



#IDEAFEST
A KÖZÉPISKOLAI ÖTLETVERSENY

MUNKAFÜZET





#IDEAFEST
A KÖZÉPISKOLAI ÖTLETVERSENY



ELŐSZÓ

KEDVES VERSENYZŐ!

Köszöntünk az IdeaFest csapatának nevében!

Örülünk, hogy úgy döntöttél, jelentkezél az ötletversenyre.

Ígérjük, nem fogod megbánni!

Ezt a munkafüzetet azért állítottuk össze, hogy segítse jelentkezési anyagod elkészítését, hogy egy helyen megtaláld a legfontosabb tudnivalókat, és mélyebben végig gondolhasd az ötleted.

A munkafüzet segítségével többek között meghatározhatod lehetséges vevőid legfontosabb tulajdonságait, elvégezheted a validációt, vagyis a piackutatást, kérdőívezést. Elemezheted a lehetséges versenytársaidat meghatározott pontok alapján és elkészítheted az ötletedet bemutató összefoglalót.

Háromfős csapattal a munkafüzet kitöltött feladataival tudsz jelentkezni a hozzád legközelebbi városban rendezendő IdeaFest ötletversenyre. Javasoljuk, hogy minden pontot alaposan gondold végig, hiszen csak a leginkább átgondolt ötletek juthatnak be a városi versenyekre, melyre természetesen fel is készítünk.

A városi versenyekről továbbjutott csapatok szakmai mentorok segítségével készítik el ötletük üzleti modell vásznát, valamint prototípusát, melyet az országos versenyen zsűri előtt prezentálhatnak.

A verseny dobogós helyezettjei értékes nyereményekkel és életre szóló élményekkel gazdagodnak.

Amennyiben további segítségre lenne szükséged vagy kérdésed merülne fel, fordulj bizalommal az INPUT Program kijelölt kapcsolattartójához, vagy írd nekünk az **hello@ideafest.hu** e-mail címre!

Sok sikert kívánunk a munkádhoz!

IdeaFest csapata



PÁLYÁZATI ANYAG

Kérjük, hogy add meg az alábbi adatokat!

PÁLYÁZÓ CSAPAT NEVE: _____

ÖTLET / PROJEKT NÉV: _____

SEGÍTŐ PEDAGÓGUS NEVE: _____

AZ ÖTLET: _____

A VEVŐ

Minden sikeres vállalkozás alapja a vevő, ezért szükséges meghatározni a leendő vásárlók körét és megtalálni azokat a közös tulajdonságokat, amelyek jellemzik őket. Ez azért hasznos, mert ha tudod, kinek szeretnéd értékesíteni a termékedet/szolgáltatásodat, őket hol találod meg, és mivel lehet rájuk hatni, akkor máris át tudod gondolni, hogyan válhat számukra vonzóvá az ötleted, és meggyőzheted őket arról, hogy fizessenek érte. Az így születő ügyfélkarakter, ügyfélprofil (buyer/user persona) egy elképzelt vevő sok elemből összeálló képe.

MI AZ ÜGYFÉLPROFIL?

Az ügyfélprofil az ideális ügyfél általános leírása. Tartalmazza a demográfiai jellemzőit, a kedvelt / nem kedvelt tevékenységeit, termékeit, szolgáltatásait, viselkedési mintáit, az előnyben részesített médiacsatornákat (pl. Facebook, e-mail, TV).

A profil összeállítása lehetővé teszi, hogy olyan terméket vagy szolgáltatást hozz létre, amely megfelel az ügyfeleidnek, ezáltal hatékonyabban tudod értékesíteni is.

NÉZZÜK PÉLDAKÉNT NAPJAINK EGYIK LEGNÉPSZERŰBB ALKALMAZÁSÁT, A TIKTOKOT.

A TikTok egy olyan applikáció, amely kifejezetten rövid (3-15 másodperces) felvételek készítését és megosztását teszi lehetővé, ahol a felhasználó ingyenesen hozzáadhatja kedvenc zenéjét vagy hangeffektjeit a videóhoz, ezenkívül különböző emoji matricákat, speciális effektszűrőket, arcfilttereket, szépség-effektet stb. is használhat a videókban.

