



# Akademia Liderów

Innowacji i Przedsiębiorczości  
Fundacja dr Bogusława Federa

## Mój Pierwszy Biznes

Warsztaty Inspiracyjne  
Materiały dodatkowe

Listopad 2011

## Spis treści

O znaczeniu myśli .....	3
Pomysły—oto, co buduje potęgę .....	4
Magia zarządzania .....	6
Biznes plan, planowanie kariery .....	8
Analiza SWOT .....	9
Rozwiązania dla firm .....	10
Sposób na darmowa stronę WWW .....	11
Mój Pierwszy Biznes—Poradnik Teleadresowy .....	16

## O znaczeniu myśli

Myśli budują ludzka osobowość, charakter i życie. Myśli determinują, kim jesteś i kim będziesz w przyszłości, w istocie człowiek jest materializacją własnych myśli – dowodów na to dostarczają nam religie i wielcy ludzie. Oto nauka zawarta w Biblii: „Jak człowiek myśli o sobie, taki się staje”.

Marek Aureliusz, wielki filozof i imperator starożytnego Rzymu, twierdził: „życie jest takie, jakim czynią je nasze myśli.” Osiemnaście wieków później William James, znany psycholog i filozof, potwierdził ten pogląd: „Wiara (nacechowana pewnością myśl) tworzy fakty.” Amerykański nauczyciel Amos Bronson Alcott nauczał następująco: „MYŚL oznacza życie, ponieważ ten, kto nie myśli, nie żyje w żadnym rzeczywistym ani wyższym sensie. MYŚLENIE TWORZY CZŁOWIEKA.”

Z wielu źródeł ludzkiej mądrości dowiadujemy się, że myśli budują życie i że w bardzo rzeczywistym sensie MYŚLI SĄ LUDZKIM ŻYCIEM. George Sala ujął to podobnie: „Myśl rodzi myśl. Im więcej myślisz, tym lepiej możesz wyrazić samego siebie.”

A zatem myśli są elementami tworzącymi SIĘ OSOBOWOŚCI”. Emerson ujmuje całą rzecz kategorycznie: „Myśli rządzą światem”.

Duchowny Wiliam Ellery Channing pisał swego czasu: „Cicha MYŚL jest najpotężniejszym czynnikiem ludzkich spraw. Co człowiek czyni zewnątrz, jest wyrazem i spełnieniem jego wewnętrznych myśli.” Heinrich Heine, często cytowany poeta niemiecki, ujął sprawę nieco inaczej, twierdząc: „Ludzie czynu są wyłącznie nieświadomym narzędziem ludzi MYŚLI.” Wróćmy jednak do Emersona, który tak mocno wierzył w potęgę myśli, utrzymując, że „w żadnym umyśle nie ma jednej myśli, której nie dałoby się zmienić szybko w siłę”. Podkreślał to również Jonathan Edwards w następujących słowach: „Idee i wyobrażenia (myśli) umysłu człowieka stanowią niewidzialną siłę, która nim stale rządzi.”

A więc możemy być pewni – MYŚL jest elementem budującym ludzkie życie, jest źródłem siły osobowości. Jest również tym, co pozwala osiągnąć sukcesy!

Dr Norman Vincent Peale, znany na całym świecie kaznodzieja, psycholog i pisarz, zwykł mawiać: „MYŚL w kategoriach sukcesu, wyobrażaj sobie sukces, a wprawisz w ruch moc dającego się realizować pragnienia. Kiedy obraz umysłowy (myśl) lub postawa będzie utrzymana wystarczająco mocno, w rzeczywistości przejmie kontrolę nad warunkami i okolicznościami.” Dr Walter Scott,

słynny psycholog i rektor Northwestern University, głosił: „O sukcesie lub niepowodzeniu decydują bardziej postawy (myśli) niż zdolności umysłowe.” Disraeli rozpatrywał sprawę z innej strony: „Karm swój umysł wielkimi myślami – bohaterów czyni wiara w bohaterstwo.”

Duchowny John William Teal ujmuje tę kwestię podobnie: „Stanowcza MYŚL staje się ludzkim życiem. Najbliższy przyjaciel nie jest w stanie tak ukształtować ludzkiego życia, jak własne myśli.” A oto, co powiedział na ten temat Isaac Taylor: „Nie rozwój, lecz MYŚLENIE tworzy ludzkość”. Z kolei Johann Pesalozzi, szwajcarski nauczyciel, mawiał: „Wyłącznie MYŚLENIE czyni prawdziwego człowieka. Wystarczy odjąć myślenie od ludzkiego życia (...) – co wówczas pozostanie?”. A Konfucjusz; „Nauka bez MYŚLI to daremna praca.” I jeszcze raz Emerson: „żadne osiągnięcia, żadna współpraca, żadna nauka nie są w stanie zrekomensować braku wiary (nacechowanej pewnością myśli).”

Nie sposób pominąć Henry’ego Firda: „Gdy MYŚLISZ, że potrafisz, lub gdy myślisz, że nie potrafisz – masz rację.” Zgodnie z cytowanymi opiniami, myśli określają, kim człowiek jest i kim będzie, są źródłem siły osobowości i najważniejszym źródłem osiągania sukcesów. Bo – jak ujął William Plumer – „Myśl nawet bardziej niż zewnętrzne działania ujawniają charakter człowieka.” Do przytoczonych argumentów warto dodać jeszcze jeden: Myśli są w stanie obdarzyć człowieka darami szczęścia i przyjemności. Zacytuujemy zatem jeszcze coś ze starożytnych nauk Marka Aureliusza: „szczęście w życiu zależy od jakości myśli.”. Czy jesteś samotny? Pytanie to podchwycił sir Sidney, pisząc: „Nigdy nie jest samotny ten, komu towarzyszą miłe myśli.” Biskup John Williams zalecał: „Kolekcjonuj przyjemne myśli, ponieważ one umilą ci życie.” Inny duchowny, Charles Hadden Spurgeon głosił: Dobrze myśli to błogosławieni goście, których trzeba przyjmować jak najbardziej serdecznie.” Robert South natomiast odnajdywał różne aspekty tego zagadnienia twierdząc, że niczego nie można porównać z przyjemnością aktywnego myślenia. Ale przyjemność myślenia chyba najtrafniej określił znany prawnik minionego pokolenia, John Foster: „Najwspanialszą rzeczą na świecie są pogodne myśli. Prawdziwą sztuką jest mieć ich w życiu jak najwięcej.”

Tysiąclecia doświadczeń, obserwacji i przemyśleń dowodzą niezbicie, że człowiek staje się zawsze kimś ma wzór swoich myśli. A zatem – kim jesteś? Lub.... Kim chciałbyś być?

Źródło: M.R. Kopmeyer „Praktyczne metody osiągania sukcesów. Potęga myśli”, Bellona, W-wa 1990

## Pomysły

### – oto co buduje potęgę

Autor: dr Bogusław J. Feder, Akademia Liderów

Łatwo jest myśleć, że pieniądze będą wywoływały nowe pomysły, lecz żadna kwota nie zmieni złego pomysłu w dobry. Mówiąc innymi słowami: dobry pomysł może nadejść sam – pieniądze mogą tylko przyspieszyć jego przybycie. Jeżeli pieniądze są jedyną rzeczą powstrzymującą cię od realizacji projektu – to oznacza, że być może jest jakiś inny powód. Wspaniałe pomysły powstają dzięki energii i pasji.

Przeprowadzone ostatnio badania wykazały, że niewielu miliarderów miało na początku drogi wystarczającą ilość pieniędzy, ale prawie wszyscy mieli siłę woli, by próbować. A co mówią te same badania o ludziach dziedziczących wielkie fortuny? Okazuje się, że ponad 90 proc. tych ludzi „przejada” odziedziczone pieniądze. Tylko niecałe 5 proc. zachowuje swą fortunę do końca życia.

