrijednosti?

Naši kanali distribucije?

Odnosi sa kupcima?

Tokovi prihoda?

Ključni resursi

Koje ključne resurse naš prijedlog vrijednosti zahtijeva?

Naši kanali distribucije?

Odnosi sa kupcima?

Tokovi Prihoda?

Prijedlog vrijednosti

Koju vrijednost mi isporučujemo korisniku/klijentu?

Koji od problema našeg korisnika mi pomažemo riješiti?

Koji paket proizvoda i usluga mi nudimo za svaki segment kupaca?

Koje potrebe kupaca mi zadovoljavamo?

Kojim drugim dionicima mi donosimo vrijednost i na koji način to odrađujemo?

Odnosi s kupcima

Koji tip odnosa kupac očekuje da ostvarimo i održavamo s njim?

Kakvi odnosi su se već uspostavili?

Koliko su iziskivali troškova?

Kanali

Putem kojih kanala želimo doprijeti do korisnika?

Kako trenutno dopiremo do njih?

Kako su naši kanali integrirani?

Segmenti kupaca

Za koga mi kreiramo vrijednost?

Ko su naši najbitniji segmenti?

Koje su njihove karakteristike?

Izvor prihoda

Za koju vrijednost su naši korisnici spremni da plate?

Za kakvu vrijednost oni trenutno plaćaju?

Koliko svaki tok prihoda doprinosi ukupnim prihodima?

Struktura troškova

Koji su najbitniji troškovi obuhvaćeni našim poslovnim modelom?

Koji ključni resursi su najskuplji?

Koje ključne aktivnosti su najskuplje?

SDG uticaj

Kako naše rješenje doprinosi Ciljevima održivog razvoja (SDG-ovima)?

Postoje li negativni uticaji?

Koliko su značajni pozitivni i negativni uticaji?

Na koje SDG podciljeve naše rješenje utiče pozitivno?

DRAFT

Razumijevanje ključnih dionika

Pregled

Uspostavite pregled dionika koji posjeduju udio u problemu. Odredite prioritet onoga ko ima koristi od pronalaženja rješenja za problem.

20 min

Flipchart, markeri, hemijske olovke

Upute

1. Definirajte sve ključne dionike

Napišite problem na sredinu flipchart-a. Definirajte sve dionike koji su obuhvaćeni problemom i zabilježite ih na ploči. Kupac koji plaća rješenje je uvijek najbitniji dionik.

Pitajte specifična pitanja:

- Koji su ključni dionici uključeni u problem?
- Trenutno, ko predstavlja barijeru ka rješavanju problema, npr. kupac, korisnik, partneri?
- Ko mora biti uključen u proces rješavanja problema?

2. Grupirajte i nacrtajte poveznice

Za svakog dionika, definirajte njihov udio u problemu i njihovu međusobnu povezanost, crtajući crtu poveznicu između njih. Ako je moguće, grupirajte dionike.

Pitajte specifična pitanja:

- Koju ulogu konkretni dionik igra?
- Kako dionik utiče na problem?
- Kako bi dionici trebali biti grupirani, ukoliko je to relevantno?

DRAFT

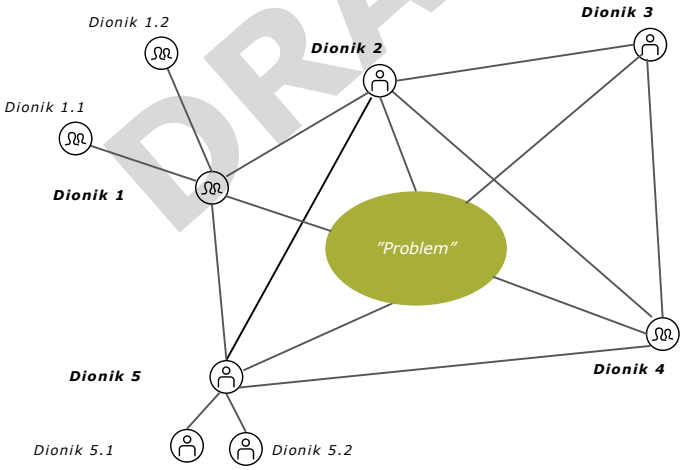
Razumijevanje ključnih dionika

3. Prioritizirajte dionike
Identificirajte koji dionici su kritični/ključni za rješavanje problema i nacrtajte krug oko njih. Napravite prioritet dionika na osnovu bitnosti.

Pitajte specifična pitanja:

- Koji dionici **moraju biti** uključeni da bi uspjeli, npr. korisnici, kupci, partneri?
- Koji dionici su bitni, ali ne i kritični za rješavanje problema (mogu biti direktno povezani sa problemom ili indirektno kroz uticaj na druge dionike)?

DRAFT



Segmentacija kupaca

Pregled

Definirajte kupca i zumirajte specifični segment kupaca prema kojima je rješenje usmjereno.

20 min

Flipchart, markeri, hemijske olovke

Upute

1. Na osnovnu definiranih ključnih dionika, sada identificirajte i kupce

U najjednostavnijim slučajevima, kupac plaća, koristi i beneficira od izvršenog posla/zadatka, koji rješava problem. Napomena: U određenim slučajevima kupac može biti različit od korisnika, te onaj koji će imati koristi od rješavanje problema može biti različit od korisnika.

Pitajte specifična pitanja:

- Za koga rješavamo ovaj problem? Ko ima koristi od izvršenja posla/zadataka koji rješavaju problem (korisnik može biti jedna ili više osoba)?
- Ko je naš korisnik? Ko koristi rješenja za naš problem?
- Ko je kupac? Ko plaća za izvršenje posla/zadatka?

DRAFT

Segmentacija kupaca

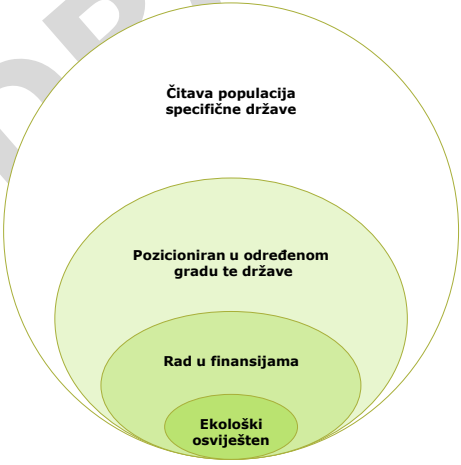
2. Definirajte specifične segmente kupaca
Nakon što je korisnik identifikovan, počnite sa definiranjem konkretnih segmenata kupaca koji bi vrednovali rješavanje problema. Pokušajte biti što više specifični i detaljni.
Kvalitete dobre segmentacije kupaca su:

- Specifičnost
- Značajnost
- Dostupnost

Pravilo palca: ako je moguće identificirati fizičku lokaciju gdje se može pristupiti određenom segmentu kupaca, onda je segmentacija dovoljno specifična.
Segmentacija može biti dalje testirana i dorađena kada počnete interakciju sa kupcem.

DRAFT

Inspiracija:



Kriteriji za rješenje

Pregled

Definirajte ključne profile kupaca i odredite kriterije dizajna za rješenje.

20 min

Flipchart, markeri, olovke

Upute

1. Razvijte profil(e) korisnika i kriterije dizajna

Koristeći formu, prvo identificirajte ključni posao/zadatak ili druge ključne izazove koje korisnik želi da riješi u relaciji sa problemom. Nakon toga, identificirajte patnje i dobrobiti vezane za zadatak/posao.

Patnje: Koji su trenutni izazovi koje kupac ima? Šta trenutno nervira kupca? Šta je to što iziskuje previše energije za kupca? Mogu biti funkcionalne, društvene ili čak emocionalne prirode.

Dobrobiti: Identificirajte kakve vrste beneficija kupac traži. Kao i patnje, dobrobiti mogu biti funkcionalne, društvene ili emocionalne prirode.

2. Kriteriji za rješenje

Definirajte koji kriteriji su najbitniji za razradu rješenja. Oni su ključni za dizajniranje rješenja.

