



Thries 4.0  
INNOVATION HUB

## ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑΔΙΑ

ΕΡΓΑΛΕΙΑ PITCH DECK ΚΑΙ  
BUSINESS MODEL CANVAS



Thries 4.0  
INNOVATION HUB



Made with VISME

# Περιεχόμενα

3

Εισαγωγή

4

Επιχειρηματικός Καμβάς - BMC

6

Στοιχεία του Επιχειρηματικού Καμβά

8

Παρουσίαση ιδέας - Pitch Deck

11

Επιπλέον υλικό και βιβλιογραφία



Thries 4.0  
INNOVATION HUB



# Εισαγωγή

## ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Ένας ορισμός του επιχειρηματικού μοντέλου δίνεται από τους Osterwalder, Pigneur και Tucci (2005):

*Επιχειρηματικό μοντέλο είναι ένα εννοιολογικό εργαλείο που περιέχει ένα σύνολο στοιχείων και τις σχέσεις τους και επιτρέπει την έκφραση της επιχειρησιακής λογικής μιας συγκεκριμένης επιχείρησης. Πρόκειται για μια περιγραφή της αξίας μιας επιχείρησης που προσφέρει σε ένα ή περισσότερα τμήματα πελατών και της αρχιτεκτονικής της επιχείρησης και του δικτύου συνεργατών της για τη δημιουργία, το μάρκετινγκ και την παροχή αυτής της αξίας και του κεφαλαίου των σχέσεων, για τη δημιουργία επικερδών και βιώσιμων ροών εσόδων.*

Με λίγα λόγια, ένα επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει τι αξία προσφέρει μία επιχείρηση, με ποιο τρόπο και σε ποιους την προσφέρει. Αποτελεί ένα βασικό στοιχείο της επιχείρησης και πολλές φορές μπορεί να αποτελέσει ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα και να την βοηθήσει να ξεπεράσει τον ανταγωνισμό. Υπάρχουν πολλά εργαλεία που παρουσιάζουν το επιχειρηματικό μοντέλο μίας επιχείρησης, με το Business Model Canvas – BMC να αποτελεί το πλέον χρησιμοποιούμενο για την οπτικοποίηση των θεμάτων που σχετίζονται με την στρατηγική.

## ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Το Pitching είναι μία παρουσίαση της επιχειρηματικής ιδέας ή μοντέλου, σε ένα κοινό. Χρησιμοποιείται σε μεγάλο βαθμό από επιχειρηματίες και startups που θέλουν να παρουσιάσουν ιδέες, projects ή προϊόντα. Η δομή του μπορεί να προσαρμοστεί ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή της υπηρεσίας που παρουσιάζεται και τις ανάγκες της κάθε παρουσίασης. Για παράδειγμα το pitching σε έναν διαγωνισμό καινοτομίας διαφέρει από το pitching σε επενδυτές, καθώς το ένα μπορεί να δίνει περισσότερο έμφαση στην ιδέα ή το πρόβλημα που επιλύει, ενώ το δεύτερο σε χρηματοοικονομικά στοιχεία.

Σκοπός του pitching είναι κλέψει το ενδιαφέρον του κοινού και να δώσει κάποιες βασικές πληροφορίες για το προϊόν ή την υπηρεσία. Μπορεί να απευθύνεται σε επενδυτές, πελάτες, την κριτική επιτροπή ενός διαγωνισμού ή ακόμα ή οπουδήποτε αλλού χρειαστεί.





# Thries 4.0

INNOVATION HUB

## ΕΡΓΑΛΕΙΟ BUSINESS MODEL CANVAS

---



Thries 4.0  
INNOVATION HUB



Made with VISME

# Εργαλείο Business Model Canvas

Το Business Model Canvas αποτελεί μία οπτικοποίηση του επιχειρηματικού μοντέλου μίας εταιρείας. Ουσιαστικά αποτελείται από μία σελίδα η οποία είναι χωρισμένη σε 9 κατηγορίες. Κάθε κουτάκι αποτελεί ένα μέρος της λειτουργίας της επιχείρησης, το οποίο συμπληρώνεται ανάλογα με τα διαφορετικά χαρακτηριστικά του κάθε οργανισμού.

