

MODUŁ 5

Trening rozwojowy

MATERIAŁY SZKOLENIOWE

**Trening przedsiębiorczości gospodarczej z elementami
opracowania biznesplanu i prowadzenia własnej działalności**

SPIS TREŚCI

1. Wprowadzenie.....	3
2. Czym jest przedsiębiorczość gospodarcza?	3
2.1. Definicje i cechy przedsiębiorczości.....	4
2.2. Kompetencje osoby przedsiębiorczej.....	4
2.3. Rodzaje przedsiębiorczości	4
2.4. Dlaczego warto być przedsiębiorczym?	5
Ćwiczenie „Czy mam w sobie przedsiębiorcę?”	5
3. Zakładanie działalności gospodarczej.....	6
3.1. Wybór formy działalności gospodarczej	6
3.2. Rejestracja działalności	7
3.3. Wymogi formalno-prawne	8
4. Podstawy prowadzenia działalności gospodarczej.....	8
4.1. Organizacja pracy przedsiębiorcy	8
Ćwiczenie	9
4.2. Zarządzanie kosztami i przychodami	9
Ćwiczenie	9
4.3. Wystawianie faktur i dokumentacja księgowa	10
4.4. Zasady BHP i odpowiedzialność prawna	10
4.5. Kiedy konieczna kasa fiskalna?	11
5. Biznesplan – co to jest i po co go tworzyć?.....	11
5.1. Struktura biznesplanu	11
5.2. Jak napisać dobry biznesplan – krok po kroku.....	12
5.3. Przykładowy biznesplan (<i>skrócona wersja</i>).....	12
Ćwiczenie: Twój mini-biznesplan	13
6. Finansowanie działalności gospodarczej.....	13
6.1. Własne środki	13
6.2. Dotacje i dofinansowania	14
6.3. Kredyt bankowy/pożyczka komercyjna	14
6.4. Leasing.....	15
6.5. Crowdfunding (finansowanie społecznościowe).....	15
7. Marketing i sprzedaż w małym biznesie.....	15
7.1. Podstawy marketingu	16
Ćwiczenie: Twój marketing mix	17
7.2. . Narzędzia promocji	17
Ćwiczenie: Mój plan promocji.....	18
7.3. Budowanie relacji z klientami	18
8. Słownik pojęć	19
Bibliografia	19

1. Wprowadzenie

W czasach dynamicznych zmian gospodarczych, rosnącej niezależności zawodowej oraz powszechnego dostępu do nowych technologii, prowadzenie własnej działalności gospodarczej staje się realną i atrakcyjną alternatywą dla pracy etatowej. Coraz więcej osób decyduje się na rozwijanie własnych pomysłów biznesowych, samodzielne kształtowanie swojej ścieżki zawodowej oraz osiągnięcie niezależności finansowej. Jednak aby odnieść sukces w roli przedsiębiorcy, nie wystarczy tylko dobry pomysł – niezbędna jest również wiedza, umiejętności praktyczne oraz świadomość wyzwań, jakie niesie ze sobą prowadzenie własnej firmy.

Celem niniejszego szkolenia jest kompleksowe przygotowanie uczestników do rozpoczęcia działalności gospodarczej oraz wyposażenie ich w niezbędne narzędzia do skutecznego planowania i zarządzania własnym biznesem. Poniższy materiał szkoleniowy odpowie na pytania:

- czym jest przedsiębiorczość i jakie cechy są ważne dla przedsiębiorcy,
- jak krok po kroku założyć firmę w Polsce,
- jak przygotować profesjonalny i realistyczny biznesplan,
- jak zarządzać finansami, korzystać z dostępnych form wsparcia i finansowania,
- jak skutecznie promować swoją działalność i pozyskiwać klientów.

Szkolenie łączy wiedzę teoretyczną z praktycznymi ćwiczeniami, które mają na celu rozwinięcie kompetencji biznesowych, ułatwienie planowania przyszłej działalności oraz zwiększenie szans uczestników na osiągnięcie sukcesu rynkowego.