3. Ako drugi ključni dionici postoje sa strane kupca, ponovite prvi korak.

DRAFT

Kriteriji za rješenje

Profil korisnika i kriteriji za rješenje

Profil kupca

Dobici...

- Gain 1
- Gain 2
- Gain 3
- Gain 4

Nedostaci...

- Pain 1
- Pain 2
- Pain 3
- Pain 4

Kriteriji rješenja...

... su najbitniji dobici i nedostaci, koji moraju biti adresirani kroz dizajn rješenja

DRAFT

Skiciranje tri rješenja

Pregled

Skicirajte i definirajte minimalno 3 različita rješenja da osigurate da ste pokrili sve moguće načine za rješavanje problema.

45 min

Flipchart, markeri, hemijske olovke

Upute

1. Brainstorm-ajte i skicirajte načine da riješite problem
Rješenja mogu biti proizvodi, usluge ili proces. Pitajte specifična pitanja da podstaknete razmatranja različitih rješenja koja adresiraju identificirane patnje i dobrobiti.

1. Kako možemo adresirati problem na različite načine a i odraditi zadatak?
2. Da li da dizajniramo proizvod (fizički ili softver)?
3. Da li da dizajniramo uslugu?
4. Kako možemo unaprijediti postojeće procese?
5. Možemo li koristiti novu tehnologiju?
6. Trebaju li nam partneri da razvijemo rješenje?

2. Šta će biti potrebno učiniti da rješenje bude deset puta ambicioznije i efektivnije?

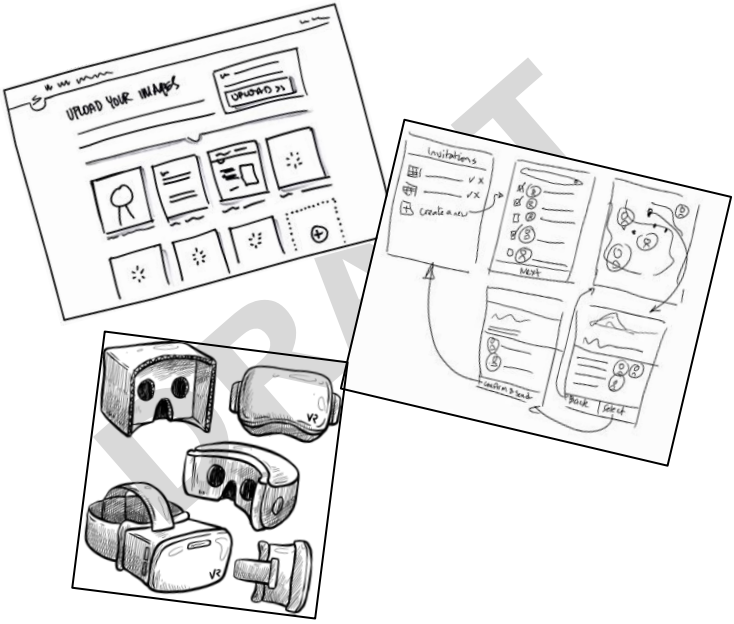
3. Provjera realnosti / Đavolji advokat
Za svako rješenje postavite sljedeće pitanje: Koji su potencijalni problemi sa idejom? Kako se oni mogu riješiti?

4. Uticaj
Ne zaboravite uključiti kako rješenje utiče na SDG-ove.

DRAFT

Skiciranje tri rješenja

Prikažite karakteristike rješenja. Prikažite kakvu interakciju kupac/korisnik imaju sa rješenjem, fizički, online ili kroz „korisničko putovanje".



DRAFT

Sounding board

Pregled

Sounding board nudi priliku kompanijama da prime feedback za svoja rješenja.

90 min

Materijali proizvedeni do sada

Upute

1. Pripremiti:

Diskutirajte koja specifična pitanja su relevantna za dodatne informacije u trenutnoj fazi, na primjer:

1. Potreba: Koje su potrebe korisnika?
2. Ponuda: Koji su glavni elementi vašeg rješenja?
3. Beneficija: Koje opipljive beneficije vaša ponuda nudi korisnicima?
4. Ekonomska održivost: Kako vaše rješenje zarađuje novac?
5. Uticaj: Kako vaše rješenje utiče na SDG-eve?

Pripremite 1-3 pitanja za Sounding board. Odlučite ko će voditi evidenciju feedback-a u ime grupe.

2. Angažirajte Sounding board

Predstavite vaše rješenje sa posterima/skicama (20 min)
Q&A i feedback (40 min)

3. Dorađivanje

Doradite rješenje na osnovu povratnih informacija, ukoliko su relevantne.

DRAFT

Radionice sa ekspertima

Pregled

Povratne informacije od eksperata nude priliku kompanijama da diskutiraju o relevantnim aspektima svog rješenja te postave pitanja.

30-60 min (po sesiji)

Materijali proizvedeni do sada

Upute

1. Pripremiti:
Diskutirajte koja specifična pitanja su relevantna za dodatne informacije u ovoj fazi na osnovu profila stručnjaka.

Pripremite 1-3 pitanja za Sounding board. Odlučite ko će voditi evidenciju feedback-a u ime grupe.

2. Angažirajte eksperte
Predstavite svoje rješenje sa posterima / skicama i postavljajte pitanja (5 min)
Q&A i feedback (30-60 min)

3. Dorada
Doradite rješenje na osnovu povratnih informacija, ukoliko je potrebno.

DRAFT

Prijedlog vrijednosti

Pregled

Definirajte glavne pretpostavke o problemu, rješenju te njihovoj podudarnosti u formi prijedloga vrijednosti.

45 min

Forma prijedloga vrijednost, post-it ceduljice, markeri

Upute

1. Objasnite
Sumirajte sve rezultate iz prijašnjih formi prijedloga vrijednosti. Ako ste preskočili neke od dodatnih alatki, sada je trenutak da pokrijete ono što vam je prethodno promaklo.

2. Dopunite
Koristite post-it ceduljice i skice da objasnite problem (desna strana) pa onda rješenje (lijeva strana) na formi prijedloga vrijednosti.

3. Glavni posao / zadatak kupca
- Koji ključni posao/zadatak kupac želi da obavi?
- Koje su ključni izazovi sa problemom koji pokušavate adresirati?
- Kako kupac utiče na problem?

4. Dobici i nedostaci
Beneficije koje vaš ključni kupac zahtijeva i iritacije prije, u toku, ili poslije suočavanja s problemom.

DRAFT

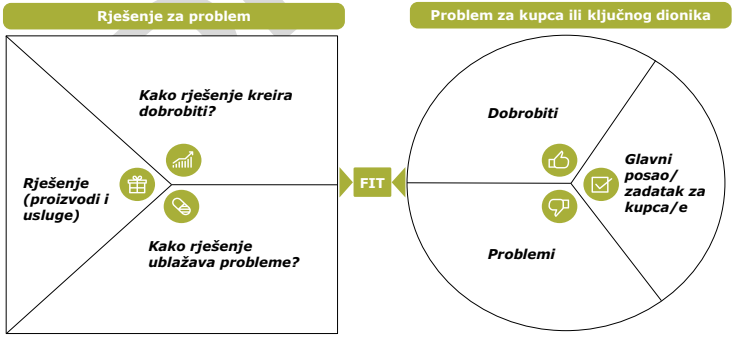
Prijedlog vrijednosti

5. Rješenje
Opišite kako funkcionira rješenje i kako stvara vrijednost. Ubacite skicu rješenja, ako ste je napravili.

6. Podudarnost
Kako se rješenje podudara sa problemom opisanim kroz adekvatne kriterije rješenja? Vrijednost koju rješenje stvara se treba podudarati sa onim što kupcu najviše znači. Nedostaci se trebaju podudarati sa iritacijom sa kojom se kupac ili glavni dionik suočava, a dobici obrnuto. U slučaju potrebe, detaljnije obrazložite dijelove forme i prilagodite rješenje problemu/tržištu.

DRAFT

Forma prijedloga vrijednosti



SDG procjena učinka

Pregled

Diskutirajte rješenje sa potencijalnim SDG doprinosom postavljajući specifična pitanja.