A TikTok applikáció felhasználói között abszolút vezetnek a tinédzser lányok. Az említett alkalmazás 12 éven felülieknek készült, a regisztrációnál viszont nem ellenőrzik az illető születési dátumát, így a megalakult profil automatikusan nyilvánossá válik. A Generation Numerique adatai szerint Franciaországban a tinédzserek (11-14 évesek) csaknem 40 százaléka rendelkezik profillal a TikTokon. A felmérésből az is kiderült, hogy a tizenéves francia lányok 60%, míg a fiúk 15% használja ezt az applikációt.

Ebben az esetben az ügyfélprofil megalkotásához meg kell vizsgálni a fő célcsoportot, azaz a 11-14 éves kor lányok tulajdonságait.

A tulajdonságokat az alábbi táblázatban összefoglalva láthatjátok:

DEMOGRÁFIAI JELLEMZŐI

Neme	Kora	Családi állapota	Gyerekek száma	Lakhelye
A példa szerint a TIKTokot inkább a lányok használják.	A használók kora 11-14 éves.	Egyedülálló	Nincs gyereke.	
Származása	Képzettsége	Foglalkozása	Keresete	Fizikai tulajdonságai
Általában nagyvárosi.	Általános-vagy középiskolai tanulmányt folytat.	Tanuló	Nincs, vagy minimális önálló keresete van.	Kornak megfelelő.

SZOKÁSAI

Életstílusa	Hobbija	Szabadidős tevékenységei	Vásárlási szokásai	Kedvenc helyei, márkái
Iskolában van 6-8 órát, tanulással és szabadidős tevékenységekkel foglalkozik a többi időben.	Nem homogén, sok hobbija lehet a csoport tagjainak, de az biztos, hogy a TikTokon be tudja mutatni.	Közösségi programok, digitális kapcsolatok és csoportok tagja.	Általában zseb-pénzből kísértékű dolgokat vásárol egyedül. Nagyobb értéket szülői beleegyezéssel, velük közösen.	Üzletközpont, Plaza, Ifjúsági közösségi tér.



FELADAT:

A FENTI PÉLDA ALAPJÁN KÉSZÍTSÉTEK EL A TI VEVŐ PROFILOTOKAT! LÁSSUNK IS HOZZÁ! KONCENTRÁLJATOK AZ ÖTLETRE, KÉPZELJÉTEK BELE MAGATOKAT A CÉLCSOPORTOTOK ÉLETÉBE! TÖLTSETEK KI A LENTI TÁBLÁZATOT!

Vegyetek elő egy sima lapot, vagy használjátok a lenti Customer profile template elnevezésű táblázatot az alábbi kérdések megválaszolására:

Demográfiai jellemzők:

- Nem
- Életkor
- Iskolai végzettség
- Foglalkozás
- Lakhely
- Élethelyzet
(pl: 1 vagy több gyerekes dolgozó családjában, pénz szűkében lévő egyetemista stb)
- Háztartás (egyedül él, házas, vannak-e gyerekei, kollégista, szüleivel él stb.)
- Fizikai tulajdonságok (testalkat, frizura stb., ami releváns információ lehet az ötlet szempontjából)

A következő lépés, hogy feltárjuk azokat a viselkedésbeli jellemzőket, amelyek meghatározzák az ügyfeledet. Ha lehetőséged van, ne csak a képzeletedre hagyatkozz, hanem érdemes a fenti demográfiai jellemzőkkel rendelkező potenciális ügyfeleidet megkérdezni, így a válaszaikból megismerheted az alábbi tulajdonságaikat:

- Hobbik
- Érdeklődési kör
- Kedvenc TV műsor, zene, weboldalak
- Miket kedvelnek, miket nem kedvelnek
- Szokások
- Félelmek, problémák

DEMOGRÁFIAI JELLEMZŐI

Neme	Kora	Családi állapota	Gyerekek száma	Lakhelye
Származása	Képzettsége	Foglalkozása	Keresete	Fizikai tulajdonságai

SZOKÁSAI

Életstílusa	Hobbija	Szabadidős tevékenységei	Vásárlási szokásai	Kedvenc helyei, márkái

Ha a fenti táblázatot kitöltötted, elkészült az ügyfélprofilod, tehát már ismered kinek szeretnéd majd eladni a termékedet/szolgáltatásodat, azaz a célcsoportodat.

