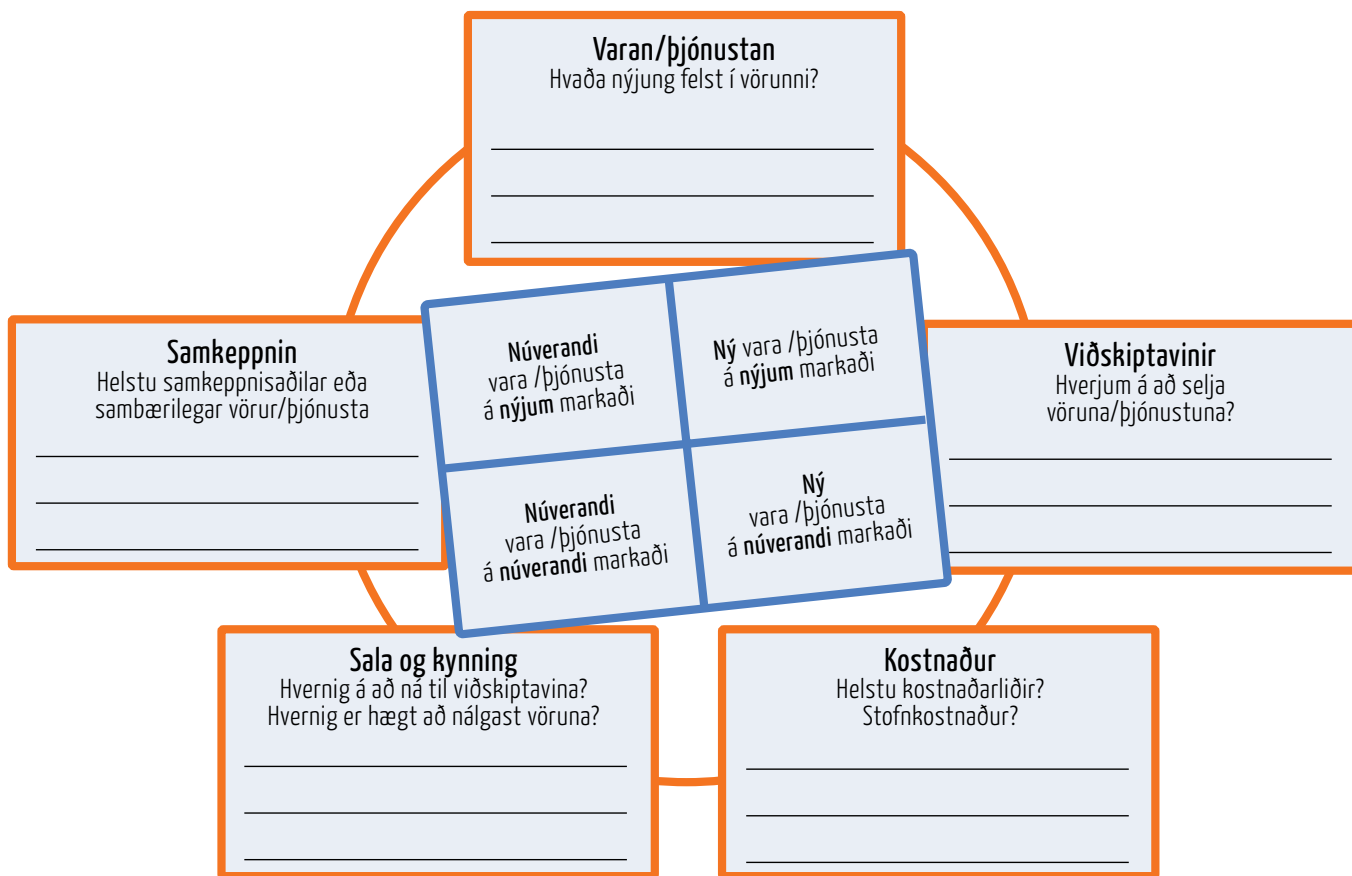


# Fyrstu skrefin



## Leiðarvísir fyrir frumkvöðla

Þegar ákvörðun hefur verið tekin um að fara af stað með viðskiptahugmynd þarf að hafa ýmis atriði í huga. Góður undirbúningur er oft lykill að góðum árangri. Það er því mikilvægt að vinna vel með hugmyndina strax í upphafi áður en farið er af stað. Hér eru nokkur atriði sem gott er að hafa í huga:



# Ein eða margar hugmyndir?

Margir frumkvöðlar eru með ótal hugmyndir í kollinum og oft eru þeir/þær að vinna að mörgum hugmyndum í einu. Það er þó fátt sem mælir með því. Að vinna að mörgum hugmyndum í einu, þýðir að bæði tíma og fjármagni er dreift á fleiri staði, áherslu er þá ekki haldið á einni hugmynd og því erfitt að gera áætlanir sem nauðsynlegt getur verið að gera. Æskilegra er að frumkvöðlar einbeiti sér að einni hugmynd til að byrja með og leggi mat á hvort hún sé vænleg til árangurs.



	1	2	3	4	5	
Lítill þörf fyrir vöruna/þjónustuna	■	■	■	■	■	Mikil þörf fyrir vöruna/þjónustuna
Litlir möguleikar á útflutningi	■	■	■	■	■	Miklir möguleikar á útflutningi
Óljós markhópur	■	■	■	■	■	Skýr, afmarkaður markhópur
Lítill nýjung í hugmynd	■	■	■	■	■	Mikil nýjung í hugmynd
Erfitt í framkvæmd	■	■	■	■	■	Auðvelt í framkvæmd
Erfitt að fjármagna	■	■	■	■	■	Auðvelt að fjármagna
Mikill stofnkostnaður	■	■	■	■	■	Lítill stofnkostnaður
Veik fjárhagsstaða	■	■	■	■	■	Sterk fjárhagsstaða
Lítill markaður	■	■	■	■	■	Stór markaður

# Hver er hugmyndin?

Frumkvöðlar þurfa að þekkja viðskiptahugmyndir sínar og fyrirtækin vel – og geta útskýrt það fyrir öðrum, t.d. fjárfestum, í stuttu og skýru máli. Gott er að geta lýst þessu í einni eða tveimur setningum. Dæmi:

*Sólarfatnaður ehf. er að þróa fatnað með innbyggðri sólarcellu sem útivistarfolk getur notað til að hlaða farsíma og önnur smærri raftæki, með því að tengja raftækin við innstungu í fatnaðinum.*

Lýstu fyrirtækinu þínu hér:

\_\_\_\_\_ er að þróa/selja \_\_\_\_\_  
(Fyrirtækið mitt) (Lýsing á vörunni/þjónustunni)

sem \_\_\_\_\_ geta notað til að \_\_\_\_\_  
(Markhópurinn) (Nýting/lausn á vandamáli)

með því að/þar sem \_\_\_\_\_  
(Virgni vörunnar/þjónustunnar)



# Viðskiptavinirnir

Viðskiptavinir eru undirstaða hvers fyrirtækis og mikilvægasta auðlind þess. Því þurfa frumkvöðlar að greina markaðinn vel, átta sig á hugsanlegum markhópum og hverjum eigi að einbeita sér að. Í stuttu máli, hverjir munu kaupa vöruna og hvernig á að selja þeim hana:

**Markhópurinn:** Hver er markhópurinn og hversu stór er hann? Á að velja markhópin eftir kyni, aldri, staðsetningu eða öðru?

**Kaupvenjur:** Hverjar eru kaupvenjur (magn, tryggð, tilefni) helstu viðskiptavina. Hvernig mun fyrirtækið koma til móts við þær?

**Kynningar:** Hvernig á að ná til viðskiptavina? Hvernig á að markaðssetja vöruna? Á að gera það með auglýsingum, markpósti, samfélagsmiðlum, með beinni sölu o.s.frv.

**Dreifileiðir:** Hvernig verður vörunni dreift til viðskiptavina? Með beinni sölu, í gegnum verslanir, netverslun eða í gegnum aðra milliliði? Hvernig greiðir viðskiptavinurinn fyrir vöruna?