30 min

Flipcharts, markeri

Upute

1. SDG uticaj

Iskoristiti hand-out (poster sa svim SDG-ovima) za vođenje sljedećih pitanja:

- Kako vaše rješenje pozitivno doprinosi SDG-ovima?
- Koja je vjerovatnoća za ostvarivanje uticaja i kako se može skalirati?
- Koji su primarni (1) i sekundarni (1-3) SDG-ovi kojima rješenje donosi značajan doprinos?
- Kako ćete izmjeriti SDG uticaj? (budite što konkretniji u odgovoru, npr. Kakve vrste indikatora ćete koristiti)

2. Rizik iz negativnih nuspojava

- Postoje li rizici od nenamjernih neželjenih efekata?
- Kako se oni mogu smanjiti ili izbjeći?

DRAFT

Popuniti platno poslovnog modela

Pregled

Popuniti platno poslovnog modela do moguće mjere u ovoj fazi. Platno je ishod ove laboratorije i potrebno ga je redovno ažurirati.

60 min

Platno poslovnog modela, post-it ceduljice, markeri

Upute

1. Objasnite svrhu platna poslovnog modela:
- Ono opisuje ključne komponente poslovnog modela na sistematičan način.
- Pomaže u iznošenju pretpostavki i identifikaciji nedostataka u poslovnom modelu iza rješenja.
- Ako je moguće, popunite platno sa rečenicama koje su lahko razumljive.
- Neki dijelovi platna će vjerovatno biti bitniji u odnosu na ostale, za određene proizvode / usluge.

2. Dopunite okvir *prijedloga vrijednosti* koristeći post-it ceduljice. Pratite vodeća pitanja na platnu. Ne zaboravite uključiti sve pretpostavke, nesigurnosti i pitanja u toku popunjavanja platna.

3. Koristite post-it ceduljice da dopunite polje *segmenta kupaca*, i polje *SDG uticaja.*

4. Dopunite preostala polja (ako je moguće) jedno po jedno. U ovom stadiju, možete popuniti *ključne partnere/dobavljače*, *ključne procese i aktivnosti*, *odnose s kupcima i kanale.*

DRAFT

Platno poslovnog modela

Platno poslovnog modela

DRAFT

Ključni partneri / dobavljači	***Ključni procesi i aktivnosti***	***Prijedlog vrijednosti***	***Odnosi s kupcima***	***Segmenti kupaca***
Ko su naši ključni partneri? Ko su naši ključni dobavljači? Koje ključne resurse stičemo od partnera? Koje ključne aktivnosti partneri obavljaju?	Koje ključne aktivnosti zahtijeva naš prijedlog vrijednosti? Naši kanali distribucije? Odnosi sa kupcima? Tokovi prihoda?	Koju vrijednost mi isporučujemo korisniku/klijentu? Koji od problema našeg korisnika mi pomažemo riješiti? Koji paket proizvoda i usluga mi nudimo za svaki segment kupaca? Koje potrebe kupaca mi zadovoljavamo?	Koji tip odnosa kupac očekuje da ostvarimo i održavamo s njim Kakvi odnosi su se već uspostavili? Koliko su iziskivali troškova?	Za koga mi kreiramo vrijednost? Ko su naši najbitniji segmenti? Koje su njihove karakteristike?
	Ključni resursi Koje ključne resurse naš prijedlog vrijednosti zahtijeva? Naši kanali distribucije? Odnosi sa kupcima? Tokovi prihoda?	Kojim drugim dionicima mi donosimo vrijednost i na koji način to odrađujemo?	***Kanali*** Putem kojih kanala želimo doprijeti do korisnika? Kako trenutno dopiremo do njih? Kako su naši kanali integrirani?	

Izvor prihoda Za koju vrijednost su naši korisnici spremni da plate? Za kakvu vrijednost oni trenutno plaćaju? Koliko svaki tok prihoda doprinosi ukupnim prihodima?	***SDG uticaj*** Kako naše rješenje doprinosi Ciljevima održivog razvoja (SDG-ovima)? Postoje li negativni uticaji? Koliko su značajni pozitivni i negativni uticaji? Na koje SDG podciljeve naše rješenje utiče pozitivno?
Struktura troškova Koji su najbitniji troškovi obuhvaćeni našim poslovnim modelom? Koji ključni resursi su najskuplji? Koje ključne aktivnosti su najskuplje?	

Vraćanje na prijedlog vrijednosti

Pregled

Vratite se ponovo na formu prijedloga vrijednosti da osigurate da je kompanija još uvijek predana radu na rješenju dizajniranom 1. dana.

15 min

Forma prijedloga vrijednosti, post-it ceduljice, markeri

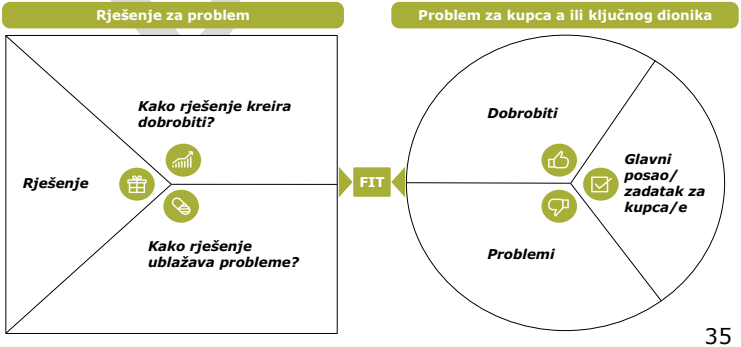
Upute

1. Pitajte da li je kompanija i dalje predana radu na rješenju dizajniranom 1. dana:

1. Da li ste još uvijek uzbuđeni zbog rješenja?
2. Da li ste imali bilo kakvih refleksija od jučer?
3. Da li vjerujete u rješenje?
4. Da li ste nešto previdjeli?
5. Kakve promjene bi trebali napraviti?

2. Nakon dorađivanja dogovorenih izmjena, kratko se ponovno vratite i ažurirajte platno poslovnog modela (ukoliko je potrebno).

DRAFT



Tržišni potencijal

Pregled

Okvirne procjene veličine obuhvaćenog tržišta daju bitnu indikaciju da li treba nastaviti ili obustaviti trenutno rješenje.

30 min

Flipchart, markeri

Upute

1. Nacrtajte veliki krug i odradite potrebne aktivnosti za definiranje specifičnog segmenta kupaca. Zapamtite kako ključni dionici utiču na vaše kupce, npr. korisnici. Napravite pretpostavke o različitim tržištima koje adresirate vašim rješenjem. Za svaki korak izračunajte okvirne procjene kako biste obezbijedili indikator privlačnosti tržišta.

2. Ukupno obuhvaćeno tržište **(TAM)** je procjena ukupne veličine godišnje industrije u kojoj planirate poslovati. Obim tržišta može biti bilo koji između globalnog i lokalnog.

3. Servisibilno obuhvaćeno tržište **(SAM)** predstavlja procjenu tržišta koje bi rješenje potencijalno služiti.

4. Servisibilno ostvarivo tržište **(SOM)** predstavlja tržište na kom ćete se rješenje moći natjecati.

5. Fer tržišni udio **(FMS)** predstavlja udio na tržištu koji se može izvodljivo obuhvatiti, kada se uzme u obzir konkurencija i vaša sposobnost za pobjeđivanje.

DRAFT

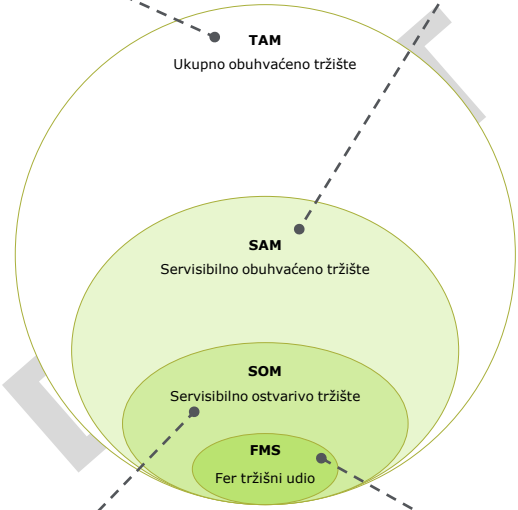
Tržišni potencijal

Koliki je godišnji prihod industrije u kojoj planirate poslovati?