Οι 9 κατηγορίες που παρουσιάζονται παρακάτω ακολουθούν ένα κανόνα στην σειρά με την οποία συμπληρώνονται. Αυτό συμβαίνει γιατί το BMC είναι δομημένο έτσι, ώστε η κάθε κατηγορία που συμπληρώνεται να βοηθάει στην συμπλήρωση της επόμενης.

## ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΚΑΜΒΑ



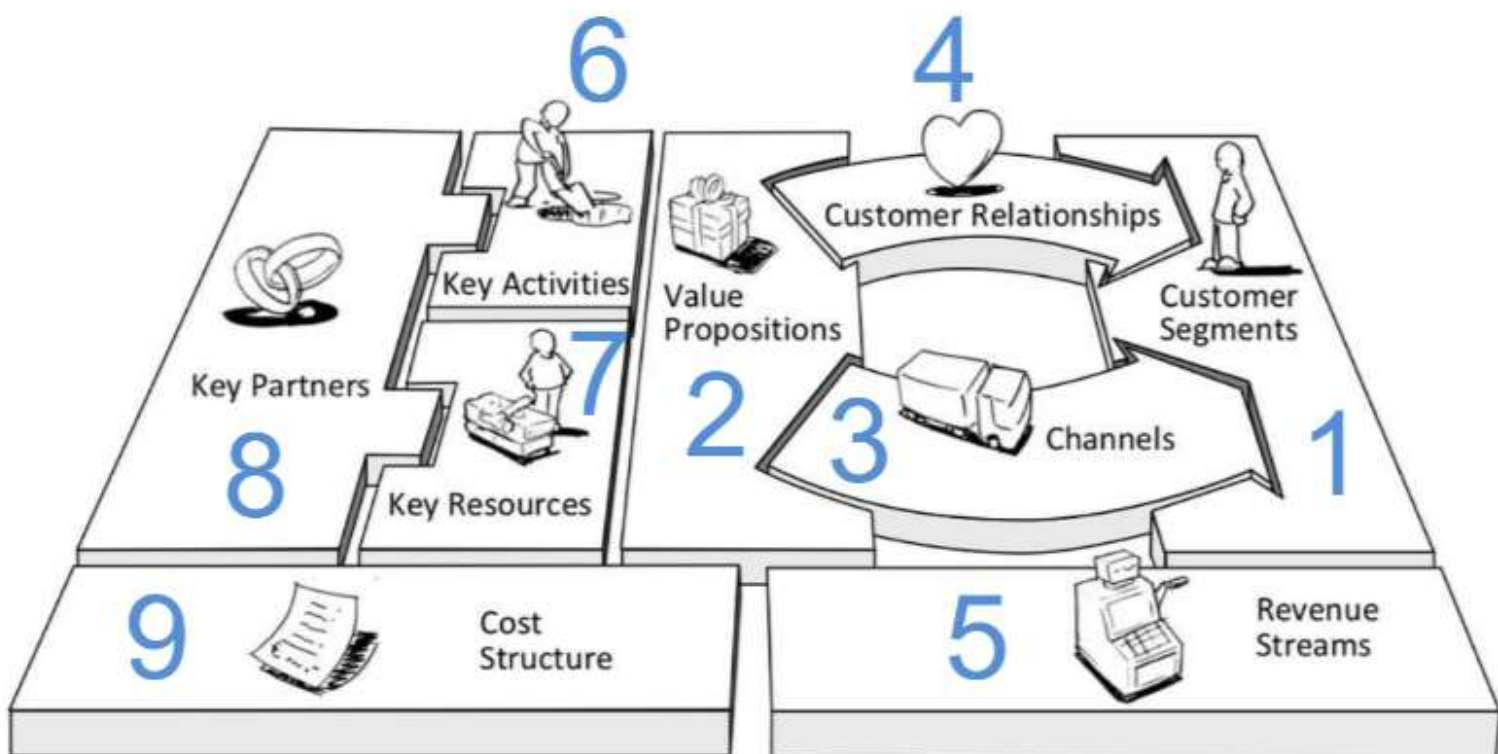
Απλό



Εύχρηστο



Περιεκτικό



# Βασικά στοιχεία του BMC

Το BMC μπορεί να χωριστεί νοητά στην μέση. Οι κατηγορίες που βρίσκονται στο δεξί μισό απαντούν στο ερώτημα “Πως παράγει έσοδα η επιχείρηση”, ενώ οι κατηγορίες στο αριστερό μισό, στο ερώτημα “Ποια είναι τα έξοδα της επιχείρησης”. Βλέποντας τις παρακάτω 3 κατηγορίες, μπορεί οποιοσδήποτε να καταλάβει κατά πόσο η επιχείρηση, το προϊόν/υπηρεσία ή το project που παρουσιάζεται είναι βιώσιμο και να λάβει αποφάσεις αντίστοιχα. Συνεπώς, ενώ όλες οι κατηγορίες είναι σημαντικό να συμπληρωθούν κατάλληλα, πρέπει να δοθεί μεγάλη έμφαση στα στα:

## Προτεινόμενη Αξία - Value Proposition



- Τι αξία παρέχουμε σε κάθε ομάδα πελατών;
- Ποιό είναι το πρόβλημα της κάθε ομάδας πελατών που βοηθάμε να αντιμετωπισθει;
- Τι δέσμες προϊόντων/υπηρεσιών παρέχουμε σε κάθε πελατειακή ομάδα;