**Innowacyjność czy stanie w miejscu.** Przetrawanie i prosperowanie w biznesie nie jest i nigdy nie było łatwe. Zawsze są jakieś problemy do rozwiązania i możliwości „wspięcia się w górę”.

Ale od dzisiaj aż do pierwszej dekady XXI wieku organizacje, kierownicy i inni pracownicy będą napotykać liczne bezprecedensowe strategie współzawodnictwa. Konsekwencją tego współzawodnictwa będzie wiele nowych problemów i możliwości. Niemniej jednak zadanie „zrobienia” właściwego biznesu pozostaje. Już samo w sobie jest wystarczająco trudne, bez względu na dodatkowe, pojawiające się w trakcie pracy wyzwania, którym trzeba stawić czoło.

Jak można przetrwać w biznesie i działać zgodnie z tymi warunkami? Właśnie dzięki innowacyjności! Najważniejsza rzecz to pozbyć się ciężaru przesądów i balastu zanieczyszczeń mózgu, zmienić przypadkowe nastawienie naszych filtrów umysłowych wobec zadań, które od dawna pragnęliście rozwiązać. Wtedy dopiero znajdziecie właściwe rozwiązania problemu, jaki wypadnie wam rozstrzygnąć.

**Kreatywność osobista i grupowa.** „Twórczość jest jak delikatny kwiat – rozkwita, gdy się ją pochwali, lecz więdnie, gdy nie czuje zachęty” mawiał A. F. Osborne.

### **Podnoszenie osobistej kreatywności składa się z trzech elementów:**

**1.** Podnoszenie poziomu intuicji jednostek. Dla wielu oznacza to zwiększenie użyteczności prawej półkuli mózgowej oraz zwiększenie zdolności współpracy obu półkul mózgowych.

**2.** Zwalnianie jednostek z jakichkolwiek form socjalizacji, która może ograniczyć ich kreatywność. Zawiera się w tym nie tylko resocjalizacja, ale również uczenie nowych zachowań, które zwiększają kreatywność.

**3.** Uczenie kreatywnych procesów. Wielu ludzi obserwując rzeczywistość ciągle pyta: co, jak, dlaczego? Zastanówmy się lepiej, jakie są nasze marzenia, czego jeszcze nie ma – i dlaczego tego nie zrobić? Człowiek składa się z ciała, umysłu i wyobraźni. Posiadamy niedoskonałe ciało, zawodny umysł, ale za to wyobraźnia uczyniła nas znakomitymi.

**Procesy.** Liczne osobiste lub grupowe procesy (techniki) mogą być wykorzystywane do zwiększania kreatywności przydatnej w rozwiązywaniu problemów wewnątrz organizacji. Pośród tych procesów znajduje się „burza mózgów” oraz *mind mapping*. Nie są to jedyne procesy, dostępnych jest ponad 100 technik, które nakierowane są na podnoszenie kreatywności w rozwiązywaniu problemów. Odkrycia, nowe pomysły, niekonwencjonalne rozwiązania powstają wtedy, kiedy na tę samą rzecz patrzą wszyscy, przy czym dostrzegasz to, czego oprócz ciebie nie dostrzega nikt inny.

**Możliwości.** Nie zważając na twój talent twórczy, jakkolwiek wielka jest twoja wiedza i umiejętności, nie będziesz w stanie stworzyć wielu innowacji, jeśli nie będziesz funkcjonował w sprzyjających warunkach.

Może się zdarzyć, że kultura organizacji, w najszerszym słowa tego znaczeniu, nie popiera i nie wymaga innowacji i styl zarządzania nie sprzyja innowacjom.

Dowody wskazują, że innowacja wiąże się z kulturą organizacji i odpowiednim stylem zarządzania.

Pomysł ukrywany nie ma żadnej wartości. Jeżeli twój pracodawca, bądź partner w biznesie odpowie ci, że nie interesują go twoje pomysły, i że powinieneś robić to, co do Ciebie należy – zaczynij rozglądać się za inną pracą w bardziej postępowym przedsiębiorstwie.

### **O sukcesie firmy decyduje siedem następujących czynników:**

- strategia
- struktura
- systemy (kierowania)
- style (przywództwa)
- kierownictwo
- umiejętności
- dzielenie się wizjami (kultura organizacji).

**Produkt.** Produkt jest wynikiem kreatywnego, innowacyjnego procesu. Może to być produkt fizyczny, usługa, proces podnoszenia efektywności i zdolności, większa innowacyjność w marketingu lub lepszy styl kierowania.

Prawdziwy twórczy produkt musi mieć wartość i swoją oryginalność. Być innowacyjny, czyli posiadać znaczące wartości. Określić, że coś posiada takie znaczące wartości możemy poprzez analizę, a czasem dzięki intuicji. Wartość jest relatywna zarówno w znaczeniu systemu wartości oceniającego, jak również w znaczeniu czasu tworzenia.

Doskonałym przykładem może być następująca historia: dwanaście hollywoodzkich studiów odrzuciło film „Gwiezdne wojny” i dopiero wytwórnia Twentieth Century Fox zgodziła się podjąć ryzyko i dokończyć najbardziej kasowy film wszechczasów. Podobnie kilku wynalazców i ich inwestorów oferowało sprzedaż nowych pomysłów dla IBM, GENERAL MOTORS, DU PONT i innych wielkich koncernów. Zostali odrzuceni przez nie wszystkie. W końcu zdecydowali się sami budować i sprzedawać produkt i stali się multimilionerami.

W obu tych przykładach jedni odrzucali nowy produkt, a inni intuicyjnie wyczuli jego potencjał. Umysł może rozpoznać błędne odpowiedzi, lecz na rozpoznanie błędnych pytań potrzeba umysłu twórczego.

Jak powiedział A. Einstein: „Wyobraźnia jest ważniejsza niż wiedza, gdyż ta ostatnia jest ograniczona. Wyobraźnia jest zdolna ująć wszystko na świecie, stymuluje progres i jest źródłem wszelkiej emocji”

### Typy innowacji:

1. Innowacja procesów – jej wynikiem są procesy wewnątrz firmy: w działaniach, w zasobach ludzkich lub finansach. Skupia się ona na podnoszeniu zdolności lub efektywności.
2. Innowacja produktu – wynikiem jest zupełnie nowy produkt, usługa lub przekształcenie starego produktu w nowocześniejszy.
3. Innowacyjność marketingowa – jest relatywna do marketingowych technik promocji, wyceny i dystrybucji.
4. Innowacyjność kierownictwa – poprawia drogę organizacji, którą jest kierowanie.

### Siedem kroków, aby rozwijać w sobie kreatywność:

1. Dobry pomysł. Pamiętaj, że bez dobrego pomysłu nie można być kreatywnym. Zdaniem wielu naukowców, w jego opracowaniu często pomaga kartka papieru, wystarczy napisać swój cel lub naszkicować rzeczy, które planujemy zbudować.
2. Myśl pozytywnie. Z pewnością trafisz na rozwiązanie, jeśli wyteżysz umysł.
3. Dowiedz się wszystkiego o tym, co chcesz zrobić (a nawet więcej niż uważasz, że będzie ci potrzebne). Im więcej wiesz, tym jesteś lepiej przygotowany do znalezienia rozwiązania.
4. Myśl. Nie ograniczaj się do ukierunkowanego, logicznego myślenia. Podejdź do swojego zadania z innej perspektywy. Jak mówi Albert Szent-Gyorgyi: „Dokonywanie odkrycia polega na spojrzaniu na coś w ten sam sposób, co pozostali i na myśleniu o tym czymś w inny sposób, niż pozostali”.
5. Pozwól swoim myślom dojrzeć. Jeśli po pierwszych próbach rozwiązanie nie przychodzi, odłóż problem na bok i pozwól popracować nad nim swojej nieświadomości. Po paru dniach wróć do niego i przekonaj się, w jakim jesteś miejscu.
6. Przejrzyj swoje pomysły i odrzuć te, które się nie sprawdziły. Wprowadzaj poprawki, aż znajdziesz najlepsze rozwiązanie.
7. Pozwól swoim myślom działać. Wprowadź je w życie. To najlepszy sposób na ich przetestowanie.