Most az lesz a feladatod, hogy megvizsgáld, az ő problémáikra valóban megoldás lehet-e a terméked. **Ezt a vizsgálódást nevezzük validálásnak.**

VALIDÁLÁS

A kiválasztott ötleted alapja az a feltételezés (hipotézis), hogy az a probléma, amelyre a megoldást kínálja a terméked, sok embert érint, így sokak életét megkönnyítheted vele. Az első és legfontosabb feladat ennek a hipotézisnek a tesztelése, startupos kifejezéssel élve - az ötleted validálása.

Ötleteinket többféle módszerrel validálhatjuk, mi most a klasszikus kutatási módszerekkel (online kérdőív, személyes interjúk, online adatok elemzése) foglalkozunk.

A cél az, hogy visszajelzést kapjunk a célcsoporttól, valóban szükségük van-e egy ilyen termékre vagy szolgáltatásra, használnák-e, fizetnének-e érte. Ehhez kérdőíves módszert használj!



FELADAT:

**ÍRJ ÖSSZE 10 KÉRDÉST, AMELYET MEGKÉRDEZNÉL A LEHETSÉGES CÉLCSO-
PORTODTÓL ANNAK ÉRDEKÉBEN, HOGY MEGTUDD, AZ ÁLTALAD KITALÁLT
TERMÉKET VAGY SZOLGÁLTATÁST HASZNÁLNÁ-E A CÉLCSOPORTOD?**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____



FELADAT:

KÉSZÍTS A FENTI KÉRDÉSEK FELHASZNÁLÁSÁVAL EGY ONLINE PIACKUTATÁST AZ ISMERŐSEID, VAGY A KÖNNYEN ELÉRHETŐ CÉLCSOPORTOD KÖRÉBEN! LEGALÁBB 15 EMBERT KÉRDEZZ MEG! ÍRJ RÖVID ÖSSZEFoglalót (4-5 MONDAT) A KAPOTT EREDMÉNYEKRŐL. SEGÍTSÉGÜL HASZNÁLD A LENTI MINTÁT!

MINTA

Ha az ötleted egy mobil applikáció, amely segíti a városodban könnyen megtalálni a szabad parkolóhelyeket, akkor az alábbiakat lenne érdemes megkérdezned:

- Demográfiai adatok:
 - Nem (férfi, nő)
 - Életkora (től-ig kategóriákat adj meg! pl. 18 év alatt, 18-25, 25-35, 35-45, 45 fölött)
 - Lakóhelye jellege (főváros, város, kisebb település)
- Rendelkezel-e jogosítvánnyal? (Igen, nem)
- Ha igen, milyen gyakran vezetsz? (egyáltalán nem vezetek, évente egyszer-kétszer, havonta, hetente, naponta)
- Előfordult-e már veled, hogy csak hosszas keresgélés után találtál parkolóhelyet?
- Késtél már el egy időpontról azért, mert problémás volt a parkolás?
- Mennyi volt a leghosszabb idő, amit parkolóhely kereséssel töltöttél?
- Használnál egy olyan applikációt, amely megmutatná, hogy hol találhatóak a közeledben szabad parkolóhelyek?
- Milyen plusz funkcióra lenne szükséged a parkoló appba, ami megkönnyítené a parkolásodat? (a parkolás díjának kifizetése, parkolóhelyek előre befoglalása, útvonaltervezés a szabad parkolóhelyekhez stb)
- Ha fizetős lenne ez az applikáció, havonta mennyit költenél rá? (0 Ft, 0-500 Ft, 500-1000 Ft, 1000-2000 Ft.