- Ποιές ανάγκες κάθε πελατειακής ομάδας καλύπτουμε;

## Δομή Εσόδων - Revenue Streams



- Για ποιά αξία είναι πραγματικά διατεθιμένοι να πληρώσουν οι πελάτες μας;
- Ποιό είναι το ποσοστό συνεισφοράς της κάθες πηγής εσόδων, στα συνολικά έσοδα;
- Ποιά μέθοδο τιμολόγησης χρησιμοποιούμε;

## Δομή Εξόδων - Cost Structure



- Ποια μέθοδο κοστολόγησης χρησιμοποιούμε;
- Ποια είναι τα βασικά κόστη του επιχειρηματικού μας μοντέλου;
- Ποια είναι τα κόστη για τις βασικές δραστηριότητες μας;
- Ποια είναι τα κόστη για τους βασικούς πόρους μας;

# Υπόλοιπες κατηγορίες του Καμβά



## Κατηγορίες Πελατών

- Ποιές είναι οι ομάδες πελατών για τις οποίες δημιουργούμε αξία;
- Ποιοί είναι οι σημαντικότεροι πελάτες μας;
- Πως διαφοροποιούνται γεωγραφικά και ψυχογραφικά οι ομάδες αυτές;



## Κανάλια Διανομής

- Μέσα από ποία κανάλια θέλουν οι πελάτες μας να τους προσεγγίσουμε;
- Ποία κανάλια χρησιμοποιούμε για να προσεγγίσουμε τους πελάτες μας τώρα;



## Σχέσεις με πελάτες

- Τι σχέσεις θα πρέπει να έχω με κάθε ομάδα πελατών;
- Ποιές από αυτές τις σχέσεις έχω αναπτύξει και με ποιές πελατειακές ομάδες;
- Παραδείγματα: Self-service, πωλητές, εκατομικευμένη εκυπηρέτηση κ.α.