### Ćwiczenie pobudzające kreatywność:

„Burza mózgów”

Poniższa zagadka znana jako „Historia Smith’a, Jones’a i Robinsona” należy do klasycznych łamigłówek, rozwiązywanych na całym świecie. Bez wątplenia jest prawdziwym wyzwaniem dla każdego umysłu. Nie ma w niej przysłowiowych „kruczków”. Dobra rada dla wszystkich odważnych: każdy fakt jest ważny i musi być brany pod uwagę! Do dzieła!

Panowie Smith, Robinson i Jones stanowią załogę pociągu. Jeden jest palaczem, drugi hamulcowym, a trzeci maszynistą: kolejność tych funkcji jest przypadkowa. Pociągiem jadą również trzej biznesmeni o tych samych nazwiskach. Uważaj!

1. Pan Robinson mieszka w Detroit.
2. Hamulcowy mieszka dokładnie w połowie drogi między Chicago i Detroit.
3. Pan Jones zarabia 20 tys. USD rocznie.
4. Najbliższy sąsiad hamulcowego, pasażer, zarabia trzy razy tyle, co on.
5. Smith zawsze wygrywa z palaczem w bilard.
6. Pasażer o takim samym nazwisku, jak hamulcowy mieszka w Chicago.

Jak nazywa się maszynista? (biuro@Wiedza3G.pl)

## Magia zarządzania

Autor: dr Bogusław J. Feder

*Mam marzenia, potem konfrontuję je z tym, w co wierzę, śmiało podejmuję wyzwania i realizuję moją wizję tak, aby marzenia stały się rzeczywistością - mawiał Walt Disney.*

Gdy w 1961 roku John F. Kennedy rzucił rodakom wyzwanie zdobycia w zbliżającym się dziesięcioleciu księżycy, powiedział, że zawsze było to jego wielkim marzeniem. Mocno wierzył w możliwość jego urzeczywistnienia i jednocześnie był świadom tego, że pasuje ono doskonale do ducha „mogę to zrobić”.

W chwili, gdy człowiek wylądował na księżycu spełniło się marzenie wielu ludzi. Projekt księżycowy był próbą odwagi, która zakończyła się spektakularnym sukcesem, gdyż zadziałała filozofia oparta na zaangażowaniu - pojawiało się marzenie, wiara w jego urzeczywistnienie, wewnętrzna odwaga i działanie. Lecz choć astronauta Neil Armstrong udowodnił światu skuteczność filozofii: marzenie, wiara, odwaga i czyn, twórcą tej filozofii nie był prezydent Kennedy lecz Walt Disney.

Wszystko, co robił Disney, każda podjęta przez niego decyzja, każda strategia, którą obrał - wyrastały z tych czterech pojęć. Opoką, na której wznosiły się jego życie i twórczość były wartości, w które wierzył. To, w jaki sposób motywował do pracy swoich pracowników, zarządzał twórczym procesem oraz innowacjami, opierało się na: marzeniu, wierze, odwadze i czynie. Disney wierząc w moc wyobraźni, był jednocześnie świadom tego, że aby odnieść sukces trzeba połączyć naturę marzyciela z działaniem menedżera kontrolującego koszty.

Kiedy w umyśle człowieka rodzi się jakiś pomysł, trzeba znaleźć w sobie odwagę, aby przekształcić go w konkretny produkt, usługę czy proces. Jednak realizacja pomysłów to starannie zaplanowany proces. Zdolność marzenia, podejmowania ryzyka i innowacyjnego myślenia musi być połączona z umiejętnością logistycznego zarządzania projektem. Dobrze prosperujące firmy dbają o równowagę między kreatywnością a ekonomią. Chodzi przecież o to, by zrealizować doskonałe przedsięwzięcie. I choć wielkie osiągnięcia mogą sprawiać wrażenie, że ich twórcy nie mieli trudności w podejmowaniu działań, aby spełnić swoje marzenia - jest to jedynie złudzenie.

Często na horyzoncie pojawiali się sceptycy, którzy mnożyli wątpliwości lub próbowali zniechęcić ludzi do pomysłu. Trzeba było zaangażować ich w projekt, przedstawić im wszystkie możliwości, jakie projekt stwarza firmie i jej pracownikom,

wysłuchać ich propozycji i wspólnie rozmawiać o przedsięwzięciu. Działać razem, aby później wspólnie cieszyć się z osiągnięć.

Kiedyś marzenie młodego artysty urzeczywistniło się pod postacią sympatycznej Myszki Miki, która dziś symbolizuje wizję potentata finansowego i jest źródłem potęgi jego firmy. Biznesowa mądrość Disneya pozwalała ludziom w jego organizacji marzyć i tworzyć, wspierała, zachęcała i wynagradzała pracowników, którzy wykorzystywali „technikę” tworzenia scenariusza pomysłu w celu rozwiązywania problemów planowania i komunikacji. Dzięki niej dziś wiemy, że jeśli organizacja ma osiągnąć sukces musi mieć wspólne marzenie - wizję, która wyrasta z potrzeby całej firmy i jest uznawana za swoją przez wszystkich jej pracowników.

Wizja to marzenie, wiara, odwaga i czyn. Składa się po części z patrzenia na horyzont, po części z patrzenia w głąb siebie, z wyobraźni, oceny sytuacji i często sporej dawki odwagi. Wspólne marzenie przyciąga zaangażowanie i wzbudza w ludziach energię. Nadaje ich pracy znaczenie. Ludzie potrzebują czegoś, w co mogliby zaangażować swój talent, energię i serce. Jakiegoś wyzwania, które warto jest ich największego wysiłku. Chętnie i bez namowy włączają się w realizację przedsięwzięć, które uczynią ich życie lepszym, przyniosą znaczną poprawę dla ich społeczności lub kraju, umożliwią ich organizacji rozwój i rozkwit. Wizja to dusza firmy, która spaja pracowników jako zespół i ułatwia współpracę, a poczucie pracy zbiorowej nadaje jeszcze większy impet ich działaniom.

Mając wspólną wizję każdy pracownik w firmie: dyrektor, handlowiec, magazynier czy ktokolwiek inny uważa się za część pierwszoligowego zespołu, rozwijającego swą zdolność do dostarczania ludziom wartościowego produktu lub usługi.

Poczucie wnoszenia swojego wkładu w rozwój organizacji to poczucie wartości, które może zaowocować większym oddaniem, entuzjazmem oraz wewnętrzną motywacją do bardziej wyętej pracy. Gdy wiemy, w jakim kierunku zmierza organizacja, a przełożeni widzą i nagradzają nasze zaangażowanie, pracujemy chętniej.

Czujemy, że warto. Ktoś docenia nasze pomysły i starania. Najtrudniejsze zadania stają się wtedy wyzwaniami, które odważnie podejmujemy.

Wiemy dokładnie, co oferuje nam wspólna wizja. Gdy podchodzimy do niej sceptycznie, najczęściej do końca nie potrafimy sobie wyjaśnić, czym jest wizja, a co nią nie jest.

