



Dofinansowane przez
Unię Europejską

Projekt: GameON - 2021-1-ES02-KA220-YOU-000028541

Przewodnik po przedsiębiorczości cyfrowej



Partnerzy

Asociación Valencia Inno Hub (InnoHub), Hiszpania

Social Action & Innovation Center (KMOP), Grecja

Markeut Skills Sociedad Limitada (MEUS), Hiszpania

Euphoria Net Srl (Euphoria), Włochy

Centre for Education and Entrepreneurship Support (CWEP), Polska

Center for Education and Innovation (INNOVED), Grecja

Redakcja

Stavros Delavinias, KMOP

Autorzy

Marina Ortega Mateo, Innohub

Eftychia Kechri, KMOP

María Segarra, MEUS

Athanasia Zagkoti, INNOVED

Euphoria Net

CWEP

Pierwsza publikacja: Wrzesień 2023

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Spis treści

Rozdział 1: Wprowadzenie	3
Rozdział 2: Pojęcia teoretyczne	4
Rozdział 2.1: Przedsiębiorczość cyfrowa.....	4
Rozdział 2.2: Cyfrowa transformacja i możliwości.....	6
Rozdział 3: Narzędzia dla cyfrowej przedsiębiorczości	9
Rozdział 3.1: Przedsiębiorczy sposób myślenia.....	9
Rozdział 3.2: Marketing cyfrowy.....	13
Rozdział 3.3: Modele Biznesowe, Szablony Biznesowe, Model Biznesowy Ty dla Cyfrowego Przedsiębiorcy.....	16
Rozdział 3.4: Innowacyjność i przedsiębiorczość.....	21
Rozdział 4: Najlepsze praktyki i studia przypadków	26
Rozdział 4.1: Najlepsze praktyki.....	26
Rozdział 4.2: Studia przypadków.....	34
Rozdział 5: Referencje	42

Rozdział 1: Wprowadzenie

Co musisz wiedzieć o GameOn

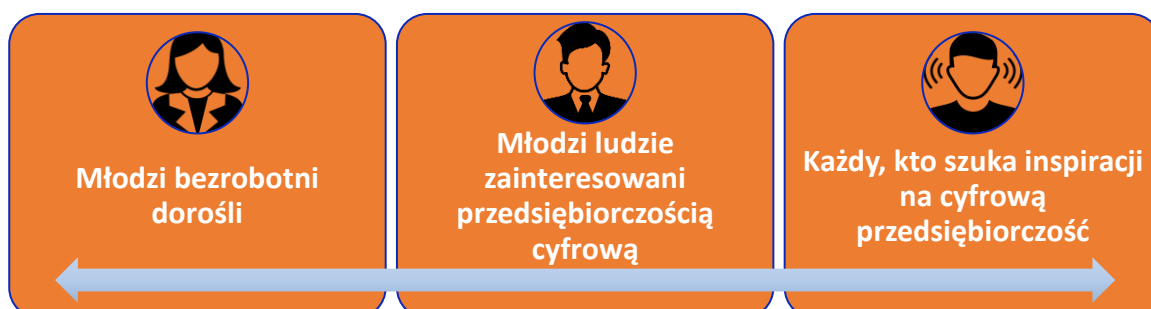
Wysoki poziom bezrobocia wśród młodych ludzi w krajach UE odzwierciedla trudności, jakie napotykają oni w znalezieniu pracy, zwłaszcza z powodu kryzysu związanego z COVID-19. Przedsiębiorczość jest kluczowym narzędziem w walce z bezrobociem, ponieważ służy jako podwójna broń. Z jednej strony osoba, która staje się przedsiębiorcą, nie jest już bezrobotna. Z drugiej strony, odnoszący sukcesy przedsiębiorca może nawet zatrudniać pracowników, ułatwiając dostęp do zatrudnienia innym potrzebującym obywatelom. Jednak często młodzi ludzie nie wierzą, że przedsiębiorczość jest ścieżką, którą mogą obrać, ponieważ napotykają wiele przeszkód na drodze do pomyślnego rozpoczęcia działalności gospodarczej.

Nauka cyfrowego biznesu otwiera nowy świat możliwości przedsiębiorczych z nowymi firmami i start-upami, zwiększając nacisk na technologie i usługi cyfrowe. W ten sposób zdobywanie wiedzy na te tematy oferuje młodym bezrobotnym sposób na rozwijanie własnych pomysłów i szansę na osiągnięcie sukcesu zawodowego.

GameON ma na celu pomóc młodym bezrobotnym pokonać kluczowe bariery i nauczyć się, jak zostać przedsiębiorcami. Projekt kładzie nacisk na przedsiębiorczość cyfrową, uznając, że dzisiejsi młodzi ludzie mają naturalną przewagę w tej dziedzinie ze względu na ich wychowanie w środowisku cyfrowym. GameOn zapewnia szkolenia w zakresie cyfrowego biznesu i przedsiębiorczości poprzez te wytyczne oraz poprzez innowacyjne podejście w postaci [gry wideo](#).

GameOn to projekt Erasmus+ realizowany przez 6 partnerów w 4 krajach europejskich (Grecja, Włochy, Polska, Hiszpania).

Dla kogo przeznaczone są te wytyczne?



Rozdział 2: Koncepcje teoretyczne

Rozdział 2.1: Przedsiębiorczość cyfrowa

Wprowadzenie

W erze Internetu i technologii cyfrowych, które przekształcają tradycyjne strategie biznesowe, struktury i procesy, jednym z najszybciej rozwijających się sektorów jest biznes cyfrowy.

Cyfrowy biznes wymaga również nowej postaci: **cyfrowego przedsiębiorcy**, skoncentrowanego na rozwoju przedsiębiorczości związanej z technologią cyfrową. Ale co rozumiemy przez przedsiębiorczość cyfrową?

Ten rozdział pomoże ci zrozumieć, czym jest **przedsiębiorczość cyfrowa**, zapewniając jasną i prostą definicję oraz podkreślając jej główne cechy; kim jest przedsiębiorca cyfrowy i dlaczego przedsiębiorczość cyfrowa może pomóc młodym ludziom w walce z bezrobociem wśród młodzieży.

Przedsiębiorczość cyfrowa: Definicja i główne cechy

Według Komisji Europejskiej, **przedsiębiorczość cyfrowa** "obejmuje wszystkie nowe przedsięwzięcia i transformacje istniejących przedsiębiorstw, które generują wartość ekonomiczną i/lub społeczną poprzez tworzenie i wykorzystywanie nowatorskich technologii cyfrowych. Przedsiębiorstwa cyfrowe charakteryzują się wysoką intensywnością wykorzystania nowatorskich technologii cyfrowych (w szczególności rozwiązań społecznościowych, big data, mobilnych i chmurowych) w celu usprawnienia operacji biznesowych, wymyślenia nowych modeli biznesowych, wyostrzenia inteligencji biznesowej oraz angażowania klientów i interesariuszy" (Komisja Europejska, 2015, s. 2).

Podczas gdy przedsiębiorczość, w swojej najbardziej podstawowej formie, można opisać jako samozatrudnienie (Gohmann, 2012), przedsiębiorczość cyfrowa obejmuje poszukiwanie możliwości biznesowych lub gospodarczych, które pojawiają się na platformie cyfrowej i przy użyciu technologii cyfrowych (Giones, Brem, 2017; & Zhao, Collier, 2016). Wykorzystanie narzędzi i platform cyfrowych sprzyja powstawaniu nowych rodzajów pracy, które trudno zaklasyfikować do tradycyjnych kategorii zatrudnienia, samozatrudnienia, przedsiębiorstw zorientowanych na wzrost itp. Z tej perspektywy przedsiębiorczość cyfrowa stanowi nie tylko podkategorię przedsiębiorczości, ale "pogodzenie tradycyjnej przedsiębiorczości z nowym sposobem tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej w erze cyfrowej" (Le Dinh i in., 2018, s. 1). Przedsiębiorcy zaangażowani w przedsiębiorczość cyfrową są

zatem nazywani **przedsiębiorcami cyfrowymi**, a powstałe firmy lub spółki nazywane są **przedsiębiorstwami cyfrowymi**.

Kim jest przedsiębiorca cyfrowy?

Przedsiębiorca cyfrowy to zatem osoba, która zdecydowała się wykorzystać zasoby udostępniane przez sieć, organizując je zgodnie z modelem biznesowym, aby stworzyć własny biznes online.

Przedsiębiorcy cyfrowi wykorzystują typowe cechy świata online i jego systemów (od sieci społecznościowych po oprogramowanie do zarządzania, od systemów tworzenia treści po płatne systemy promocji), aby uzyskać ogromną przewagę konkurencyjną nad bardziej tradycyjnymi typami przedsiębiorców offline. W rzeczywistości ważne jest, aby przedsiębiorca cyfrowy miał cyfrowy sposób myślenia o przedsiębiorczości, który obejmuje orientację przedsiębiorczą oraz zdolność do uczenia się i rozwijania ogólnego zrozumienia technologii internetowych i mobilnych (Jafari i in., 2020) oraz innych kanałów cyfrowych i społecznościowych.

Ogólnie rzecz biorąc, przedsiębiorczość cyfrowa zależy od technologii cyfrowych, które zmieniają się bardzo dynamicznie i wymagają od przedsiębiorców nadążania za nowymi rozwiązaniami i ciągłego wprowadzania innowacji (Jafari i in., 2020).

Dlaczego młodzi ludzie powinni interesować się przedsiębiorczością cyfrową?

Bezrobocie wśród młodzieży jest jednym z największych globalnych wyzwań, zaostrowym przez pandemię Covid-19 (MOP, 2022). Jednocześnie młodzi ludzie wykazują duże zainteresowanie przedsiębiorczością, ale mimo to bardzo niewielu młodych ludzi pracuje w start-upach lub prowadzi firmy (OECD/Komisja Europejska, 2021). Ważnym aspektem, który należy wziąć pod uwagę, jest to, że **młodzi ludzie**, urodzeni w środowisku cyfrowym, mają przewagę konkurencyjną: są zaznajomieni z Internetem, mediami społecznościowymi itp. i mogą łatwo poruszać się w sferze online.

Rozszerzenie możliwości zatrudnienia w gospodarce cyfrowej, któremu towarzyszą wysiłki na rzecz podniesienia poziomu edukacji i umiejętności, może przyczynić się do formalizacji zatrudnienia młodzieży. Rzeczywiście, gospodarka cyfrowa ma potencjał do promowania zatrudnienia młodzieży, wraz z poziomem polityki umożliwiającym przekształcenie tego potencjału w rzeczywiste możliwości zatrudnienia (MOP, 2022).

Rozdział 2.2: Cyfrowa transformacja i możliwości

Wprowadzenie

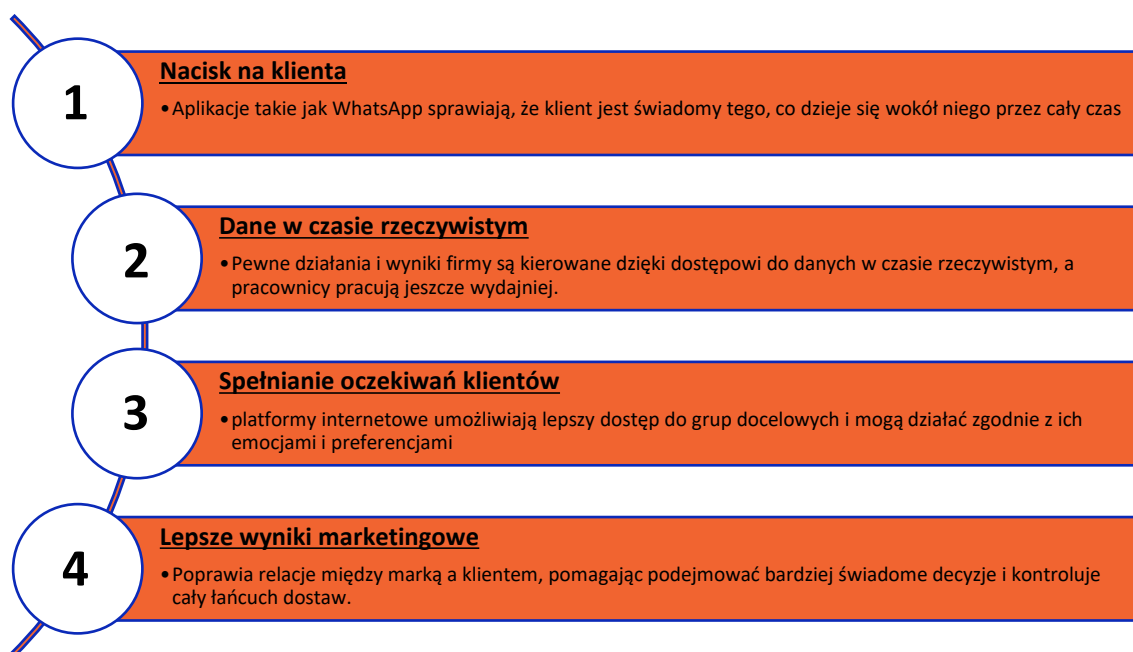
Transformacja cyfrowa polega na integracji technologii cyfrowej we wszystkich obszarach organizacji, zmieniając sposób pracy i dostarczając wartość naszym klientom. To szybkie i szerokie zastosowanie technologii cyfrowych stworzyło możliwości dla przedsiębiorczości w różnych branżach. Dopiero po jasnym zdefiniowaniu, co cyfryzacja oznacza dla naszej firmy lub organizacji, jakie obszary biznesowe i cele korporacyjne powinny zostać uwzględnione w cyfryzacji, co powinniśmy zrobić z cyfryzacją? Można zdecydować, jakie cele chcemy osiągnąć. Cyfryzacja dla samej cyfryzacji mija się z celem przedsiębiorstwa. Dowiedzmy się, co transformacja cyfrowa oferuje naszej firmie i jakie możliwości może stworzyć.