## Βασικές Δραστηριότητες

- Ποιές είναι οι βασικές δραστηριότητες που πρέπει να υλοποιήσω για να παράξω αξία σε κάθε πελατειακή ομάδα; (Τρεις βασικοί τομείς: Παραγωγή, Εκπαίδευση, Προώθηση)



## Βασικοί Πόροι

- Ποιοί είναι οι βασικοί πόροι (υλικοί, άυλοι, ανθρωπικοί, χρηματικοί) που χρειάζομαι για να μπορέσω να παράξω αξία για κάθε ομάδα πελατών;



## Κατηγορίες Πελατών

- Ποιοί είναι οι βασικοί συνεργάτες μας;
- Ποιοί είναι οι βασικοί προμηθευτές μας;
- Τι θα πρέπει να γίνει outsourcing;





Thries 4.0

INNOVATION HUB

# ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΙΔΕΑΣ - PITCH DECK

---



Thries 4.0

INNOVATION HUB





# Παρουσίαση επιχειρηματικής Ιδέας

Pitch Deck αποτελεί ένα από τα βασικότερα στοιχεία μίας νεοφυούς επιχείρησης. Είναι το εργαλείο που θα την βοηθήσει να λάβει χρηματοδότηση από επενδυτές ή να πείσει εν δυνάμει πελάτες της. Δεν το χρησιμοποιούν, όμως μόνο οι startups. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί στην παρουσίαση μία ιδέας στον υπεύθυνο του τμήματος ή ακόμα και σε κάποιο διαγωνισμό. Αποτελείται, συνήθως από μερικές διαφάνειες και αλλάζει ανάλογα με την περίπτωση, δίνοντας πάντα συγκεκριμένες πληροφορίες ανάλογα το κοινό. Μία γενικά αποδεκτή δομή είναι:

## 1. Περιγραφή του προβλήματος

Ο σκοπός της διαφάνειας είναι να αναδείξει την ανάγκη που υπάρχει στην αγορά και θα λυθεί μέσω του προϊόντος/υπηρεσίας, καθώς και να το παρουσιάσει σαν κάτι που είναι απαραίτητο για την αγορά. Όσο μεγαλύτερη έμφαση δοθεί στο πρόβλημα τόσο μεγαλύτερο θα είναι το ενδιαφέρον του κοινού στην παρουσίαση της καινοτόμας λύσης του. Μία σωστή παρουσίαση του προβλήματος, θα εξαλείψει κάθε αμφιβολία για την σημαντικότητα του προϊόντος.

## 2. Περιγραφή του προϊόντος/υπηρεσίας

Σε αυτή την διαφάνεια παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του προϊόντος/υπηρεσίας, καθώς και το πως η επιχείρηση διαφοροποιείται από τον ανταγωνισμό. Αποτελεί την λύση του προβλήματος που περιγράφεται στην προηγούμενη διαφάνεια και περιγράφει **γιατί** η συγκεκριμένη επιχείρηση είναι η κατάλληλη για την επίλυσή του.

## 3. Ανάλυση αγοράς

Εδώ παρέχονται πληροφορίες για τον κλάδο δραστηριοποίησης. Πολύ αποτελεσματικό είναι να χρησιμοποιηθούν συγκεκριμένες μετρικές που θα προσδώσουν εγκυρότητα στα παρουσιαζόμενα δεδομένα. Είναι σημαντικό να αναφερθούν:

- Αγορά-στόχος (κλάδος και γεωγραφική περιοχή)
- Το μέγεθος της αγοράς στόχου (σε χρηματικές μονάδες, πληθυσμό κτλ.)
- Δυνητικές αγορές-στόχοι και πλάνο για το μέλλον
- Εκτιμώμενο μερίδιο αγοράς στο μέλλον σύμφωνα με το χρηματοοικονομικό πλάνο



# Παρουσίαση επιχειρηματικής Ιδέας

## 4. Ανταγωνισμός

Είναι σύνηθες τα δεδομένα της διαφάνειας αυτής να παρουσιάζονται με την μορφή πίνακα. Στον οριζόντιο άξονα παρουσιάζονται οι βασικοί ανταγωνιστές και η επιχείρηση, προϊόν ή υπηρεσία που παρουσιάζεται. Στον κάθετο άξονα παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά τους.

