



edu sammud²

ALUSTAVA ETTEVÕTJA TÖÖVIHIK

Käesolev töövihik on koostatud ettevõtluskonkursi Ajujaht raames.
Ettevõtluskonkursi Ajujaht eesmärgiks on aidata noori ettevõtjaid uuenduslike ettevõtete loomisel.
Konkursi viiakse läbi EASi teadlikkuse programmi raames, mida rahastab Euroopa Sotsiaalfond.
Miljonikroonise auhinna fondi panevad välja SEB, Skype, Ülemiste City, Eesti Arengufond, Tehnopol, Tartu Teaduspark, Tallinna Ettevõtlusamet, Tartu linn, Tervise Paradiis, Heateo Sihtasutus, Webmedia, British Council, Kredex ja Nasdaq OMX Tallinna börs.
Ajujahi korraldajad on BDA Consulting, Invent Baltics ja Connect Eesti.

Tallinn, 2010

Sisukord

Sissejuhatus	2
Mina, ettevõtja	3
1.1. Iseloomuomadused	4
1.2. Eelarve	4
1.3. Perekond ja vaba aeg	5
1.4. Oskused	5
Tähelepanu!	7
Idee	9
2.1. Idee leidmine	10
2.2. Idee uudsus	10
2.3. Idee nimi	10
2.4. Idee lühikirjeldus	11
Turg	12
3.1. Kasutajad/tarbijad/kliendid	13
3.2. Turu suurus	13
3.3. Pakkumine tarbijale	14
3.4. Konkurendid	14
Valmis olla!	15
Ressursid	17
4.1. Vajalikud ressursid	18
4.2. Raha küsimine	19
4.3. Alustamiskulud	19
Ärimudel	20
5.1. Ärimudeli blokid	21
5.2. Ärimudeli koostamine	21
5.3. Minu ärimudel	22
Start!	23
6.1. Meeskond	24
6.2. Finantseerimine	24
6.3. Tagasiside küsimine	24
6.4. Idee kaitsmine	25
6.5. Esitlus	25
6.6. Tugistruktuurid	26
Minu idee	28

Sissejuhatus

Kõik, kes on kunagi kellegi teise jaoks töötanud, on vähemalt korra elus flirtinud mõttega ise enda ülemus olla. Paljude inimeste puhul jääb see ainult mõtteks, kuid osad otsustavad selle alusel ka käituda. See, et ollakse edukas töötaja ei taga aga automaatselt edu ettevõtluses.

Töövihik Edu Sammud² on jätk 2009. aasta sügisel avaldatud inspiratsiooni-raamatule Edu Sammud. Eelmise aasta raamatust saite ammutada inspiratsiooni ja mõtteid inimestelt, kes on ettevõtlusele juba näpu andnud. Käesolev töövihik toob fookuse just Sinu ideele.

Töövihiku eesmärk on aidata läbi mõelda oma idee ja saada aru selle rakendamise nüanssidest. Iga idee autor usub sellesse tihti pimesi ega vaevu seda täpsemalt analüüsima. Samas on just nii enda motivatsiooni kui ka idee analüüs esimene asi, mis tuleks enne suurt otsust läbi teha.

Mida tähendab ettevõtjaks olemine, saab igaüks teada alles oma nahal. Kuid siiski annab töövihiku läbitöötamine veidi aimu, mida ettevõtja elu endas peidab.

Idee läbimõtlemlisel tuleb täpselt aru saada, kellele seda pakutakse ja miks ta peaks tahtma toodet/teenust osta. Esmapilgul tundub see kerge, kuid tegelikkuses on kliendi vajaduste vähene tundmine üks suuremaid takistusi eduka ettevõtte loomisel.

Ja kui kõik on läbi analüüsitud, siis võiks ju idee ellu viia ka! Kuidas alustada? Kes aitab? Ehk varastatakse idee ära? Kust leida raha? Need on ainult mõned küsimused, millele töövihik samuti vastuse annab.

Kui töövihik täidetud, on Sul valmis ka oma idee kirjeldus, et osaleda ettevõtluskonkursil Ajujaht! Selleks mine veebilehele ajujaht.ee ja saad igal sügisel oma idee proovile panna. Kõik Ajujahi osalejad saavad oma ideele tagasisidet ja finalistidele suunatud arenguprogramm aitab ideed ellu rakendada.

Lõbusat lugemist, sest ettevõtlus on FUN!!!



ettevõtja

Kas sa oled:

edasipüüdlik

jah ☐ ei ☐

auahne

jah ☐ ei ☐

energiline

jah ☐ ei ☐

riskeeriv

jah ☐ ei ☐

kaalutlev

jah ☐ ei ☐

seltskondlik

jah ☐ ei ☐

enesekindel

jah ☐ ei ☐

võimukas

jah ☐ ei ☐

seiklushimuline

jah ☐ ei ☐

optimistlik

jah ☐ ei ☐

Kui vastasid vähemalt kuuele küsimusele “jah”, siis see töövihik on sinu jaoks!