Nie ma wątpliwości, że wizja nie jest prorocstwem. Nikt nie nazywa Gandhi'ego prorokiem, lecz wielkim wizjonerem, który pragnął niezależnych Indii.

Wizja nie jest misją, gdyż wizja to kierunek, a określenie misji organizacji to określenie jej celu, nie kierunku. Wizja nie jest niczym statycznym, to elastyczny obraz przyszłości.

Możemy snuć różne hipotezy na temat tego, dlaczego ludzie pracują. Wspólna wizja, możliwość reprezentowania własnych marzeń i pomysłów, działanie zespołowe okazują się tym, co pracownicy cenią bardzo wysoko. Na co dzień chcą mieć poczucie, że skutecznie działają na rzecz celów organizacji i własnych, a ich wkład jest zauważalny i doceniany przez firmę. Wtedy chętniej wykonują swoją pracę.

Aby tak się działo, muszą znać kierunek działań w firmie, popierać wizję organizacji, a także wiedzieć, na czym polegają jej cele. Jednak najistotniejsze jest, by pracownicy uwierzyli, że ich marzenia staną się rzeczywistością, wtedy znajdą odwagę, by je realizować.

Podsumowując, chciałbym podkreślić, że aby odnieść sukces potrzebny jest akt wiary, nadziei i odwagi, by marzenia stały się rzeczywistością.

## *Biznes plan, planowanie kariery*

### **Co jest celem działalności przedsiębiorstwa?**

- przetrwanie,
- wzrost sprzedaży
- wzrost udziału w rynku
- zwiększenie eksportu
- inwestycje
- posiadanie najnowszej technologii
- utrzymanie zatrudnienia
- wzrost zysku

### **Biznes plan powinien odpowiadać na następujące pytania:**

- Jaka jest aktualna sytuacja firmy?
- Jakie cele firma powinna realizować?
- Jaka jest najbardziej efektywna droga realizacji wyznaczonych celów?

### **Adresaci biznes planu:**

- banki lub inni potencjalni wierzyciele
- potencjalni inwestorzy
- kierownictwo i obecni właściciele firmy

### **Struktura biznes planu:**

- streszczenie
- charakterystyka firmy lub przedsięwzięcia biznesowego (w tym misja, cele do osiągnięcia)
- opis produktu, towaru lub usługi
- charakterystyka otoczenia biznesowego oraz rynku
- proces produkcyjny (sposób zaspokajania popytu)
- charakterystyka niezbędnej infrastruktury (zarządzanie, ludzie, technologia)
- projekcje finansowe
- czynniki sukcesu, czynniki ryzyka, analiza opłacalności przedsięwzięcia
- podsumowanie i rekomendacje

**Uwaga!**  
**Nie ma uniwersalnego wzorca biznes planu.**

### **Rynek**

- wielkość rynku
- wzrost rynku
- stabilność rynku

### **Otoczenie konkurencyjne**

- konkurenci
- substytuty
- siła przetargowa dostawców
- siła przetargowa odbiorców
- nowe wejścia

### **Charakterystyka sektora**

- atrakcyjność
- etap cyklu życia

### **Analiza pozycji konkurencyjnej, np.:**

- udział w rynku
- długoterminowe kontrakty
- lojalność klientów
- siła marki

### **Analiza silnych i słabych stron:**

- sprzedaż i marketing
- produkcja / technologia / logistyka
- kadry i personel
- organizacja i zarządzanie
- finanse

### **Kluczowe czynniki sukcesu, np.:**

- jakość
- czas realizacji zamówienia
- okres udzielanego kredytu kupieckiego

### **Biznes plan jak każdy plan odnoszący się do przyszłości posiada określone ograniczenia:**

- wszystkie działania dotyczące przyszłości związane są z ryzykiem i niepewnością,
- biznes plan nie zwalnia kierownictwa firmy od podejmowania bieżących i długookresowych decyzji,
- sporządzenie biznes planu wymaga ciągłych modyfikacji i aktualizacji,
- jakość biznes planu i jego praktyczna wartość są uzależnione od jakości i wiarygodności informacji, na których został oparty.





## Analiza SWOT – przykłady

### Potencjalne mocne strony

- Znacząca pozycja?
- Wystarczające zasoby?
- Duża zdolność konkurowania?
- Dobra opinia u klientów?
- Uznany lider rynkowy?
- Dobrze przemyślane strategie funkcjonalne?
- Korzystanie z efektu doświadczeń?
- Brak silnej presji konkurencji?
- Własna technologia?
- Przewaga kosztowa?
- Zdolność do innowacji produktowych?
- Doświadczona kadra kierownicza?
- Uprzywilejowana pozycja na krzywej doświadczeń?

### Potencjalne słabe strony

- Brak jasno wytyczonej strategii?
- Słaba pozycja konkurencyjna?
- Brak środków?
- Niska rentowność?
- Brak liderów wśród kadry kierowniczej?
- Brak kluczowych umiejętności?
- Błędy we wdrażaniu strategii?
- Niemożność rozwiązywania wewnętrznych problemów organizacyjnych?
- Podatność na naciski konkurencji?
- Nienadążanie za postępem naukowo-technicznym?
- Za mały potencjał wytwórczy?
- Słaby image firmy?