2. Czym jest przedsiębiorczość gospodarcza?

Przedsiębiorczość to postawa polegająca na zdolności dostrzegania i wykorzystywania szans, podejmowania inicjatyw, organizowania działań oraz ponoszenia odpowiedzialności za ich rezultaty. To nie tylko zakładanie i prowadzenie firmy, ale także sposób myślenia i działania ukierunkowany na innowacyjność, rozwiązywanie problemów oraz podejmowanie ryzyka w sposób świadomy i odpowiedzialny

2.1. Definicje i cechy przedsiębiorczości

Definicje przykładowe:

- OECD: Przedsiębiorczość to umiejętność przekształcania pomysłów w działania.
- Ujęcie ekonomiczne: przedsiębiorczość to działalność gospodarcza mająca na celu osiągnięcie zysków poprzez produkcję i sprzedaż towarów lub usług.
- Ujęcie psychologiczne: to cecha osobowości wyrażająca się inicjatywą, niezależnością i wytrwałością.

2.2. Kompetencje osoby przedsiębiorczej

Osoba przedsiębiorcza to nie tylko właściciel firmy. To człowiek aktywny, pomysłowy i otwarty na zmiany. Cechy te można rozwijać, dlatego szkolenie skupia się także na kształtowaniu postawy przedsiębiorczej.

Kluczowe cechy:

- **Inicjatywa i samodzielność** – zdolność podejmowania działań bez czekania na polecenia.
- **Kreatywność i innowacyjność** – umiejętność tworzenia nowych rozwiązań.
- **Odpowiedzialność** – branie odpowiedzialności za swoje decyzje i działania.
- **Odporność na stres i niepowodzenia** – umiejętność podnoszenia się po porażkach.
- **Zdolności organizacyjne** – planowanie, zarządzanie czasem, ustalanie priorytetów.
- **Otwartość na naukę** – chęć ciągłego rozwoju i zdobywania wiedzy.

Przykład: Marta zauważyła, że w jej mieście brakuje punktu szybkich napraw krawieckich. Postanowiła wykorzystać swoje umiejętności i założyć jednoosobową działalność, która dziś obsługuje setki klientów miesięcznie.

2.3. Rodzaje przedsiębiorczości

Przedsiębiorczość można realizować na różne sposoby:

- Przedsiębiorczość gospodarcza (klasyczna): prowadzenie działalności w celu osiągnięcia zysku.

- Przedsiębiorczość społeczna: tworzenie inicjatyw społecznych rozwiązujących konkretne problemy lokalne (np. fundacje, spółdzielnie socjalne).
- Przedsiębiorczość wewnętrzna (intraprzedsiębiorczość): podejmowanie inicjatyw i tworzenie innowacji wewnątrz organizacji, jako pracownik.

2.4. Dlaczego warto być przedsiębiorczym?

- Możliwość realizacji własnych pomysłów i pasji.
- Niezależność finansowa i zawodowa.
- Elastyczne zarządzanie czasem.
- Rozwój osobisty i zawodowy.
- Potencjalne wyższe dochody niż w pracy etatowej.
- Możliwość wpływania na otoczenie społeczne.

Ćwiczenie „Czy mam w sobie przedsiębiorcę?”

Odpowiedz szczerze na poniższe pytania (TAK/NIE):

- Czy łatwo podejmuję decyzje?
- Czy potrafię rozwiązywać problemy?
- Czy dobrze radzę sobie ze stresem?
- Czy jestem osobą kreatywną?
- Czy potrafię planować i działać według planu?
- Czy potrafię uczyć się na błędach?
- Czy lubię działać samodzielnie?
- Czy potrafię motywować innych?

Policz ile razy odpowiedziałeś/aś „TAK”.