1.1. Iseloomuomadused

Eelmisel lehel tehtud testi alusel tead, kas Sinus on ettevõtja omadusi. Selleks, et olla veel parem ettevõtja, tuleb enda kallal tööd teha.

Pane kirja, milliseid omadusi Sa enda juures ei näinud ja kuidas neid omadusi endas arendad:

omadused	tegevuskava
.....	
.....	
.....	

1.2. Eelarve

Ettevõtjaks olemine ei tähenda, et peale esimest kolme kuud ootavad Sind pangaarvel suured dividendid. Mõned ettevõtted saavad väga edukaks, mõned ettevõtted lähevad pankrotti, kõige sellega tuleb arvestada.

Pane kirja, kuidas mõjutab ettevõtlusega alustamine Sinu igakuist eelarvet:

	näiteks
igakuised kulud	7 000
suudan kulusid vähendada	- 2 000
vaja leida iga kuu	5 000
kuidas finantseerin?	3 kuud säästudest

1.3. Perekond ja vaba aeg

Ettevõtja enda soovidele lisaks tuleb mõelda ka oma lähedaste vajadustele.

- Kas oled arutanud perekonnaga oma otsust ettevõtlusega alustada?
- Kas suudad oma hobide ja sõprade jaoks aega leida?

1.4. Oskused

Iseloomuomadustega sama olulised on ettevõtja oskused oma ettevõtte käivitamisel ja juhtimisel. Kõiki oskusi on loomulikult võimalik sisse osta.

Pane kirja, milliseid oskusi Sina ettevõtte käivitamisel ise omad ja kuidas planeerid puuduolevad oskused leida:

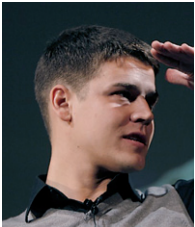
	näiteks
juhtimine	teen ise
tootearendus	ise, koostöös ülikooliga
turundus ja müük	teen ise
tootmine	ostan sisse Normast
lepingute sõlmimine	sõber jurist vaatab üle
raamatu pidamine	teeb sõbra raamatu pidajast öde



Tunnistan, et minul otsest plaani ettevõtjaks hakata ei olnud. Mul tekib salajane soov asju lahendada, kui enda jaoks olulist kitsaskohta märkan.

[Mari Martin](#)

ReUse Republic looja
Ajujaht 2009 II koht



Ma ei "hakanud" ettevõtjaks. Pigem tekkis oma valdkonnas võimalus teha midagi lähedat, uuendusmeelset ja kasulikku. Ettevõtja rolli juures imponeerib loomisrõõm – midagi ise nullist luua ning see suureks ja toredaks kasvatada.

[Andres Agasild](#)

MarkIT looja ja juht



Võimalik, et oma ettevõtmise alustamine on katse muuta maailma – nähes, et midagi vajab muutmist, saab parima tulemuse seda ise muutes.

[Heikki Haldre](#)

fits.me looja ja juht
Ajujaht 2007 mentor



Tahtsin kooli ajal raha teenida ja see oli lihtsaim viis.

[Andrei Korobeinik](#)