Ukupan # korisnika x prosječna potrošnja = XXX BAM/godini

Koliko korisnika iz čitave industrije možete služiti sa svojim rješenjem?

korisnika x prosječna potrošnja = XXX BAM/godini



Na osnovu broja korisnika do kojih možete doprijeti, za koji broj korisnika mi želimo da se takmičimo?

korisnika x prosječna potrošnja = XXX BAM/godini

Koliki broj korisnika očekujete da ćete osvojiti uzimajući u obzir konkurenciju?

korisnika x prosječna potrošnja = XXX BAM/godini

Izvor prihoda i struktura troškova

Pregled

Dizajniraj strukturu za izvore prihoda i troškove.

30 min

Flipchart, markeri

Upute

1. Brainstorm
Počnite razmatrati cijeli spektar načina na koje rješenje može ostvariti prihod. Za SDG rješenja, model izvora prihoda može biti drugačiji od „tradicionalnih" proizvoda ili poslovnih modela, posebno ako su potrebni partneri za dostavljanje rješenja.
Ukoliko je relevantno, prođite kroz primjere različitih modela izvora prihoda za svrhu inspiracije. Koristite dobro poznate primjere iz drugih industrija kako bi osigurali priznanje.

2. Dizajnirajte model prihoda
Na primjer, replikacijom već poznatog modela ili korištenjem karakteristika iz drugih, različitih modela kako bi kreirali svoj model. Uporedite ideje za model izvora prihoda sa onima koji koriste relevantni konkurenti. Da li je potrebno da se prilagodite konkurenciji ili da se razlikujete?

3. Troškovi
Nakon što se odlučite za model izvora prihoda, uzmite u obzir troškove vezane za dostavljanje rješenja na odabrani specifičan način. Da li je moguće smanjiti operativne troškove?

DRAFT

Izvor prihoda i struktura troškova

Model izvora prihoda kao inspiracija

- Model pretplate
- Freemium model
- Besplatni model
- Marketplace
- Pristup prije nego vlasništvo
- Hyper market
- Experience model
- On-demand model
- Ekosistem

DRAFT

Provjera realnosti

Pregled

Razgovarajte o onome što je potrebno za skaliranu isporuku rješenja i da li kompanija posjeduje adekvatne resurse i sposobnosti da dostavi rješenje?

30 min

Flipchart, markeri

Upute

1. Diferencijacija od konkurenata

Uzmite u razmatranje *prijedlog vrijednosti*, *odnos s kupcima*, *kanale* (marketing i prodaju) te *SDG uticaj* kao ključne dijelove platna poslovnog modela.

Pitajte specifična pitanja:

- Kako razlikujete vaše rješenje od rješenja konkurencije?
- Možete li koristiti osobine vašeg rješenja koje konkurencija ujedno uspješno koristi?

2. Izvodljivost

- Da li je tehnički moguće izgraditi rješenje?
- Možemo li ga sami izgraditi?
- Možemo li ga naći te preuzeti od drugih? Da li je lahko?

3. Potrebne investicije

- Koja je potrebna investicija da bi se testirao prototip rješenja?
- Možemo li mi sami finansirati rješenje?
- Možemo li finansirati skaliranje rješenja?

DRAFT

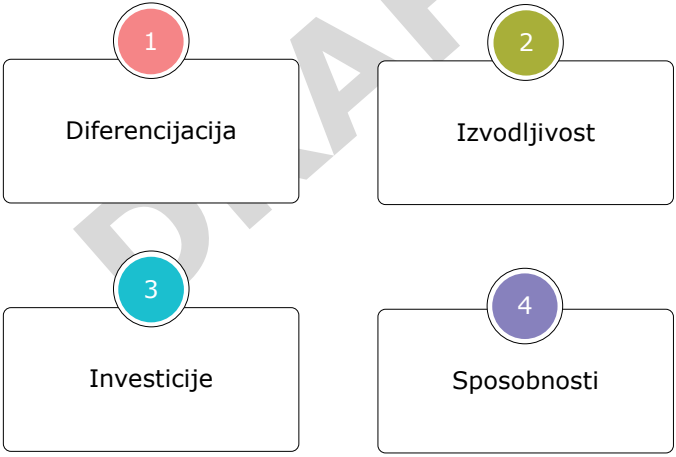
Provjera realnosti

4. Sposobnosti

- Koje organizacijske sposobnosti su nam potrebne za skaliranu isporuku rješenja?
- Da li posjedujemo ključne sposobnosti koje su nam potrebne?
- Možemo li naći potrebne sposobnosti iz drugih izvora i/ili kroz partnerstva?
- Da li lahko kopirati rješenje? Da li je zaštita intelektualnog vlasništva (IP) bitna?

DRAFT

Ilustracija: Provjera realnosti u 4 koraka



Finaliziranje platna poslovnog modela

Pregled

Finalizirajte platno poslovnog modela, popunite praznine i evaluirajte da li je potrebno krenuti naprijed postavljanjem 4 ključna pitanja.

45 min

Platno poslovnog modela, post-it ceduljice, markeri

Upute

1. Kompletirajte platno poslovnog modela
Na osnovu prethodnih vježbi, kompletirajte platno i zabilježite sve pretpostavke, nesigurnosti i pitanja.

2. Razmotrite praznine
Prođite kroz platno i potražite praznine:
- Šta nismo pokrili?
- Da li je platno ažurirano? Koja su naša nova saznanja?

3. Dopunite praznine
Koristite post-it ceduljice da popunite praznine i kompletirate platno.
- Za svako polje, popunite informacije o kojima ste sigurni.
- Za svaki polje, popunite sve nesigurnosti koje imate.
- Koja su to pitanja koja i dalje zahtijevaju odgovor?

4. Povežite polja jedno sa drugim
Odgovorite na pitanja ispod (također, referirajte se na sljedeću stranu) te razmotrite kako pitanja utiču jedna na drugo:
- Možemo li to odraditi?
- Da li ima potražnje?
- Da li vrijedi?
- Da li da uradimo?

DRAFT

Finaliziranje platna poslovnog modela

Lista pretpostavki

Pregled

Sada pogledajte naprijed i razmotrite sve pretpostavke koje ste napravili o rješenju i poslovnom modelu do sada.

20 min

Post-it ceduljice, markeri

Upute

1. Organizirajte pretpostavke
Organizirajte sve pretpostavke i neizvjesnosti koje se odnose na rješenje. Počnite sa izlistavanjem svih pretpostavki, neizvjesnosti i pitanja ispunjenim na platnu na prethodnoj vježbi.
Ako kompanija ima dodatne pretpostavke vezane uz rješenje, poslovni model ili SDG uticaj, eksplicitno ih navedite i evidentirajte ih.

2. Dodatne pretpostavke?
Pitajte specifična pitanja – da li imamo pretpostavke:
- O prototipu?
- O internim resursima?
- O cijenama?
- O partnerima?
- O preferencijama kupca?
- O tržišnoj veličini?

3. Grupne pretpostavke
Može biti korisno da grupirate pretpostavke za dobivanje boljeg uvida. Pokušajte ih sve grupirati tako što ćete ih povezati sa svakom od četiri kategorije predstavljene na platnu poslovnog modela.

DRAFT

Lista pretpostavki

Četiri kategorije platna poslovnog modela

Možemo li to uraditi?

Da li ima potražnje?

Da li vrijedi?

Da li da uradimo?

DRAFT

Prioritizirajte pretpostavke

Pregled

U cilju efikasnog korištenja vremena i izbjegavanja gubljenja resursa, trebate poredati pretpostavke po prioritetima, koje prve testirati i provjeriti.

20 min
Flipchart, post-it ceduljice, markeri

Upute

1. Horizontalna osa

Nacrtajte horizontalnu osu na *mapi prioriteta pretpostavki*. Dopišite svaku pretpostavku na post-it ceduljice i razmislite koliko je kritična pretpostavka za uspjeh rješenja. U slučaju da pretpostavka nije tačna, da li onda:

- Prekinuti?
- Revidirati strategiju?
- Ažurirati strategiju?
- Ne mijenjati ništa?