- 0–3 TAK: Warto popracować nad cechami przedsiębiorczymi – nie wszystko przychodzi od razu.
- 4–6 TAK: Masz dobre podstawy do rozwinięcia przedsiębiorczości.
- 7–8 TAK: Świetnie! Masz wiele cech przedsiębiorcy.

Zadanie dodatkowe: Zapisz, co motywuje Cię do działania i jaki obszar działalności interesuje Cię najbardziej.

3. Zakładanie działalności gospodarczej

Rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej może wydawać się skomplikowane, ale w rzeczywistości – dzięki dostępności do e-usług i uproszczonym procedurom – jest to proces dość prosty. Poniżej znajdziesz szczegółowy przewodnik po wszystkich krokach, które należy wykonać, aby legalnie i skutecznie rozpocząć działalność w Polsce.

3.1. Wybór formy działalności gospodarczej

Czym jest forma działalności?

To sposób, w jaki zorganizowana jest Twoja firma – czyli czy prowadzisz ją samodzielnie, ze wspólnikami, jako osoba fizyczna czy jako spółka.

Najpopularniejsze formy działalności:

1) Jednoosobowa działalność gospodarcza (JDG):

- Najprostsza forma prowadzenia firmy.
- Rejestrujesz ją w CEIDG.
- Odpowiadasz całym swoim majątkiem.
- Przeznaczona dla osób, które chcą działać samodzielnie.

Przykład: Pan Jan zakłada JDG, aby świadczyć usługi hydrauliczne.

2) Spółka cywilna:

- Forma współpracy 2 lub więcej osób.
- Wspólnicy podpisują umowę spółki cywilnej.
- Rejestracja także w CEIDG.

Przykład: Anna i Karol prowadzą wspólnie firmę sprzątającą.

3) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (sp. z o.o.):

- Osobna osoba prawna.
- Wspólnicy nie odpowiadają własnym majątkiem (ograniczona odpowiedzialność).
- Rejestracja w KRS, wyższe koszty, obowiązkowa księgowość pełna.

Przykład: Trzech informatyków tworzy sp. z o.o., by sprzedawać oprogramowanie.

3.2. Rejestracja działalności

Gdzie i jak zarejestrować firmę?

Jeśli zakładasz jednoosobową działalność gospodarczą lub spółkę cywilną, rejestracji dokonujesz w CEIDG (Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej).

Instrukcja krok po kroku: rejestracja w CEIDG

1. Wejdź na stronę:
<https://www.biznes.gov.pl/pl>
2. Załóż konto (profil zaufany lub e-dowód):
 - Profil zaufany założysz przez bankowość internetową.
 - To bezpłatne i bezpieczne.
3. Wypełnij wniosek CEIDG-1:
 - Twoje dane osobowe
 - Nazwa firmy (może to być Twoje imię i nazwisko + coś więcej, np. „Anna Kowalska – Usługi Kosmetyczne”)
 - Adres prowadzenia działalności
 - Data rozpoczęcia działalności
 - PKD – kody opisujące zakres usług (np. 47.91.Z – sprzedaż detaliczna prowadzona przez Internet)
 - Forma opodatkowania (np. ryczałt, zasady ogólne)
4. Wybierz sposób opodatkowania:
 - Zasady ogólne (skala): podatek 12% lub 32% – opłacalny przy niskich dochodach.
 - Podatek liniowy: 19% niezależnie od dochodu – dobry dla osób z wysokim dochodem.
 - Ryczałt: stawka zależna od branży (np. 8,5% dla usług), brak kosztów uzyskania przychodu.
5. Podpisz i wyślij wniosek online.
6. Otrzymasz numer REGON i NIP automatycznie.
7. Zgłoś się do ZUS jako płatnik składek – możesz to zrobić w CEIDG lub osobno.

