

3. część: Analiza SWOT (2h)

- Teraz, gdy eko-biznes jest już zdefiniowany, nadszedł czas na przeprowadzenie analizy „SWOT” (mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia). Aby to zrobić, rozdaj arkusz „SWOT” każdemu graczowi.
- Analiza SWOT to technika analizy strategicznej, która ma na celu identyfikację mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń związanych z firmą, projektem lub osobą. To narzędzie strategiczne pozwala zidentyfikować działania, które należy podjąć w celu rozwinięcia działalności przy jednoczesnym wzmocnieniu konkurencyjności.

- **Przykładowe pytania dotyczące mocnych stron:**

Jakie są mocne strony eko-biznesu? Jakie potrzeby zaspokaja?

W jaki sposób firma się wyróżnia?

Na jakie umiejętności i/lub zasoby mogą liczyć zakładając eko-biznes?

- **Przykładowe pytania dotyczące słabych stron:**

Jakich umiejętności i/lub zdolności interpersonalnych brakuje mi obecnie, aby rozpocząć działalność?

Czy potrzebuję zasobów finansowych lub materialnych? Konkretniej pomocy?

- **Przykładowe pytania dotyczące możliwości:**

Zasoby do wyszukania, umiejętności do zdobycia? Finansowanie? Sieć partnerów do zmobilizowania?

- **Przykładowe pytania dotyczące zagrożeń:**

Jaką rolę odgrywa konkurencja? Przeszkody do pokonania? Jakież obawy na przyszłość?

Zakończ warsztaty podsumowaniem w oparciu o pozostały czas. Przykładowe pytania: Czy to ćwiczenie wydawało ci się trudne? Czy myślisz o wdrożeniu swojego projektu? Jakie dzwignie należy pociągnąć, aby rozpocząć? Jakie wsparcie możemy zaoferować?...



W butach eko-przedsiębiorcy

Wsparcie edukacyjne



Finansowane przez Unię Europejską. Jednakże wyrażone poglądy i opinie są poglądami autora (autorów) i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Ani Unia Europejska, ani EACEA nie ponoszą za to odpowiedzialności.



Co-funded by
the European Union

PREZENTACJA WARSZTATÓW

Gracz jest eko-przedsiębiorcą, który chce rozpocząć swoją działalność. W pierwszym warsztacie gracz definiuje swój eko-biznes. W drugim odkrywa życie eko-przedsiębiorcy poprzez „grę w gęś”, w tym losowanie kart. Celem jest jak najszybsze ukończenie kursu. Trzeci i ostatni warsztat kończy projekt analizą SWOT.

TREŚĆ

- 1 arkusz „zdefiniuj swój eko-biznes”
- 1 arkusz „moje przemówienie”
- 1 arkusz „Analiza SWOT”
- 1 plansza do gry
- 1 podwójna
- 4 pionki (po 1 na gracza)
- 8 fioletowych kart „tematycznych”
- 8 granatowych kart „typowych”
- 16 pomarańczowych kart pytań
- 16 czerwonych kart pułapek
- 16 zielonych kart „przewagi”
- 16 niebieskich kart „wyzwanie”



ROZWINIĘTY

Część pierwsza: definicja eko-biznesu (2h)

- Przede wszystkim gracze muszą zdefiniować swój eko-biznes. Jeśli nie mają konkretnego pomysłu, mogą losowo dobrać kartę „tematyczną” i kartę „typu”, aby zainspirować się pomysłem na eko-biznes.
- Drugi krok polega na dokładniejszym zdefiniowaniu eko-biznesu. W tym celu należy rozdać każdemu graczowi arkusz „zdefiniuj swój eko-biznes”. Na wypełnienie tego dokumentu zaleca się przeznaczyć od 30 do 45 minut.
- Trzecim krokiem jest warsztat pisarski mający na celu napisanie przemówienia prezentującego eko-biznes. Rozdaj arkusz „moje przemówienie” każdemu graczowi. Każdy gracz może mieć dostęp do swojego telefonu lub komputera, aby przeprowadzić badania w tym czasie. Zaleca się, aby gracze mieli od 45 minut do 1 godziny na wypełnienie tego dokumentu.
- Ostatnim krokiem jest ustna prezentacja przemówienia. Cel: być przekonującym w swojej argumentacji i mowie ciała.



2 część: gra (2h)

Przygotowanie:

- Umieść planszę na środku stołu, a karty „pytanie”, „kara”, „przewaga” i „wyzwanie” w 4 oddzielnych stosach, zakryte.
- Przygotuj papier, długopisy i stoper.
- Rozdaj po jednym żetonie na gracza i umieść je na polu „Start”.



Zasady gry :

Rozpoczyna gracz, który wyrzuci najwyższą liczbę na kostce. Każdy gracz rzuca kostką i przechodzi do odpowiedniego pola. Jedno pole = jedna karta do dobrania w podobnym kolorze.

W zależności od koloru pola:

- Pomarańczowe pole „pytanie”: inny gracz czyta pytanie. Jeśli gracz nie odpowie poprawnie, pozostaje na swoim miejscu, w przeciwnym razie gra ponownie.
- Zielone pole „przewagi”: gracz czyta je na głos, a następnie przesuwa się o wskazaną liczbę pól, nie grając ponownie.
- Czerwone pole „kara”: gracz czyta na głos, a następnie musi zaproponować odpowiedź, którą dzieli się ze wszystkimi graczami, którzy mogą zareagować. Następnie cofa się o wskazaną liczbę pól bez ponownej gry.
- Niebieskie pole „wyzwanie”: gracz musi je ukończyć w wyznaczonym czasie. Pozostali gracze konsultują się ze sobą i jeśli uznają, że wyzwanie się powiodło, mogą zagrać ponownie.