Korzyści i trendy cyfrowej transformacji

W dzisiejszym szybko ewoluującym cyfrowym krajobrazie firmy zdają sobie sprawę z pilnej potrzeby dostosowania się do nowych technologii i przyjęcia cyfrowej transformacji, aby pozostać konkurencyjnymi. Proces ten obejmuje wykorzystanie narzędzi i platform cyfrowych w celu usprawnienia operacji, poprawy obsługi klienta i napędzania innowacji. Dla przedsiębiorców zrozumienie potencjału transformacji cyfrowej może odblokować liczne możliwości rozwoju i sukcesu.

Dzięki integracji technologii cyfrowych przedsiębiorcy mogą zrewolucjonizować swoje modele biznesowe, poszerzyć bazę klientów i odkrywać nowe, wcześniej niedostępne rynki. Możliwości są ogromne, począwszy od optymalizacji procesów wewnętrznych poprzez automatyzację i analitykę, aż po wykorzystanie mediów społecznościowych i platform internetowych do skutecznego marketingu i zaangażowania klientów.

Co więcej, transformacja cyfrowa pozwala przedsiębiorcom wykorzystać moc danych i analityki do świadomego podejmowania decyzji i analizy predykcyjnej. Wykorzystując zaawansowane narzędzia analityczne, przedsiębiorcy mogą uzyskać cenny wgląd w zachowania klientów, trendy rynkowe i analizę konkurencji, umożliwiając im podejmowanie strategicznych decyzji biznesowych, które napędzają rentowność i trwały wzrost.



Rysunek 1. Korzyści z transformacji cyfrowej

Źródło: [The Wisdom of Digital Transformation](#)

Co więcej, pojawienie się nowych technologii, takich jak sztuczna inteligencja, Internet Rzeczy (IoT) i blockchain, otworzyło drzwi dla innowacyjnych rozwiązań, oferując przedsiębiorcom szansę na przełamanie tradycyjnych branż i stworzenie zupełnie nowych modeli biznesowych. Technologie te mają potencjał zrewolucjonizowania takich sektorów jak opieka zdrowotna, logistyka, finanse i produkcja, umożliwiając przedsiębiorcom wyrzeźbienie niszy w tych branżach dzięki przełomowym i skalowalnym pomysłom.

Pandemia Covid 19 przyspieszyła proces transformacji cyfrowej, ponieważ cyfryzacja stała się integralną częścią strategii i sukcesu firmy. Jest to oczywiste, ale przedsiębiorstwa muszą wprowadzać ciągłe zmiany i aktualizacje związane z ich cyfrową podróżą.

Odporność w strategii biznesowej firmy jest niezbędna do osiągnięcia długoterminowego sukcesu. Odnosi się ona do zdolności firmy do szybkiego dostosowywania się i wychodzenia z nieoczekiwanych zakłóceń lub wyzwań, takich jak spowolnienie gospodarcze, zmiany rynkowe, klęski żywiołowe lub postęp technologiczny. Odporne firmy proaktywnie identyfikują potencjalne zagrożenia i opracowują plany awaryjne, aby zminimalizować ich wpływ na ich działalność i wyniki finansowe. Włączając odporność do swoich procesów planowania strategicznego, firmy mogą

lepiej radzić sobie z niepewnością, wykorzystywać możliwości rozwoju w obliczu przeciwności, zwiększać zaufanie interesariuszy, utrzymywać przewagę konkurencyjną i ostatecznie rozwijać się nawet w obliczu niepewności lub kryzysu.

Innym ważnym obecnie trendem jest **zrównoważony rozwój**. Zrównoważona strategia biznesowa odnosi się do długoterminowego procesu planowania i podejmowania decyzji, który zapewnia zgodność działań firmy ze zrównoważonym rozwojem środowiskowym, społecznym i gospodarczym. Zrównoważona strategia biznesowa obejmuje holistyczne podejście, które integruje zasady zrównoważonego rozwoju we wszystkich aspektach organizacji, w tym w projektowaniu produktów, zarządzaniu łańcuchem dostaw, praktykach pracowniczych i zaangażowaniu interesariuszy. Przyjmując zrównoważone praktyki, firmy mogą nie tylko obniżyć koszty i poprawić swoją reputację, ale także przyczynić się do stworzenia bardziej sprawiedliwej i odpornej globalnej gospodarki.

Aby w pełni wykorzystać potencjał transformacji cyfrowej, przedsiębiorcy muszą inwestować w budowanie potencjału cyfrowego w swoich organizacjach. Może to obejmować podnoszenie kwalifikacji pracowników w celu efektywnej obsługi narzędzi cyfrowych i wspieranie kultury ciągłych innowacji oraz współpracę z partnerami technologicznymi w celu nadążania za najnowszymi trendami i rozwojem.

Podsumowując, transformacja cyfrowa stanowi dla przedsiębiorców sferę bezprecedensowych możliwości. Wykorzystując technologie cyfrowe i zmieniając tradycyjne modele biznesowe, przedsiębiorcy mogą nie tylko pozostać na czele na coraz bardziej konkurencyjnym rynku, ale także odkrywać nowe drogi rozwoju i sukcesu.



Rysunek 2. Transformacja Cyfrowa

Źródło: [Canva Database](#)

Rozdział 3: Narzędzia dla przedsiębiorczości cyfrowej

Rozdział 3.1: Postawa przedsiębiorcza

Wprowadzenie

Przedsiębiorczy sposób myślenia pomaga liderom tworzyć wartość poprzez "rozpoznawanie i wykorzystywanie szans, podejmowanie decyzji przy ograniczonych informacjach oraz pozostawanie elastycznym i odpornym w niepewnych i złożonych warunkach" - powiedziała Rowena Barrett, prorektor ds. przedsiębiorczości na Queensland University of Technology.

Posiadanie przedsiębiorczego nastawienia jest warunkiem wstępnym do założenia firmy. Podejście przedsiębiorcy różni się od podejścia pracownika, a nawet właściciela firmy, ponieważ jest bardziej skoncentrowane na zarządzaniu biznesem w ustalonym modelu biznesowym.

Sposób myślenia przedsiębiorcy pomaga nam wykrywać możliwości, wyznaczać cele i rozwijać projekty od podstaw, z wizją skoncentrowaną na poprawie społeczeństwa i dostarczaniu wartości klientom przy jednoczesnym osiągnięciu zysków. Przedsiębiorca tworzy przełomowe i innowacyjne projekty, które przekształcają rynek lub ulepszają to, co już istnieje.

Czym jest przedsiębiorczy sposób myślenia?

Pojęcie "przedsiębiorczego sposobu myślenia" odnosi się do sposobu myślenia i zachowania, który obejmuje postawy i cechy wspólne dla przedsiębiorców. Gotowość do podejmowania ryzyka, kreatywność, innowacyjność, proaktywność i umiejętność znajdowania okazji w trudnych sytuacjach to cechy charakterystyczne tego sposobu myślenia.

Przedsiębiorczy sposób myślenia to zestaw przekonań, wiedzy i procesów myślowych, które umożliwiają ludziom rozpoznawanie możliwości, podejmowanie inicjatywy i odnoszenie sukcesów w różnych środowiskach (CURE-E, n.d.).

Towarzyszy on strukturze mentalnej twórcy biznesu/przedsiębiorcy. Aby opracować projekt biznesowy, musimy analizować i wiedzieć, ale najważniejsze jest, aby mieć przedsiębiorcze nastawienie.

Dzięki takiemu sposobowi myślenia są w stanie:

- Rozpoznawać warunki rynkowe i niedociągnięcia konkurencji.

- Doprowadzać nowe przedsięwzięcie do rentowności.
- Określać różne metody lub źródła finansowania.
- Rozpoznawać potrzeby i wady społeczne.
- Tworzyć innowacyjne koncepcje, które zmieniają otoczenie rynkowe.
- Zwracać uwagę na innowacje, ciągły rozwój i wartość dodaną.
- Oferować świeże, ulepszone odpowiedzi na nurtujące kwestie.
- Tworzyć zrównoważone modele biznesowe i oceniać rentowność przedsięwzięcia.

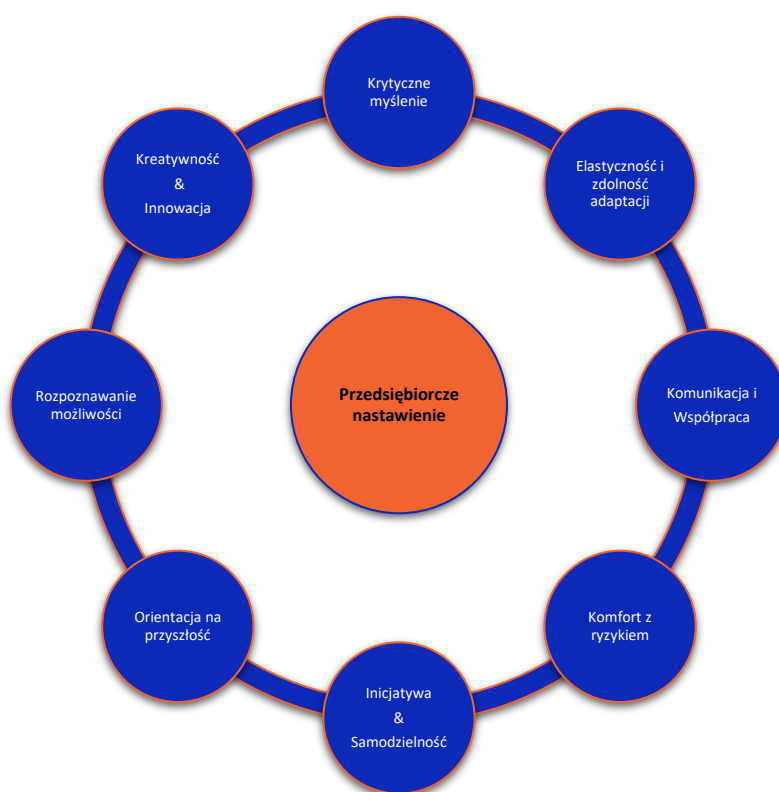
Niektóre umiejętności rozwijające przedsiębiorcze nastawienie

Nie trzeba urodzić się z przedsiębiorczym nastawieniem, jest to umiejętność, którą można rozwijać przez lata, wysiłkiem i ciężką pracą. Dlatego też istnieje obecnie wiele kursów szkoleniowych na ten temat.

Oto kilka ważnych cech przedsiębiorczego sposobu myślenia:

- **Podejmowanie ryzyka:** Przedsiębiorcy są skłonni do podejmowania skalkulowanego ryzyka i wychodzenia ze swojej strefy komfortu. Są gotowi zaakceptować porażkę jako część procesu przedsiębiorczości i postrzegają ryzyko jako okazję do nauki i rozwoju.
- Przedsiębiorcy to ludzie **aktywni** i **proaktywni**. Podejmują inicjatywę, aby rozpoczynać projekty, generować pomysły i podejmować działania. Są gotowi poświęcić czas i wysiłek, aby osiągnąć swoje cele.
- **Kreatywność i innowacyjność:** Przedsiębiorcy są kreatywni i innowacyjni. Potrafią wymyślać innowacyjne i przełomowe koncepcje, znajdować kreatywne sposoby rozwiązywania problemów i kwestionować status quo. Nieustannie szukają nowych sposobów na doskonalenie i działanie.
- **Orientacja na możliwości:** Przedsiębiorcy potrafią znaleźć możliwości komercyjne na rynku. Potrafią znaleźć obszary, które nie zostały jeszcze objęte, rozpoznać niezaspokojone potrzeby i opracować rozwiązania, które wykorzystają te możliwości.
- Przedsiębiorcy potrafią **stawić czoła trudnościom** i je **pokonać**. Dzięki swojej odpornej i wytrwałej postawie mogą skupić się na swoich celach pomimo wyzwań i niepowodzeń, jakie mogą napotkać po drodze.

- **Myślenie strategiczne:** Przedsiębiorcy mogą planować długoterminowo. Mają umiejętność wyznaczania jasnych celów, tworzenia planów działania i podejmowania świadomych decyzji, które pomogą im osiągnąć swoje cele.
- Krótko mówiąc, przedsiębiorczy sposób myślenia odnosi się do zestawu cech i postaw, które inspirują przedsiębiorców do poszukiwania możliwości, podejmowania skalkulowanego ryzyka i dążenia do swoich celów z kreatywnością, innowacyjnością i determinacją.



Rysunek 3. Osiem umiejętności i cech, które ucieleśniają przedsiębiorczy sposób myślenia

Źródło: [California State University Chico](#)

Interaktywne działania i zasoby

Sieć nauczania z przedsiębiorczości (NFTE) to globalna organizacja non-profit zajmująca się edukacją, której celem jest przekazywanie wiedzy na temat przedsiębiorczości młodzieży w całym kraju i na całym świecie. NFTE zapewnia elastyczną, opartą na projektach naukę w klasach, na obozach, w programach pozaszkolnych i online. Ich programy są prowadzone przez wysoko wykwalifikowany Korpus Nauczycieli, a uczniowie NFTE (klasy 6-12) są wspierani przez zróżnicowany Korpus Wolontariuszy z lokalnej społeczności, w tym liderów biznesu i przedsiębiorców.