Összefoglaló minta:

A kérdőívet kitöltő 15 fő 70%-a városban élő férfi volt. A kitöltők 95%-a rendelkezett jogosítvánnyal, és ebből 80% naponta vezet. Minden jogosítvánnyal rendelkezővel előfordult már, hogy nem talált szabad parkolóhelyet. Átlagosan 5-10 percet töltöttek el a kitöltők szabad parkolóhelyek keresésével. A válaszadók 90%-a használná az app-likációt, amelyért havi 500-1000 Ft-ot fizetnének is.

TIPPEK az online kérdőív készítéséhez:

- Használhatod a Google Forms, a Typeform vagy más ingyenesen elérhető programokat
- Javasoljuk, hogy a kérdőív kitöltőitől ne kérdezz személyes adatokat (pl. név, cím, e-mail cím, telefonszám), maradjon teljesen anonim a kitöltés!
- Törekedj az egyszerű, könnyen érthető kérdések megfogalmazására!
- Használj különböző kérdésformákat! Eldöntendő (igen/nem), kiválasztós

VERSENYTÁRSÁK ELEMZÉSE

Ebben a feladatban azt kérjük tőled, hogy nézd meg, milyen hasonló ötlet, termék van már a piacon, ők miben különböznek tőled, illetve, hogy az általad kitalált termék miben jobb a többinél.

Miért fontos ez?

- A vevők mindig összehasonlítják a lehetőségeket és ezután választanak
- A versenytárs-elemzés segítségével fejlesztheted a termékedet/szolgáltatásodat

Hogyan?

Nézz utána a versenytársaidnak az interneten! Nézd meg a hirdetéseinek, online tevékenységeit: **Mit ajánlanak? Min tudnál változtatni? Mivel tehetnéd még jobbá?**
Ne feledd: a Google a barátod! 😊

A versenytársak értékelése

- Vizsgáld meg az értékaajánlatukat (mit kínálnak, és azt hogyan)
- Vizsgáld meg az üzleti modelljüket (hol értékesítenek, mennyiért, egyszeri díjat kell fizetni, vagy havi előfizetést kínálnak stb.)
- Hol vannak a gyenge pontjaik? (te miért nem az ő terméküket választanád?)
- Miben a legerősebbek?



FELADAT:

VÁLASSZ KI EGY VERSENYTÁRSAT (LEHET MAGYAR VAGY KÜLFÖLDI), AKI A TIÉDHEZ HASONLÓ SZOLGÁLTATÁST VAGY TERMÉKET NYÚJT ÉS VÉGEZD EL AZ ELEMZÉST LEGALÁBB 5, AZ ÖTLETED SZÁMÁRA RELEVÁNS SZEMPONT ALAPJÁN! HA PÉLDÁUL AZ ÖTLETED EGY FIZIKAI TERMÉK, A VERSENYTÁRSAIDNÁL ÖSSZEHASONLÍTHATOD A MÉRETÉT, FUNKCIÓIT, ÁRÁT. HA EGY SZOLGÁLTATÁS, AKKOR SZÁMODRA A MÉRET NEM RELEVÁNS, DE AZ ÜGYFÉLKEZELÉS, A SZEMÉLYRE SZABHATÓSÁG, AZ ÁR STB. MÁR SOKKAL INKÁBB. TÖLTSD KI A LENTI TÁBLÁZATOT A VÁLASZAIDDAL!

EZ A MÓDSZER MEGMUTATJA, HOGY A TERMÉKED/SZOLGÁLTATÁSOD MIBEN JOBB ÉS MIBEN GYENGÉBB, MINT A TÖBBIEKÉ.