3.3. Wymogi formalno-prawne

Po rejestracji warto zadbać o następujące kwestie:

- 1) Zgłoszenie do ZUS
 - ZUS ZUA – jeśli opłacasz składki na ubezpieczenia społeczne i zdrowotne.
 - ZUS ZZA – jeśli tylko zdrowotne (np. gdy masz inny tytuł do ubezpieczenia).

Ulga na start – przez pierwsze 6 miesięcy nie płacisz składek społecznych, tylko składkę zdrowotną (stan prawny na 1.01.2025).

- 2) Wybór biura rachunkowego lub samodzielna księgowość - możesz sam prowadzić księgowość (np. przez programy online), ale wiele osób wybiera księgowe.
- 3) Obowiązki dodatkowe – zależne od branży:
 - Gastronomia - zgłoszenie do Sanepidu
 - Fryzjerstwo - przestrzeganie przepisów BHP i sanitarnych
 - Handel - kasa fiskalna, jeśli przekroczysz limit obrotu
 - Ochrona środowiska, RODO → jeśli przetwarzasz dane osobowe klientów
- 4) Konto firmowe - nie jest obowiązkowe, ale warto je mieć – oddziela finanse firmy od prywatnych.
- 5) Pieczęć firmowa - nie jest wymagana prawnie, ale przydatna przy dokumentach czy fakturach.

4. Podstawy prowadzenia działalności gospodarczej

Prowadzenie własnej działalności to nie tylko formalna rejestracja, ale także codzienne decyzje, planowanie i dbanie o rozwój firmy. W tej sekcji poznasz najważniejsze elementy codziennego zarządzania firmą – od klienta po koszty, faktury i przepisy prawne.

4.1. Organizacja pracy przedsiębiorcy

Co oznacza "organizacja pracy"?

To sposób, w jaki właściciel firmy zarządza swoim czasem, obowiązkami, klientami i dokumentacją, by działać efektywnie i zgodnie z prawem.

Kluczowe elementy organizacji pracy:

- **Planowanie czasu i zadań** (np. użycie kalendarza, list „to do”)

- **Ustalanie priorytetów** – co jest pilne i ważne?
- **Zarządzanie dokumentacją** – faktury, umowy, ZUS, podatki
- **Komunikacja z klientami i dostawcami**

Przykład:

Pani Kasia prowadzi salon kosmetyczny. Co rano planuje dzień, zapisuje wizyty klientek w kalendarzu, a wieczorem uzupełnia księgowość i robi zakupy potrzebnych produktów.

Ćwiczenie

Stwórz własny plan dnia przedsiębiorcy: podziel dzień na bloki np. poranek – obsługa klienta, popołudnie – zakupy i marketing, wieczór – rozliczenia itp.

4.2. Zarządzanie kosztami i przychodami

Co to są koszty, a co przychody?

- **Koszty** – to wszystkie wydatki ponoszone w związku z prowadzeniem firmy (np. zakup materiałów, rachunki, ZUS, reklama).
- **Przychody** – to pieniądze, które wpływają do firmy za sprzedaż towarów lub usług.

Przykłady:

- Koszt: 1000 zł za materiały budowlane.
- Przychód: 3000 zł za usługę remontową.

Rachunek zysków i strat (uproszczony):

Zysk = Przychody – Koszty

Porada:

Notuj wszystkie koszty i przychody. Możesz korzystać z arkusza Excel lub darmowych programów księgowych (np. ifirma.pl, wFirma.pl).

Ćwiczenie

Wypisz fikcyjne przychody i koszty Twojej przyszłej działalności za jeden miesiąc. Oblicz zysk.

4.3. Wystawianie faktur i dokumentacja księgowa

Co to jest faktura?

Faktura to dokument potwierdzający sprzedaż towaru lub usługi – zawiera dane sprzedającego i kupującego, cenę, VAT (jeśli dotyczy).