Program nauczania *Młodzi przedsiębiorcy* od *Empowered* wykorzystuje działania do rozwijania przedsiębiorczych postaw u uczniów oraz idealnie nadaje się do wykorzystania na zajęciach z biznesu, marketingu lub przedsiębiorczości, bez kosztów dla nauczyciela, przewodnika lub rodzica.

W jaki sposób gra GameOn może pomóc?

Interaktywna gra GameOn zapewnia użytkownikom interaktywne doświadczenie, promując nauczanie umiejętności przedsiębiorczych, w tym przypadku przedsiębiorczego sposobu myślenia. Jako że jest to gra, przyciągnie ona uwagę i zainteresowanie młodych ludzi, którzy będą chcieli ją wypróbować i grać. Jest to gra z bardzo interaktywnym modułem: pytanie - odpowiedź - informacja zwrotna, dzięki czemu młodzi ludzie poczują, że uczą się w łatwy i przyjemny sposób.

GAME

Business Models, Business Canvas, Business Model You for Digital Entrepreneurs

		
Level 1 - Time for a business model	Level 2 - Let's discuss our business model	Level 3 - Becoming an expert on Business Model Canvas
<small>Introduction to the concept of Business Models, Business Canvas, and Business Model You</small>	<small>Understanding the concept of Business Models, Business Canvas, and Business Model You by focusing on the details</small>	<small>Mastering the concept of Business Models, Business Canvas, and Business Model You by exercising critical choice</small>
PLAY	PLAY	PLAY



However, many young entrepreneurs are not familiar with the business model concept. Moreover, the majority is not aware that besides the organisational business models, personal business models are equally important.

Rysunek 4 & 5. Gra GameON

Rozdział 3.2: Marketing cyfrowy

Wprowadzenie

Nie ulega wątpliwości, że rozwój technologii w ciągu ostatnich dwóch dekad znacząco wpłynął na życie jednostek. Marketing cyfrowy to dynamiczna i szybko rozwijająca się dziedzina, która zrewolucjonizowała sposób, w jaki firmy łączą się ze swoimi docelowymi odbiorcami. Przedsiębiorstwa i firmy musiały odpowiednio dostosować swoje działania, aby utrzymać wysokie wyniki i osiągnąć roczne cele. Ponieważ marketing odgrywa istotną rolę w rozwoju biznesu, wiele firm musiało porzucić tradycyjne sposoby promowania swojej marki i zainwestować więcej w sposoby cyfrowe.

Termin marketing cyfrowy odnosi się do wszystkich działań marketingowych w Internecie za pośrednictwem kanałów cyfrowych, takich jak media społecznościowe, strony internetowe i wyszukiwarki. Dzięki tym kanałom firmy mogą nawiązać kontakt z potencjalnymi klientami, a także osiągnąć globalną ekspansję swojego portfela klientów. Marketing cyfrowy oferuje również młodym czytelnikom bramę do świata możliwości. Zapewnia wgląd w skuteczną komunikację, otwiera różnorodne perspektywy kariery i wyposaża ich w umiejętności. Od analizy danych po tworzenie treści - umiejętności marketingu cyfrowego są bardzo poszukiwane w różnych branżach. Pozwalają one na kreatywną ekspresję i możliwość wywarcia znaczącego wpływu na cyfrowy krajobraz. Badając marketing cyfrowy, młodzi ludzie mogą zdobyć cenną wiedzę, utrzymać się na rynku pracy i kształtować przyszłość marketingu w erze cyfrowej.

Rodzaje działalności

Każdy rodzaj działalności, której celem jest napędzanie rozwoju firmy, powinien inwestować w marketing cyfrowy. Każda firma po zidentyfikowaniu potrzeb swojej osoby kupującej, powinna tworzyć wartościowe treści cyfrowe i pracować nad metodami, które przyciągną potencjalnych klientów. Ponieważ jednak firmy działają w różny sposób, ich strategie marketingowe również powinny się różnić.

Firmy można podzielić na B2B (business-to-business) i B2C (business-to-consumer). Aby oba typy firm osiągnęły pomyślne wyniki, koncentrują się odpowiednio na różnych strategiach marketingowych w zależności od odbiorców. Firmy B2B współpracują głównie z innymi firmami, dlatego muszą mieć bardzo dobrze zorganizowaną i szczegółową stronę internetową. Za

pośrednictwem strony internetowej i kanałów cyfrowych, takich jak LinkedIn, potencjalny klient powinien być w stanie uzyskać pełne informacje o marce i oferowanych usługach. Następnym krokiem będzie komunikacja z personelem zarządzającym w celu nawiązania relacji biznes-klient. W przeciwieństwie do tego, firmy B2C zazwyczaj przyciągają swoich klientów bezpośrednio za pośrednictwem platform cyfrowych. Zakup oferowanego produktu może zostać zrealizowany bez interakcji ze sprzedawcą. Firmy B2C zazwyczaj korzystają z mediów takich jak Instagram i Facebook, a także płatnych reklam w celu promowania swoich produktów i ofert.

Metody Marketingu Cyfrowego

Wszystkie firmy wyznaczają sobie krótko i długoterminowe cele i koncentrują się na znalezieniu sposobów na ich osiągnięcie. Aby osiągnąć pożądane wyniki, używają narzędzi do budowania strategii i wdrażania metod, aby odpowiednio wzmocnić swoją markę. Metody marketingu cyfrowego mogą być różne, niektóre z nich to:

Marketing w wyszukiwarkach internetowych (SEM): pojawienie się strony internetowej na szczycie wyników w wyszukiwarkach, na przykład za pośrednictwem płatnych reklam, może pomóc zwiększyć liczbę wyświetleń i odwiedzin stron internetowych

Marketing w mediach społecznościowych (SMM): odnosi się do korzystania z platform społecznościowych do celów reklamowych i tworzenia treści marketingowych

Promocja treści: Może to być reklama płatna za kliknięcie, promocja w mediach społecznościowych i za pośrednictwem wiadomości e-mail lub dotarcie do influencerów. Podejście wielokanałowe może przynieść lepsze wyniki

Marketing e-mailowy: Lojalni klienci są subskrybentami e-maili, ponieważ albo wyrazili swoje zainteresowanie i zapisali się do newslettera, albo już dokonali zakupu. Marketing za pośrednictwem e-maili może mieć formę kodów promocyjnych na zniżki, informacji o oferowanych produktach, promocjach czy nowościach wydawniczych

Marketing afiliacyjny: to sposób, w jaki ludzie mogą zarabiać pieniądze i prowizję, reklamując i promując produkty i usługi za pośrednictwem linków partnerskich

Optymalizacja pod kątem wyszukiwarek (SEO): wzmocnienie wizerunku społecznościowego, aby strony internetowe pojawiały się w wynikach wyszukiwania organicznego. Zapewni to wysoką widoczność wśród potencjalnych klientów z wysokimi intencjami zakupu

Interaktywne działania i zasoby

Interaktywne działania i zasoby odgrywają kluczową rolę w poprawie uczenia się i zrozumienia w dziedzinie marketingu cyfrowego. W dzisiejszych czasach firmy decydują się na wdrażanie spersonalizowanych kampanii marketingowych, ponieważ oferują one wyższe zyski. W ten sposób mogą działać w oparciu o osobiste preferencje i zachowania klienta. Dzięki postępowi technologicznemu i wykorzystaniu narzędzi cyfrowych, firmy mogą tworzyć swoich docelowych odbiorców i oferować im spersonalizowane treści za pośrednictwem marketingu interaktywnego.

Marketing interaktywny można osiągnąć na przykład poprzez udział w prezentach i konkursach, a nawet poprzez wypełnianie kwestionariuszy, które klienci mogą wypełniać podczas nawigacji na stronie internetowej. Kwestionariusze te są automatycznie wypełniane przez boty i rekomendują listę odpowiednich produktów oferowanych przez firmę, zgodnie z potrzebami każdej osoby. Inna interaktywna metoda może mieć formę przypomnień o porzuconych koszykach lub oferty kodu rabatowego, aby zachęcić klienta do sfinalizowania zakupu. E-maile i wyskakujące powiadomienia o wyprzedających lub rabatach na różne oferowane produkty mogą zwiększyć zakupy. Końcowe ankiety satysfakcji mogą również dostarczyć cennych informacji zwrotnych dla firmy.

Platformy e-learningowe, takie jak Udemy, Coursera i LinkedIn Learning, oferują szeroką gamę kursów i certyfikatów, pozwalając młodym uczniom zagłębić się w różne aspekty marketingu cyfrowego we własnym tempie. Dodatkowo, uczestnictwo w społecznościach i forach internetowych, takich jak Digital Marketing Reddit lub dołączanie do branżowych webinarów i konferencji zapewnia możliwości nawiązywania kontaktów, wymiany pomysłów i bycia na bieżąco z najnowszymi trendami i najlepszymi praktykami w marketingu cyfrowym. Te interaktywne działania i zasoby nie tylko dostarczają cennej wiedzy, ale także sprzyjają poczuciu zaangażowania i współpracy w marketingu cyfrowym.

W jaki sposób gra GameOn może pomóc?

Gra GameOn będzie doskonałą okazją dla młodych ludzi do zdobycia cennej wiedzy na temat marketingu cyfrowego. Dzięki temu praktycznemu doświadczeniu uczestnicy mogą wybierać między różnymi metodami marketingu cyfrowego, mając na celu przyciągnięcie klientów, przy jednoczesnym utrzymaniu wysokiego poziomu usług i osiągnięciu najwyższego zysku. Może to zapewnić doświadczenie zbliżone do rzeczywistego i znacznie uzupełnić szkolenie.

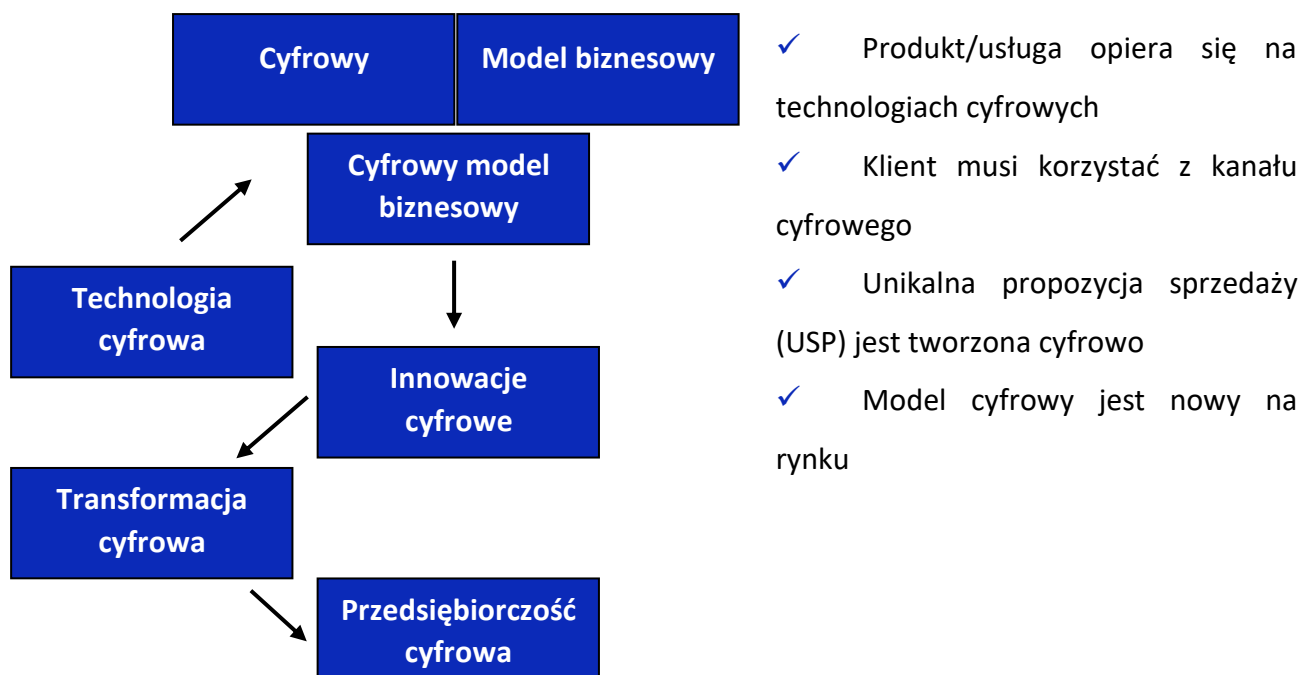
Rozdział 3.3: Modele biznesowe, Szablon Biznesowy, Model Biznesowy Ty dla Cyfrowego Przedsiębiorcy

Wprowadzenie

Celem tej części jest zapoznanie się z różnymi rodzajami cyfrowych modeli biznesowych i pomoc w zdobyciu wiedzy i narzędzi, które będą potrzebne do rozpoczęcia własnej cyfrowej działalności gospodarczej. Osiągnięcia technologiczne i cyfryzacja kwestionują tradycyjny sposób prowadzenia działalności biznesowej, a zatem zapoznanie się z cyfrowymi modelami biznesowymi jest dla Ciebie niezbędne jako potencjalnego przedsiębiorcy cyfrowego. Dodatkowo, ta część opisuje szablon biznesowy i model biznesowy dla przedsiębiorców cyfrowych jako przykłady narzędzi ułatwiających przedsiębiorczość cyfrową.