rate.ee looja
Ajujahi žürii liige

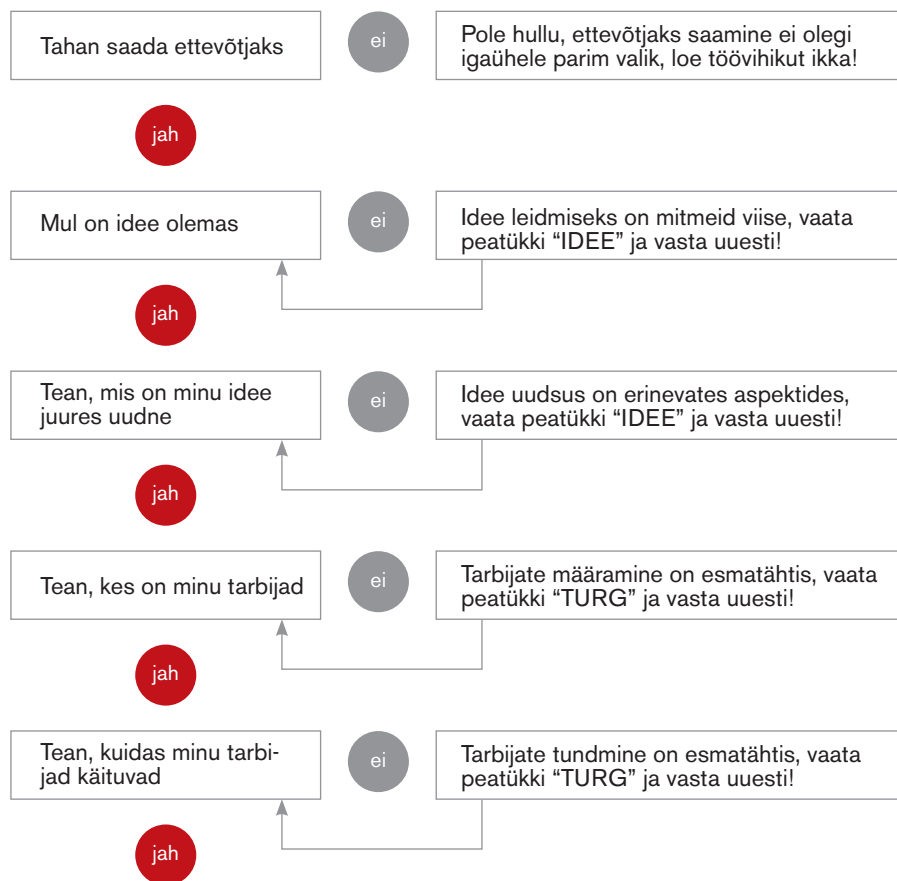


Mind tõukas ettevõtlusesse soov kontrollida enda elu ning unistus lõpetada raha pärast töötamine enne pensioniiga.

[Krister Rekkaro](#)

ArtPrint looja ja juht

tähelepanu!



Väga hea! Oled oma idee olemuse läbi mõelnud ja oskad tarbijate seisukohast erinevaid aspekte analüüsida. Töövihiku järgneva osa täitmine on Sinu jaoks lihtne!



idee

Kas sinu idee:

lahendab kellegi probleemi

hoiab kellegi raha kokku

teeb kellegi elu lihtsamaks

loob täiesti uue nõudluse

on midagi, mille eest keegi maksaks

on rakendatav globaalselt

jah	☐	ei	☐
jah	☐	ei	☐
jah	☐	ei	☐
jah	☐	ei	☐
jah	☐	ei	☐
jah	☐	ei	☐

Kui vastasid vähemalt kolmele küsimusele "jah", on idee väärt edasi arendamist!!

Tarbijate tundmine on esmatähtis, vaata peatükki "TURG" ja vasta uuesti!

2.1. Idee leidmine

Äriideede leidmiseks on mitmeid viise – lähtuda võib nii enda oskustest, igapäevaelus nähtud probleemidest või siis korraldada ajurünnak.

Kui sul ei ole veel oma ideed, loe veebilehte ajajaht.ee, inspireerivaid raamatuid Edu Sammud või kuula audioraamatut ideede leidmisest ning mõtle järgmistele küsimustele:

- Millised on Sinu oskused, mida saaksid äriks rakendada;
- Leiuta uus toode/teenus;
- Tee mõni olemasolev toode/ teenus paremaks;
- Uuri mõne toote/teenuse teistele turgudele viimist.

2.2. Idee uudsus

Innovatiivsete toodete/teenuste puhul on oluline selgelt mõista, mis on idees uut. Innovatsioon võib väljenduda organisatsioonis endas, pakutavates toodetes/teenustes, tootmise/teenindamise protsessis või turundusmeetodites.

Leia innovatsioon oma idee juures:

teen midagi uut moodi oma organisatsioonis	jah ☐	ei ☐
teen midagi uut moodi toote/teenuse juures	jah ☐	ei ☐
teen midagi uut moodi protsesside juures	jah ☐	ei ☐
teen midagi uut moodi turunduse juures	jah ☐	ei ☐

2.3. Idee nimi

Idee nimi peaks kirjeldama idee olemust ja sisu. Naljakas nimi võib olla nädal aega tore, aga see on ka kõik. Oma idee tutvustamisel partneritele, tootjatele, tarnijatele, investoritele või töötajatele peaks inimesed juba nime mainimisel saama ettekujutuse, millisest valdkonnast jutt on.

Näiteks nimi fits.me viitab rõivatööstusele, ReUse Republic uuskasutusele ja VetMed veterinaariale. Samas on levinud ka tähenduseta lühikesed nimed, nagu Skype, Kazaa, Edicy jt.

Milline oleks Sinu idee sobiv nimi?

2.4. Idee lühikirjeldus

Kui otsustad oma idee ettevõtteks muuta, kohtad kümneid inimesi, kes küsivad mida su ettevõtte täpselt teeb. Finantseerimise otsimisel küsib seda EAS, investorid või pank, lisaks on sama küsimus allhankijatel, tarnijatel ja klientidel. Selle ülesande võid teha ka alles pärast kogu töövihiku täitmist.