# Business Model Canvas

Business Model Canvas er gott tól til að móta og þróa viðskiptahugmynd og er einföld leið til að leggja grunn að viðskiptaáætlun fyrirtækisins. Gerðu einfalt viðskiptalíkan fyrir fyrirtækið þitt og fylltu út í formið hér að neðan.

<b>Lykilsamstarfsaðilar</b> Hverjir eru helstu samstarfsaðilar (þjónusta/vörur)?	<b>Lykilstarfsemi</b> Hvaða aðgerðir eru nauðsynlegar fyrir starfseminu?	<b>Virðisþapandi þættir</b> Hvaða ávinningur skapar starfsemin fyrir viðskiptavini?	<b>Samskipti við viðskiptavini</b> Hvernig ætti samskiptum við viðskiptavini að vera háttað?	<b>Markhópur</b> Hverjir eru viðskiptavinir fyrirtækisins?
	<b>Lykilauðlindir</b> Hvers krefst starfsemin með tilliti til hæfni, þekkingar og aðfanga?		<b>Dreifileiðir</b> Eftir hvaða leiðum er best að nálgast viðskiptavini?	
<b>Kostnaðaruppbygging</b> Hvar fellur kostnaður til?			<b>Tekjustreymi</b> Hvernig skapast tekjur?	



# Nýsköpunarmiðstöð Íslands

Nýsköpunarmiðstöð Íslands hvetur til nýsköpunar og eflir framgang nýrra hugmynda í íslensku atvinnulífi með virkri þátttöku í rannsóknarverkefnum og stuðningi við frumkvöðla og fyrirtæki.

Kjarnastarfsemi Nýsköpunarmiðstöðvar skiptist í tvö svið:

- **Impra - Stuðningur við frumkvöðla og fyrirtæki**

- Öflug stuðningsþjónusta og þekkingarmiðlun fyrir frumkvöðla og sprotafyrirtæki.

- **Tæknirannsóknir og ráðgjöf**

- Hagnýtar rannsóknir og tækniráðgjöf á sviði bygginga og mannvirkja, framleiðslu, líf- og efnistækni, efnagreininga og orku.

## Impra á Nýsköpunarmiðstöð Íslands

Impra á Nýsköpunarmiðstöð Íslands er miðstöð upplýsinga og leiðsagnar fyrir frumkvöðla og fyrirtæki. Hægt er að leita til sérfræðinga á ýmsum sviðum um leiðsögn og upplýsingar varðandi mismunandi þætti hugmynda, reksturs og samstarfs erlendis. Hér er á einum stað hægt að leita aðstoðar um allt sem við kemur viðskiptahugmyndum og almennum rekstri fyrirtækja, svo sem:

- Fá gjaldfrjálsa handleiðslu um allt sem viðkemur viðskiptahugmyndinni og stofnun og rekstri fyrirtækja
- Fá stuðning við skrif viðskiptaáætlana
- Fá upplýsingar um bæði innlenda og erlenda styrki og fá aðstoð við styrkumsóknir
- Fá upplýsingar um nauðsynleg leyfi, rekstrarumhverfið, vottanir, fjármögnunarleiðir o.s.frv.

Sjá nánar á [nmi.is](http://nmi.is).

## Frumkvöðlasetur

Nýsköpunarmiðstöð Íslands rekur nokkur frumkvöðlasetur. Þar geta frumkvöðlar fengið aðstöðu gegn vægu gjaldi í skapandi umhverfi, styrkt tengslanet sitt, fengið faglega ráðgjöf til að vinna að nýsköpun og framþróun viðskiptahugmynda sinna og fengið aðgang að fjölda fyrirlestra.

## Evrópumiðstöð

Ertu að leita að samstarfsaðilum erlendis á sviði viðskipta, vöruþróunar eða rannsókna? Þá getur Evrópumiðstöð hjálpað þér í gegnum stærsta tækni- og þekkingartengslanet heims.

Hafðu samband - þjónustan er gjaldfrjáls. [www.een.is](http://www.een.is).

## Fab Lab

Fab Lab er stafræn smiðja með tækjum og tólum til að búa til nánast hvað sem er og er t.d. frábær vettvangur til að vinna að frumgerðarsmiði. [www.fablab.is](http://www.fablab.is).