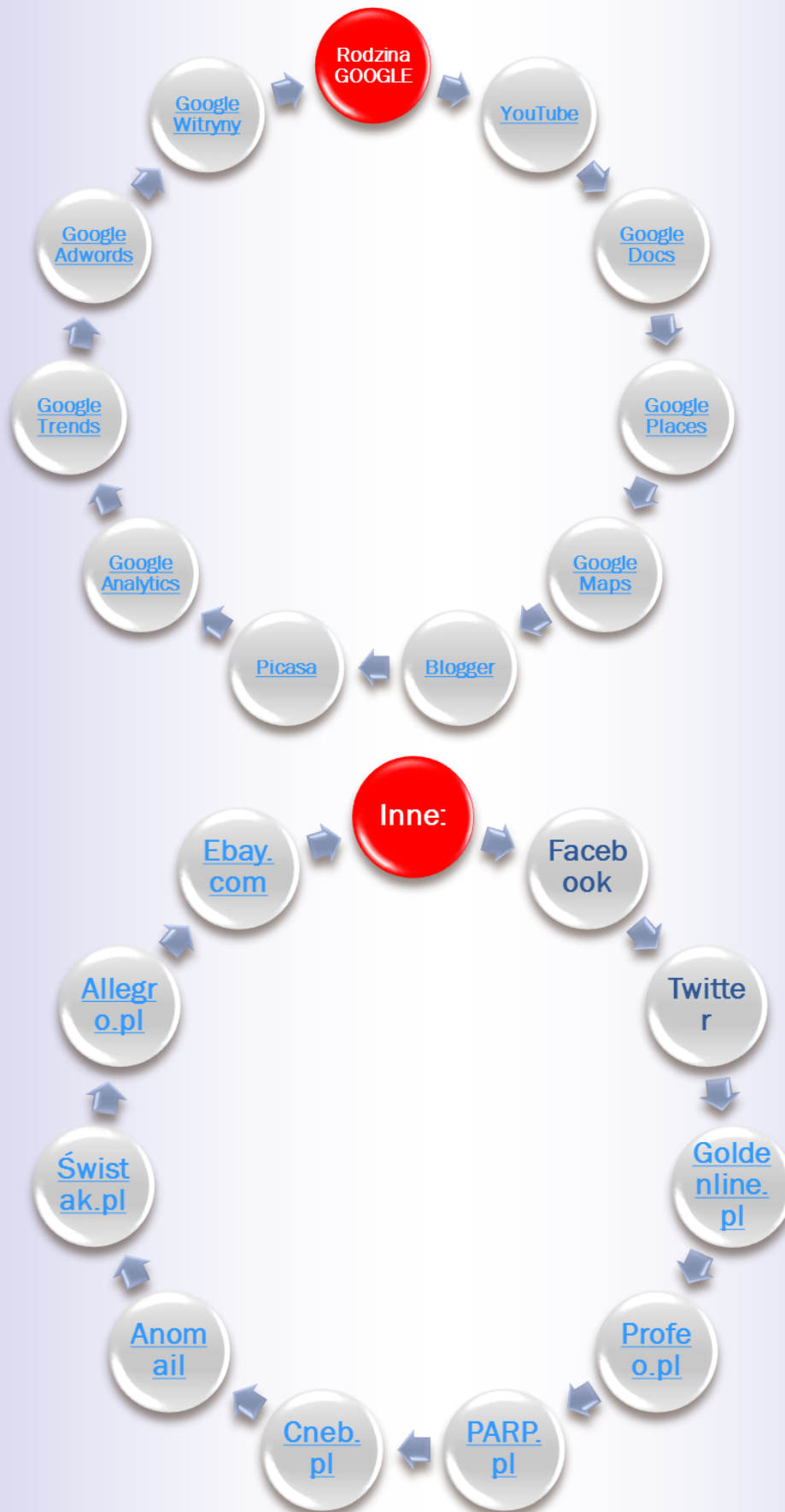
### Potencjalne szanse

- Pojawienie się nowych grup klientów?
- Wejście na nowe rynki?
- Możliwość poszerzenia asortymentu?
- Możliwość dywersyfikacji wyrobów, usług?
- Możliwość podjęcia produkcji wyrobów, usług komplementarnych?
- Dobrze przemyślane strategie funkcjonalne?
- Integracja pozioma?

### Potencjalne zagrożenia

- Możliwość pojawienia się nowych konkurentów?
- Wzrost sprzedaży substytutów?
- Brak środków?
- Niekorzystne rozwiązania systemowe
- Brak liderów wśród kadry kierowniczej?
- Podatność firmy na recesję i wahania koniunktury?
- Wzrost siły przetargowej nabywców lub dostawców.

Rozwiązania dla firm



## Sposób na darmową stronę WWW

Autor: Robert Kuryłowicz

Powszechnie wiadomo, że w obecnych czasach doskonale sprawdza się maksyma mówiąca, że „jeśli nie ma Cię w Internecie – nie ma Cię w ogóle” – Internet jest pierwszym źródłem informacji dla ponad połowy społeczeństwa.

Musimy zatem w Internecie być obecni, niezależnie od tego, jaki biznes prowadzimy. Służą do tego strony WWW, będące wizytówkami firmy w globalnej sieci – jednak koszt strony WWW, biorąc pod uwagę wizytę w profesjonalnej agencji interaktywnej, wynosi co najmniej kilka tysięcy złotych, dlatego warto poszukać innych, alternatywnych dróg utworzenia serwisu WWW, bowiem prostą stronę, która w czysto informacyjny sposób zaprezentuje informacje o firmie i ofertę w Internecie można mieć za darmo!

Tylko jak do tego się zabrać?

### Domena i serwer

Są to pierwsze elementy, od których musimy zacząć przygodę z Internetem. Domena jest po prostu adresem WWW, pod którym znajdować się będzie nasza strona internetowa. Przykładowo, jeśli strona znajduje się pod adresem <http://www.aurelius.pl>, domeną w tym wypadku jest aurelius.pl.

Koszty domeny są niewielkie, ale musimy je ponieść – nie da się zarejestrować domeny bezpłatnie. Są to kwoty rzędu 60-120 zł raz na rok (domenę odnawiamy rokrocznie).

Aby zarejestrować naszą własną domenę, musimy utworzyć konto u jednego z tzw. rejestratorów domen – przykładowe firmy to nazwa.pl, home.pl, active24.pl lub domeny.pl. Podajemy tu wszystkie dane (firmowe lub osobiste) i szukamy naszej domeny mając nadzieję, że będzie wolna i dostępna (większość domen stanowiących odzwierciedlenie popularnych słów – np. kredyty.pl – jest już dawno zajęte).

Kolejnym elementem, o który musimy zadbać, jest serwer, czyli miejsce na naszą stronę WWW. Większość firm oferujących rejestrację domeny oferuje również usługi serwerowe, więc najlepiej obie usługi wykupić w jednej firmie (noszą one nazwę „usług hostingowych”).

Dokonując wyboru firmy, w której wykupimy usługi hostingowe, warto kierować się opiniami innych internautów – wpiszmy w Google frazę „[nazwa firmy hostingowej] – opinie” i poczytajmy, co inni sądzą na temat jakości jej usług.

### Oprogramowanie dla strony WWW

Gdy mamy już domenę i serwer, czas na wybór rodzaju oprogramowania (czyli programu), na którym uruchomimy naszą stronę internetową. Bardzo ważne jest, zgodnie z tematem tego artykułu, aby oprogramowanie to było darmowe (najczęściej na tzw. licencji GPL – General Public License; zainteresowanych zachęcam do lektury zasad tej licencji w Wikipedii:

[http://pl.wikipedia.org/wiki/GNU\\_General\\_Public\\_License](http://pl.wikipedia.org/wiki/GNU_General_Public_License))

Wybór na rynku tego rodzaju oprogramowania jest dość bogaty. Najpopularniejsze systemy pozwalające na uruchomienie strony WWW to:

- Wordpress
- Joomla
- Quick.CMS

Kreatory WWW dostępne u usługodawców hostingowych (nazwa.pl; home.pl itp.)

Ze względu na jakość oprogramowania, łatwość jego instalacji o późniejszej edycji strony WWW, polecamy wszystkim Wordpress'a – jest to obecnie najpopularniejsza platforma do szybkiego tworzenia stron WWW i na niej oprzemy dalsze instrukcje, jak uruchomić stronę WWW. Ponadto, Wordpress jest doskonale zoptymalizowany dla wyszukiwarek internetowych, dzięki czemu strona uruchomiona na tej platformie jest dobrze przystosowana do późniejszego pozycjonowania.

### Instalacja Wordpress'a

Do instalacji będziesz potrzebować:

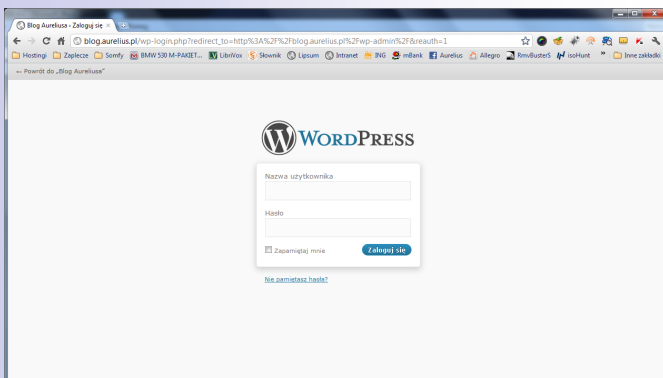
1. Zarejestrowanej domeny (możesz to wprowadzić później, ale lepiej mieć ją już teraz)
2. Wykupionego konta hostingowego (serwera; po zakupie serwera otrzymasz od administratora firmy hostingowej maila zawierającego wszystkie dane dostępowe do serwera, w tym również dane do wysyłania plików na serwer – dane FTP) Paczki Wordpress'a (Pobierz ją z <http://pl.wordpress.org/> - będzie w formacie ZIP)
3. Programu (klienta) do transferu FTP (Filezilla, Total Commander lub wbudowany eksplorator Windows w Windows vista oraz Windows 7).
4. Utworzonej bazy danych (zrobisz to za pomocą przyjaznego kreatora w panelu administracyjnym serwera, w sekcji „bazy danych” lub „databases” ). Do instalacji Wordpress'a będą potrzebne parametry tej bazy, czyli:
  - a. Nazwa bazy danych
  - b. Nazwa użytkownika bazy danych
  - c. Hasło użytkownika do bazy danychAdres serwera baz danych (adres IP lub słowo „localhost”)

Po pobraniu Wordpressa rozpakowujemy go i wysyłamy wszystkie pliki za pomocą klienta FTP do głównego katalogu (zazwyczaj nazwa katalogu to „public\_html”) na naszym serwerze. To wszystko.