Kasuta järgmisi punkte, et oma lühikirjeldus läbi mõelda:

Kellele toode on suunatud?
asukoht, vanus, amet, sugu, ...

näiteks: naine, 20-45,
kodune, Tallinnas elav

Mis toode/teenus Sul on?
seminar, õpik, ...

näiteks: laste tervislikku
toitumist tutvustav portaal

Mis on toote/teenuse peamine
konkurentsieelis?
lihtne, looduslik, odav, ...

näiteks: lihtsasti kasutatav
infomahukas online abivahend

Mida toode/teenus aitab
tarbijal teha?
suurendada, kergendada, ...

näiteks: oma lapse
toitumise jälgimine



turg

Kas sa tead:

kellele pead oma toodet müüma?

jah ☐ ei ☐

kes on Sinu toodete/
teenuste tarbijad?

jah ☐ ei ☐

kas teenuste/toodete
tarbijate hulk kasvab?

jah ☐ ei ☐

miks peaks keegi sinu
toodet/teenust ostma?

jah ☐ ei ☐

Kui vastasid vähemalt ühele küsimusele “ei”, loe järgmiseid lehekülgi väga tähelepanelikult!

3.1. Kasutajad/tarbijad/kliendid

Oma tarbijate tundmiseks tuleb näha palju vaeva. Toodet/teenust on võimalik müüa näiteks massiturule, nišiturule, ühele segmendile või mitmele. Iga valiku korral tuleb tarbija võimalikult täpselt ära kirjeldada. Idee lühikirjelduse juures sai üldine määratlus paika, kuid idee rakendamise juures tuleb tarbijast teada rohkem kui sugu, vanust ja ametit.

Kirjelda oma tarbijat:

naine/mees

vanus

amet

huvid/elustiil

asukohat

mis on talle
oluline?

mille alusel
teda eristad?

3.2. Turu suurus

Mida täpsemalt suudad oma tarbija määratleda, seda paremini saab prognoosida ka turu ja seega kogu äri suurust. Alati tuleb arvestada ka üldiste turu trendidega, nagu elanikkonna vananemine, tervislake eluviiside populaarsuse kasv jne.

Analüüsi oma turgu – alltoodud näitajate korrumtamisel saad hinnangulise turu suuruse:

tarbijate arv Eestis tarbijate arv maailmas

keskmise ost (EEK) keskmine ost (EUR)

ostude arv aastas ostude arv aastas

3.3. Pakkumine tarbijale

Lühikirjelduses sai juba üldiselt kirja, mida tarbijale pakud. Nüüd, kui on täpselt ka teada, kellele toode/teenus on suunatud ja kui palju neid on, jääb küsida vaid, miks nad ostma peaksid. Oluline on teada, mis on tarbijale probleemi lahendamisel kõige olulisem.

Märgi, milline on Sinu idee väärtus tarbijale:

Kasutusmugavus

☐

Lihtsustamine

☐

Tõhusus

☐

Disain

☐

Kohaldatavus

☐

Bränd

☐

Hind/kulud

☐

Kättesaadavus

☐

3.4. Konkurendid

Tihti ütlevad alustavad ettevõtted, et nende tootel ei ole konkurenti, sellist asja lihtsalt ei ole turul. Vale! Võib-olla sellist toodet tõesti ei ole, aga kindlasti on midagi, millega inimesed seda asendavad. Lennuki tulekul ei olnud turul eelnevalt lennukeid, küll aga laevu, busse ja ronge.

Pane kirja oma otsesed konkurendid ja asendustooted ning hinda tarbijale toote juures kõige olulisemaid omadusi skaalal 1-5, kus 1 on kallis/halb ja 5 on odav/hea. Näiteks lennufirma puhul oleksid omadused väljalendude tihedus, kiirus või hind.

omadus 1:

omadus 2:

minu toode/teenus:

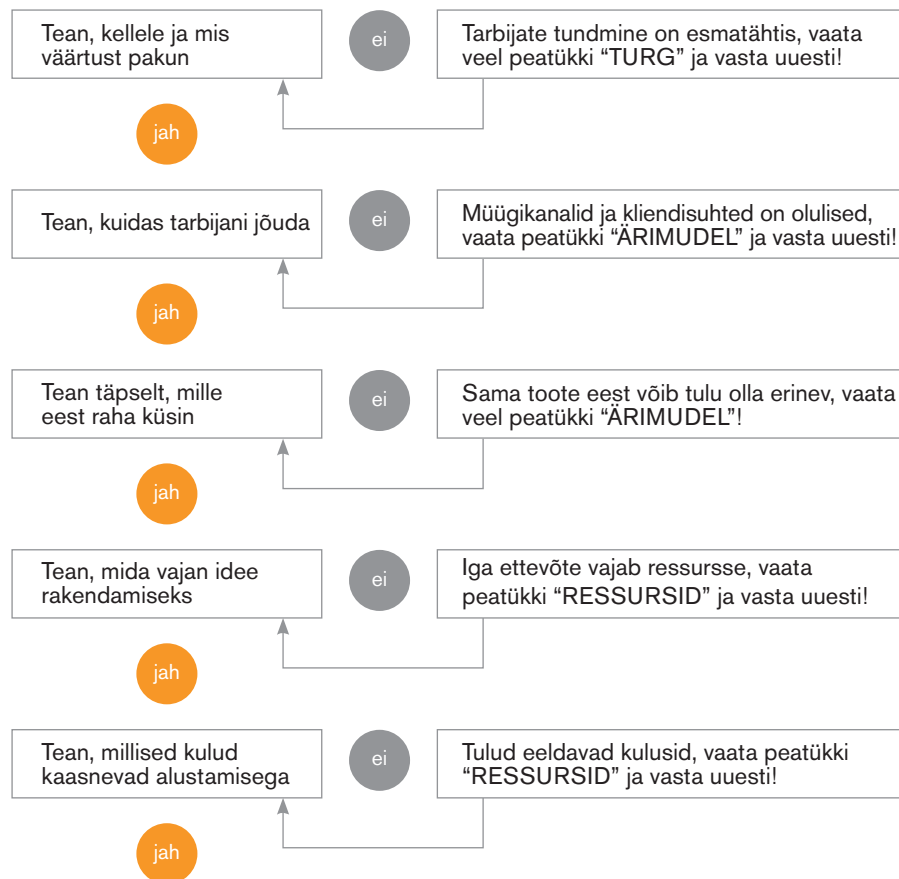
konkurent 1:

konkurent 2:

konkurent 3:

Koostatud tabeli põhjal saad analüüsida, millised on Sinu ja konkurentide poolt pakutava tugevused ja nõrkused.

valmis olla!



Väga hea! Oled oma ärimudeli läbi mõelnud ja oskad erinevaid aspekte analüüsida. Töövihiku täitmine on Sinu jaoks lihtne, selle alusel saad esitada oma idee ka ettevõtluskonkursile AJUJAHT!



ressursid

Kas Sa tead,
 milliseid ressursse vajad oma
 äri käivitamiseks?
 mille eest saab sinu idee
 juures raha küsida?
 milliseid investeeringuid idee
 rakendamiseks vajad?
 kui palju Sinu äri käivitamine
 jooksvaid kulusid nõuab?

jah ☐ ei ☐

jah ☐ ei ☐

jah ☐ ei ☐

jah ☐ ei ☐

Kui vastasid vähemalt kolmele küsimusele "jah",
 on idee väärt edasi arendamist!!

4.1. Vajalikud ressursid

Iga ettevõtte käivitamiseks on alati vaja ressursse. Resurssid saab jagada näiteks füüsilisteks, intellektuaalsteks, personaliks ja rahaks. Igal ettevõttel ei ole alati kõigi kategooriate ressursse.

Pane kirja ressursid, mida Sinu ettevõtte käivitamiseks vaja on ning kuidas sa need saad. Raha puhul ära märgi lihtsalt summat, vaid ka loetelu, milleks raha kulutada kavatsed.

nimekiri	kuidas saada
füüsilised	
näiteks: kontor, arvuti, tehas, auto, seadmed	
intellektuaalsed	
näiteks: tuleb registreerida või osta patent	
personal	
näiteks: juhataja, 3 müügimeest, sekretär	
raha	
näiteks: alginvesteering, kauba välja ostmine, pangagarantiid	

4.2. Raha küsimine

Ettevõtluse eesmärk on teenida kasumit. Kasumi teenimiseks tuleb teenida tulu – kuidas seda teha? Kõige tüüpilisem tulu teenimise viis on toote müük, kuid iga ettevõtte puhul on võimalik väga erinevate asjade eest raha küsida.

Analüüsi oma ideed ja vasta, mille eest on võimalik raha küsida (isegi, kui Sa ise ei kavatse seda teha):

Toote füüsiline müük (nt. sai, kauss, auto)	jah ☐	ei ☐
Kasutamiskordade müük	jah ☐	ei ☐
Laenutamine/rent/liising	jah ☐	ei ☐
Litsents	jah ☐	ei ☐
Vahendustasu	jah ☐	ei ☐
Reklaam	jah ☐	ei ☐
Muu (täpsusta)	jah ☐	ei ☐

4.3. Alustamiskulud

Üldjuhul tuleb enne tulu teenimist mõnda aega ise ettevõtte igapäevakulusid rahastada. Alustamisel tuleks kõikvõimalikke kulusid kokku hoida, kuid siiski ...

Pane kirja millised kulutused kaasnevad Sinu ettevõttega iga kuu ja mõtle, kas saad nendega hakkama kuni tulu teenimise hetkeni:

personalikulud	
kontorikulud	
koduleht/ selle haldamine	
	
	



ärimudel

Kas Sa tead,

mis on ärimudel?

jah ☐ ei ☐

millised on ärimudeli

erinevad tükid?

jah ☐ ei ☐

kuidas ärimudelit üles ehitada?

jah ☐ ei ☐

et sa oled nüüd kõik aspektid

läbi mõelnud :)

jah ☐ ei ☐

Nüüd, kui oled vastanud kõigile küsimusele "jah",
oled valmis. Jõudu!