Gra kończy się, gdy wszyscy gracze przekroczą 40. pole.

Następnie, w zależności od pozostałego czasu (zalecany czas: 30 minut), grupa może przeprowadzić podsumowanie. Przykładowe pytania: Co pamiętasz z tej gry? Czy planujesz wdrożyć swój projekt? Jaka napotkana sytuacja sprawiła ci najwięcej trudności? Czy planujesz ponownie wykorzystać umiejętności rozwinięte podczas tych dwóch warsztatów?

CELE EDUKACYJNE

- **Komunikacja:** Poprawa umiejętności komunikacji werbalnej i pisemnej w celu skutecznego wyrażania pomysłów, prezentowania koncepcji biznesowych i angażowania interesariuszy, takich jak klienci, inwestorzy i partnerzy.
- **Networking:** rozwijanie umiejętności budowania relacji, wspierania partnerstw i wykorzystywania sieci w celu wspierania projektów eko-przedsiębiorczości.
- **Rozwiązywanie problemów i krytyczne myślenie:** umożliwia analizowanie złożonych sytuacji, identyfikowanie kreatywnych rozwiązań i podejmowanie świadomych decyzji dla firmy.
- **Zdolność adaptacji:** stawianie czoła wyzwaniom i niepewnościom związanym z eko-przedsiębiorczością; nauczyć się akceptować zmiany, uczyć się na porażkach i wytrwale dążyć do osiągnięcia celów.
- **Przywództwo:** Nabycie podstawowych umiejętności przywódczych i zarządczych w celu skutecznego kierowania zespołami, inspirowania innych i tworzenia pozytywnego środowiska pracy w ramach eko-przedsiębiorczości.
- **Współpraca:** umiejętność efektywnej pracy w zespole, budowania silnych relacji i tworzenia synergicznych partnerstw.

NAZWA EKO-FIRMY :

Czas zdefiniować swój projekt!



Jaka jest proponowana koncepcja/produkt/usługa?
Jakie problemy lub potrzeby ma rozwiązać ten projekt?

OPIS

Kim są docelowi klienci/użytkownicy? Kim są główni konkurenci?

BADANIE RYNKU

Jakie inwestycje są wymagane? Jaka strategia cenowa?

MODEL
EKONOMICZNY

Jakie umiejętności i zasoby są wymagane? Którzy partnerzy/dostawcy będą zaangażowani?

ZASOBY

Jakie są punkty sprzedaży? Jak będziesz promować lub sprzedawać swoją ofertę?

STRATEGIA
MARKETINGOWA

Jaka struktura prawna (zakreślić wybraną strukturę)?

- **Jednoosobowa działalność gospodarcza:** Struktura biznesowa, której właścicielem i operatorem jest jedna osoba fizyczna.
- **Spółka cywilna:** Spółka osobowa utworzona przez co najmniej dwie osoby fizyczne lub prawne, podlegająca przepisom kodeksu cywilnego.
- **Spółka jawna:** Podmiot prawny zarejestrowany w Krajowym Rejestrze Sądowym, składający się z co najmniej dwóch partnerów.
- **Spółka komandytowa:** Spółka osobowa, w której co najmniej jeden komplementariusz ponosi nieograniczoną odpowiedzialność, a co najmniej jeden komandytariusz ponosi odpowiedzialność ograniczoną do wysokości wniesionego wkładu.
- **Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością:** Odrębny podmiot prawny, w którym odpowiedzialność wspólników jest ograniczona do wysokości ich wkładów.



Teraz, gdy Twój eko-biznes jest już zdefiniowany, nadszedł czas, aby napisać krótką prezentację (maksymalnie 5 minut prezentacji ustnej), aby przekonać odbiorców. Pamiętaj, że język ciała jest ważny. Zwiększa wiarygodność i wagę przekazu.

Treść

1. Rozpocznij od pytania, stwierdzenia, argumentu, który przyciągnie uwagę.
2. Przedstaw problem: opisz go, kogo dotyczy, jaki jest jego wpływ (z prawdziwymi danymi i faktami).
3. Zaprezentuj rozwiązanie zaproponowane przez eko-firmę i opisz je szczegółowo.
4. Zakończ mocnym zdaniem zapraszającym odbiorców do zaangażowania się w projekt (przykład: „zostań aktorem zmian już teraz”).

Wskazówki dotyczące dobrego języka ciała

1. Mów na tyle głośno i wyraźnie, aby usłyszała Cię cała publiczność.
2. Oddychaj spokojnie: głębokie oddechy pozwolą Ci pozostać zrelaksowanym i pewnym siebie w swojej wypowiedzi i tonie głosu.
3. Nie mów zbyt szybko i nie wahaj się robić przerw.
4. Przyjmij dobrą postawę: stój prosto z rozluźnionymi ramionami i patrz przed siebie.
5. Towarzysz swoim słowom gestami: z dłońmi skierowanymi do góry, gesty te sprawiają wrażenie otwartości i szczerości. Unikaj krzyżowania rąk, ponieważ może to sprawiać wrażenie defensywy.
6. Spaceruj z pewnością siebie: nie wahaj się poruszać po scenie lub w pomieszczeniu, to dodaje dynamiki. Unikaj jednak nadmiernego błędzenia.
7. Utrzymuj kontakt wzrokowy z publicznością, aby przyciągnąć jej uwagę.
8. Uśmiech!