Elementy faktury:

- Numer faktury
- Data wystawienia
- Dane sprzedawcy i nabywcy
- Opis towaru/usługi
- Cena netto, VAT, brutto

Wskazówka:

Jeśli nie jesteś VAT-owcem, możesz wystawiać **rachunki** zamiast faktur. Warto korzystać z darmowych programów online do fakturowania (np. fakturownia.pl).

4.4. Zasady BHP i odpowiedzialność prawna

Co to są zasady BHP?

BHP = Bezpieczeństwo i Higiena Pracy. To zasady, które mają zapewnić bezpieczeństwo Tobie, Twoim pracownikom i klientom.

Przykłady zasad BHP:

- Noszenie odzieży ochronnej przy pracy fizycznej
- Przechowywanie substancji chemicznych w odpowiednich warunkach
- Utrzymywanie czystości w miejscu pracy

Odpowiedzialność prawna:

Prowadząc firmę, odpowiadasz za:

- bezpieczeństwo klientów i pracowników
- przestrzeganie przepisów (np. RODO, podatki, sanepid)
- jakość oferowanych usług/towarów

Przykład:

Pan Michał otwiera kawiarnię – musi przejść kontrolę Sanepidu, zapewnić gaśnicę, apteczkę i dostęp do toalety.

4.5. Kiedy konieczna kasa fiskalna?

Nie każda firma musi mieć kasę fiskalną. Wymagana jest, gdy przekroczysz roczny limit obrotu (20 000 zł dla osób fizycznych w 2024 r.) lub sprzedajesz towary/usługi określone w przepisach (np. kosmetyczne, gastronomiczne, transport).

5. Biznesplan – co to jest i po co go tworzyć?

Biznesplan to pisemny dokument, który opisuje:

- cel działalności gospodarczej,
- sposób jej prowadzenia,
- strategię marketingową,
- analizę konkurencji,
- przewidywane koszty i zyski.

Biznesplan jest niczym mapa drogowa – pokazuje, dokąd zmierza Twoja firma, jak tam dotrzesz i co może Cię po drodze spotkać.

Dlaczego warto stworzyć biznesplan?

Dla Ciebie (jako przyszłego przedsiębiorcy):

- pomaga uporządkować pomysł,
- pozwala przewidzieć problemy i zagrożenia,
- ułatwia zaplanowanie finansów,
- motywuje do działania.

Dla inwestorów / instytucji (np. urzędu pracy):

- pokazuje, że Twój pomysł jest przemyślany i realny,
- zwiększa szansę na pozyskanie dotacji lub kredytu,
- stanowi dowód wiarygodności.

5.1. Struktura biznesplanu

1) Opis działalności

Co chcesz robić? Jaki produkt lub usługę oferujesz?

2) Charakterystyka rynku i klientów

Kim są Twoi odbiorcy? Jakich mają potrzeby? Jak wygląda konkurencja?

3) **Strategia marketingowa**

W jaki sposób dotrzesz do klientów i przekonasz ich do zakupu?

4) **Zespół lub właściciel**

Jakie masz kompetencje, doświadczenie? Kto Ci pomaga?

5) **Plan finansowy**

Jakie będą koszty? Ile chcesz zarabiać? Jakie masz źródła finansowania?

6) **Prognozy rozwoju**

Jak widzisz rozwój swojej firmy w ciągu 1, 2, 3 lat?

5.2. **Jak napisać dobry biznesplan – krok po kroku**

- Zdefiniuj cel i misję firmy.
- Zbierz dane o rynku i klientach.
- Oceń ryzyka i zaplanuj ich minimalizację.
- Realistycznie oszacuj koszty i przychody.

5.3. **Przykładowy biznesplan (skrótowa wersja)**

1) Opis działalności:

Mobilna kawiarnia działająca w dużych miastach, oferująca kawę specjality i napoje na bazie mleka roślinnego.

2) Charakterystyka klientów:

Osoby 20–40 lat, pracujące w biurach, dbające o zdrowie i jakość produktów, zwracające uwagę na estetykę.