Postavite sve pretpostavke na horizontalnu osu.

2. Vertikalna osa

Nacrtajte vertikalnu osu na *mapi prioriteta pretpostavki*. Razmislite koliko ste samouvjereni da je pretpostavka tačna:

- Nikako?
- Teško je reći?
- Kladio/la bih se na platu?

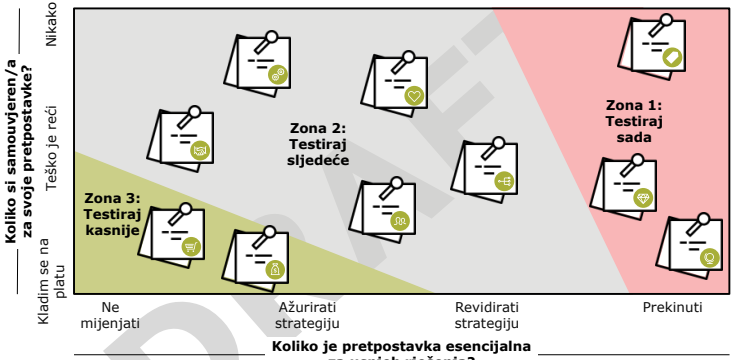
Pomjerite post-it ceduljice prema vašoj diskusiji.

DRAFT

Prioritizirajte pretpostavke

Sada imate redoslijed prioriteta koje pretpostavke trebate prvo testirati i potvrditi. Fokusirajte svoje napore na potvrđivanje neizvjesnih i najkritičnijih pretpostavki.

Mapa prioriteta pretpostavki



DRAFT

Postavljanje plana testiranja

Pregled

45 min

Flipchart, markeri

Postavite plan testiranja za prioritetne pretpostavke. Odlučite kako testirati i provjeriti svaku od pretpostavki.

Upute

1. Najvažnije pretpostavke se moraju prvobitno testirati. Pretpostavke su formulirane kao hipoteze (ono što se nadate da je istina) ili kao pitanja. Mora biti dovoljno specifično da bi se definirao eksperiment koji može donijeti odgovor ili potvrditi/odbaciti hipotezu.

2. U planu testiranja, uključite:
   - Kako ćete testirati, npr. kroz sprovođenje anketa, razgovora sa kolegama ili kupcima, računicama itd.
   - Koje metrike obuhvatiti
   - Kako uspjeh izgleda
   - Koliko dugo ćete sprovoditi testiranje

Ključne komponente uspješnog testa:

DRAFT

Plan testiranja

Plan testiranja

Pitanja & pretpostavke	Metodologija	Specifičnosti	Metrika	Kriterij uspjeha	Rezultati	Odgovor
Prioritet pretpostavke se testira sljedećim redoslijedom	*Kako se testira pretpostavka?*	*Sa kojim dionicima je potrebno da se konsultujete da provjerite pretpostavke?*	*Korištenjem kojih mjernih jedinica ste izmjerili odgovore koje ste dobili?*	*Koji rezultati se smatraju uspješnim (u zadatoj mjernoj jedinici) ?*	*Koje ste rezultate pronašli prilikom testiranja (mjerenja u datim jedinicama)?*	*Koje će se radnje poduzeti na temelju vaših rezultata /saznanja?*
Pretpostavka Prioriteta 1						
Pretpostavka Prioriteta 2						
Pretpostavka Prioriteta 3						
Pretpostavka Prioriteta 4						

DRAFT

Dogovor o narednim koracima

Pregled

Dodijelite uloge i odgovornosti za odvijanje procesa nakon Laboratorije za inovacije.

20 min

Flipchart, markeri

Upute

1. Akcijski plan
U grupi, uskladite nivoe ambicije i odlučite koji resursi će biti posvećeni projektu.

2. Odlučite koje akcije trebate odraditi da biste krenuli naprijed. Podijelite ih u 3 vremenska okvira:
- Šta ćete raditi sljedeće sedmice
- Šta ćete raditi prije sljedeće individualne sesije u SDG inovacijskom putovanju
- Šta ćete raditi u narednih 6 mjeseci (ili drugom primjenjivom roku)

3. Odlučite ko je odgovoran za ove aktivnosti i rokove za završetak. Dodijelite projekt menadžera ili zaduženog za proces kome će se izvještavati.

4. Odlučite ko će biti odgovoran za evidentiranje bilješki i saznanja grupe tokom Laboratorije za inovacije.

DRAFT

Dogovor o narednim koracima

Akcijski plan

	Aktivnosti	Odgovorna osoba	Rok
Tokom 1. sedmice			
Sljedeća Radionica			
U narednih 6 mjeseci			

DRAFT

3. Korak

Opravdanost poslovne ideje

Agenda i alati

1. Osvrt i diskusija o rezultatima aktivnosti testiranja
2. Kreiranje poslovnog slučaja
3. Prognoziranje SDG uticaja
4. Priprema za 4. korak: Radionica za akceleraciju

DRAFT

Kreiranje poslovnog slučaja

Pregled

Kreirajte poslovni slučaj za vaše rješenje da ilustrujete stvaranje vrijednosti i potencijalni uticaj za internu i eksternu publiku.

90 min

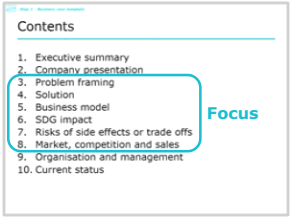
Forma poslovnog slučaja

Upute

1. Poslovni slučaj objašnjava zašto bi organizacija ili vanjski investitor trebali finansirati rješenje i koji će biti predviđeni uticaj na posao i na SDG.

2. Svrha zadatka je da se započne praviti poslovni slučaj. Generička forma poslovnog slučaja prikazana ovdje sadrži 10 koraka. Na radionici, fokusirajte se na korake 3-8. Prioritet je da se stvori koherentna priča i identificiraju slabe tačke. Kako bude gradili poslovni slučaj, vjerovatno ćete otkriti gdje priča ima smisla a gdje je potrebno dograditi.

3. Većina poslovnih slučajeva ne treba sadržavati više od 10 slide-ova u ovoj fazi. Što više podataka kompanija ima, to će složeniji poslovni slučaj postati.



DRAFT

Kreiranje poslovnog slučaja

Sadržaj

1. *Sažetak*
2. *Prezentiranje kompanije*
3. *Definiranje problema*
4. *Rješenje*
5. *Poslovni model*
6. *SDG uticaj*
7. *Rizici iz nuspojava ili kompromisa*
8. *Tržište, konkurencija i prodaja*
9. *Organizacija i menadžment*
10. *Trenutni status*

DRAFT

Kreiranje poslovnog slučaja

Sažetak

Sadržaj

1. Dajte kratak pregled rješenja i napravite sažetak sa ciljnom grupom na umu – šta oni trebaju znati?
2. Zašto radite ovaj projekat – šta vas motivira – zašto ste strastveni oko toga?
3. Koji veliki problem rješava?
4. Koji su velika postignuća menadžment tima?
5. Koji velike ličnosti vas (potencijalno) već podržavaju?
6. Koje su ključne osobine rješenja?

Smjernice

- Budite sigurni da ste objasnili ključne osobine vašeg rješenja, npr.
  - Šta je poslovni koncept?
  - Šta ja vaša konkurentna prednost?
  - Ko su vaši dionici?
  - Kakva vrsta tehnologije se koristi?
  - Kako se rješenje uklapa u tržište?
  - Šta je doprinos SDG-ovima?
  - Šta je vaša dugoročna vizija?
  - Kakva vrsta kapitala je potrebna?
- Sastavite ovaj dio zadnji

DRAFT

Kreiranje poslovnog slučaja

Prezentacija kompanije

Sadržaj

1. Uvijek počnite sa predstavljanjem vas
2. Šta vi radite (vaša kompanija)?
3. U kakvoj ste vrsti poslovanja?
4. Ko ste vi? Ko je vlasnik kompanije? Uključite i organizacioni dijagram koji opisuje vlasničku strukturu.
5. Kakva je historija kompanije?
6. Koliko ste dobri u tome što radite? Predstavite finansijske performanse, ukoliko je relevantno
7. Kako se ovo rješenje uklapa sa vašom dugoročnom strategijom?