Mocne strony (wewnętrzne)

Słabe strony (wewnętrzne)

S

W

Możliwości (zewnętrzne)

Zagrożenia (zewnętrzne)

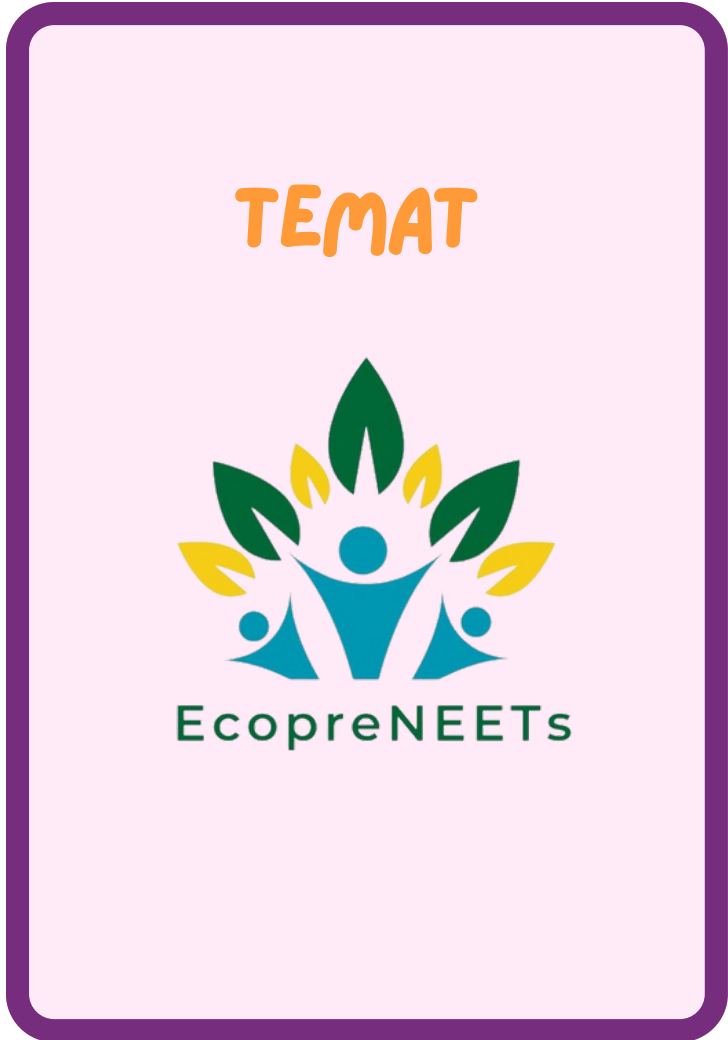
O

T

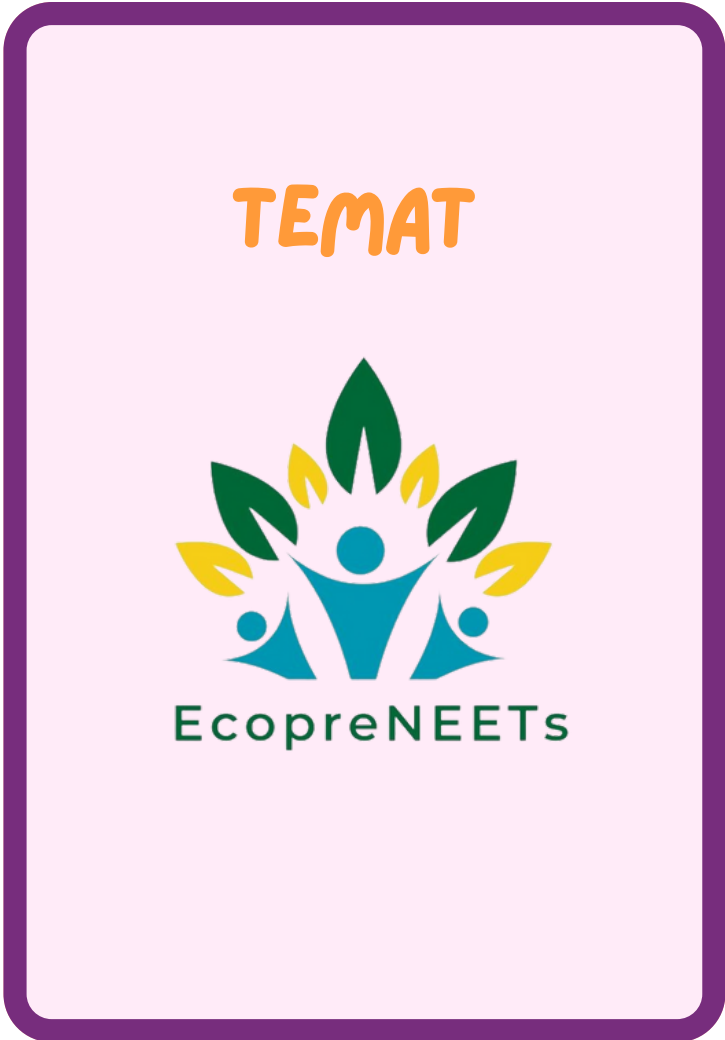


EcopreNEETs

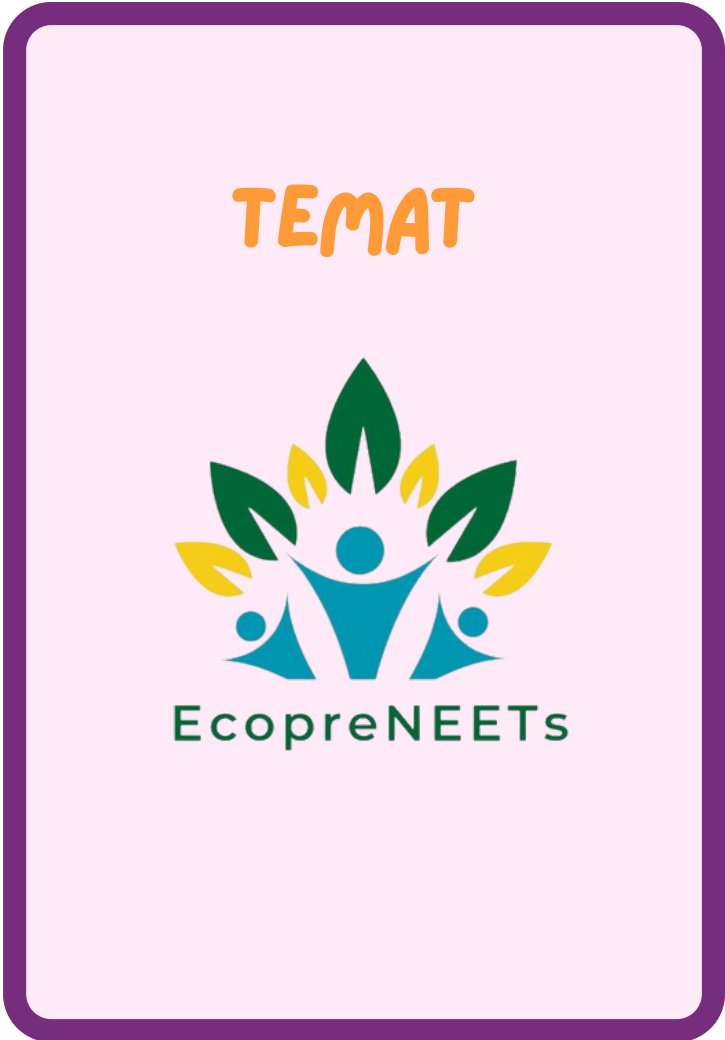
FRONT



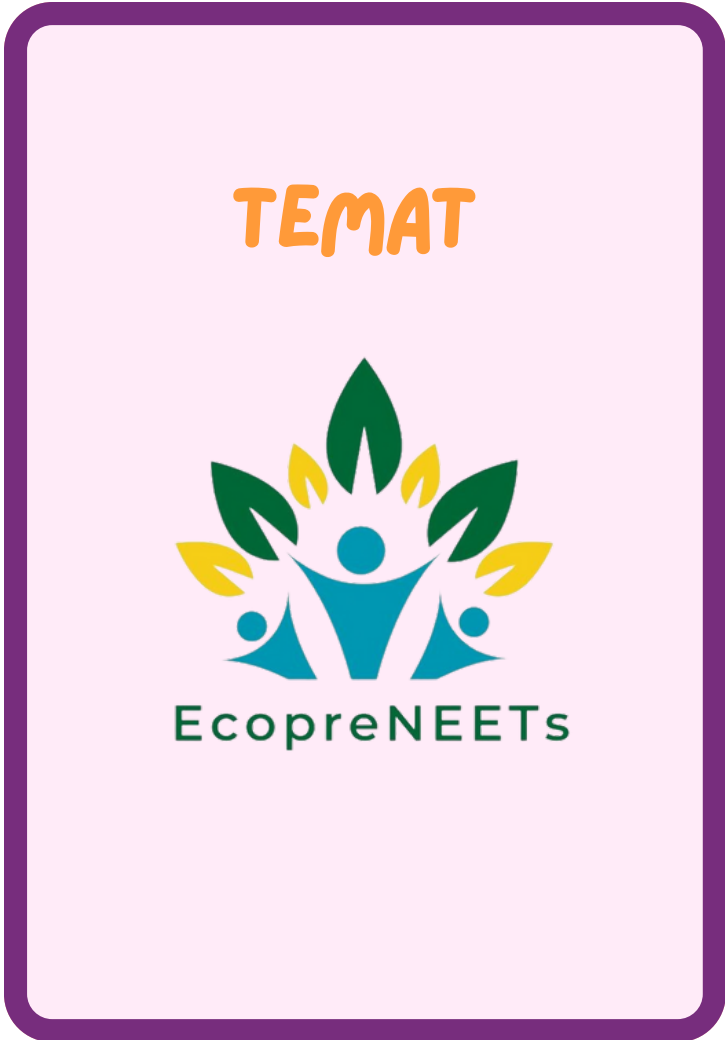
FRONT



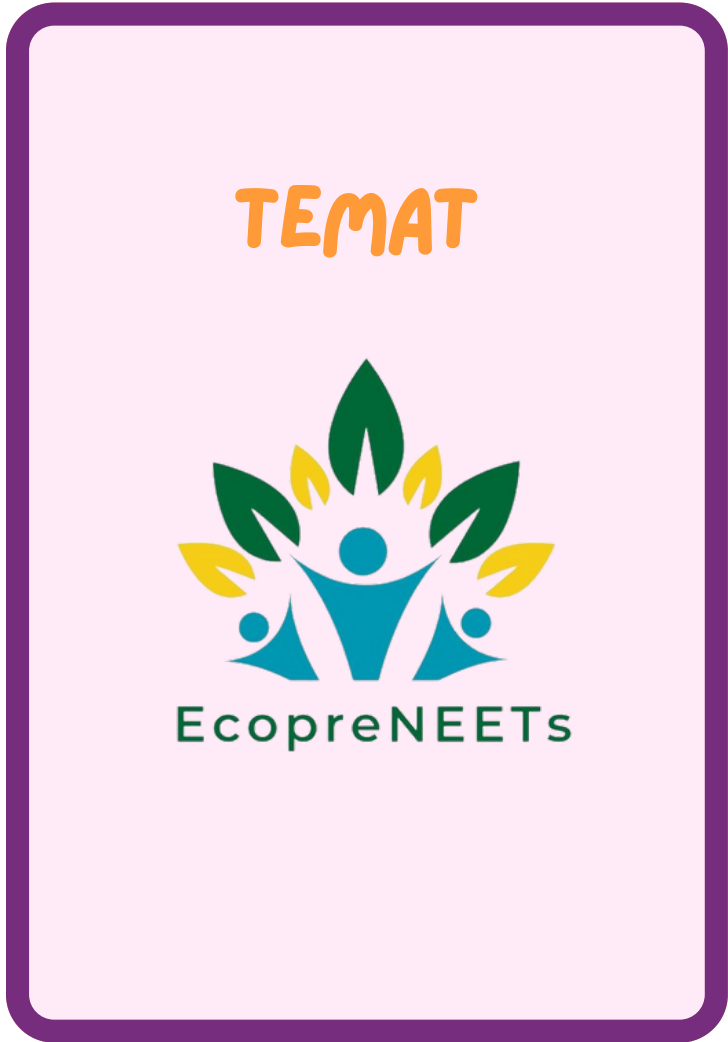
FRONT



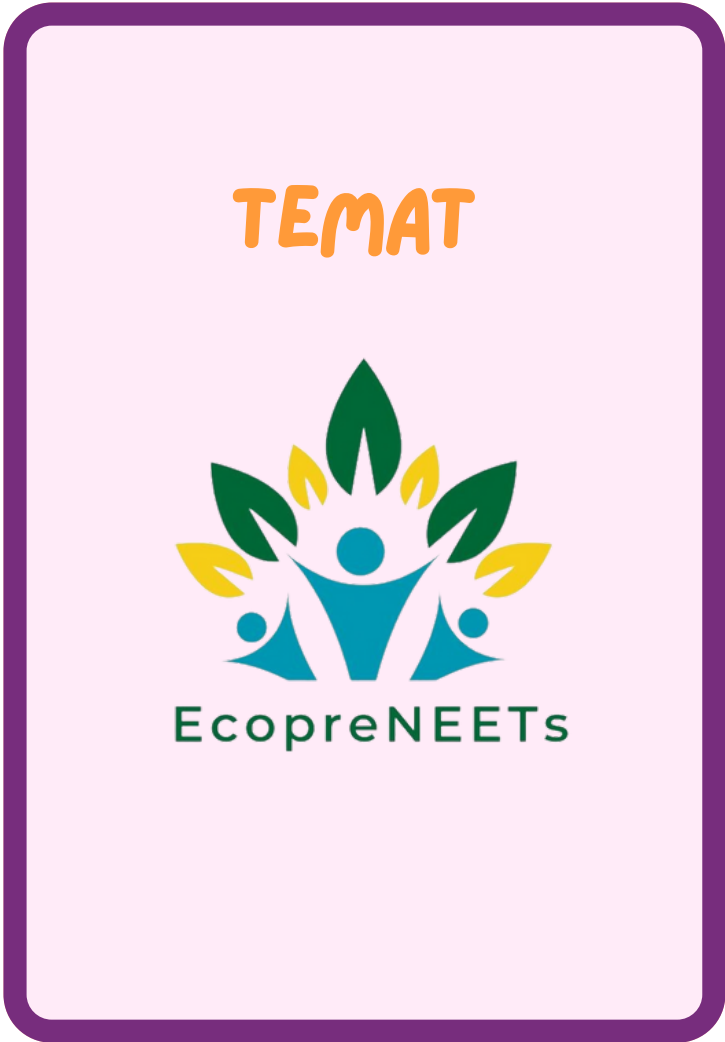
FRONT



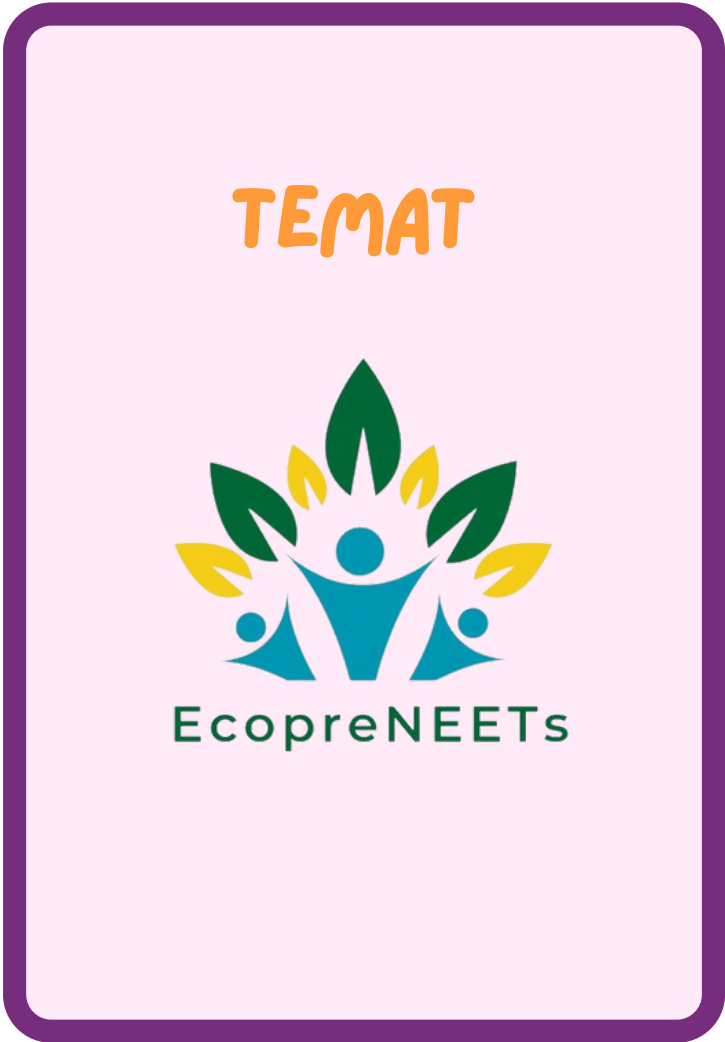
FRONT



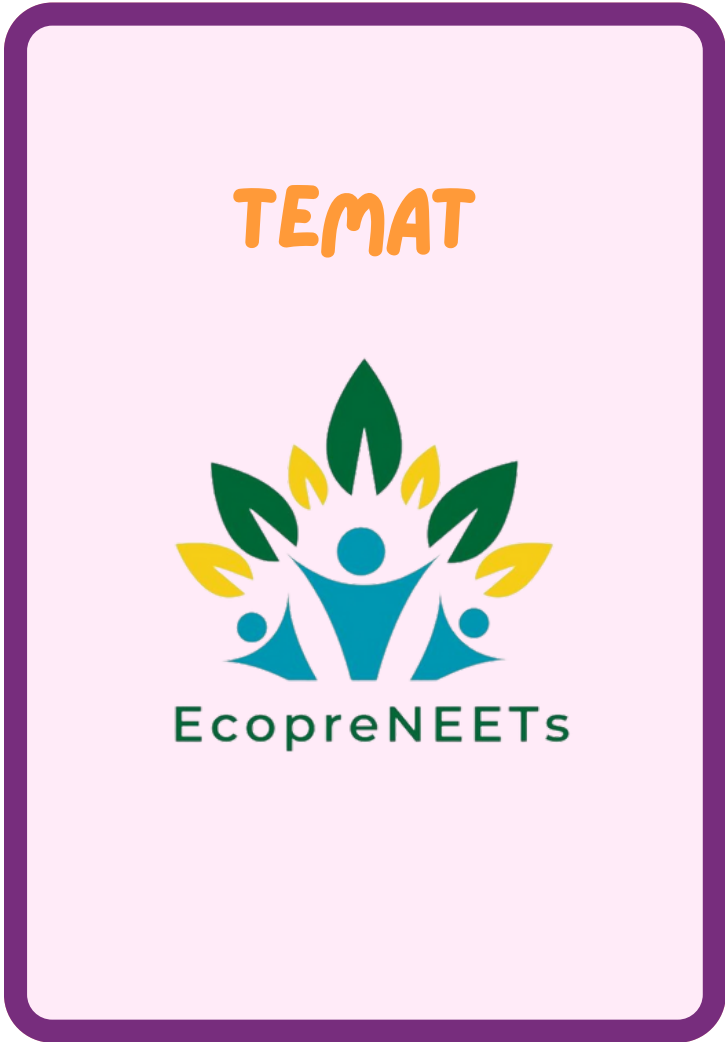
FRONT



FRONT



FRONT



TEMAT

Produkcja,
przetwarzanie i/lub
marketing zdrowej i