Cyfrowe Modele Biznesowe

Cyfrowy model biznesowy to model biznesowy wykorzystujący technologie cyfrowe do tworzenia wartości rynkowej (Bican & Brem, 2020). Mówiąc dokładniej, ma on następujące cechy wyróżniające (Talin, 2022):



Rysunek 6. Cyfryzacja modelu biznesowego.

Źródło: Bican & Brem, 2020.

Istnieją różne cyfrowe modele biznesowe (Talin, 2022) do wyboru w zależności od klientów i unikalnej propozycji wartości, do której dążysz. Niektóre orientacyjne przykłady to:

- a) **Model darmowy / model z reklamami** Opiera się on na dostarczaniu bezpłatnych usług, które są "finansowane" przez promocję reklam i gromadzenie danych osobowych. Facebook i Google to dwa znane przykłady firm korzystających z tego modelu (Lambrecht i in., 2014).
- b) **Model Freemium:** użytkownicy otrzymują bezpłatny dostęp do podstawowej - darmowej - wersji produktu, która określa ograniczenia jego pełnej funkcjonalności. Jeśli użytkownicy chcą korzystać z większej liczby funkcji lub zasobów, mają możliwość uaktualnienia do płatnej wersji premium (Kannan & Singh, 2021).
- c) **Model handlu elektronicznego:** opiera się na sprzedaży produktów fizycznych za pośrednictwem sklepu internetowego (Kannan & Singh, 2021).
- d) **Marketplace:** sprzedający i kupujący korzystają z platformy strony trzeciej do handlu swoimi towarami i usługami. Model ten jest identyfikowany pod kilkoma różnymi nazwami, takimi jak peer-to-peer lub dwustronny rynek (Huynh i in., 2020).
- e) **Model dostępu ponad własnością / Sharing Model:** umożliwia klientom płacenie za produkt przez określony czas bez faktycznego posiadania go na własność. Przykłady takich transakcji obejmują wynajem samochodu lub mieszkania (Ozdemir, G & Turker, D. 2019).
- f) **Model subskrypcji:** użytkownicy uzyskują dostęp do usługi, takiej jak platforma streamingowa, co miesiąc/rok (Kannan & Singh, 2021).

Szablon biznesowy i model biznesowy dla przedsiębiorców cyfrowych

Cyfrowe modele biznesowe można lepiej zrozumieć, jeśli spróbuje się zastosować wiedzę teoretyczną w praktyce. Praktyczne wdrożenie teorii jest możliwe dzięki wykorzystaniu narzędzi biznesowych. Szablon Modelu Biznesowego (Business Model Canvas) i Model Biznesowy dla Przedsiębiorców Cyfrowych (Business Model You for Digital Entrepreneurs) to dwa przykłady takich narzędzi. Korzystanie z szablonu przedstawionego na rysunku 2 może zapewnić wgląd w to, jakich klientów obsługujesz, jakie propozycje wartości są oferowane za pośrednictwem jakich kanałów i w jaki sposób Twoja firma zarabia pieniądze (University of Oxford, n.d.). Model biznesowy można również wykorzystać do zrozumienia modelu własnego lub konkurencji.

Szablon modelu biznesowego



Rysunek 7. Szablon Modelu Biznesowego.

Źródło: (University of Oxford, n.d.).

Szablon modelu biznesowego może służyć nie tylko do opisywania organizacyjnych modeli biznesowych, ale także do opisywania osobistych modeli biznesowych (Clark i in., 2012).

Należy zwrócić uwagę na różnice między osobistym modelem biznesowym a modelem organizacyjnym:

- ✓ W polu Kluczowych Zasobów w kanwie osobistej analizujesz siebie jako przedsiębiorcę (swoją osobowość, umiejętności i aktywa, które posiadasz lub kontrolujesz), podczas gdy w kanwie organizacyjnej Kluczowe Zasoby składają się z szerszego wachlarza zasobów, takich jak inni ludzie (Clark i in., 2012)
- ✓ Szablon osobisty może obejmować niemonetarne koszty i korzyści, takie jak stres i satysfakcja, podczas gdy szablon organizacyjny obejmuje tylko monetarne koszty i korzyści (Clark i in., 2012).

Interaktywne działania i zasoby

Teraz, gdy znasz już różne rodzaje cyfrowych modeli biznesowych i cyfrowych szablonów biznesowych, nadszedł czas, aby połączyć teorię z praktyką!

Stworzenie szablonu biznesowego dla własnej firmy lub po prostu pomysłu na przedsiębiorczość może być obecnie dość proste. Istnieje kilka narzędzi i platform online, które są do Twojej dyspozycji.

Przykłady obejmują:

- ✓ **Canvanizer**: to proste narzędzie internetowe z łatwymi do udostępniania linkami między członkami zespołu, którzy prowadzą burzę mózgów nad projektem, ale niekoniecznie w tym samym pomieszczeniu. Zapewnia szablony modelu biznesowego, które można łatwo wykorzystać i dostosować.
- ✓ **Canva**: to internetowa platforma do projektowania i komunikacji wizualnej, która upraszcza proces przygotowywania szablonu modelu biznesowego. Możesz stworzyć swój własny szablon od zera lub skorzystać z gotowego wzoru. Po utworzeniu, można go łatwo udostępnić innym członkom zespołu.

Oprócz wyżej wymienionych narzędzi, możesz skorzystać z zasobów internetowych, takich jak samouczki i e-kursy na temat modeli biznesowych i szablonu modelu biznesowego. Możesz odwiedzić następujące zasoby online, aby wzbogacić swoją wiedzę na ten temat:

- ✓ Bezpłatny e-kurs prowadzony przez University of Virginia za pośrednictwem serwisu Coursera:
<https://www.coursera.org/learn/uva-darden-innovation-business-model-canvas#syllabus>
- ✓ E-kurs udostępniony przez sieć Coursera Project Network:
<https://www.coursera.org/projects/business-model-canva#details>
- ✓ Seria tutoriali:
 - Szablon Modelu Biznesowego wyjaśniony na przykładach:
<https://www.youtube.com/watch?v=CakUeC1sCSs&pp=ygUdYnVzaW5lc3MgbW9kZWwgY2FudmFzIGRpZ2l0YWw%3D>
 - Tutorial dotyczący Szablonu Modelu Biznesowego - Model biznesowy Uber:
<https://www.youtube.com/watch?v=dtf61YDCXDY&pp=ygUdYnVzaW5lc3MgbW9kZWwgY2FudmFzIGRpZ2l0YWw%3D>

W jaki sposób gra GameOn może pomóc?

Gra GameOn zapewnia użytkownikom pełne interaktywne doświadczenie symulacyjne skoncentrowane na promowaniu umiejętności przedsiębiorczych, w tym wiedzy na temat modeli biznesowych, szablonów biznesowych i modeli biznesowych dla przedsiębiorców cyfrowych. Metoda nauki oparta na grze symulacyjnej ułatwia zrozumienie praktycznych koncepcji, takich jak modele biznesowe i wykorzystanie szablonu modelu biznesowego, a tym samym przygotowuje użytkowników do zastosowania tej wiedzy i umiejętności w rzeczywistym środowisku biznesowym.



Rysunek 8 & 9. Gra GameOn

Rozdział 3.4: Innowacyjność i przedsiębiorczość

Wprowadzenie

Niniejszy rozdział przedstawia rdzeń innowacji i przedsiębiorczości, spójną inicjatywę mającą na celu umożliwienie młodym ludziom przezwyciężenia wyzwań związanych z bezrobociem poprzez wyposażenie ich w umiejętności i wiedzę, których potrzebują, aby doskonalić się jako przedsiębiorcy w kwitującym sektorze cyfrowym. Dzięki praktycznemu szkoleniu i ekspozycji na najnowocześniejsze technologie, rozdział ten zawiera wskazówki i zasoby potrzebne do osiągnięcia triumfu w przedsiębiorczości.

Przydatne narzędzia cyfrowe dla przedsiębiorczości i innowacji

Oprócz podstawowych zasad i umiejętności oferowanych przez rdzeń innowacji i przedsiębiorczości, dostępne są różne narzędzia i zasoby, które mogą pomóc młodym ludziom w ich podróży w kierunku przedsiębiorczości cyfrowej.

Przeanalizujemy niektóre z tych kluczowych elementów, które mogą zwiększyć twoje zdolności przedsiębiorcze i sprzyjać sukcesowi w sektorze cyfrowym.

Badania i analizy rynku

Zrozumienie rynku docelowego jest kluczowe dla każdego przedsiębiorcy. Wykorzystanie narzędzi i technik badania rynku umożliwia identyfikację trendów, potrzeb konsumentów i konkurencyjnych środowisk. Informacje te pomagają w opracowywaniu innowacyjnych produktów lub usług, które spełniają określone wymagania rynku. Narzędzia takie jak [Google Trends](#), [Statista](#) i platformy analityczne mediów społecznościowych zapewniają cenny wgląd w preferencje konsumentów i dynamikę rynku.

Narzędzia do myślenia projektowego

Narzędzia Digital Design Thinking to aplikacje, które ułatwiają tworzenie pomysłów, prototypowanie i testowanie w ramach procesu myślenia projektowego. Można ich używać do burzy mózgów z zespołem, zachęcając w ten sposób do współpracy, nawet na odległość. Pomoże to w rozwiązywaniu problemów, projektowaniu nowych produktów, przy jednoczesnym zachowaniu kreatywności i innowacyjności. Narzędzia takie jak [Miro](#) (whiteboarding), [Figma](#) (współpraca w czasie rzeczywistym) lub [InVision](#) (prototypowanie) ułatwiają przepływ pracy i współpracę.

Narzędzia do zarządzania finansami

Skuteczne zarządzanie finansami jest niezbędne dla trwałości i rozwoju każdego przedsięwzięcia. Narzędzia takie jak [QuickBooks](#), [FreshBooks](#) i [Xero](#) pomagają w prowadzeniu księgowości, fakturowaniu, śledzeniu wydatków i raportowaniu finansowym. Narzędzia te zapewniają młodym przedsiębiorcom niezbędny wgląd w finanse i pomagają w podejmowaniu świadomych decyzji.

Platformy sieciowe i platformy współpracy

Budowanie silnej sieci kontaktów i wspieranie współpracy ma kluczowe znaczenie dla młodych przedsiębiorców. Platformy takie jak [LinkedIn](#), [Meetup](#) i [Slack](#) ułatwiają nawiązywanie kontaktów z profesjonalistami z branży, potencjalnymi mentorami i osobami o podobnych poglądach. Platformy te oferują możliwości uczenia się i szukania wsparcia w przedsiębiorczej podróży.

Centra, inkubatory, akceleratorzy

Inkubatory, centra i akceleratorzy są przydatnymi narzędziami dla młodych przedsiębiorców cyfrowych, ponieważ zapewniają cenne zasoby, wsparcie i możliwości nawiązywania kontaktów, aby wspierać ich rozwój i sukces.

- **Inkubatory** oferują fizyczne przestrzenie i programy mentorskie, aby pomóc startupom udoskonalić ich modele biznesowe, uzyskać dostęp do finansowania i rozwijać swoje produkty lub usługi.
- **Centra** to środowiska współpracy, które łączą przedsiębiorców, inwestorów i ekspertów branżowych, wspierając wymianę wiedzy i potencjalne możliwości inwestycyjne.
- **Akceleratorzy** zapewniają intensywne programy mające na celu szybkie przyspieszenie rozwoju startupów poprzez mentoring, dostęp do sieci i możliwości inwestycyjne.

Narzędzia te są przydatne bo ułatwiają dostęp do mentorów, którzy mogą zapewnić wskazówki. Zapewniają możliwości nawiązywania kontaktów, łączenie się z potencjalnymi partnerami, inwestorami i klientami. W ten sposób oferują wspierający ekosystem, który pomaga radzić sobie z wyzwaniami, udoskonalać pomysły i zyskać widoczność na rynku, zwiększając szanse na sukces.

Pozyskiwanie funduszy

Narzędzia do pozyskiwania funduszy dla młodych przedsiębiorców zapewniają wsparcie w zabezpieczaniu kapitału na przedsięwzięcia. Platformy crowdfundingowe, takie jak [Kickstarter](#) i [Indiegogo](#), pozwalają przedsiębiorcom zaprezentować swoje projekty szerokiej publiczności

i zebrać fundusze od indywidualnych sponsorów. Sieci aniołów biznesu, takie jak [Gust](#) i [AngelList](#), łączą przedsiębiorców z zamożnymi osobami, które są zainteresowane inwestowaniem w obiecujące startupy. Internetowe platformy inwestycyjne, takie jak [SeedInvest](#) i [Fundable](#), umożliwiają przedsiębiorcom przedstawienie swoich planów biznesowych szerszej bazie inwestorów i uzyskanie dostępu do możliwości finansowania na wczesnym etapie rozwoju.

Narzędzia do pitchingu

Narzędzia pitchingowe są nieocenione dla młodych przedsiębiorców cyfrowych podczas prezentowania swoich pomysłów i poszukiwania inwestycji. Oprogramowanie do prezentacji, takie jak [Google Slides](#) lub [Canva](#), jest przydatne do tworzenia atrakcyjnych wizualnie i przekonujących prezentacji. Platformy do zarządzania prezentacjami, takie jak [Pitch.com](#) lub [Slidebean](#), oferują szablony, funkcje współpracy i analizy w celu usprawnienia prezentacji. Platformy wirtualne, takie jak [Zoom](#), [Webex](#) lub [Pitcherific](#) ułatwiają zdalne sesje pitchingowe.