PÉLDA A TÁBLÁZATRA:

Versenytényezők:	Saját jellemzőink	Versenytárs A	Versenytárs B	Versenytárs C
ÁR	Közepes	magas	alacsony	közepes
MINŐSÉG	magas	magas	gyengébb	gyengébb
ÜZLETPOLITIKA	Mindent a vevőért	Prémium kategória, a vevőkör magas társadalmi státuszú	A legolcsóbb megoldás	
KISZOLGÁLÁS	gyors (1 napon belül visszaigazolás)	Gyors, 4 órán belül visszaigazolnak	Lassabb, 3 napon belül visszaigazolnak	Lassabb, 3 napon belül igazolnak vissza
FIZETÉSI LEHETŐSÉGEK	online fizetés, utánvét, előre utalás	online fizetés	előre utalás	online fizetés, utánvét
MÁRKA ISMERTSÉGE	alacsony (kampány indulás hamarosan)	magas, folyamatos online kampányok google keresőben, FB-on	magas (FB kampány)	közepes (főleg nyomtatott hirdetések)
ONLINE JELENLÉT	gyenge	erős	erős	közepes
PANASZKEZELÉS	kiváló	gyenge	megfelelő	gyenge
HONLAP HASZNÁLHATÓSÁGA	modern design, felhasználói szempontokat figyelembe vettünk (mennyire könnyű/nehéz eligazodni)	nem egyértelmű	elavult design, de átlátható	kevésbé átlátható, elavult design

KITÖLTHETŐ TÁBLÁZAT:

Versenytényezők:	Saját jellemzőink	Versenytárs A
ÁR		
MINŐSÉG		
ÜZLETPOLITIKA		
KISZOLGÁLÁS		
FIZETÉSI LEHETŐSÉGEK		
MÁRKA ISMERTSÉGE		
ONLINE JELENLÉT		
PANASZKEZELÉS		
HONLAP HASZ- NÁLHATÓSÁGA		

A MEGOLDÁSOD ÖSSZEFOGLALÁSA

A korábbiakban megismerted a célközönségedet, kikérted a véleményét az ötletedről és még a főbb versenytárs megoldását is elemezted, így minden bizonnyal elkezdett körvonalazódni a fejedben, hogyan is nézzen ki a Te megoldásod, azaz a terméked vagy szolgáltatásod.



FELADAT:

NÉHÁNY MONDATBAN FOGLALD ÖSSZE A MEGOLDÁSOD! AZ ÖSSZEFOGLALÓDHOZ ADUNK TÁMPONTOKAT A LENTI KÉRDÉSEK SEGÍTSÉGÉVEL. PRÓBÁLD MEG MINÉL TÖBB KÉRDÉSRE VÁLASZOLNI, EZÁLTAL SOKKAL RÉSZLETESEBB KÉPET KAPHATSZ TE IS, ÉS MI IS AZ ÖTLETEDRŐL.

1. Projekt összefoglaló: Foglald össze egy mondatban az ötleted, megoldásod legfontosabb elemeit
2. Probléma/szükséglet: Milyen problémára nyújtasz megoldást? Miért fontos?
3. Termék/megoldás: Hogyan oldod meg a problémát? Mik a főbb jellemzői? Milyen értéket teremt és hogyan?
4. Célpiac és célcsoport: Kik lesznek a vevőid? Hogyan éred el őket? Mit kell tudni a piacodról?
5. Versenytársak, versenyelőny: Mik a jelenlegi megoldások a problémádra? A te megoldásod miben jobb?

ÍRD IDE A VÁLASZÁIDAT:

ZÁRSZÓ

Gratulálunk, ha idáig eljutottál elkészült a pályázati anyagod az IdeaFest első fordulójára!

Nincs más dolgod, mint ellátogatni a www.ideafest.hu weboldalra, és regisztráció után feltölteni a pályázatodat, kért dokumentumokat.

A kért dokumentumok a következők:

(a formanyomtatványokat megtalálod a weboldalon)

- a munkafüzet alapján elkészített feladatok, melyet a www.ideafest.hu oldal pályázat elkészítése menüpontban kell kitöltened
- a minimum 15 fővel készült piackutatásod eredményei
- csapat tagjainak szülői hozzájáruló nyilatkozatai

Ha kérdésed lenne, vagy elakadtál a feltöltésben, keresd bátran kijelölt kapcsolattartódat, vagy írd nekünk az hello@ideafest.hu e-mail címre.

Sok sikert kívánunk, bízunk benne, hogy találkozunk a városi versenyen és a döntőben is!

IdeaFest csapata