lokalnej żywności

TEMAT

zdrowie i dobre
samopoczucie

TEMAT

Budownictwo
ekologiczne,
renowacja,
oszczędność energii

TEMAT

Recykling,
zarządzanie
odpadami, upcykling

TEMAT

Turystyka
ekologiczna i
etyczna (hotele,
wypoczynek,
gastronomia itp.)

TEMAT

Niskie technologie /
czyste technologie
(technologie
podstawowe /
technologie własne)

TEMAT

Transport
ekologiczny

TEMAT

Konsultant ds.
zrównoważonego
rozwoju

FRONT

FRONT

FRONT

FRONT

TYP

TYP

TYP

TYP



EcopreNEETs

EcopreNEETs

EcopreNEETs

EcopreNEETs

FRONT

FRONT

FRONT

FRONT

TYP

TYP

TYP

TYP



EcopreNEETs

EcopreNEETs

EcopreNEETs

EcopreNEETs

TYP

Podatek dochodowy od osób prawnych (CIT):
Podatek ten ma zastosowanie do osób prawnych, takich jak spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (Sp. z o.o.), spółki akcyjne (S.A.) i inne formy korporacyjne zaangażowane w działalność handlową.

TYP

Podatek dochodowy od osób prawnych (CIT):
Podatek ten ma zastosowanie do osób prawnych, takich jak spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (Sp. z o.o.), spółki akcyjne (S.A.) i inne formy korporacyjne zaangażowane w działalność handlową.

TYP

Korzyści przemysłowe i komercyjne:
Usługi komercyjne (ubezpieczenia, firma rozrywkowa, agent ochrony, agent nieruchomości itp.) i rzemieślnicze (fryzjer, fotograf, kominiarz itp.).

TYP

Korzyści przemysłowe i komercyjne:
Usługi komercyjne (ubezpieczenia, firma rozrywkowa, agent ochrony, agent nieruchomości itp.) i rzemieślnicze (fryzjer, fotograf, kominiarz itp.).

TYP

Korzyści niekomercyjne:
Wolny zawód (księgowy, prawnik, osteopata, lekarz, deweloper, projektant, konsultant, tłumacz itp.)

TYP

Korzyści niekomercyjne:
Wolny zawód (księgowy, prawnik, osteopata, lekarz, deweloper, projektant, konsultant, tłumacz itp.)