3) Strategia promocji:

Profil na Instagramie, obecność na wydarzeniach miejskich, współpraca z influencerami kulinarnymi.

4) Zespół:

Właścicielka z doświadczeniem jako baristka, kursy z zarządzania, współpraca z lokalnym grafikiem i księgową.

5) Plan finansowy:

- Koszt zakupu foodtrucka: 60 000 zł
- Zakup ekspresu i wyposażenia: 25 000 zł

- Przewidywany miesięczny przychód: 15 000–20 000 zł

6) Rozwój:

Po roku – drugi punkt w innym mieście; po dwóch latach – franczyza.

Ćwiczenie: Twój mini-biznesplan

Spróbuj samodzielnie odpowiedzieć na poniższe pytania – to będzie szkic Twojego własnego biznesplanu:

1. Jak nazywa się moja firma / pomysł?
2. Co chcę sprzedawać lub oferować?
3. Komu to potrzebne? (klienci)
4. Czym się wyróżniam od innych?
5. Jak chcę reklamować swój produkt/usługę?
6. Ile potrzebuję na start? Skąd wezmę te środki?
7. Ile chcę zarabiać po 3, 6 i 12 miesiącach?

6. Finansowanie działalności gospodarczej

Finansowanie działalności gospodarczej to pozyskiwanie środków pieniężnych, które umożliwiają rozpoczęcie lub kontynuację działalności firmy. Źródła finansowania mogą być własne (np. oszczędności) lub zewnętrzne (np. dotacje, kredyty, inwestorzy).

6.1. Własne środki

To pieniądze, które przedsiębiorca wnosi sam – najczęściej oszczędności lub majątek (np. samochód, komputer, sprzęt).

Zalety:

- brak zobowiązań wobec innych instytucji,
- pełna kontrola nad firmą.

Wady:

- ryzyko utraty własnych środków,
- ograniczony budżet.

Przykład:

Anna otwiera sklep internetowy i inwestuje 15 000 zł ze swoich oszczędności w stworzenie strony, reklamę i towar.

6.2. Dotacje i dofinansowania

To bezzwrotna pomoc finansowa z funduszy publicznych (np. z urzędu pracy, funduszy unijnych, programów rządowych).

Popularne źródła:

- Urząd Pracy (dotacja dla bezrobotnych),
- Program „Pierwszy Biznes – Wsparcie w starcie”,
- Fundusze Europejskie,
- Inkubatory przedsiębiorczości.

Wymagania zazwyczaj:

- status osoby bezrobotnej lub nieaktywnej zawodowo,
- złożenie biznesplanu,
- prowadzenie działalności przez min. 12 miesięcy.

Przykład:

Marek otrzymuje 35 000 zł dotacji z PUP na otwarcie warsztatu rowerowego – kupuje sprzęt i opłaca lokal.

6.3. Kredyt bankowy/pożyczka komercyjna

To środki finansowe udzielane przez bank na określonych warunkach – trzeba je spłacić wraz z odsetkami.

Wymagania:

- zdolność kredytowa (czyli udokumentowane dochody lub majątek),
- plan finansowy,
- historia kredytowa.

Zalety:

- możliwość uzyskania większej kwoty niż dotacja,
- szybki dostęp do środków.

Wady:

- koszty (oprocentowanie, prowizje),
- ryzyko zadłużenia.

6.4. Leasing

Forma finansowania środków trwałych (np. samochodu, maszyn, sprzętu).

Leasingodawca kupuje sprzęt, a firma korzysta z niego i spłaca raty.

Plusy:

- brak potrzeby zakupu od razu,
- możliwość późniejszego wykupu.

Przykład:

Właścicielka salonu kosmetycznego bierze leasing na profesjonalny fotel i urządzenia – płaci miesięczne raty.

6.5. Crowdfunding (finansowanie społecznościowe)

Zbieranie środków od wielu osób przez internet (np. na platformach: Zrzutka.pl, Wspieram.to, Kickstarter). W zamian wspierający często otrzymują produkt, udział w usłudze lub podziękowanie.