Wykorzystując moc tych narzędzi i zasobów, Innovation and Entrepreneurship Core wyposaża młodych ludzi w kompleksowy zestaw narzędzi do rozwoju w sektorze cyfrowym. Umożliwia im przekształcenie ich innowacyjnych pomysłów w realne przedsięwzięcia biznesowe, pokonanie bezrobocia i uutorowanie drogi do dostatniej przyszłości.

Interaktywne działania i zasoby

Rozwiązywanie problemów: Jak stworzyć Hackathon rozwiązywania problemów?

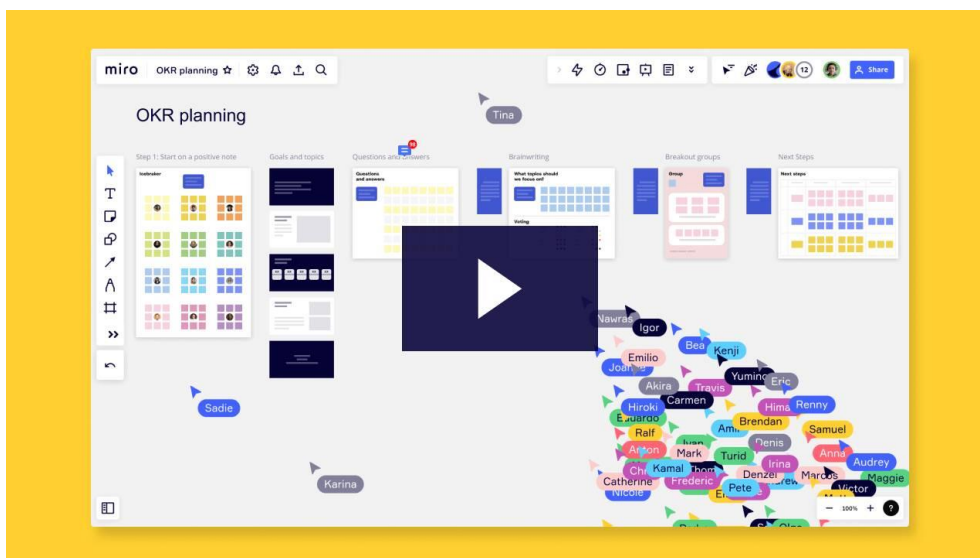
Cel działania: Zaangażowanie uczestników w proces wspólnego rozwiązywania problemów.

KROK	OPIS
Zdefiniuj problem	Sformułowanie problemu, zidentyfikowanie jego przyczyn i zrozumienie pożądanego rezultatu.
Prowadzenie badań	Zbieranie informacji, analizowanie istniejących danych i badanie potencjału rozwiązań lub dobrych praktyk
Generowanie pomysłów	Zachęcanie do sesji burzy mózgów w celu generowania szerokiej gamy innowacyjnych pomysłów i potencjalnych rozwiązań.

Wybór rozwiązania	Ocena i omówienie proponowanych pomysłów, biorąc pod uwagę ich wykonalność, wpływ i zgodność z opisem problemu.
Opracowanie prototypu	Zaprojektowanie i zbudowanie prototypu lub weryfikacji koncepcji w celu zademonstrowania proponowanego rozwiązania
Przygotowanie oferty	Stworzenie zwięzłej i atrakcyjnej prezentacji przedstawiającej problem, rozwiązanie i opracowany prototyp.
Ułatwienie współpracy	Zachęcanie do współpracy, krytycznego myślenia i kreatywności w każdej grupie.
Zapewnienie wskazówek i wsparcia	Odpowiadanie na pytania i udzielanie wskazówek uczestnikom w razie potrzeby.
Prezentacje grupowe i informacje zwrotne	Zapytanie każdej z grup o przedstawienie swojego problemu, rozwiązania i prototypu, a następnie sesja informacji zwrotnych i dyskusja.
Głosowanie i rozpoznawanie	Ułatwienie procesu głosowania lub oceniania w celu wyróżnienia wyjątkowych rozwiązań w oparciu o wcześniej określone kryteria (np. innowacyjność, wykonalność, wpływ).
Refleksja i dyskusja	Zakończenie aktywności grupową sesją refleksji, umożliwiającą uczestnikom podzielenie się zdobytą wiedzą, spostrzeżeniami i doświadczeniami podczas symulacji hackathonu.

Jak korzystać z Miro? Narzędzie do myślenia projektowego

Miro to darmowa, łatwa tablica online zaprojektowana, aby pomóc ludziom współpracować z innymi w dowolnym miejscu i czasie. Miro proponuje różne szablony, które dają możliwość wyboru sposobu pracy z zespołem. Wystarczy otworzyć nowy plik i udostępnić link, aby każdy mógł współpracować z tablicą. To narzędzie jest przydatne, jeśli chcesz przeprowadzić burzę mózgów online, udokumentować spotkanie, pokazać coś lub zarządzać przepływem pracy typu Agile.



Rysunek 10. Pierwsze kroki z Miro: Samouczek

Źródło: [YouTube](#)

W jaki sposób gra GameOn może pomóc?

Gra symulacyjna GameOn proponuje różne scenariusze, które będą odwoływać się do podstawowych umiejętności przedsiębiorczych, począwszy od najprostszych do najbardziej złożonych sytuacji.

W pierwszym scenariuszu masz do czynienia z sytuacją, w której jesteś niezadowolony ze swoich studiów i obecnej perspektywy zatrudnienia. Ale bycie przedsiębiorcą jest dla ciebie czymś nowym i wymaga innowacyjności i kreatywnych umiejętności, które tutaj wykorzystasz...

W drugim scenariuszu uruchomiłeś swój startup, ale napotykasz pewne problemy menedżerskie, które będziesz musiał przezwyciężyć, jeśli chcesz odnieść sukces w swoim projekcie. Będziesz pracować z myśleniem projektowym i koncepcjami projektowania skoncentrowanego na człowieku. Wreszcie, trzeci scenariusz dotyczy znalezienia inwestorów dla swojego startupu. To trudne zadanie wymaga niektórych kluczowych kompetencji przedsiębiorczych do uruchomienia firmy, w tym zarządzania zasobami.

Te różne scenariusze gry opisują różne aspekty/sytuacje cyfrowego przedsiębiorstwa. Mogą one pomóc w lepszym przygotowaniu się do stawienia czoła różnym wyzwaniom związanym z generowaniem pomysłów biznesowych i ich wprowadzaniem na rynek.

Rozdział 4: Najlepsze praktyki i studia przypadków

Rozdział 4.1: Najlepsze praktyki

Nazwa: Młodzież wspierana przez Coca Cola 3E

Kraj: Grecja

Rok rozpoczęcia: 2017

W trakcie: Tak

Opis najlepszej praktyki

Youth Empowered to program, który jest realizowany od trzech dni do miesiąca i jest wspierany przez Coca Cola 3E. Głównym celem programu jest wzmocnienie pozycji młodego pokolenia dzięki umiejętnościom biznesowym, miękkim i cyfrowym. W tym roku nowy cyfrowy cykl bezpłatnych seminariów i mentoringu będzie oferowany przez kierownictwo wyższego szczebla Coca Coli, ekspertów rynkowych i doświadczonych trenerów z Socialinnov. Socialinnov jest organizacją non-profit, której celem jest pomoc młodym i nieuprzywilejowanym osobom w osiągnięciu ich potencjału i zdobyciu umiejętności w celu rozwoju indywidualnego i zawodowego.

Podczas dwugodzinnych seminariów omawiane i analizowane będą różne współczesne tematy. Mentorzy będą oferować swoje doświadczenia zaprojektowane w oparciu o bogate treści oparte na potrzebach rynku. W sumie w 2023 roku 14 prezentacji będzie dostępnych online za darmo, a uczestnicy będą mieli możliwość uczestniczenia w wydarzeniu na żywo lub obejrzenia prezentacji online w dowolnym momencie.

Niektóre z głównych tematów, które zostaną przeanalizowane, będą następujące:

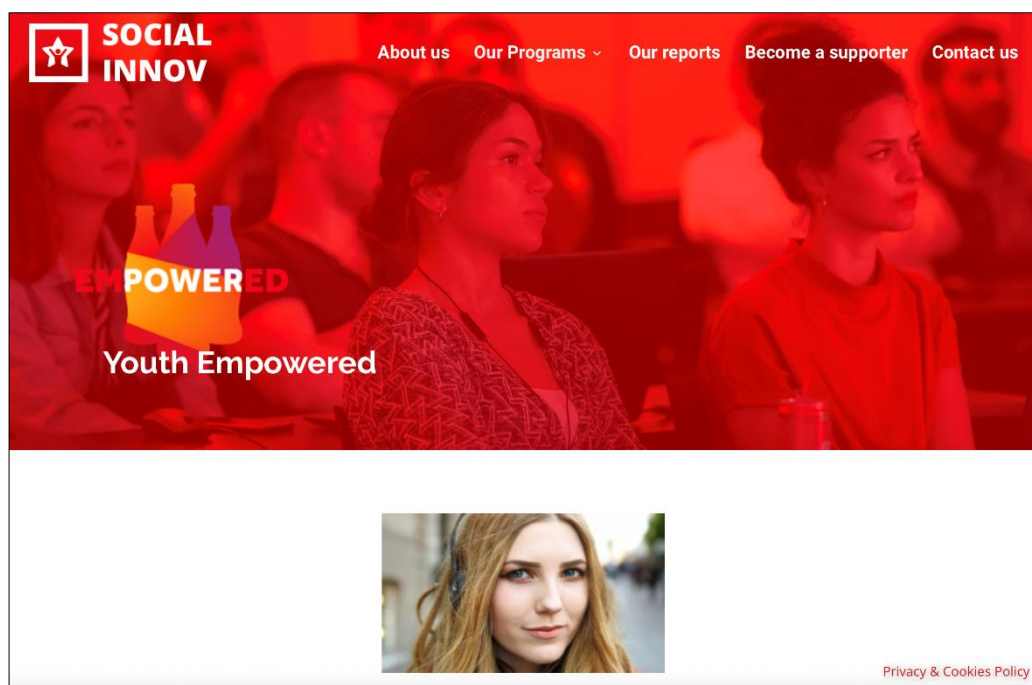
- Projektowanie CV i przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej
- Jak osiągnąć najwyższą wydajność dzięki Microsoft 365 i jak zarządzać danymi w Excelu
- Jak budować społeczny wizerunek i reputację swojej marki?
- Techniki sprzedaży i negocjacji
- Podstawowa wiedza finansowa

Doświadczenie klienta w erze cyfrowej. Do tej pory projekt ten wzmocnił pozycję 40 000 osób, a ich celem na ten rok jest zainspirowanie 10 000 osób więcej. Po ukończeniu seminariów uczestnicy rozwiną zestaw umiejętności, który zwiększy ich umiejętności.

Czynniki motywacyjne

Młode pokolenie będzie miało możliwość spotkania i interakcji z ludźmi, którzy już działają w tej dziedzinie. Dzięki sesjom zdobędą cenną wiedzę na temat swoich przyszłych kroków, zainspirują się i popracują nad swoimi umiejętnościami miękkimi. Dzięki prawdziwym przykładom z życia, uczestnicy mogą się zainspirować, dowiedzieć się, jakich taktyk powinni unikać i poszerzyć swoje horyzonty. W szczególności najlepsza praktyka "Youth empowered by Coca Cola 3E" motywuje młodych ludzi do zostania przedsiębiorcami cyfrowymi poprzez zapewnienie szkoleń, mentoringu i zasobów. Umożliwienie młodym ludziom przejęcia odpowiedzialności za swoje firmy i pokazanie historii sukcesu inspirowuje ich do korzystania z marketingu cyfrowego i rozpoczęcia satysfakcjonującej podróży przedsiębiorczej.

Strona internetowa: <https://www.socialinnov.gr/youth-empowered-by-coca-cola-tria-epsilon/>



Rysunek 11. Wzmocniona młodzież

Źródło: [Social Innov Website](https://www.socialinnov.gr/youth-empowered-by-coca-cola-tria-epsilon/)

Nazwa: Crescere in Digitale

Kraj: Włochy

Rok rozpoczęcia: 2015

W trakcie: Nie, edycja 2022/23 właśnie się kończy w momencie pisania tego tekstu

Opis najlepszej praktyki

Crescere in Digitale (dosłownie "Wzrastanie w Cyfrze") to projekt realizowany przez Unioncamere (Włoski Związek Izb Handlowych, Przemysłu, Rzemiosła i Rolnictwa) we współpracy z Google, promowany przez ANPAL (Krajową Agencję Aktywnych Polityk Rynku Pracy) oraz Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. Celem jest promowanie, poprzez nabywanie umiejętności cyfrowych, zdolności do zatrudnienia młodych ludzi, którzy nie uczą się ani nie pracują, oraz inwestowanie w ich umiejętności, aby mogli towarzyszyć firmom w cyfrowym świecie.

Pierwsza edycja projektu została uruchomiona w 2015 r., a w latach 2022-2023 odbyła się druga edycja: od uruchomienia pierwszej edycji zapisało się ponad 147 600 osób, a ponad 3000 młodych ludzi znalazło swoją ścieżkę kariery dzięki projektowi.