TYP

Zyski przemysłowe i komercyjne:
Działalność polegająca na zapewnianiu zakwaterowania lub wyżywienia (hotele, restauracje itp.)

TYP

Zyski przemysłowe i komercyjne:
Działalność polegająca na zapewnianiu zakwaterowania lub wyżywienia (hotele, restauracje itp.)

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE

Komisja Europejska przyjęła szereg propozycji mających na celu dostosowanie polityki klimatycznej, energetycznej, transportowej i podatkowej UE w celu zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych netto o co najmniej 55% do 2030 r. w porównaniu z poziomami z 1990 r. Jak się nazywa?

Zielony Ład

PYTANIE

Średnia globalna temperatura wzrosła o 0,5°C w latach 1850–2017.
Prawda czy fałsz?

Fałsz, 1,1 stopnia

PYTANIE

Wymień 2 kraje spośród 7 emitujących najwięcej gazów cieplarnianych.

Chiny, Stany Zjednoczone, Indie, Unia Europejska, Indonezja, Rosja, Brazylia

PYTANIE

Model „triple bottom line” kładzie nacisk na 3 priorytety.
Czym one są?

Ludzie, planeta, zysk

PYTANIE

Jaki jest główny cel badania rynku w projekcie biznesowym?

Zrozumienie potrzeb i preferencji klientów oraz identyfikacja konkurencji

PYTANIE

Jakie są 3 filary zrównoważonego rozwoju?

Gospodarka, Środowisko, Społeczne

PYTANIE

Jaki jest przybliżony czas życia plastikowej butelki wyrzuconej do środowiska?

Między 100 a 1000 lat

PYTANIE

Czym jest Greenwashing?

Fałszywa kampania reklamowa dotycząca korzyści dla środowiska

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE



EcopreNEETs

PYTANIE

Czym jest planowane postarzenie?

Podjęcie dobrowolnie ograniczającą żywotność produktów

PYTANIE

Podatek węglowy to środek motywacyjny mający na celu ograniczenie emisji gazów cieplarnianych. Prawda czy fałsz?

PRAWDA

PYTANIE

Crowdfunding lub finansowanie partycypacyjne jest istotnym źródłem finansowania projektów eko-biznesowych. Prawda czy fałsz?

PRAWDA

PYTANIE

Energie kopalne (ropa, gaz, węgiel) są uważane za odnawialne źródła energii. Prawda czy fałsz?

Fałsz

PYTANIE

Wymień co najmniej jedną etykietę lub certyfikat środowiskowy

Wśród głównych etykiet: European Ecobabel, Rolnictwo Ekologiczne, FSC (zrównowazona gospodarka leśna), Cosmebio, MSC (zrównowazone rybołówstwo), Energy Star (wydajna elektronika) itp. Gwarantują one zgodność z precyzyjnymi specyfikacjami środowiskowymi!

PYTANIE

Każda nowa firma musi oferować innowacyjny produkt lub usługę. Prawda czy fałsz?

Fałsz

PYTANIE

Przedsiębiorczość to dziedzina zarezerwowana dla wysoko wykwalifikowanych osób. Prawda czy fałsz?

Fałsz

PYTANIE

Przedsiębiorca zawsze pracuje sam. Prawda czy fałsz?

Fałsz - Wiedza o tym, jak dobrze się otaczać i delegować zadania, gdy jest to konieczne, to kluczowe umiejętności dla każdego przedsiębiorcy.

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY

Twój stażysta spóźnia się już trzeci raz w tym tygodniu.
Co robisz?

Kary: cofnij się o 3

KARY

Potencjalny klient mówi ci, że ceny twoich produktów/usług są zbyt wysokie. Co odpowiadasz?

Kary: cofnij się o 1

KARY

Konkurent rozpoczyna działalność w tym samym mieście co Ty. Jaką postawę wobec niego przyjmiesz?

Kary: cofnięcie się o 2

KARY

Twój najlepiej sprzedający się produkt/usługa musi przejść podwyżkę cen z powodu inflacji, jeśli chcesz być w stanie utrzymać zysk. Co robisz?

Kary: cofnij się o 2

KARY

Sprzedany produkt jest uszkodzony/przeterminowany lub usługa, którą miałeś wykonać, nie powiodła się.
Co możesz zaoferować klientowi?

Kary: cofnij się o 3

KARY

Po ustawowym terminie 15 dni klient chce anulować zamówienie lub rezerwację.
Co należy zrobić?

Kary: cofnięcie o 1

KARY

Zatrudniłeś usługodawcę do stworzenia narzędzi komunikacyjnych, ale nie wysłał on plików w wyznaczonym czasie.
Jak zareagować?

Kary: cofnij się o 1

KARY

Złożyłeś wniosek o dotację na rozpoczęcie działalności. Zapomniałeś jednak dostarczyć dokument administracyjny.
Co robisz?

Kary: cofnij się o 3

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY



EcopreNEETs

KARY

Twoja witryna została zhakowana, co uniemożliwia obecnie składanie zamówień i dokonywanie rezerwacji.
Co robisz?

Kary: nie grasz w następnej rundzie

KARY

Lokalna gazeta udzieliła ci wywiadu, ale w twoim nazwisku jest błąd.
Co robisz?

Kary: nie grasz w następnej rundzie.

KARY

Rozpocząłeś działalność 2 miesiące temu, ale klienci są rzadkością, ponieważ nie jesteś jeszcze zidentyfikowany na rynku. Jakie rozwiązanie(a) proponujesz?