Przykład:

Twórca planszówki zbiera 40 000 zł na wydruk pierwszej edycji gry – oferuje wspierającym egzemplarze gry i gadżety.

Wskazówki: Jak wybrać najlepsze źródło finansowania?

1. Zastanów się, **ile potrzebujesz pieniędzy** na start.
2. Oceń, czy masz środki własne – czy musisz je uzupełnić.
3. Sprawdź, czy **spełniasz warunki dotacji lub preferencyjnej pożyczki**.
4. Oceń swoją **zdolność kredytową** – jeśli myślisz o kredycie.
5. Porównaj oferty różnych banków, instytucji, platform.
6. Przygotuj **biznesplan** – niezależnie od źródła.

7. Marketing i sprzedaż w małym biznesie

Czym jest marketing?

Marketing to proces rozpoznawania i zaspokajania potrzeb klientów w sposób, który przynosi korzyść zarówno klientom, jak i firmie. W praktyce marketing to działania, które mają na celu:

- poznanie odbiorców (klientów),
- stworzenie wartościowego produktu lub usługi,
- wypromowanie go na rynku,
- utrzymanie kontaktu z klientami.

7.1. Podstawy marketingu

- **Marketing mix (4P)** – to cztery podstawowe elementy, które musisz zaplanować, zanim wprowadzisz produkt na rynek:

1) Produkt (Product)

Co oferujesz klientowi? Co go wyróżnia? Jakie potrzeby zaspokaja?

Przykład: Ręcznie robione świece zapachowe z naturalnych składników, pakowane ekologicznie.

2) Cena (Price)

Ile będzie kosztował produkt/usługa? Czy jest to cena konkurencyjna?

Jakie są koszty produkcji?

Przykład: Cena świecy: 49 zł – drożej niż w markecie, ale z naciskiem na jakość i unikalność.

3) Promocja (Promotion)

W jaki sposób dotrzesz do klienta? Jakie kanały reklamy wykorzystasz?

Przykład: Instagram, lokalne targi, współpraca z influencerami.

4) Dystrybucja (Place)

Gdzie klient będzie mógł kupić Twój produkt/usługę? Online? W sklepie stacjonarnym?

Przykład: Sprzedaż przez stronę internetową i Etsy, lokalne punkty partnerskie.

- **Analiza potrzeb klienta – klucz do sukcesu**

Zrozumienie klienta to fundament skutecznego marketingu. Zadaj sobie pytania:

Kim jest mój klient (wiek, płeć, styl życia)?

Jakie problemy rozwiązuje mój produkt/usługa?

Czego oczekuje klient?

Jakie wartości są dla niego ważne?

Przykład:

Jeśli Twój klient to młoda mama, możesz promować produkt przez grupy parentingowe i stworzyć delikatny, naturalny design.

Ćwiczenie: Twój marketing mix

Uzupełnij 4P dla swojego pomysłu na biznes:

4P	Opis Twojej firmy
Produkt	
Cena	
Promocja	
Dystrybucja	

7.2. . Narzędzia promocji**Media społecznościowe**

Platformy takie jak Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn są doskonałym (i często darmowym) kanałem promocji. Umożliwiają budowanie relacji, pokazanie produktu „od kuchni” i szybkie docieranie do odbiorców.

Przykład:

Codzienne relacje z pakowania zamówień, konkursy, stories pokazujące opinie klientów.

Strona internetowa

Twoja „wizytówka w sieci”. Nawet prosta strona z opisem oferty, zdjęciami, danymi kontaktowymi i formularzem zamówienia daje profesjonalny wizerunek.

Wskazówki:

- Zadbaj o responsywny (mobilny) wygląd,
- Jasno opisz usługi/produkty,
- Dodaj sekcję FAQ i opinii.