Głównymi celami projektu były: zwiększenie umiejętności cyfrowych młodych ludzi i ułatwienie im wejścia w świat pracy oraz konsolidacja cyfrowej ścieżki innowacji firm poprzez staże młodych digitalizatorów.

Dla wszystkich uczestników (młodych ludzi w wieku 18-29/30 lat) projekt obejmował internetowy kurs MOOC oferowany przez Google, składający się z 25 rozdziałów, w sumie 98 modułów i 50 godzin wykładów, praktycznych przykładów i studiów przypadków dotyczących technik i narzędzi cyfrowych dla biznesu, np. zarządzanie mediami społecznościowymi, marketing internetowy, przemysł 4.0, chmura, transformacja cyfrowa, marketing wideo itp.

Po zdaniu testu kwalifikujący się młodzi ludzie mogli zostać zaproszeni do udziału w warsztatach szkoleniowych w terenie (grupowych i indywidualnych), podczas których mogli nawiązać kontakt ze światem kwalifikujących się i zaproszonych zarejestrowanych firm. Warsztaty były zarówno grupowymi sesjami szkoleniowymi organizowanymi przez struktury terytorialnych izb handlowych, mającymi na celu poprawę wiedzy technicznej i umiejętności młodego kandydata, jak i indywidualnymi sesjami szkoleniowymi mającymi na celu orientację zawodową.

Następnie, jeśli młodzi ludzie zostali wybrani, mogli wziąć udział w 6-miesięcznych płatnych stażach pozaszkolnych.

Dzięki temu projektowi uczestnicy mieli okazję poszerzyć swoją wiedzę na temat ekosystemu cyfrowego i dowiedzieć się, w jaki sposób sieć może być cennym narzędziem wspierającym rozwój i międzynarodową widoczność firm.

Czynniki motywujące

Projekt ten był skutecznym i wydajnym przykładem współpracy między instytucjami a systemem przedsiębiorczości, opartym na oryginalnym modelu operacyjnym, który integruje nowe technologie i bezpośrednią pracę "w terenie". Był on również konkretną szansą dla wielu młodych ludzi, którzy mogli zdobyć nową wiedzę i umiejętności związane z przedsiębiorczością cyfrową, a także dla wielu firm, które pozytywnie wykorzystały tę okazję do rozwoju swojej działalności za pośrednictwem technologii cyfrowych.

Strona internetowa: <http://www.crescereindigitale.it/>

Nazwa: Cashy

Kraj: Polska

Rok rozpoczęcia: 2018

W trakcie: Tak

Opis najlepszej praktyki

Platforma przyspieszonych płatności Cashy to narzędzie, umożliwiające sprawne przetwarzanie płatności w firmie. Platforma taka pozwala na bezpieczne przesyłanie pieniędzy za dostarczone produkty lub usługi oraz umożliwia elektroniczne zarządzanie należnościami. Cashy rozwiązuje dwa problemy, które pojawiły się w związku z kryzysem w branży transportowej, spowodowanym m.in. konfliktem na Ukrainie. Pierwszym problemem jest lojalność dostawców, gdyż brak kierowców powoduje opóźnienia w transporcie. Ze względu na mniejszy wolumen przewozów w Europie Wschodniej istnieje również problem z utrzymaniem płynności finansowej firm. Długi okres płatności faktur również nie pomaga, ponieważ oczekiwanie trwa średnio 60 dni.

Korzystając z technologii, przyspieszone płatności umożliwiają firmom szybsze otrzymywanie należności, przy niższych opłatach i mniejszej ilości formalności niż w przypadku tradycyjnych metod faktoringu. Dzięki przyspieszonym płatnościom firmy mogą otrzymać pieniądze już dzień po wystawieniu faktury. Dodatkowo, eliminując potrzebę korzystania z zewnętrznych firm finansowych, firmy mogą zaoszczędzić czas i pieniądze na opłatach faktoringowych. Wszystkie rozliczenia dokonywane za pośrednictwem platformy Cashy są zgodne z obowiązującymi przepisami i Urzędem Skarbowym, a dodatkowo dzięki integracji z systemami bankowymi i ERP.

Cashy znajduje zastosowanie w wielu branżach, w których firmy mogą szybko i bezpiecznie przeprowadzać transakcje finansowe oraz monitorować swoje należności i wierzytelności.

Czynniki motywujące

Przedsiębiorcy są nieocenionym źródłem inspiracji i motywacji. Słyszac podobne historie, takie jak ta, można przekonać młodych przedsiębiorców, że wszystko jest możliwe, gdy się ciężko pracuje. Cashy CEO zbudował biznes od podstaw dzięki własnej pracy i zaangażowaniu. Ważne jest również, aby zauważyć, że bardzo często rzeczywiste sytuacje przynoszą pomysły i rozwiązania.

Strona internetowa: n.p., <https://cashy.pl/en>

Nazwa: E-COOL: Przedsiębiorcze i intra przedsiębiorcze nastawienie młodych ludzi poprzez dynamizację kompetencji, metodologii nauczania i ekosystemu przedsiębiorczości

Kraj: Hiszpania

Rok rozpoczęcia: 2018

W trakcie: Nie (do maja 2023 r.)

Opis najlepszej praktyki

E-COOL to projekt finansowany ze środków EFRR Unii Europejskiej, w ramach programu INTERREG EUROPE, którego celem jest promowanie edukacji przedsiębiorczej wśród młodych ludzi poprzez wykorzystanie technik nauczania, rozwój umiejętności i uczestniczący ekosystem przedsiębiorczości. Spotkanie stanowi zwieńczenie pięcioletniej współpracy w zakresie wymiany doświadczeń oraz optymalizacji planów i strategii pomiędzy dziesięcioma europejskimi regionami.

E-COOL jest prowadzony przez Izbę w Sewilli w Hiszpanii. Projekt zakłada, że przedsiębiorczość "jest ważną siłą napędową inteligentnego, zrównoważonego i sprzyjającego włączeniu społecznemu wzrostu gospodarczego i jest głównym celem regionów UE, odkąd KE włączyła ją do Strategii 2020".

E-COOL identyfikuje i wymienia - poprzez podejście poczwórnej helisy:

- Dobre praktyki tworzenia bardziej owocnych ekosystemów przedsiębiorczości.
- Działania mające na celu pobudzenie przedsiębiorczości w postawach i sposobie myślenia młodych ludzi.

Dobre praktyki i wyciągnięte wnioski zostaną przeniesione do planów działania, które zostaną włączone do polityk regionalnych.

Czynniki motywujące

Projekt ten może być przydatny dla młodych ludzi w rozwijaniu ich przedsiębiorczości i umiejętności, ponieważ promuje wiele najlepszych praktyk w tym zakresie, a także możemy znaleźć plany działania, które zostały opracowane pod koniec projektu, zawierające szczegółowe informacje na temat tego, w jaki sposób wnioski wyciągnięte ze współpracy zostaną wdrożone w celu poprawy instrumentu polityki w danym regionie.

Strona internetowa: <https://projects2014-2020.interregeurope.eu/e-cool/>

Nazwa: Lanzadera

Kraj: Hiszpania

Rok rozpoczęcia: 2013

W trakcie: Tak

Opis najlepszej praktyki

Lanzadera to projekt stworzony w celu wspierania liderów przedsiębiorczości, którego celem jest stworzenie niezbędnych warunków, aby pomóc przedsiębiorcom w tworzeniu wydajnych firm i dodawaniu wartości społeczeństwu poprzez wdrażanie solidnego modelu biznesowego. Lanzadera została stworzona w 2013 roku przez Juana Roiga, prezesa Mercadona (wiodącej firmy supermarketów w Hiszpanii), w budynku Marina de Empresas w Walencji, w Hiszpanii.

Jedną z rzeczy, która odróżnia Lanzaderę od innych akceleratorów jest to, że pokazuje ona startupom model zarządzania biznesem stosowany przez supermarkety Mercadona. Model ten nosi nazwę "Total Quality Model". Ma on na celu inspirowanie przedsiębiorców do tworzenia zrównoważonych i skalowalnych firm, koncentrując się na 5 kluczowych elementach: klientach, pracownikach, dostawcach, społeczeństwie i akcjonariuszach (lub inwestorach).

Po wybraniu startupu do programu Lanzadera, w zależności od jego potrzeb, otrzyma on od akceleratora dostosowane usługi. Faza Scale Up jest skierowana do firm, które mają sprawdzony i rentowny model, ale potrzebują pomocy w osiągnięciu nowych celów; faza Growth promuje firmy z potencjałem, ale dążące do szybszego wzrostu; faza Traction koncentruje się na startupach w ich początkowej fazie; a faza Start jest przeznaczona dla przedsiębiorców, którzy wciąż kształtują swój projekt. W każdym z tych programów akceleryjnych startup otrzyma szkolenie i finansowanie, ale także możliwość współpracy z dużymi firmami poprzez umowy zawarte w Lanzadera.

Od 2013 roku Lanzadera wsparła ponad 1200 firm, które stworzyły około 10 000 miejsc pracy. Firmy wyróżniają się zastosowaniem przełomowych technologii w obszarach takich jak logistyka, finanse, sport, rolnictwo, zdrowie, edukacja, zrównoważony rozwój czy budownictwo. Lanzadera nie tylko przyjmuje propozycje technologiczne. Osiągnięcie "Total Quality Model" w zasięgu zarówno firm cyfrowych, jak i fizycznych. Udało jej się stworzyć ekosystem finansowania, który wspiera cel zapomniany przez inne propozycje bardziej skoncentrowane na międzynarodowych trendach.

Czynniki motywujące

Dostanie się do zarządu takiego programu akceleracyjnego jest samo w sobie ekscytujące, ze względu na wszystkie proponowane usługi i prestiż, jaki zapewnia cyfrowej firmie startupowej, a także ze względu na ogromne możliwości nawiązywania kontaktów z prestiżowymi mentorami i innymi startupami. Wejście do Lanzadera wiąże się z wysokimi wymaganiami i celami, ale nagroda może przełożyć się na finansowanie w wysokości do 500 000 euro za pośrednictwem pożyczek o oprocentowaniu 0% udzielanych przez Angels (partnera społeczności inwestycyjnej Lanzadera). Ponadto, jeśli startup skonsoliduje się i przekona osoby odpowiedzialne, pożyczki mogą stać się udziałami grupy. Aby zgłosić się jako kandydat do jednego z programów akceleracyjnych, proces jest dość prosty: wystarczy przedstawić niezbędną dokumentację za pośrednictwem strony internetowej Lanzadera. Każdego roku wybieranych jest około 120 firm (z Hiszpanii, a od tego roku również z Portugalii). Obecnie Lanzadera wspiera około 300 firm.

Strona internetowa: <https://lanzadera.es/>

Rozdział 4.2: Studia przypadków

Nazwa: Pop Market

Kraj: Grecja

Rok rozpoczęcia: 2021

W trakcie: Tak

Opis studium przypadku

Pop market to startup, którego celem jest oferowanie dostaw artykułów spożywczych online w zaledwie 15 minut od momentu złożenia zamówienia. Istnieją również inne znane firmy na rynku, ale przewagą konkurencyjną tego startupu i aplikacji jest szybka dostawa, którą obiecuje i niska opłata w wysokości jednego euro za usługi dostawy. W dzisiejszych czasach ludzie uwielbiają spędzać jak najmniej czasu na wykonywaniu codziennych zadań, które wymagają dużo czasu i energii. Przy napiętych harmonogramach i szybkim tempie życia, świadomość, że za naciśnięciem kilku przycisków warzywa, niezbędne produkty z supermarketu lub żywność dotrą do drzwi, bez konieczności wychodzenia na zewnątrz, jest naprawdę odciążająca. Ludzie mogą zainwestować czas, który spędziliby w sklepach, w inne, bardziej produktywne czynności.