5.1. Ärimudeli blokid

tarbijasegmenidid

Tooted/teenused saab suunata ühele või mitmele tarbijasegmenidile.

väärtuspakkumine

Väärtuspakkumine on igale segmenidile erinev ning väljendab kasu, mida tarbija toote/teenuse kasutamisest saab või probleemi, mida see lahendab.

info- ja müügikanalid

Näiteks edasimüüjad,
internet, vahendajad, jne

Väärtus saab kliendini jõuda läbi erinevate kanalite.

kliendisuhted

Näiteks püsikliendiprogramm,
online teenindus, jne

Iga kliendisegmenidiga tuleb luua head suhted, et tekitada pidevat huvi toote/teenuse vastu.

tuluallikad

Tuluallikad realiseeruvad juhul, kui väärtus on sobivate kanalite kaudu tarbijani viidud.

ressursid

Ettevõtte toimimiseks vajalikud ressursid.

tegevused

Ettevõtte põhitegevused loovad toote/teenuse, viivad selle tarbijani ning loovad kliendisuhted.

partnerid

Iga ettevõtte ostab midagi sisse või osutab mingit toote/teenuse osa koostöös teiste ettevõtetega.

kulustruktuur

Igal ärimudeli elemendil on oma kulu.

5.2. Ärimudeli koostamine

Terve töövihiku jooksul oled pannud kirja erinevaid aspekte oma idee kohta. Kokku saab nendest Sinu äri, paberil saab nendest Sinu ärimudel.

Koosta tabeli põhjal järgmisel lehel toodud Alex Osterwalderi ärimudeli skeem, lisa puuduvad tükid:

tarbijasegmenidid	3.1 ja 3.2	ressursid	4.1
väärtuspakkumine	2.2, 3.3 ja 3.4	partnerid	4.1
tuluallikad	4.2	kulustruktuur	4.1 ja 4.3

5.3. Minu ärimudel

partnerid	teostatavad tegevused	kliendile pakutav väärtus	kliendisuhete hoidmine	kliendisegmendid
	vajalikud ressursid		kanalid kliendini jõudmiseks	
kulustruktuur			tuluallikad	

start!

6.1. Meeskond

Esimesed sammud ettevõtlusega alustamisel saab teha olemasoleva töö kõrvalt. Samas on ettevõtte edu võtmeks pühendunud meeskond ja tõeliselt lendu tõusmiseks peab vähemalt osa meeskonnast palgatöölt eemalduma.

Mõttele läbi:

- Miks just teie meeskond on sobilik äriidee elluviimiseks?
- Millised on meeskonna kompetentsid tootearenduse, turunduse ja ärijuhtimise valdkonnas.

6.2. Finantseerimine

Finantseerimise lahendamiseks on erinevaid viise, loomulikult võib rääkida riskikapitalistidest ja pangalaenudest ja miks mitte ka börsile minekust. Reaalsuses tuleb idee arendamise faasis siiski ise hakkama saada. Järgnevalt on kirja pandud finantseerimise allikad alustavale ettevõtjale sobivas järjekorras – hakka järjest minema!

- Stardiabi toetused- Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus, kohalikud omavalitsused;
- FFF – friends, family & fools ehk kõik, kes sinu siseringis ideesse usuvad;
- Ingelinvestorid ehk erasikud, kes investeerivad üksi;
- Riskikapitalistid ehk ettevõtted, kes süstemaatiliselt investeerivad;
- Pangatooted, nagu laen, liising, käibekrediit;
- Arengufond ehk Eesti riigi poolt tehtavad investeeringud.

6.3. Tagasiside küsimine

Mul on väga hea idee, aga ma ei saa sellest midagi avaldada, kuna kardan idee vargust. Palun andke mulle toetust/laenu/investeeringuid! Kas teie annaksite sellise avangu peale midagi? Kui keegi tuleb Sinule oma ideest rääkima, kas siis esimene mõte Su peas on kuidas seda varastada? Vaevalt.

Oma idee kohta tagasiside küsimine on elutähtis mitmel põhjusel. Esimesena tuleb ideed testida potentsiaalsete klientide peal – milleks raisata aega ja raha toote/teenuse viimistlemiseks, kui tarbija seda ei tahagi. Teiseks ei finantseeri keegi ideed, millest ta aru ei saa. Loe edasi, kuidas küsida tagasisidet nutikalt!

6.4. Idee kaitsmine

koostas Mart Enn Koppel, Eesti ja Euroopa patendivolinik, advokaat USAs (MA)

Idee/alustava ettevõtte juures on alati kasulik olulised aspektid kaitsta:

- Domeeninimed registreerida;
- Äriühing asutada ja ärinimi fikseerida;
- Kaubamärgitaotlused esitada;
- Disainilahendused kaitsta;
- Patenditaotlused esitada.