Ulotki, wizytówki

Wciąż skuteczne w lokalnych działaniach – zostawiaj je w miejscach odwiedzanych przez klientów (salony, sklepy, szkoły językowe, osiedlowe tablice ogłoszeń).

Wskazówka: Ulotka powinna mieć jasne CTA (wezwanie do działania): „Zadzwoń”, „Wejdź na stronę”, „Zamów z rabatem!”.

Marketing szeptany

Naturalne polecenie produktu przez zadowolonych klientów. Najbardziej wiarygodna forma reklamy – dlatego warto dbać o jakość obsługi, uczciwość i relacje.

Przykład:

Zadowolony klient mówi znajomym o Twoim kursie języka norweskiego. Efekt: kolejne 3 osoby zgłaszają się same.

Ćwiczenie: Mój plan promocji

Zaplanuj, z których narzędzi promocji skorzystasz w pierwszym miesiącu działalności. Co zrobisz krok po kroku?

Przykład:

Narzędzie Działania	Data realizacji
Facebook Założenie fanpage, zaproszenie znajomych	12.05.2025
Ulotki Druk i roznoszenie w lokalnych punktach	15.05.2025
Instagram Publikacja 3 postów i relacji tygodniowo	od 13.05.2025

7.3. Budowanie relacji z klientami

Obsługa posprzedażowa

Kontakt z klientem nie kończy się na zakupie – warto zadbać o jego lojalność:

- Zapytaj o opinię,
- Podziękuj za zakup,
- Daj kod rabatowy na kolejne zamówienie,
- Wyślij przypomnienie o nowej ofercie.

Opinie i rekomendacje

Zbieraj i publikuj opinie – budują zaufanie i wiarygodność Twojej marki.

Gdzie je zbierać?

- Google Moja Firma,
- Facebook,
- na stronie internetowej (system komentarzy),
- e-mailowo lub papierowo po zakupie.

Personalizacja usług

Dostosowanie oferty do klienta daje poczucie wyjątkowości – np. imienne podziękowanie, dopasowanie kolorystyki produktu, bonus za lojalność.

Przykład:

Piekarnia oferuje torty na zamówienie – klient wybiera smak, dekoracje i napis.

Dzięki temu czuje, że to coś specjalnie dla niego.

Ćwiczenie: Mapa relacji z klientem

Zastanów się, jak możesz zadbać o klienta na każdym etapie:

Etap relacji

Co możesz zrobić?

Przed zakupem

W trakcie zakupu

Po zakupie

8. Słownik pojęć

- **Biznesplan** – dokument opisujący pomysł na biznes, sposób jego realizacji i finansowania.
- **CEIDG** – Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej.
- **KPiR** – Księga Przychodów i Rozchodów, uproszczona forma księgowości.
- **Dotacja** – bezzwrotna pomoc finansowa.
- **Mikropożyczka** – niskokwotowa pożyczka na start biznesu.
- **Analiza SWOT** – metoda analizy strategicznej: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.
- **Marketing mix (4P)** – strategia obejmująca produkt, cenę, promocję i miejsce sprzedaży.
- **Crowdfunding** – zbieranie środków od społeczności (np. przez platformy online).

Bibliografia

1. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości – www.parp.gov.pl
2. Biznes.gov.pl – rządowy portal dla przedsiębiorców
3. Urząd Pracy – www.gov.pl/web/urzed-pracy
4. Bank Gospodarstwa Krajowego – www.bgk.pl
5. Infor.pl – www.infor.pl
6. Przedsiębiorcza Polska – www.przedsiębiorczosc.gov.pl

7. Portal Funduszy Europejskich – www.funduszeuropejskie.gov.pl
8. Ziółkowski M. (2018). *Start z własną firmą. Praktyczny poradnik dla początkujących przedsiębiorców.*
9. Gierszewska G., Romanowska M. (2020). *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa.*
10. Czerna M. (2015). *Zarządzanie małą firmą.*