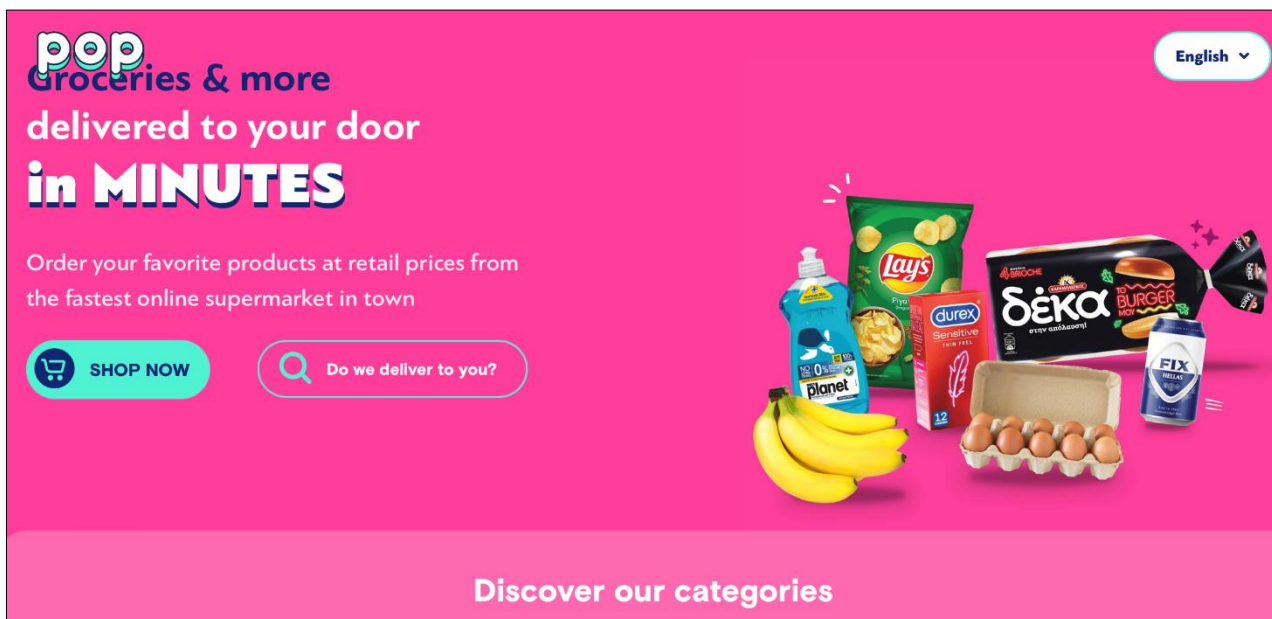
Do tej pory Pop Market obejmował obszary wokół centrum Aten, z wyższym celem rozszerzenia swoich usług na wszystkie okolice tego miasta. Aby zapewnić szybką dostawę, w różnych obszarach utworzono wiele ciemnych sklepów. Dostawy odbywają się od 8 rano do północy. Jedyną metodą płatności jest płatność online, aby skrócić czas interakcji między kupującym a osobą, która realizuje dostawę. Osoba stojąca za startupem stworzyła również 2 startupy w Londynie w dziedzinie dostaw do supermarketów. Po zdobyciu całej wiedzy i doświadczenia, rozpoczął teraz trzeci biznes na rynku Pop, którego celem jest oferowanie szybkich i wysokiej jakości usług.

Czynniki motywujące

Prawdziwe przykłady z życia mogą służyć jako źródło inspiracji dla młodych ludzi. W porównaniu z sytuacją sprzed kilku lat, obecnie ludzie mają dostęp do Internetu i wielu narzędzi, które mogą wykorzystać na swoją korzyść. Świat jest teraz połączony cyfrowo, a społeczeństwa są otwarte na nowe pomysły. Doświadczeni ludzie to osoby, które kiedyś nie miały jeszcze doświadczenia, ale

podjęły ryzyko, dostosowały się do okoliczności i wykorzystały wcześniejsze przeżycia na swoją korzyść.

Strona internetowa: <https://popmarket.gr/?lang=en>



The advertisement banner for Pop Market features a vibrant pink background. On the left, the 'pop' logo is displayed in a stylized, bubbly font. Below it, the text reads 'Groceries & more delivered to your door in MINUTES'. A sub-headline states, 'Order your favorite products at retail prices from the fastest online supermarket in town'. Two interactive buttons are present: a teal 'SHOP NOW' button with a shopping cart icon, and a white button with a magnifying glass icon and the text 'Do we deliver to you?'. On the right side, a collection of products is showcased, including a bunch of yellow bananas, a blue bottle of Planet dish soap, a green bag of Lay's potato chips, a red box of Durex condoms, a brown carton of eggs, a black package of Seko burgers, and a blue can of Fix milk. A small 'English' dropdown menu is located in the top right corner. At the bottom center, the text 'Discover our categories' is written in white.

Rysunek 12. Pop Market

Źródło: [Pop Market Website](https://popmarket.gr/?lang=en)

Nazwa: Satispay

Kraj: Włochy

Rok rozpoczęcia: 2013

W trakcie: Tak

Opis studium przypadku

Satispay to platforma płatności cyfrowych i przelewów pieniężnych przez Internet, która narodziła się w 2013 roku z pomysłu trzech młodych ludzi z miasta Cuneo (region Piemont), Alberto Dalmasso, Dario Brignone i Samuele Pinta.

W 2015 roku narodziła się aplikacja Satispay, dzięki której można płacić online i w sklepach partnerskich, wymieniać pieniądze z innymi osobami, dokonywać doładowań telefonów i darowizn oraz opłacać rachunki. W rzeczywistości aplikacja umożliwia płatności między osobami fizycznymi, działając na prostej książce adresowej lub płatności w sklepach stowarzyszonych na liście, przy użyciu geolokalizacji lub kodu QR.

Niezależnie od kart kredytowych i konkretnego banku, dzięki Satispay możliwe jest przesyłanie pieniędzy do kontaktów osobistych i płacenie w sklepach tak łatwo i natychmiast, jak przez wiadomość na WhatsApp. Satispay wykorzystuje tylko bezpieczne, niewrażliwe dane, ponieważ działa bez kart kredytowych lub debetowych. Aplikacja działa poprzez ustawienie tygodniowego budżetu, który nie może przekraczać 200 euro i powiązanie z nim konta bankowego. Konieczne jest jedynie posiadanie numeru telefonu i numeru IBAN.

Dostępna jest wersja aplikacji dla osób fizycznych i wersja dla firm. W przypadku osób fizycznych konieczne jest zarejestrowanie się i utworzenie konta Satispay, aby rozpocząć korzystanie z aplikacji: wszystko, czego potrzeba, to dowód tożsamości, kod IBAN konta bankowego i włoski kod podatkowy. Następnie aplikacja umożliwia wybór minimalnej tygodniowej kwoty pieniędzy, która jest bezpiecznie deponowana na zabezpieczonym koncie. W przypadku działalności gospodarczej konieczne jest utworzenie profilu biznesowego i dołączenie do sieci bez pośredników, która umożliwia przyjmowanie płatności przy jednoczesnym obniżeniu opłat handlowych. Zachętą do korzystania z Satispay jest fakt, że, zwłaszcza w odniesieniu do płatności kartą kredytową lub debetową, nie pobiera opłat za wszystkie transakcje poniżej 10 euro, podczas gdy w przypadku transakcji powyżej 10 euro opłata jest stała i wynosi 20 centów.

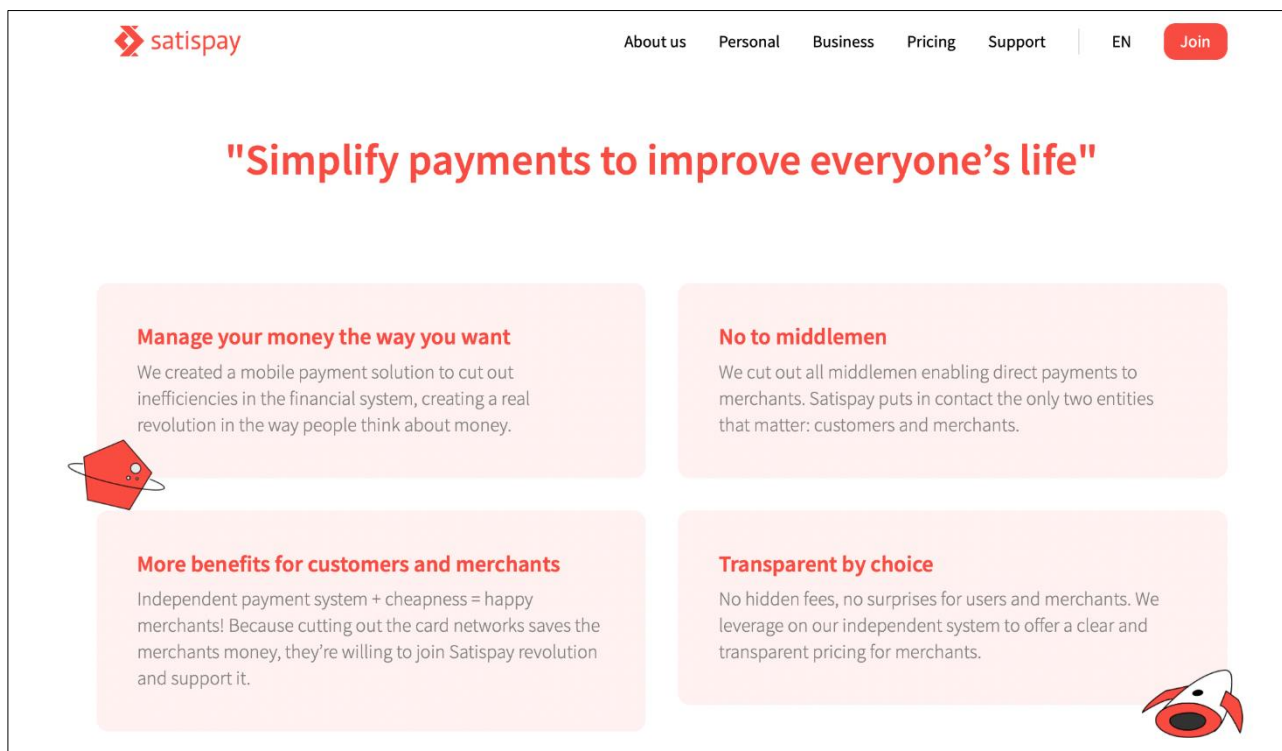
W 2023 r. Satispay osiągnął prawie cztery miliony aktywnych użytkowników.

Czynniki motywujące

Satispay to włoska firma, która opracowała usługę umożliwiającą dokonywanie płatności za pomocą aplikacji na smartfony, kompatybilnej z niemal każdym smartfonem z systemem operacyjnym Android lub iOS. Jest to cyfrowy portfel, którym można zarządzać za pomocą prostego kliknięcia i który zastępuje gotówkę, karty kredytowe i debetowe.

Satispay jest wyraźnym przykładem cyfrowego przedsiębiorstwa, które było w stanie wykorzystać Internet i nowe technologie do opracowania nowej i rewolucyjnej usługi płatniczej.

Strona internetowa: <https://www.satispay.com/en-it/>



satispay About us Personal Business Pricing Support EN [Join](#)

"Simplify payments to improve everyone's life"

Manage your money the way you want
We created a mobile payment solution to cut out inefficiencies in the financial system, creating a real revolution in the way people think about money.

No to middlemen
We cut out all middlemen enabling direct payments to merchants. Satispay puts in contact the only two entities that matter: customers and merchants.

More benefits for customers and merchants
Independent payment system + cheapness = happy merchants! Because cutting out the card networks saves the merchants money, they're willing to join Satispay revolution and support it.

Transparent by choice
No hidden fees, no surprises for users and merchants. We leverage on our independent system to offer a clear and transparent pricing for merchants.

Rysunek 13. Satysfakcja

Źródło: [Satispay Website](https://www.satispay.com/en-it/)

Nazwa: InPost

Kraj: Polska

Rok rozpoczęcia: 2009

W trakcie: Tak

Opis studium przypadku

InPost to polska firma, która w 2009 roku wprowadziła system oparty na nowoczesnych urządzeniach przypominających skrytki pocztowe, tzw. "Paczkomaty". System ten umożliwia odbieranie i nadawanie przesyłek 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu. Początki nie należały do najłatwiejszych, gdyż wielu prezesów różnych firm podchodziło do idei Paczkomatów z niedowierzaniem. Obawiano się, że terminale samoobsługowe staną się produktem niszowym, a samo rozwiązanie nie sprawdzi się na polskim rynku. Paczkomaty InPost okazały się jednak ogromnym sukcesem i są wykorzystywane także w innych krajach, gdyż idealnie odpowiadają na dzisiejsze potrzeby i nadążają za dynamicznie rozwijającym się sektorem e-commerce.

W 2018 roku wraz z rozwojem Przemysłu 4.0 wprowadzili "Paczucha Bot", który jest chatbotem zaprojektowanym jako narzędzie obsługi klienta. Jest on w stanie pokazać status paczki, zadzwonić do kuriera lub łatwo znaleźć najbliższy punkt odbioru paczek. W ciągu niespełna miesiąca od powstania, z chatbota InPost korzystało ponad 12 000 użytkowników.

Rewolucyjne podejście zaowocowało ogromnym sukcesem InPost, który dziś cieszy się ogromną popularnością. Klienci mogą uniknąć czekania na kuriera, długich kolejek czy odbierania paczki tylko w określonym miejscu i czasie. Co więcej, korzystanie z paczkomatów opłaca się również cenowo.

Ostatnio wprowadzili również aplikację mobilną, która automatycznie otwiera paczkomat i nie musimy robić tego ręcznie na ekranie dotykowym.

Czynniki motywujące

To studium przypadku może upewnić młodych przedsiębiorców, że ważne jest, aby być odważnym i wykraczać poza obecne i dobrze znane wzorce oraz wierzyć we własne możliwości. Pokazuje również ciężką pracę i wytrwałość, ponieważ sukces może nie pojawić się natychmiast i bardzo często trzeba najpierw pokonać wiele trudności.

Strona internetowa: <https://inpost.pl/en>

Nazwa: DeleiteWear

Kraj: Hiszpania

Rok rozpoczęcia: 2020

W trakcie: Tak

Opis studium przypadku

DeleiteWear to firma e-commerce, która oferuje sektorowi HORECA możliwość ponownego wykorzystania odpadów tekstylnych w mundurach i merchandisingu o wartości społecznej i środowiskowej. Firma działa wykorzystując upcykling i stare koce z hoteli jako surowiec do projektowania koszulek i innych ubrań, aby wyeliminować odpady i zgodnie z zasadą gospodarki o obiegu zamkniętym. DeleiteWear jest firmą społeczną i współpracuje z warsztatami, które szkolą osoby w trudnej sytuacji, prostytutki, które muszą zostać zintegrowane ze społeczeństwem poprzez zawód krawcovej. Ich obecny proces pracy wygląda następująco:

- Ratowanie wysokiej jakości odpadów, które są dezynfekowane w pralniach luksusowych hoteli (współpraca z Cáritas, hiszpańską organizacją charytatywną zajmującą się zbieraniem starych tekstyliów)
- Projektowanie odzieży profesjonalnej
- Szycie w lokalnych warsztatach w Hiszpanii
- Dostarczanie unikalnych uniformów wysokiej jakości. Ich produkty są w 100% wegańskie (ich proces powstrzymuje się od eksploatacji gruntów, chroniąc bioróżnorodność lasów) i w 100% upcyklingowe (unikając zanieczyszczeń, które oznaczałyby marnowanie cennych tekstyliów).