Idee esitlemisel tuleks koostada kirjalik avalik materjal, nn. huviärataja ehk teaser, mille võiks ka juristiga kooskõlastada. Nimetatud dokument on mõeldud vabalt levitamiseks ega tohi sisaldada idee kaitstavaid aspekte. Dokumendis võib viidata ka kaitsetaotlustele (nt patenditaotlus(ed) esitatud, disainitaotlused esitatud, kaubamärk kaitstud jne).

Kaitstavate aspektidega tutvumiseks tuleks huvilisega allkirjastada konfidentsiaalsusleping ja konkurentsipiirang. Kirjalikud dokumendid, mis sisaldavad informatsiooni idee kohta tuleks tähistada „KONFIDENTSIAALNE“, oma failid / kirjavahetus digiallkirjastada ning vajadusel võib ka oma vestlused salvestada.

Avalikel esitlustel ei tohi kaitstavatest aspektidest kindlasti rääkida enne kaitsetaotluste esitamist. Sellisel juhul võib kaduda võimalus hiljem ideed üldse kaitsta. Pärast kaitsetaotluse esitamist saab kaitstavatest aspektidest rääkida viitega kaitsetaotlustele.

6.5. Esitlus

Ideed peab kaitsma, kuid samas peab seda siiski esitlema. Iga ettevõtja peaks oskama oma ideed 30 sekundiga, 5 minutiga või 20 minutiga esitada.

Esitluse sisu osas tuleb tulenevalt eelmisest punktist läbi mõelda, mida tohib rääkida ja mida mitte. Rääkida võib probleemist, mida lahendate, kuid mitte tehnilistest nüanssidest lahendamise juures. Esitluse ülesehituse puhul on kasulik järgida järgimist loogikat:

- Jää meelde;
- Seleta kuidas lahendada tarbija probleemi;
- Räägi ärist, mitte tootest;
- Jutusta lugu;
- Tee kokkuvõte;

- Lõpeta esitlus küsimuse/ettepanekuga, mida kuulajatelt tahad.

Esinemise ettevalmistamisel on oluline pidada silmas järgmist:

- Eneseusk – esitleja peab ise ideesse 100% uskuma. Kui kuulajad näevad, et autor ise ideesse ei usu, pole ka neil soovi süveneda.
- Konkreetne – kõik võivad öelda, et nende idee on maailma parim, aga põhjendused on need, mille peale tasuks sõnu kulutada. Enne esitluse tegemist kontrolli numbreid ja fakte, mida kasutad.
- Selgus ja arusaadavus – keeleliselt peaks esitlus olema selge ja lihtne, et kuulajad saaksid mõelda sisu peale ja ei peaks vaeva nägema slängiga.
- Nägemus turust ja ärist – vähemalt suurusjärgu tasemel või vahemikuna peab suutma öelda klientide arvu, toote hinda ja võimalikke käibenumbreid.
- Küsimusteks valmisolek – mõtle läbi, mida kuulajad võiksid küsida.

6.6. Tugistruktuurid

Eestis on palju alustajaid ettevõtjaid ja ettevõtlushuvilisi. Samuti on Eestis palju organisatsioone, kelle igapäevatööks on nimetatud ettevõtete toetamine. Toome siinkohal ära ülevaate abistajatest erinevatel tasanditel:

- Riiklike toetusmeetmetega tegelev Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (eas.ee) ja Kredex (kredex.ee)
- Kohalike toetustega tegelevad organisatsioonid, nt. Tallinna Ettevõtlusamet (tallinn.ee/ettevotjale), Tartu linn (tartu.ee);
- Riiklike investeeringutega tegelev Arengufond (arengufond.ee);
- Pangad, nt. SEB (seb.ee);
- Erinevad inkubaatorid, nt. Tehnopol (tehnopol.ee);
- Maakondlikud arenduskeskused (mak.eas.ee);
- Start-upide käivitamist toetavad võrgustikud, nt. Connect Estonia (connectestonia.net);
- Eraturu konsultatsiooniettevõtted, nt. BDA Consulting (bda.ee) ja Invent Baltics (invent.ee);
- Online võrgustikud, nt. LinkedIn.

Kõik loetletud organisatsioonid on kompetentsed andma idee edasise arenduse ja teostuse osas nõu ning teevad seda vähemalt esimese paari tunni ulatuses tasuta.

Ajujahi varasemad finalistid konkursil osalemisest:

Indrek Ülper, Abikäsi:

Töötame Ajujahil hoo sisse saanud projektiga igapäevaselt ja põhitööna – asi edeneb. Ajujahil tasub osaleda juba koolituste pärast, mis annavad väga hea teadmispõhja oma ettevõtte rajamiseks.