Smjernice

- Fokusirajte se samo na pitanja 6 i 7 ako je poslovni slučaj namijenjen samo za internu upotrebu

DRAFT

Kreiranje poslovnog slučaja

Definiranje problema

Sadržaj

1. Koje velike društvene i ekološke problem(e) rješavate vašim rješenjem? – Opišite vaš problem kroz povezivanje sa Ciljevima održivog razvoja (SDG-ovima), na način da rezonira sa čitaocima/ slušaocima.

DRAFT

Smjernice

- Koristite model SDG uticaja da definirate principijelne SDG podciljeve, druge značajne doprinose i ostale pozitivne razvojne učinke vašeg rješenja.
- Koristite case for change formu razvijenu početkom SDG Acceleratora kao ulazni podatak za vašu izjavu o problemu.
- Minimizirajte korištenje teških podataka i tehničkog jezika.
- Izbjegavajte opisivanje rješenja kao „traženje problema", već se fokusirajte na opisivanje realnog problema.

Kreiranje poslovnog slučaja

Rješenje

Sadržaj

1. Kako ćete riješiti problem i ostvariti uticaj na SDG-ove?
2. Zašto je baš to konkretno rješenje za SDG-ove a ne „samo" rješenje?
3. Opišite ključne proizvode/usluge – šta vi prodajete?
4. Ko je korisnik i šta je prijedlog vrijednosti?

DRAFT

Smjernice

- Koristite sadržaj iz forme prijedloga vrijednosti i platna poslovnog rješenja razvijenog tokom Laboratorije za inovacije kao ulazne podatke.
- Izbjegavajte dubinski tehnički opis, samo ponudite suštinu odgovora „kako".
- Slobodno priložite i uključite skice, fotografije ili dijagrame da objasnite koncept.

Kreiranje poslovnog slučaja

Poslovni model

Sadržaj

1. Kako možete zaraditi novac sa vašim rješenjem?
2. Ko će vam platiti?
3. Putem kojih kanala možete doprijeti do svojih korisnika?
4. Koje su procijenjene bruto marže?
5. Koja je konkurentna prednost, tehnologija, „tajni začin" iza vašeg rješenja?
6. Koja je dugoročna vizija ako je ovaj poduhvat uspješan?

Smjernice

- Koristite sadržaj iz forme prijedloga vrijednosti i platna poslovnog rješenja razvijenog tokom Laboratorije za inovaciju kao ulazne podatke.
- Općenito, novi, netestirani poslovni modeli ponekad mogu biti zastrašujući za investitore, stoga, trudite se koristiti terminologiju koju ljudi lakše razumiju ili već znaju.

DRAFT

Kreiranje poslovnog modela

SDG uticaj

Sadržaj

1. Na koje primarne SDG podciljeve vaše rješenje ima pozitivan uticaj i na koji način?
2. Na koje potencijalne sekundarne SDG podciljeve vaše rješenje ima pozitivan uticaj i na koji način?
3. Da li postoje dodatni pozitivni razvojni učinci vašeg rješenja (tipično u zemljama u razvoju) koji nisu pokriveni SDG-ovima (npr. porezi, tehnološki transfer i sl.)?
4. Kako ćete izmjeriti i provjeriti ove pozitivne uticaje?

DRAFT

Smjernice

- Smjernice za prognozirane SDG uticaja se mogu naći na kraju ovog dokumenta.
- Jasno artikulirajući i demonstrirajući kako vaše rješenje kreira razliku na pouzdan način, možete izbjeći optužbe za „korporativni greenwashing".

Kreiranje poslovnog modela

Rizici iz nuspojava ili kompromisa

Sadržaj

1. Razmotrite kompromise vašeg rješenja i rizika koje proizilaze iz negativnih nuspojava
   - npr.: A) Prodaja polovne odjeće na tržištima u razvoju može uticati na lokalne proizvođače; B) proizvod može biti napravljen od reciklirane plastike iz okeana, ali je proizveden u regiji koja je oskudna vodom te samo procesuiranje zahtijeva više korištenja vode nego alternativna plastika.
2. Koji su rizici negativnih nuspojava vašeg rješenja? Treba li ih izbjegavati u potpunosti?
3. Koje se nuspojave smatraju prihvatljivim, i koji je vaš plan da neutralizirate, minimizirate ili ublažite ove rizike?
4. Sa kojim ćete partnerima ostvariti kolaboraciju da ublažite rizike?

Smjernice

- Smjernice za prognoziranje SDG uticaja se mogu naći na kraju ovog dokumenta.
- Veliki je izazov činjenica da se skoro svaka aktivnost može oblikovati u pozitivnom smislu kao „činjenje dobrog", ukoliko se potpuni kontekst ne uzme u obzir.
- Dobre namjere nisu dovoljne da se osigura da vaše rješenje zaista rezultira u nedvosmislenim pozitivnim rezultatima.
- Validiranje potencijalnih nedostataka i rizika od nuspojava vašeg rješenja je ključan faktor za osiguravanje stvarnog napretka i izbjegavanje nenamjernog potkopavanja ili ometanja napretka ka ostvarivanju SDG-ova.

DRAFT

Kreiranje poslovnog slučaja

Tržište, konkurencija i prodaja

Sadržaj

1. Ubijedite publiku da imate efektivnu go-to-market strategiju.
2. Kako ćete doprijeti do svojih kupaca/korisnika?
3. Na koji način će kupci čuti za vaše rješenje?
4. Koja je veličina tržišta za vaše rješenje?
5. Da li prodaja ovisi o jednom ili nekoliko kupaca?
6. Kako ćete formirati cijenu rješenja?
7. Koji je vremenski okvir za plasiranje vašeg rješenja na tržište?

Smjernice

- Koristite sadržaj sa forme prijedloga vrijednosti i platna poslovnog modela koji ste razvili tokom Laboratorije za inovacije kao ulazne podatke.
- Uključite pregled konkurencije te glavnih igrača.
- Nikada ne zanemarujte konkurenciju, i nikada ne recite da konkurencija ne postoji.
- Svaki investitor, kupac i uposlenik žele znati zašto ste vi bolji, a ne zašto je konkurencija loša.

DRAFT

Kreiranje poslovnog slučaja

Organizacija i menadžment

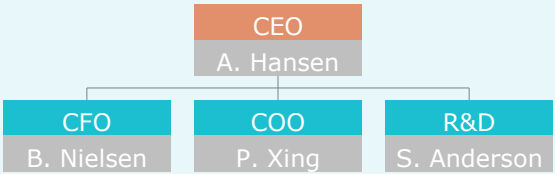
Sadržaj

1. Ko su ključni igrači, investitori, upravni odbor i potencijalni savjetnici?
2. Koje su potrebne vještine i kako ćete ih nadograditi/iskoristiti?

DRAFT

Smjernice

- Nemojte se bojati da se pokažete sa manje nego savršenim timom – svi timovi imaju „rupe". Bitna stavka je da ste svjesni da rupe postoje.
- Uključiti organigram



Kreiranje poslovnog slučaja

Trenutni status

Sadržaj

1. Koji je trenutni status vašeg rada?
2. Koja su vaša dostignuća do sada?
3. Kako vremenski okvir izgleda do sada?
   - Kako će se novac koristiti
   - Podijelite detalje pozitivnog momentuma
   - Završite slide sa pristrasnošću prema akciji

Smjernice

- Samo uključiti ovaj slide ukoliko je relevantan.

DRAFT

Prognoziranje SDG uticaja

Pregled

Opišite kako rješenje pozitivno doprinosi SDG-ovima i kakav je plan ublažavanja potencijalnih negativnih uticaja rješenja.

60 min

Forma SDG uticaja, post-it ceduljice, markeri

Upute

Prognoziranje SDG uticaja je fokusirano na način kako se rješenje povezuje sa SDG-ovima i kako će adresirati konkretne izazove SDG-a nakon što se integrira u operativno poslovanje.