Współpracują z hotelami, restauracjami, przedstawicielstwami turystycznymi w ich zrównoważonej transformacji. Współpracowali z dużymi firmami, takimi jak RTVE (telewizja publiczna i radio w Hiszpanii), ACCOR czy NOVOTEL. Ten start-up został zbudowany przy użyciu metody LEAN Canva. Jego głównymi kanałami są firmowa strona internetowa i Instagram.


Założyciele tego start-upu podkreślają cyfrowy wymiar swojej działalności, która w całości opiera się na marketingu cyfrowym i strategiach sprzedaży online. Szczególnie Instagram był drzwiami wejściowymi na rynek, dzięki którym stali się znani. Otrzymali już kilka nagród w dziedzinie

przedsiębiorczości. Niedawno zostali wybrani do współpracy z programem Lanzadera (patrz Lanzadera Best Practice), pionierskim hiszpańskim akceleratorem biznesu.

Czynniki motywujące

Laura, młoda przedsiębiorczyni i założycielka Deleitewear, ma inspirującą historię. Studiowała inżynierię tekstylną i chciała pracować w sektorze mody. Pomimo silnego ducha przedsiębiorczości, nie chciała tworzyć nowej marki związanej z nowymi odpadami tekstylnymi, ponieważ była świadoma zanieczyszczenia powodowanego przez ten sektor. Wtedy odkryła koncepcję upcyklingu. To właśnie podczas pandemii miała czas na przemyślenie swojego projektu i wraz z matką i Nurią, jej współpracowniczką, skorzystały z lockdownu, aby rozpocząć pracę nad tym projektem. Zaplanowały wszystko online, a ich działalność jest w całości oparta na narzędziach cyfrowych. Ponadto opiera się na kluczowej koncepcji wzmocnienia pozycji młodzieży i kobiet, ekonomii społecznej i ochrony środowiska.

Strona internetowa: <https://deleitewear.com/>



Rysunek 14. DeleiteWear

[DeleiteWear Website](https://deleitewear.com/)

Nazwa: VICIO

Kraj: Hiszpania

Rok rozpoczęcia: 2020

W trakcie: Tak

Opis studium przypadku

VICIO to cyfrowa restauracja, która narodziła się w Barcelonie na początku pandemii i która osiągnęła wzrost o 900% i obrót w wysokości prawie 4 milionów euro w pierwszym roku działalności. Jest to inna koncepcja jedzenia, której twórcy, szef kuchni i przedsiębiorca Aleix Puig oraz jego partner, również przedsiębiorca Oriol de Pablo, byli pewni, że powinna opierać się na jakości. Zgodnie z tym założeniem stworzyli prawdziwą markę z dużą osobowością, która wykracza poza restaurację i stanowi całe doświadczenie, od momentu zamówienia do zakończenia jedzenia. Bez połowów Jakość wspierana przez nowoczesną i świeżą markę. Poza produktami, VICIO jest doświadczeniem samym w sobie, które emanuje prowokacją i z którym tysiące użytkowników już czuje się reprezentowanych. Do tego stopnia, że marka, po inwazji na miasta z naklejkami VICIO, niedawno wprowadziła do sprzedaży niektóre produkty merchandisingowe, takie jak maty domowe, które wyprzedały się w ciągu kilku godzin.

Wdrożenie najnowszych technologii jest decydującym czynnikiem sukcesu VICIO. Opracowanie własnego oprogramowania i włączenie CTO (Chief Technology Officer) do zespołu pozwoliło marce stać się bardziej wydajną, skracając czas i utrzymując jakość. przy zachowaniu jakości. W ten sposób osiągnęła wzrost liczby zamówień o ponad 400% w ciągu zaledwie kilku miesięcy. Burger jest sprzedawany w tej firmie co 15 sekund.

Czynniki motywujące

VICIO narodziło się z chęci bycia przedsiębiorcą, stworzenia czegoś innego. W niegościnnych okolicznościach, takich jak początek pandemii i wynikający z niej lockdown, szef kuchni Aleix Puig, zwycięzca programu MasterChef, i przedsiębiorca Oriol de Pablo zaczęli rozmawiać na portalach społecznościowych. Choć się nie znali, wspólnie dostrzegli pomysł i projekt, który musieli zrealizować. Postanowili więc stworzyć cyfrową markę do sprzedaży w dostawie.

Strona internetowa: <https://www.ganasdevicio.com/>

Rozdział 5: Referencje

Adams R.L., (2017). 10 Marketing Strategies to Fuel Your Business Growth. Entrepreneur. Retrieved from <https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/10-marketing-strategies-to-fuel-your-business-growth/299335>

Alexander L., (2022). The Who, What, Why, & How of Digital Marketing. HubSpot. Retrieved from <https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-digital-marketing#examples>

Anim-Yeboah, S., Boateng, R., Kolog, EA., & Owusu, A. (April 2020). Digital Entrepreneurship in Business Enterprises: A Systematic Review. *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology*, Springer Nature Switzerland AG 2020, https://www.researchgate.net/publication/340474463_Digital_Entrepreneurship_in_Business_Enterprises_A_Systematic_Review

Autio, E., et al. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72–95, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/sej.1266>

Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is There A Sustainable “Digital”? *Sustainability*, 12(13), 5239. <https://doi.org/10.3390/su12135239>

Cámara de Oviedo. (2022). ¿En qué consiste la mentalidad emprendedora? Retrieved from <https://www.mba-asturias.com/empresas/mentalidad-emprendedora/>

Carpenter D., (2021). Interactive Marketing: What It Is and Why It Works. Connection Model. Retrieved from <https://www.connectionmodel.com/blog/interactive-marketing-what-it-is-and-why-it-works>

Chen J., Mansa J., Courage A. (2023). Business-to-Business (B2B): What It Is and How It’s Used. Investopedia. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/b/btob.asp>

Clark, T., Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business model you*. John Wiley & Sons, Incorporated.

Cyndi. (2022). Cultivating an entrepreneurial mindset: Programs for Kids & Teens. Retrieved from <https://www.bostontechmom.com/cultivating-an-entrepreneurial-mindset-programs-for-kids-teens/>

E-COOL project. (2023). Retrieved from <https://www.interregeurope.eu/policy-solutions/good-practices/projects?keywords=&projects=E-COOL>

European Commission. (2015). *Fuelling Digital Entrepreneurship in Europe - Background paper*, <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/5313/attachments/1/translations>

Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: a definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2984542

Gohmann, SF. (2012). Institutions, Latent Entrepreneurship, and Self–Employment: An International Comparison. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Sage Journals, 36(2), 295–321, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6520.2010.00406.x?journalCode=etpb>

Hattingh, M., et al. (March 2020). The Characteristics of Digital Entrepreneurship and Digital Transformation: A Systematic Literature Review. *Springer Nature - PMC COVID-19 Collection*, 12066: 239–251, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7134220/#CR1>

Huynh, T. K., Le, H.-D., Van Nguyen, S., & Tran, H. M. (2020). Applying Peer-to-Peer Networks for Decentralized Customer-to-Customer Ecommerce Model. In T. K. Dang, J. Küng, M. Takizawa, & T. M. Chung (Eds.), *Future Data and Security Engineering. Big Data, Security and Privacy, Smart City and Industry 4.0 Applications* (Vol. 1306, pp. 21–34). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-33-4370-2_2

ILO. (2022). *Global Employment Trends for Youth 2022: Investing in transforming futures for young people*, International Labour Organization. Geneva, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_853321.pdf

Jafari, A., El Meskine, L., & Chakir, A. (2020). Founders' Profile And The Success of New Digital Venture. *Revue Économie, Gestion et Société*, 22, <https://revues.imist.ma/index.php/REGS/article/view/19711>

Kannan, P. K., & Singh, S. (2021). Digital business models and platforms. *Groningen Digital Business Centre*, 1(1), 1-16. Retrieved from: <https://www.rug.nl/gdbc/white-paper-digital-business-models-and-platforms.pdf>

Khaled, M. (n.d.). Redefining Survival: Moving from Business Continuity to Business Resilience in Purpose Transformation. [www.linkedin.com. https://www.linkedin.com/pulse/redefining-survival-moving-from-business-continuity-khaled-phd/](https://www.linkedin.com/pulse/redefining-survival-moving-from-business-continuity-khaled-phd/)

Lambrecht, A., Goldfarb, A., Bonatti, A., Ghose, A., Goldstein, D. G., Lewis, R., Rao, A., Sahni, N., & Yao, S. (2014). How do firms make money selling digital goods online? *Marketing Letters*, 25(3), 331–341. <https://doi.org/10.1007/s11002-014-9310-5>

Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1–17, https://www.researchgate.net/publication/326990005_Towards_a_living_lab_for_promoting_the_digital_entrepreneurship_process

Monnappa A., (2023). The History and Evolution of Digital Marketing. Simpli. Retrieved from <https://www.simplilearn.com/history-and-evolution-of-digital-marketing-article>

NFTE, Network for teaching entrepreneurship. (2021). Retrieved from <https://www.nfte.com/>

OECD/European Commission. (2021). *The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*, Paris, France: OECD Publishing, <https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>

Overby, S. (n.d.). Digital transformation: 5 future and 3 fading trends for 2022. The Enterprisers Project. <https://enterpriseproject.com/article/2022/1/digital-transformation-5-future-and-3-fading-trends-2022>

Ozdemir, G., & Turker, D. (2019). Institutionalization of the sharing in the context of Airbnb: A systematic literature review and content analysis. *Anatolia*, 30(4), 601–613. <https://doi.org/10.1080/13032917.2019.1669686>

Rawat A. S., (2021). 8 Most Effective Marketing Techniques. Analytic Steps. Retrieved from <https://www.analyticssteps.com/blogs/most-effective-marketing-techniques>

Sahut, JM., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship, *Small Business Economics*, 56, 1159–1169, <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>

Somers, M. (2022). Retrieved from <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/3-traits-entrepreneurial-mindset#:~:text=An%20entrepreneurial%20mindset%20is%20resilient,are%20critical%20thinkers%2C%20Barrett%20said>

Staff Writer., (2020). What Is the Impact of Technology on Marketing?. Reference*. Retrieved from https://www.reference.com/business-finance/impact-technology-marketingbac8794dbac521ba?utm_content=params%3Ao%3D740005%26ad%3DdirN%26qo%3DserpIndex&ueid=4b9d643b-41ba-4cbb-b056-f0dc71d8784f

Staff Writer., (2023). How to Maximize Your Online Digital Marketing Strategy. Simpli. Retrieved from https://www.simpli.com/lifestyle/maximize-online-digital-marketing-strategy?utm_content=params%3Ao%3D740008%26ad%3DdirN%26qo%3DserpIndex&ueid=4b9d643b-41ba-4cbb-b056-f0dc71d8784f

Talin, B. (2022, November 28). 11 Digital Business Models you should know incl. Examples. *MoreThanDigital*. <https://morethandigital.info/en/11-digital-business-models-you-should-know-incl-examples/>

Tenney, M., Tenney, M., & Tenney, M. (2023). What is a sustainable business strategy? Business Leadership Today - the Resource for Leaders Working to Build and Sustain World-class Teams and Organizations in Today's Business Environment. <https://businessleadershiptoday.com/what-is-a-sustainable-business-strategy/#:~:text=A%20sustainable%20business%20strategy%20is,of%20conserving%20and%20protecting%20resources.>

The Wisdom of Digital Transformation | blog. (2019, August 22). Blog. <http://raamayatechnologies.com/blog/technology/the-wisdom-of-digital-transformation/>

University of Oxford. (n.d.). Business Model Canvas Explained. *EnSpire Oxford*. <https://eship.ox.ac.uk/business-model-canvas-explained/>

Wijayasinha R., (2021). Eight Marketing Strategies Every Startup Or Small Business Can Afford. Forbes. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2021/03/30/eight-marketing-strategies-every-startup-or-small-business-can-afford/>

Youth Entrepreneurs, Inc. (2023). A community of growth-minded teachers. Retrieved from <https://teachempowered.org/>

Zhao, F., & Collier, A. (September 2016). *Digital Entrepreneurship: Research and Practice*, 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, [https://www.researchgate.net/publication/309242001 Digital Entrepreneurship Research and Practice](https://www.researchgate.net/publication/309242001_Digital_Entrepreneurship_Research_and_Practice)

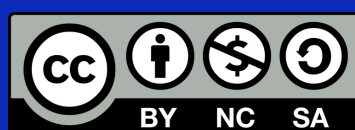


Dofinansowane przez
Unię Europejską



Projekt: GameON - 2021-1-ES02-KA220-YOU-000028541

Niniejsze wytyczne są publikowane na **licencji Creative Commons Attribution NonCommercial-ShareAlike 4.0** Międzynarodowa Licencja. (CC BY-NC-SA 4.0.)
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)



Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