Gdy już załadujesz (wyślesz) wszystkie pliki na serwer, po prostu wejdź na swoją stronę WWW! Dalej wszystko jest naprawdę banalne. Poprowadzi Cię bardzo przyjazny kreator Wordpress’a, który podpowie wszystkie kroki:

Po wejściu na swój adres WWW zobaczymy ekran powitalny, na którym będzie przycisk „Utwórz plik z konfiguracją” – klikamy go, a następnie wprowadzamy wszystkie parametry bazy danych (wcześniej omówione).

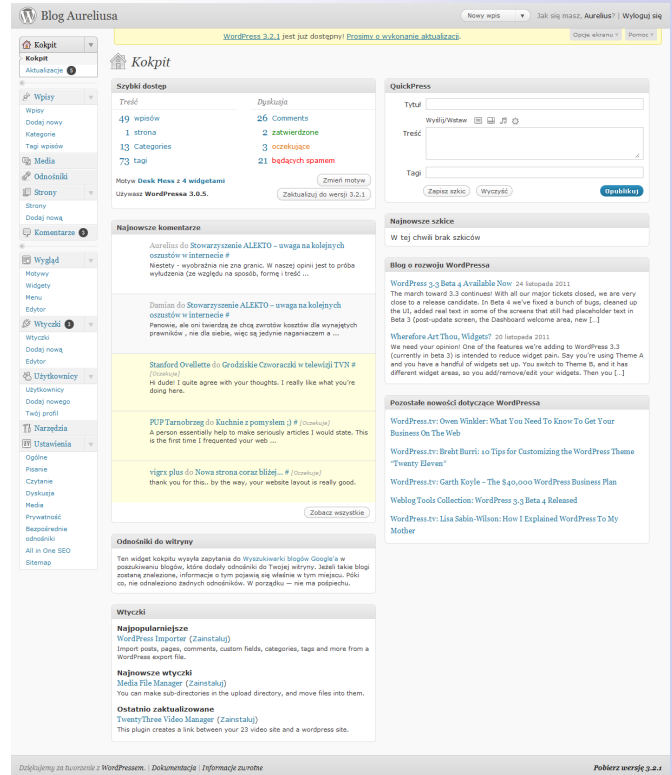
Dalej podajemy swój adres email, pożądaną nazwę użytkownika, hasło administratora witryny oraz nazwę naszej strony WWW (tytuł – np. Słuszarstwo artystyczne). Gotowe! – możemy już zalogować się do panelu administracyjnego, a nasza



strona już działa i jest dostępna w sieci. Kolejnym krokiem jest uzupełnienie całej strony treścią (utworzenie wszystkich podstron i aktualności) oraz wybór szaty graficznej (tzw. motyw – z ang. „theme”).

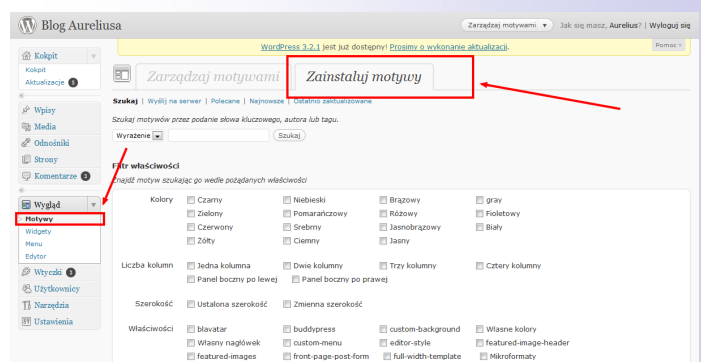
Nie będziemy opisywać tu w jaki sposób uzupełniać treść w Wordpressie, ponieważ jest to bardzo intuicyjne, a istnieje też ogromna ilość możliwości dokonywania tego, dlatego najlepiej jeśli każdy zrobi to na zasadzie prób i błędów - zachęcamy, aby „pobawić się” Wordpressem i poklikać po wszystkim – da to o wiele więcej niż studiowanie jakiegokolwiek podręcznika czy instrukcji.

Strona główna panelu sterowania prezentuje się następująco:



Po lewej stronie znajduje się całe menu panelu administracyjnego. Pod hasłem wpisy możemy rozumieć aktualności naszej firmy.

Jeśli chodzi o wygląd grafiki strony – możemy przeglądać różne motywy dzięki wbudowanej przeglądarce motywów (zakładka Motywy w panelu administracyjnym) – instalacja motywu jest niezwykle prosta dzięki wbudowanemu kreatorowi instalacji motywów.



Gdy już znalazłeś skórke, która najlepiej będzie pasować do Twojej działalności – po prostu ją instalujesz.

To wszystko – masz już swoją stronę WWW.