1. Postavite zadatak da svi prisutni provedu pet minuta zapisujući sve efekte na uticaje održivosti koje mogu smisliti na post-it ceduljice.

2. Prikupite sve post-it ceduljice, grupirajte ih i postavite na zid. Sada, svaka osoba dobiva 3-5 tačkica koje mogu dodijeliti određenim grupama u cilju identificiranja najvažnijih efekata održivosti.

3. Radna grupa sada odlučuje koji efekti/uticaji bi trebali biti odabrani kao primarni i sekundarni – kompanija bi se ne bi trebala fokusirati na više od 3 efekta. Dodatni se mogu svrstati u „druge pozitivne uticaje".

4. Za top 1-3 podcilja, popunite formu SDG uticaja. Koristite primjere na sljedećoj strani kao vrstu smjernica, ukoliko to smatrate korisnim.

DRAFT

Prognoziranje SDG uticaja

Forma SDG uticaja

Primarni SDG doprinos

SDG podcilj	
Indikator uticaja	
Jedinica za mjerenje	
Osnova „ne raditi ništa“	
Prognoziran podcilj uticaja	
Kako provjeriti uticaj	

DRAFT

Prognoziranje SDG uticaja

Uvod u prognoziranje SDG uticaja

Cilj demonstracije SDG uticaja je da se vjerodostojno prognoziraju pozitivni doprinosi vaših rješenja na jedan ili više od 169 SDG podciljeva. Doprinosi su podijeljeni u tri kategorije uticaja.

Primarni SDG doprinos

Primarni SDG doprinos se fokusira na jedan specifični SDG podcilj, npr. problem koji rješenje adresira, kao na primjer: rješenje koje se fokusira na smanjenje otpada od hrane na nivou potrošača i u proizvodnji, može imati SDG 12.3 kao primarni SDG podcilj.

Sekundarni SDG doprinos

Sekundarni SDG doprinosi sadrže 1-3 od ostalih SDG podciljeva za koje rješenje donosi značajan doprinos, na primjer: Rješenje koje radi u skladu sa smanjenjem otpada hrane zajedno sa podizanjem svijesti o održivom stilu života među potrošačima, moglo bi imati značajan doprinos SDG podcilju 12.8.

DRAFT

Prognoziranje SDG uticaja

Uvod u prognoziranje SDG uticaja

Cilj demonstracije SDG uticaja je da se vjerodostojno prognoziraju pozitivni doprinosi vaših rješenja na jedan ili više od 169 SDG podciljeva. Doprinosi su podijeljeni u tri kategorije uticaja.

Drugi pozitivni uticaji razvoja

Drugi pozitivni uticaji razvoja uključuju dodatni doprinos društvenom napretku koji nije obuhvaćen SDG podciljevima, ali je ujedno i direktan rezultat rješenja. Ovi uticaji obuhvataju na primjer: a) lokalnu kupovinu, b) tehnološki transfer, c) lokalno uposlenje, d) doprinos lokalnoj infrastrukturi.

DRAFT

Prognoziranje SDG uticaja

Primjer mjerenja SDG uticaja

Primarni SDG doprinos

SDG podcilj	SDG 12.3: Globalno prepoloviti bacanje hrane, po glavi stanovnika, do kraja 2030. godine na nivou maloprodaje i potrošača, te smanjiti gubitke hrane u proizvodnji i lancima snabdijevanja, što obuhvata i gubitke koji nastaju poslije žetve.
Indikator uticaja	Otpad od hrane je smanjen na nivou proizvodnje i potrošnje.
Jedinica za mjerenje	Ukupni trošak kupovine hrane (BAM) Otpad hrane isporučen od potrošača (tona) / otpad hrane iz proizvodnje (tona).
Osnova „ne raditi ništa“	Ukupni trošak kupovine prehrambenih proizvoda za proizvodnju u avgustu 2019. godine
Prognozirani podcilj uticaja	20% smanjenje troškova kupovine prehrambenih proizvoda za mjesečnu proizvodnju u januaru 2021. godine
Kako provjeriti uticaj	Mjesečno praćenje troškova kupovine preko ERP sistema ili slične metode.

DRAFT

Prognoziranje SDG uticaja

Primjer mjerenja SDG uticaja

Sekundarni SDG doprinos

SDG podcilj	SDG 12.8: Do kraja 2030. godine osigurati da ljudi svuda imaju relevantne informacije i svijest o održivom razvoju i stilovima života u skladu sa prirodom.
Indikator uticaja	Povećana svijest o održivom stilu života i kako smanjiti otpad od hrane.
Jedinica za mjerenje	% od ukupne korisničke baze koji su bili izloženi našoj inicijativi.
Osnova „ne raditi ništa"	0% baze korisnika (ukupno XX) u godini 0.
Prognozirani podcilj uticaja	10% baze korisnika u 1. godini 30% baze korisnika u 2. godini
Kako provjeriti uticaj	Pokrenuti ankete online svjesnosti prije uvođenja rješenja i nakon toga svakih 6 mjeseci sprovoditi iste.

Prognoziranje SDG uticaja

Primjer mjerenja SDG uticaja

Drugi pozitivni uticaji razvoja

SDG inspirisan podcilj ili razvojni učinak	Ojačati tehnološke kapacitete među kupcima kako bi se odlučili na prelazak prema održivoj potrošnji i proizvodnji.
Indikator uticaja	Prenesena tehnologija za mjerenje i smanjenje otpada od hrane.
Jedinica za mjerenje	Broj korisnika nove tehnologije
Osnova „ne raditi ništa“	0 tehnoloških korisnika u 0 godini (2020)
Prognozirani podciljeve uticaja	50 tehnoloških korisnika u prvoj godini (2021) 100 tehnoloških korisnika u drugoj godini (2022)
Kako provjeriti uticaj	Kontinuirano praćenje broja tehnoloških korisnika.

Prognoziranje SDG uticaja

Procijenite rizik iz negativnih nuspojava

Sva rješenja će potencijalno nositi rizike ili negativne nuspojave, bilo društvene, ekološke ili u odnosu na ljudska prava. Kako bi se osigurao pozitivan doprinos, ključno je procijeniti rizike vašeg rješenja te načina njihovog upravljanja. Izradite plan kako ćete minimizirati ili ublažiti ekološke ili društvene rizike na način koji se lahko može komunicirati sa vanjskim dionicima kao što su mediji, nevladine organizacije i drugi partneri.

DRAFT

Prognoziranje SDG uticaja

Procijenite rizik od negativnih nuspojava

Uzmite u obzir kompromise vašeg rješenja i rizike nenamjernih negativnih nuspojava.

Primjeri negativnih nuspojava	**Primjeri ublažavanja**
Prodaja polovne odjeće na tržištima u razvoju može negativno uticati na lokalno tržište.	Partnerstvo sa lokalnom NVO u svrhu provjere rizika može pomoći ka razotkrivanju alternativnog i uspješnijeg pristupa.
Novi proizvod može biti napravljen od recikliranih materijala, ali njegova obrada zahtijeva mnogo više vode nego kod alternativnih materijala, te je proizveden u oblastima siromašnim vodom.	Prilagoditi dizajn proizvoda tako da se može proizvesti uz manje potrošene vode, i time ne uticati negativno na lokalna sredstva za život.
Kompanija ja razvila rješenje koje sakuplja otpad iz otpadnih voda, ali nije smislila rješenje kako izbjeći da se otpad nagomilava na lokalnoj deponiji.	Partnerstvo sa kompanijom ili javnom ustanovom koja sakuplja otpad.

4. Korak

Radionica za akceleraciju

Agenda i alati

1. Uvod (prezentacija)

2. Prva „deep dive" sesija sa ekspertom

3. Druga „deep dive" sesija sa ekspertom

4. Kraj

DRAFT

„Deep dive" sesije sa ekspertima

Pregled

Dobijte feedback i prođite ispitivanje sa relevantnim ekspertima o kritičnim dijelovima poslovnog modela, tehničkog rješenja ili SDG uticaja.

