**The BCC 4 stages of Business Development**

**BCC Methodology**

**The 4 Stages of Business Development**

Το μοντέλο των 4 σταδίων του BCC έχει προκύψει από την ανάλυση των αναγκών των συμμετεχόντων στο BCC παρακολουθώντας την πορεία και λαμβάνοντας υπόψη τις προτάσεις τους από την αρχή λειτουργίας του BCC.

Ακολουθεί η περιγραφή των χαρακτηριστικών των υποψηφίων συμμετεχόντων ανά στάδιο καθώς και τα πιο συνήθη παραδοτέα.

*Η συμμετοχή σε κάποιο από τα 4 στάδια του μοντέλου του BCC δεν προϋποθέτει την απαραίτητη παρακολούθηση του αμέσως προηγούμενου σταδίου.*

**Στάδιο 1 – Concept Clarification (Ξεκαθάρισμα επιχειρηματικής ιδέας)**

Σε ποιους απευθύνεται:

* Σε όσους έχουν μια πολύ γενική ιδέα στο μυαλό τους.
* Σε ελεύθερους επαγγελματίες που ψάχνουν τρόπο να αυξήσουν το εισόδημά τους.
* Σε όσους έχουν μια ιδέα και είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί άμεσα στο σύνολό της.

Παραδοτέα (κάποιο ή κάποια από):

* Έρευνα Αγοράς / Επικείμενης πελατείας
* Έρευνα ακινήτων
* Έρευνα πιθανών Νομικών / Φορολογικών θεμάτων
* P&L σε πρώτο στάδιο
* Μοντέλο λειτουργίας της επιχείρησης
* Μοντέλο χρηματοδότησης της επιχείρησης

**Στάδιο 2 - Business Plan (Επιχειρηματικός Σχεδιασμός)**

Σε ποιους απευθύνεται :

* Σε όσους έχουν ολοκληρώσει επιτυχημένα το stage 1 – Concept Clarification.
* Σε όσους έχουν ξεκάθαρη επιχειρηματική ιδέα ή μια επιχείρηση που έχει ήδη ξεκινήσει και χρειάζεται κάποιες « διορθωτικές κινήσεις» για να αυξήσει την κερδοφορία της.

Παραδοτέα

* Λεπτομερές, ρεαλιστικό και επικαιροποιημένο Business Plan

**Stage 3 - Marketing / Communication / Digital Promotion Plan (Σχεδιασμός Επικοινωνίας / Μάρκετινγκ και Ηλεκτρονικής προβολής)**

Σε ποιους απευθύνεται:

* Σε όσους έχουν ολοκληρώσει επιτυχημένα τα stages 1 και 2 (Concept Clarification / Business Plan).
* Σε όσους θέλουν να δημιουργήσουν / βελτιώσουν ένα e-shop.
* Σε όσους θέλουν να δημιουργήσουν / βελτιώσουν ένα site.
* Σε όσους θέλουν να αυξήσουν την αναγνωρισημότητα (visibility) της επιχείρησής τους.
* Σε όσους θέλουν να δραστηριοποιηθούν μέσω των social media (facebook, tweeter etc).
* Σε όσους θέλουν να ενεργοποίησουν επικοινωνιακά το δίκτυο πελατών, συνεργατών, προμηθευτών τους.
* Σε όσους θέλουν να αυξήσουν τις πωλήσεις της επιχείρησής τους.
* Σε όσους θέλουν να προωθήσουν σε νέες αγορές.

Παραδοτέα (κάποιο ή κάποια από):

* Site / e-shop
* Λεπτομερές Marketing / Digital Marketing / Promotional / Communication Plan
* Facebook page
* News Letter / Infographic
* Communication Content
* Professional Images / Video

**Στάδιο 4 –Sources of Finance (Πηγές Χρηματοδότησης)**

Σε ποιους απευθύνεται:

* Σε όσους έχουν ολοκληρώσει επιτυχημένα τα stages 1,2 και 3 (Concept Clarification / Business Plan / Marketing Plan).
* Σε όσους έχουν ήδη μια επιχείρηση και ψάχνουν για επενδυτή / δανειστή.
* Σε όσους ψάχνουν κεφάλαιο εκκίνησης για την επιχειρηματική τους ιδέα.
* Σε όσους έχουν ήδη μια επιχείρηση και θέλουν να εξορθολογίσουν τα έξοδά τους.
* Σε όσους έχουν ήδη μια επιχείρηση και θέλουν να ανεβάσουν μια καμπάνια στην πλατφόρμα OneUp\*.

Παραδοτέα (κάποιο ή κάποια από):

* Investor Pitch
* Κανπάνια One Up\*
* Business Plan / P & L documents’ update

**\*One Up Crowdfunding Platform**

Η προετοιμασία για την OneUp καμπάνια είναι μέρος του Σταδίου 4 του BCC Business Development model. Αποτελεί όμως και μια αυτόνομη υπηρεσία του Business Coaching Center όπου μπορούν να ενταχθούν επιχειρηματικές ιδέες που έχουν περάσει το στάδιο εκπαίδευσης και προετοιμασίας τους παρακολουθώντας το πρόγραμμα κάποιου συνεργάτη / partner του BCC. (link που οδηγεί στους partners).

Το OneUp είναι η πρώτη Crowdfunding πλατφόρμα που ανήκει σε ΜΚΟ στην Ελλάδα και βασίζεται στο μοντέλο άντλησης επενδυτικού κεφαλαίου όπου «λίγα χρήματα προσφέρονται από πολλούς».

Καμπάνια στην πλατφόρμα ΟneUp μπορούν να ανεβάσουν όσοι χρειάζονται κεφάλαιο εκκίνησης για την εταιρεία τους ή χρειάζονται χρήματα για να χρηματοδοτήσουν ένα συγκεκριμένο επιχειρηματικό σκοπό (π.χ. την αγορά κάποιου μηχανήματος).

Οι υποψήφιοι για να ανεβάσουν καμπάνια στο OneUp παρακολουθούν συγκεκριμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα πριν την ανάρτηση της καμπάνιας τους αλλά και συγκεκριμένο επικοινωνιακό πλάνο για την υποστήριξή της και την επίτευξη του τελικού οικονομικού στόχου.