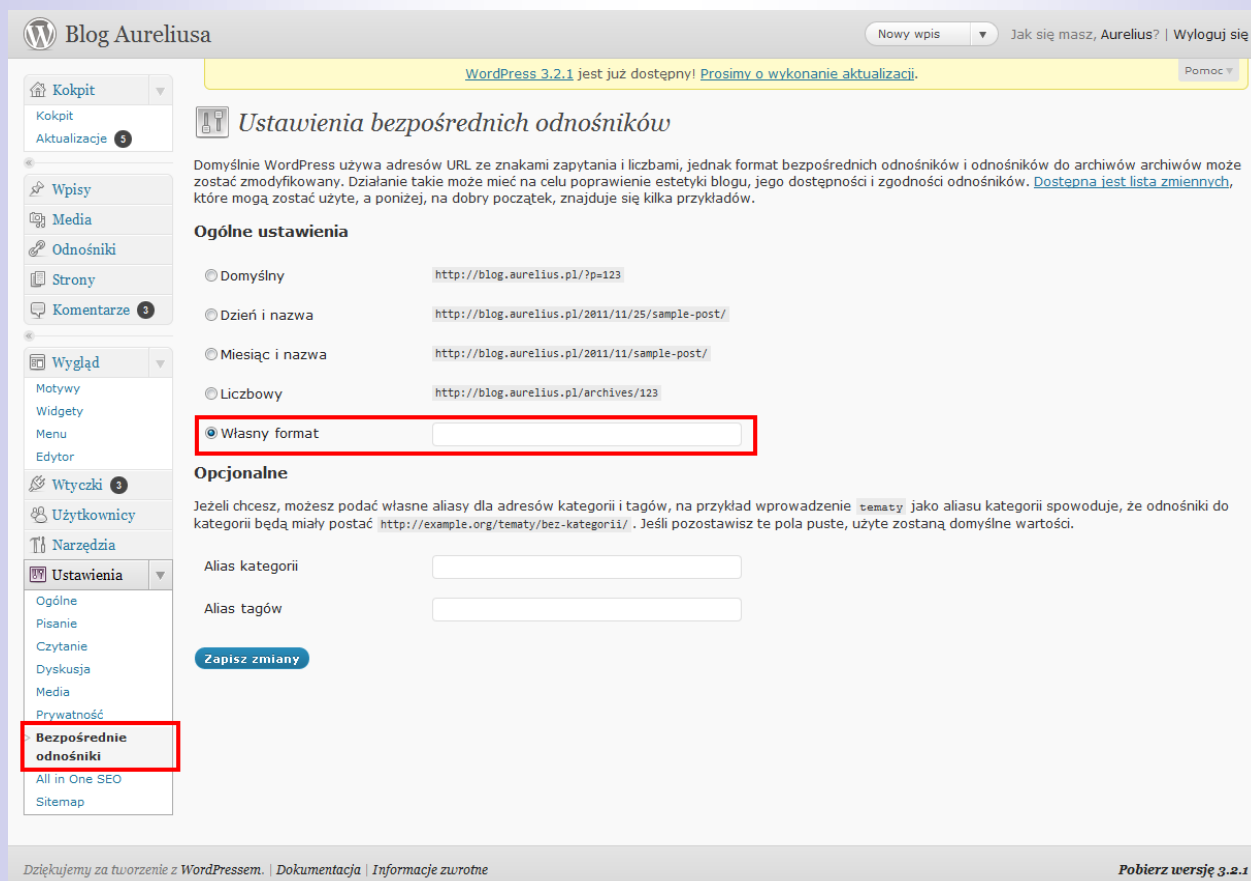
## Optymalizacja dla wyszukiwarek

Gdy masz już swoją stronę WWW postawioną na Wordpressie, czas aby zoptymalizować go dla wyszukiwarek internetowych, aby „polubiły” Twoją stronę i umieściły ją na jak najwyższej pozycji w swoim indeksie.

Podstawową i w zasadzie jedyną czynnością, jaką musimy wykonać, jest modyfikacja tzw. odnośników bezpośrednich – możemy to zrobić w panelu administracyjnym, w zakładce Ustawienia:

tzw. wtyczkom do Wordpress’a – pozwalają one na bardzo duże modyfikacje tego silnika pod kątem naszych własnych potrzeb oraz umożliwiają jeszcze lepszą optymalizację pod wyszukiwarki (np. wtyczka All-In-One-SEO-Pack).

OK – mamy już własną stronę w Internecie. Ale cóż z tego, jeśli nikt jej nie znajdzie i nie będzie jej odwiedzał? Dlatego musimy zająć się jej wypozycjonowaniem, czyli umieszczeniem na wysokich pozycjach w wyszukiwarkach internetowych, po wpisaniu interesującego nas słowa kluczowego.



W tej sekcji wybieramy opcję „Własne ustawienia”, a następnie wpisujemy następujący zestaw znaków (najlepiej skopiować i kleić go we wskazane okienko): %page\_title%/%post\_title%

Dzięki temu, jeżeli utworzymy jakąś podstronę lub aktualność, jej bezpośredni adres WWW zamiast mało czytelnego „www.twoja-doma.pl/news.php?pid=1876” będzie mieć postać „www.twoja-doma.pl/przykładowa-aktualnosc” – to bardzo istotne z punktu widzenia indeksowania przez wyszukiwarki internetowe.

Na tym możemy zakończyć optymalizację Wordpress’a dla przeglądarek, w ujęciu technicznym. Bardziej zainteresowanych i dociekliwych zapraszam do lektury informacji w sieci poświęconych

Co rozumiemy pod pojęciem wyszukiwarki? Są to de facto strony internetowe, który powstały po to by indeksować cały Internet, czyli przeszukiwać sieć, wchodzić na każdą stronę internetową i zapisywać we własnej bazie, o czym jest dana strona internetowa i jaką ma wartość merytoryczną. Przykładowe wyszukiwarki:

- Google.com
- Bing.com
- Netsprint
- Yahoo.com

Wszystkie wyszukiwarki mają własne algorytmy, definiujące ogólnie pojętą wartość danej strony WWW pod kątem danego słowa kluczowego.

Według tej wartości (kluczowe słowa) wyszukiwarki rozmieszczają strony WWW na swoich listach wyszukiwania. Ideą pozycjonowania jest to, aby przekonać wyszukiwarkę, że to właśnie nasza strona ma największą wartość w Internecie pod kątem interesującego nas słowa kluczowego. Jak zatem to zrobić?

Na pozycję strony WWW na listach wyszukiwania – w ujęciu globalnym – mają wpływ 2 zasadnicze rzeczy:

1. Ogólnie rozumiana jakość strony internetowej i jej optymalizacja dla wyszukiwarek
2. Wszystko to, co dzieje się wokół tej strony w jej internetowym otoczeniu

### **Dobrze przygotowana strona internetowa to podstawa**

Najpierw zajmijmy się naszą stroną internetową, bowiem to, jak jest przygotowana i zoptymalizowana, ma 50% udział w sukcesie w pozycjonowaniu. Najważniejsze elementy optymalizacji stron WWW dla wyszukiwarek (od najważniejszego):

### **Jakość kodu programistycznego**

Rozumiemy przez to sposób, w jaki strona WWW została przygotowana pod kątem programistycznym. Jeżeli korzystamy z gotowego oprogramowania typu open-source, takie skrypty (w szczególności Wordpress) spełniają standardy projektowe oraz są dobrze zoptymalizowane. Jeśli zaś zamawiamy serwis WWW w zewnętrznej firmie, warto zainwestować dodatkowe kilkaset złotych i zlecić audyt optymalizacji innej firmie zajmującej się pozycjonowaniem stron WWW.

### **Jakość treści strony WWW**

Treść (tzw. content) ma ogromne znaczenie dla pozycjonowania. Najważniejsze zasady dotyczące tworzenia treści do serwisu WWW:

- Przede wszystkim musi być unikalna (absolutnie unikamy kopiowania tekstu czy zdjęć z innych stron internetowych)
- Musi traktować o tym, czym się zajmujemy
- Musi być odpowiednio nasycona słowami kluczowymi, które nas interesują (poziom nasycenia powinien wynosić ok. 2-4%; możemy to zmierzyć za pomocą narzędzia dostępnego pod adresem: <http://rapid.searchmetrics.com/en/seo-tools/keyword-tools/keyword-density,18.html>)
- Powinna być atrakcyjnie przygotowana (nagłówki, akapity, ilustracje, infografiki, wyróżnienia, itp.) – nie może być to rzeka tekstu. Kierujemy się zasadą, że przygotowujemy tekst dla człowieka, nie dla robotów wyszukiwarek.

- Treść musi być w odpowiedniej ilości – tzn. nie ma sensu tworzyć podstrony, na której będą 2 zdania i zdjęcie. Ilość tekstu, który można uznać za wartościowy merytorycznie pod kątem wyszukiwarek, to przynajmniej 1500-2000 znaków.