1 dan

Materijali proizvedeni do sada

Upute

Svrha dana za akceleraciju je da se identificiraju 2 najurgentnija izazova za kompanije/njihove projekte a onda adresiraju isti kroz dvije 2,5-satne radionice. Radionice biti u različitim kombinacijama, ali dosta kompanija će se suočiti sa istom vrstom izazova. Svaku od radionica bi trebao voditi iskusni master facilitator / specijalist u konkretnom području, te bi master facilitator trebao obezbijediti vježbe (i po mogućnosti također formirati svoj tim za radionicu).

Primjeri stručnih radionica (elaborirani na sljedećoj strani):

- SDG uticaj
- Pilotiranje i testiranje
- Storytelling
- Finansiranje
- Partnerstva
- Konzumersko ponašanje
- Komercijalna izvodljivost

DRAFT

„Deep dive" sesije sa ekspertima

Primjeri sesija sa ekspertima

SDG uticaj
Razumjeti kako definirati, izmjeriti, pratiti i prognozirati SDG uticaj

Partnerstva
Razmotri radne principe i kako uspostaviti partnerstvo za vaše rješenje

Pilotiranje i testiranje
Naučiti kako kreirati minimalno izvodljiv proizvod (MVP) i testirati ga na tržištu

Konzumersko ponašanje
Naučite više o svojim korisnicima i metodi poticaja kako bi uticali na potrošačevo/ korisničko ponašanje

Storytelling
Naučiti umjetnost storytelling-a i kako prenijeti ubjedljivu priču na vašeg korisnika

Komercijalna izvodljivost
Rad sa modelom prihoda i troškova za vaše rješenje

Finansiranje
Naučiti o eksternim mogućnostima finansiranja i kako napraviti primamljivu ponudu

DRAFT

5. Korak

Uključivanje rješenja u poslovanje

Agenda i alati

1. Osvrt na poslovni slučaj

2. Razvijanje strateške mape puta

3. Razlaganje rješenja u komponente

4. Projektni plan

DRAFT

Strateška mapa puta

Pregled

Povežite rješenje sa strategijom kompanije. Postavite ambiciozne ciljeve i odlučite se za aktivnosti postizanja ciljeva i ublažavanja rizika.

120 min

Flipchart, markeri

Upute

1. Prvo, uskladite rješenje sa sveukupnom strategijom. Kako se uklapa? Koje sinergije su se možda previdjele?

Kako je rješenje usklađeno sa našom sveukupnom strategijom?

Sveobuhvatna strategija:

FIT

Cilj razrađenog rješenja:

DRAFT

Strateška mapa puta

2. Kompanija je ohrabrena da radi sa dalekosežnim ambicijama i odluči o nekoliko ključnih trenutaka koji postavljaju put ka ostvarenju cilja.

Vremenski okvir

Početak:	>Datum<	Kraj:	>Datum<	Trajanje:	>Datum<

Projektni ciljevi

Do:	**Cilj:**
>Datum<	• Povećanje prihoda/profita u mBAM, • Zadovoljstvo kupaca, npr. NPS rezultat • Indikator SDG uticaja

DRAFT

Strateška mapa puta

3. Odlučite o sveukupnim fazama kroz projekat mora proći da bi se ostvarili ciljevi. Onda diskutirajte o konkretnim komponentama svake faze prije prelaska na sljedeću fazu. Način za početi je da se svi angažiraju te popune post-it ceduljice kroz 5 minuta, grupiraju ih na zidu i podijele u faze, komponente, ključne trenutke i naredne aktivnosti.

Po završetku, trebali bi imati sveobuhvatni plan podijeljen u faze sa jasnim komponentama; 1A, 1B, itd. koje objašnjavaju kako planirate ostvariti ciljeve.

DRAFT

Kako do uspjeha?

Faze	1	2	3
	Koncept & plan	**Validacija & implementacija**	**Skaliranje**
Komponente	A. [Opis]	A. [Opis]	A. [Opis]
	B. [Opis]	B. [Opis]	B. [Opis]
	C. [Opis]	C. [Opis]	C. [Opis]

Strateška mapa puta (nastavak)

4. U konačnici, ponovo razmotrite pretpostavke na kojima su poslovni model i rješenje bazirani. Pretpostavke bi trebale biti u fokusu aktivnosti koje vode ka postizanju zadatih ciljeva. Prioritet je potvrditi kritične pretpostavke što je prije moguće i preraditi mapu puta, ukoliko je potrebno.

Zapamtite: Također razmotrite potencijalne blokade na putu za postizanje ciljeva i diskutirajte o tome kakve aktivnosti poduzeti ako se te blokade materijaliziraju ili kako se one mogu unaprijed ublažiti.

Glavne pretpostavke i potencijalne prepreke ka uspjehu

Kritične pretpostavke ili prepreke	**Kako ublažiti**
>Datum<	

DRAFT

Projektni plan

Pregled

30 min

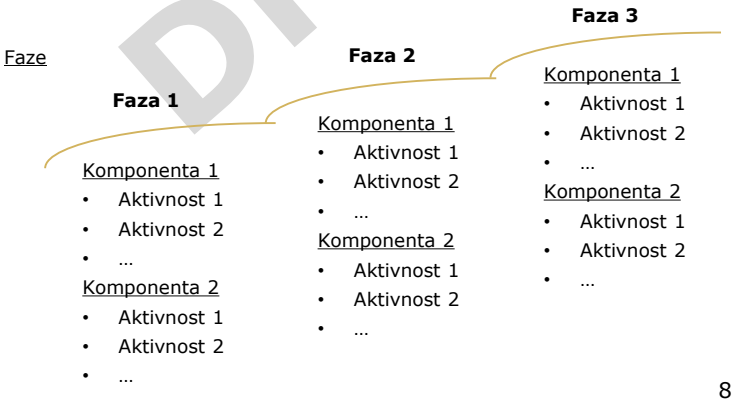
Flipchart, markeri

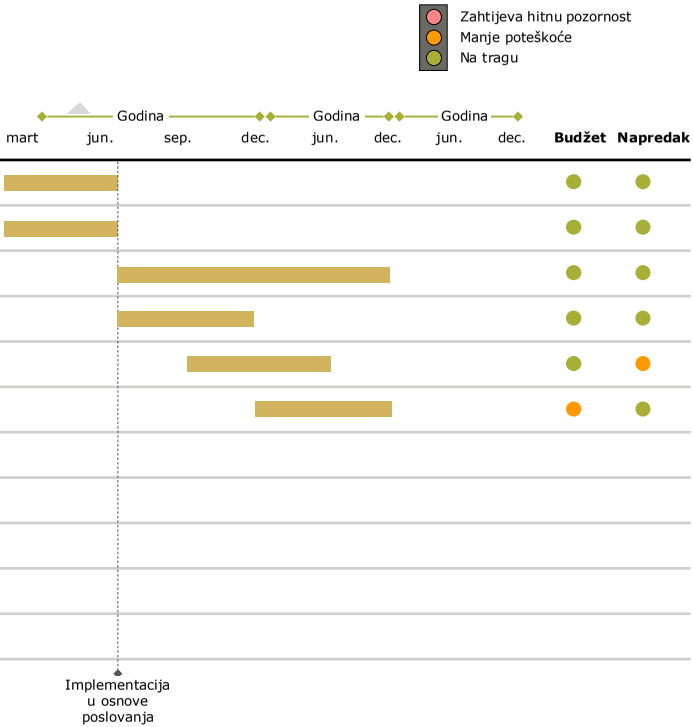
Odraditi detaljan projektni plan, uključujući sve aktivnosti u okviru svake komponente, odgovornosti i kako pratiti progres i budžet.

Upute

1. Za svaku komponentu, podijelite rad na više paralelnih tokova rada, odlučite o vremenskim okvirima i rokovima, dodijelite odgovornosti i redovno pratite budžetnu potrošnju i napredak svake aktivnosti.

2. Dobar projektni plan je često propraćen strukturom odlučivanja, standardiziranim (i učinkovitim) načinom izvještavanja i redovnim statusnim sastancima u cilju praćenja napretka, davanja povratnih informacija i provjera te ublažavanja potencijalnih rizika.



DRAFT

Projektni plan