Kary: nie bierz udziału w następnej rundzie.

KARY

Chcesz uzyskać etykietę środowiskową, ale wymaga to wielu dni pracy, ze szkodą dla codziennego zarządzania.
Co robisz?

Kary: nie grasz w następnej rundzie

KARY

Jesteś rodzicem i masz problem z opieką nad dzieckiem. Masz spotkanie z partnerem i możesz je przełożyć lub zorganizować je z dzieckiem.
Które rozwiązanie wybierasz?

Kary: cofnij się o 1

KARY

Dziecko klienta przypadkowo niszczy sprzęt.
Co robisz?

Kary: cofnięcie o 3

KARY

Zostałeś zaproszony na międzynarodowe wydarzenie, które może wzmocnić Twoją firmę, ale odbywa się w USA. Możesz się tam dostać tylko samolotem. To zaszkodzi Twojemu wizerunkowi.
Co robisz?

Kary: nie grać w następnej rundzie

KARY

Jeden z klientów, wyraźnie nietrzeźwy, zachowuje się niegrzecznie.
Jak zareagować?

Kary: cofnij się o 1

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA

Tworzysz szum w sieciach społecznościowych dzięki filmowi podkreślającemu Twoje know-how i przyciągasz nowych klientów.

Przewaga: krok naprzód
1

PRZEWAGA

Miejskowa gazeta promuje Twój eko-biznes, a Ty przyciągasz nowych klientów.

Przewaga: krok naprzód
1

PRZEWAGA

Dołączasz do grupy eko-przedsiębiorców, z którymi spotykasz się co miesiąc.

Przewaga: krok naprzód
3

PRZEWAGA

Tworzysz swoją stronę internetową.

Przewaga: krok naprzód
1

PRZEWAGA

Otrzymujesz finansowanie ze swojego regionu.

Przewaga: krok naprzód
3

PRZEWAGA

Użytkownik otrzymuje etykietę środowiskową.

Przewaga: krok naprzód
3

PRZEWAGA

Twoi klienci polecają Cię z ust do ust.

Przewaga: krok naprzód
1

PRZEWAGA

Nawiązujesz współpracę z innym eko-biznesem, dzięki czemu zyskujesz nowych klientów.

Przewaga: krok naprzód
1

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA



EcopreNEETs

PRZEWAGA

Podnosisz świadomość na temat zrównoważonego rozwoju poprzez nowe działania, a to przynosi Ci nowych klientów.

Korzyść: krok naprzód 1

PRZEWAGA

Wybierając odnowiony sprzęt cyfrowy dla swojej firmy, możesz zainwestować więcej w inne wydatki.

Korzyść: krok naprzód 1

PRZEWAGA

Promujesz produkt lub usługę, dzięki czemu zyskujesz nowych klientów.

Korzyść: krok naprzód 1

PRZEWAGA

Twoi znajomi i rodzina promują Twoje strony w mediach społecznościowych, a Ty zyskujesz obserwujących.

Korzyść: krok naprzód 1

PRZEWAGA

Bierzesz udział w wydarzeniu, które pozwala rozwinąć sieć partnerów, finansistów i potencjalnych klientów.

Korzyść: krok naprzód 2

PRZEWAGA

Budujesz bazę danych klientów i tworzysz swój pierwszy newsletter.

Korzyść: krok naprzód 1

PRZEWAGA

Jesteś przesłuchiwany w ramach reportażu telewizyjnego.

Korzyść: przejście do przodu 3

PRZEWAGA

Wrażliwy na sprawę, której bronis, dostawca oferuje Ci potrzebny sprzęt bezpłatnie.

Korzyść: krok naprzód 1

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE

Znajdź slogan w 2
minuty

WYZWANIE

Narysuj logo w 2
minuty

WYZWANIE

Wystąpienie bez
notatek

WYZWANIE

Twój sąsiad po
lewej jest
potencjalnym
klientem, masz 2
minuty, aby
przekonać go do
zostania klientem

WYZWANIE

Zaprojektuj ulotkę
w 2 minuty

WYZWANIE

Napisz swoją kartę
graficzną (kolory,
typografia itp.) w 2
minuty.

WYZWANIE

Napisz swój
pierwszy post na
Instagramie w 2
minuty

WYZWANIE

Wyobraź sobie
ofertę
wprowadzającą
(przykład: oferta
„odkrywcza” za
pół ceny) w 2
minuty.

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE



EcopreNEETs

WYZWANIE

Twój sąsiad po prawej jest urzędnikiem wybranym przez departament. Musisz zaprezentować mu swój eko-biznes w ciągu 2 minut

WYZWANIE

Twój sąsiad po lewej to potencjalny inwestor, którego spotkałeś na imprezie. Przedstaw się mu i opowiedz o swoim eko-biznesie w ciągu 2 minut

WYZWANIE

Odpowiedz na ten komentarz na piśmie: „Philippe D: Rozczarowany moim doświadczeniem z tą firmą” w mniej niż 2 minuty

WYZWANIE

Odpowiedz na ten komentarz na piśmie: „Isabelle S: Jestem zachwycony moim doświadczeniem z tą firmą” w mniej niż 2 minuty

WYZWANIE

Znajdź 3 słowa, które definiują Twój eko-biznes

WYZWANIE

Znajdź i zbierz przedmioty nadające się do recyklingu w pomieszczeniu w czasie krótszym niż 3 minuty.

WYZWANIE

Zdefiniuj 3 wartości specyficzne dla Twojego eko-biznesu w mniej niż 2 minuty.

WYZWANIE

Określenie 3 podstawowych umiejętności dla zawodu eko-przedsiębiorcy