Ajujaht andis mulle teadmisi erinevatest ettevõtlusvaldkondadest, õpetas nägema projekti mitme nurga alt. Samuti saab Ajujahi kaudu palju kasulikke kontakte ja tutvusi. Auhinnarahast väärtuslikumaks hindangi just saadud koolitust ja kontakte.

Andrus Rähni ja Kristel Tamme, Kikandu:

Kui tahad pingelist konkurentsi, armutuid tähtaegu, raginaid ajukäärudes, huvitavaid koolitusi, higistamisi kaamerate ees - siis Ajujaht on just sinu jaoks! Meie saime sellest küllaga kogemusi, mis tugevdasid meie koostöövaimu veelgi. Lõppkokkuvõtteks võiks öelda – raske õppustel (Ajujahis), kerge lahingus (ettevõtluses).

Kadri Kallaste, projekt Kadrikallaste:

Ajujahil osalemisel on mitmeid suurepäraseid külgi - alustades võimalusega end proovile panna ning lõpetades konsultantide abil idee arendamisega, mille kestel võib ühest hajusast mõtteväljatusest toimiv ettevõtte saada. Ajujahi konkurss andis mulle usku oma ideesse ja selle teostatavusse, tõstis enesekindlust ning esinemisjulgust. Mulle meeldis, et tegemist polnud lihtsalt nõ. kuiva trenniga, vaid kõikidelt osalejatelt oodati reaalseid tulemusi. Samuti sai palju häid kontakte nii koolitajate kui ka teiste osalejate hulgast.

Margot Mürsepp, Homeview:

Miks osaleda Ajujahil? Kui sul on idee, visioon ja julge pealehakkamine, puudu on aga teadmistest ja kogemustest, siis Ajujahil jagatakse neid tasuta. Ajujaht andis mulle uusi mõtteid, motivatsiooni, paar väga head sõpra ja mitu väärtuslikku kontakti Eesti ärimaastikul.

Minu idee

Idee nimi

Lühikirjeldus

Lühike, kuid veenev äriidee kirjeldus.
Tuua välja äriidee kõige tähtsamad omadused.
.....
.....

Idee uudsus

Mis on idees uut ja innovatiivset?
Kui ainulaadne on idee Eestis/maailmas? Mis on idee konkurentsieelis?
Kuidas on võimalik säilitada idee konkurentsieelist? Millised on barjäärid teistele turule sisenejatele?
Kas toode on kaitstav patentidega?
Milline on ideelahenduse valmidussaste? Kui pika aja pärast oleks toode/teenus turukõlblik?
.....
.....

Kasutajad/tarbijad

Kes on ideelahenduse kasutajad/tarbijad? Miks kasutaja peaks valima selle lahenduse? Millise tarbija probleemi toode/teenus lahendab? Kuidas tarbija täna selle probleemi lahendab? Kuidas on ideelahendus kasutajale/tarbijale kasulik? Too näide toote/teenuse tarbimisest.
.....
.....

Turg

Millised on ideelahenduse tugevused ja nõrkused? Kui suur oleks potentsiaalne turg ja sihtgrupp, kes on plaanis ideelahenduse kasutajaks/tarbijaks saada? Kes on konkurendid?
Millised on turu trendid ja kasvu potentsiaal? Miks just praegu on õige toode/teenus turule tuua?
.....
.....

Asendustooted/teenused

Milliseid olemasolevaid tooteid/teenuseid hakkab idee asendama?
Millised olemasolevad tooted/teenused on ideele kõige sarnasemad?
.....
.....

Idee rakendamine

Kuidas plaanite ideelahendusega raha teenida? Äriidee võib olla ka mittetulunduslik. Sellisel juhul tuleb siinkohal näidata, kuidas on plaan koguda piisavalt annetusi/sihtfinantseeringut, et katta projekti kulud. Kirjelda ärimudelit, müügikanaleid. Mis tüüpi investeeringuid tuleb teha idee rakendamiseks? Millised oleksid vajalikud lisakulud mahtude suurenemisel?
.....
.....

Meeskond

Miks just teie võistkond on sobilik äriidee elluviimiseks? Millised on meeskonna kompetentsid tootearenduse, turunduse, ärijuhtimise jne valdkonnas?
.....
.....
.....
.....
.....

Esita kirjutatud kokkuvõtte ettevõtluskonkursile Ajujaht
ajujaht.ee



PEATOETAJA:

S|E|B

www.ajujaht.ee



NASDAQ OMX



Stardilaen! **KREDIX**

tervise Paradiis
spaa-hotell & veekeskus



webmedia

Tallinna Ettevõtlusamet

Ülemiste City
TALLINNA ÜLALINNE
SMART BUSINESS



BRITISH COUNCIL

Korraldajad:



CONNECT
EESTI

ib | invent baltics

Kujundus:

REFLEKS
design & advertising