Πρέπει να αποδειχθεί ότι γνωρίζεται καλά τα χαρακτηριστικά των ανταγωνιστών σας, ότι έχετε προετοιμαστεί για δυνητικούς ανταγωνιστές που μπορεί να εμφανιστούν στο μέλλον και να προβάλετε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα στοιχεία που διαφοροποιούν το προϊόν ή την υπηρεσία σας από αυτά των ανταγωνιστών σας.

## 5. Επιχειρηματικό Μοντέλο

Το επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση βγάζει χρήματα. Αναμενόμενη τιμή πώλησης του προϊόντος ή της υπηρεσίας, το κόστος ανά μονάδα ή ακόμα και χρηματοοικονομικά μεγέθη, όπως το μικτό περιθώριο κέρδους το ROE και το Νεκρό Σημείο, αναφέρονται εδώ. Θα πρέπει να παρουσιασθούν οι πληροφορίες που ενδέχεται να ενδιαφέρουν περισσότερο το κοινό σας.

## 6. Περιγραφή ομάδας

Στην παρούσα διαφάνεια παρουσιάζεται η ομάδα πίσω από την υλοποίηση. Πρέπει να αναφέρονται τα ονοματεπώνυμα των μελών της ομάδας, ενώ μπορούν να προστεθούν ατομικές φωτογραφίες τους. Πρέπει να αποδειχθεί ότι τα άτομα που επιλέχθηκαν είναι τα κατάλληλα για να υλοποιήσουν τα όσα έχουν παρουσιαστεί πιο πριν. Πρέπει να αναφερθεί ο ρόλος του καθενός και κατά πόσο η ομάδα έχει συνοχή και οι ικανότητες των μελών της αλληλοσυμπληρώνονται.



# Βιβλιογραφία - Χρήσιμοι Σύνδεσμοι

- <https://developgreece.com/funding/>
  - <https://hdb.gr/category/programmata/trexonta-programmata/>
  - <https://m.naftemporiki.gr/story/1790370/ta-eksi-tameia-pou-xrimatodotoun-tis-mikromesaies-epixeiriseis>
  - Παπαδοπούλου, Α. (2018). Εναλλακτικά πλαίσια επιχορήγησης επιχειρήσεων στην Ελλάδα: εγχειρίδιο υπαγωγής στον νέο επενδυτικό νόμο 4399/2016: μια εμπειρική προσέγγιση
  - Πλατή, Ι. Τρόποι χρηματοδότησης μικρομεσαίων επιχειρήσεων
  - Joan Robinson - John Eatwell "Εισαγωγή στην σύγχρονη οικονομική" Μεταφρ. Κ. Σοφούλη, Νικηφ. Σταματάκη - Εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 1975
- 



Thries 4.0  
INNOVATION HUB



# Συνεργαζόμενοι φορείς

Φορέας υλοποίησης του έργου είναι το Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Συστημάτων Επικοινωνιών και Υπολογιστών (ΕΠΙΣΕΥ) του ΕΜΠ. Το έργο υποστηρίζεται από το Ελληνικό Ίδρυμα Έρευνας και Καινοτομίας (ΕΛ.ΙΔ.Ε.Κ.) στο πλαίσιο της 3ης Προκήρυξης της Δράσης «Επιστήμη και Κοινωνία» με τίτλο «Κόμβοι Έρευνας, Καινοτομίας και Διάχυσης» (Αριθμός Έργου: 02387). Συνεργαζόμενοι φορείς είναι οι Δήμοι Μάνδρας-Ειδυλλίας, Ελευσίνας και Ασπροπύργου και το επιμελητήριο Πειραιά, ενώ Φορέας καινοτομίας είναι η Mantis Business Innovation.

Με την χρηματοδότηση



Με την υλοποίηση



Φορέας Καινοτομίας



## Συνεργαζόμενοι φορείς



Thries 4.0  
INNOVATION HUB



Made with VISME