### **Nawigacja w serwisie**

Musi być prosta, płaska i schematyczna – działki muszą zostać jasno opisane w menu, najlepiej w formie drzewa. Ponadto, bardzo mile widziana jest implementacja tzw. ścieżki nawigacyjnej, widocznej w całym serwisie, np. *Jesteś tutaj: Strona główna >> Oferta >> Strony internetowe*

### **Optymalizacja tytułu strony głównej oraz podstron (tzw. sekcja Title)**

Jest to tytuł strony, widoczny na samej górze przeglądarki (w Internet Explorerze lub Firefoxie – niebieska belka tytułu na górze okna; jest to zawarte również w sekcji *HEAD* kodu programistycznego). Definiuje on – w „oczach” przeglądarki – o czym jest dana strona WWW lub jej podstrona. W konstruowaniu tytułu kierujemy się następującymi zasadami:

- W tytule zawieramy interesujące nas słowa kluczowe, ale skorelowane z zawartością danej podstrony. W wypadku strony głównej wstawiamy najważniejsze dla nas słowa kluczowe.
- Maksymalna długość tytułu akceptowana przez wyszukiwarki to ok. 60 znaków – nie upychamy wszystkich słów kluczowych jakie nam przyjdą do głowy
- Kierujemy się zasadą, że najważniejsze jest po lewej – konstrukcję tytułu zaczynamy od słów kluczowych, nie zaś od nazwy firmy czy nazwy konkretnej podstrony.
- *Przykład prawidłowego tytułu: Strony WWW, pozycjonowanie | Aurelius – Strona główna*  
*Przykład nieprawidłowego tytułu: Aurelius, strona główna – strony www, pozycjonowanie*

### **Metatagi serwisu**

Niegdyś najważniejszy element pozycjonowania, obecnie już stracił na znaczeniu, choć nadal jest istotny. Metatagi to przede wszystkim tagi „description” (tzw. opis) oraz „keywords” (słowa kluczowe). W słowach kluczowych umieszczamy wszystkie frazy, które nas interesują (max 200-300 znaków), natomiast w tagu description umieszczamy opis danej podstrony – 1-2 zdania o tym o czym jest dana podstrona. W opisie również zawieramy słowo (słowa) kluczowe, umiejętnie wplecione w zdanie – trzymając się zasady „po lewej (na początku) najważniejsze”.

## **6. Linkowanie wewnętrzne**

Chodzi o wklejanie linków (odsyłaczy) w treść jednej podstrony do innej, w ramach naszego serwisu. Ułatwia to indeksację wyszukiwarce (oraz dotarcie do szukanej informacji naszym użytkownikom). Wszystkie wymienione elementy są równie ważne i istotne – jeśli zadbasz o wszystko – istnieje duża szansa, że (w przypadku prostszych słów kluczowych) Twoja strona WWW wypozycjonuje się już dzięki tylko tym czynnościom. Co jednak w sytuacji, gdy interesują nas bardziej popularne słowa kluczowe? Musimy – oprócz optymalizacji serwisu WWW – rozpocząć proces pozycjonowania tej strony.

### **Im więcej Cię w Internecie – tym lepiej**

Ta maksyma najlepiej oddaje istotę pozycjonowania. Im więcej piszą o Tobie w Internecie, im więcej linków w sieci prowadzi do Twojej strony – tym większą wartość będzie ona mieć w oczach Google i innych wyszukiwarek.

Poniżej prezentujemy szerzej temat pozycjonowania – z pewnych przyczyn miejscami używane są słowa być może niezrozumiałe dla początkującego internauty. Jednakże, aby samemu podejmować się pozycjonowania swojej strony, siłą rzeczy nasz zasób wiedzy o Internecie i komputerze musi być już na odpowiednim poziomie – mamy nadzieję, że użyte słownictwo będzie zrozumiałe dla większości czytelników, a tych, którzy nie do końca je rozumieją, zmotywuje do dalszego rozwijania swojej wiedzy.

LINKI – słowo klucz. Są one najważniejsze w procesie pozycjonowania. Zdobywanie wartościowych linków to podstawowe zadanie każdego pozycjonera. Ale jak zmierzyć wartość linku?

### **Możemy przyjąć kilka zasad, które definiują wartościowy link:**

1. Wartość strony WWW, na której został zamieszczony – to kluczowy i najważniejszy parametr. Jeśli strona, na której zamieścimy linka do naszej witryny jest popularna wśród internautów, dobrze wypozycjonowana, powiązana tematycznie z naszą witryną i ma wysoki tzw. Page Rank (ocena strony według Google, w skali od 0 do 10; dobry PageRank zaczyna się od 4) – link ten będzie mieć bardzo dużą moc pozycjonującą.
2. Link zamieszczony jest w tekście/artykułach, który mówi o naszej branży i zawiera słowa kluczowe, które nas interesują. Link ma postać odsyłacza z tzw. Anchor text'em (Anchor Text to nic innego jak treść linku; przykładowo: mamy link [strony internetowe](#). Anchor Text w tym przypadku to fraza „strony internetowe”, natomiast adresem URL w tym wypadku jest „http://www.aurelius.pl”, który zawiera pożądaną przez nas słowo kluczowe.

3. Na danej podstronie, gdzie jest umieszczony link do naszej strony, nie występują inne linki prowadzące do innych stron WWW. Link jest zatytułowany (po najechaniu na niego kursorem pojawia się żółty dymek z opisem), gdzie tytuł również zawiera słowa kluczowe.

### **Jak widać, pozyskanie wartościowego linku nie jest łatwym zadaniem – tym bardziej, że takich linków musimy pozyskać setki, jeśli nie tysiące. Jak zatem to robić?**

Sposobów na to jest wiele – kolejne z nich będziemy odkrywać w miarę poszerzania swojej wiedzy w temacie pozycjonowania oraz zwykłego „kombinowania”, bazując na dotychczasowej wiedzy, jak nowy link pozyskać. Poniżej wymieniamy kilka najprostszych i najpopularniejszych, wymagających jednak największego nakładu pracy:

1. **Katalogowanie strony** – to najprostszy sposób. Dodajemy naszą stronę do jak największej ilości katalogów stron WWW. Wpiszmy w wyszukiwarkę „katalog stron WWW” i dodawajmy po kolei do wszystkich katalog z listy (uwaga na katalogi płatne, wymagające wysłania smsa wartościowego aby dodać wpis)
  2. **Cichy PR w Internecie** – bierzemy głos w rozmaitych dyskusjach na forach internetowych i dyskusjach w komentarzach pod artykułami i blogami, uważając jednak, by nie przesadzić – jeśli administratorzy danego forum i inni użytkownicy zorientują się, że nasze działania mają charakter wyłącznie pozycjonerski – może to się skończyć bardzo źle dla naszej strony
  3. **Tworzenie zaplecza dla naszej strony** – stworzymy kilkanaście lub kilkadziesiąt innych stron WWW, używając darmowego oprogramowania do tworzenia stron lub napisanego/zamówionego wcześniej generatora, które również traktują o naszej branży i linkują do naszej strony.
- Wymiana linków z innymi internautami** – to dość ryzykowny sposób na pozyskanie linków, ale z drugiej strony szansa na pozyskanie naprawdę wartościowego linku – pamiętajmy, aby serwis WWW naszego partnera miał podobną wartość (PageRank) i merytorycznie traktował o tym samym lub o podobnej branży, tematach. Zagadnienie pozycjonowania to temat rzeka. Powyżej omówione zostały jedynie podstawowe zagadnienia z nim związane, pozwalające początkującym pozycjonerom lub użytkownikom na rozpoczęcie procesu pozycjonowania własnej witryny na proste lub średnio-trudne słowa kluczowe. W wypadku naprawdę trudnych słów kluczowych warto podeprzeć się doświadczeniem i wiedzą zawodowców, którzy na co dzień zajmują się pozycjonowaniem.

## *Mój Pierwszy Biznes* *Poradnik Teleadresowy*

**Urząd Miejski** w Grodzisku Mazowieckim  
ul. T. Kościuszki 32A, 05-825 Grodzisk Mazowiecki  
Telefon: 22 755-55-34, 755-20-16  
Email: [urzad@grodzisk.pl](mailto:urzad@grodzisk.pl)  
<http://www.grodzisk.pl>

**Urząd Skarbowy** w Grodzisku Mazowieckim  
Adres: ul. Daleka 11  
Telefon: 22 770-61-61  
Email: [us1406@mz.mofnet.gov.pl](mailto:us1406@mz.mofnet.gov.pl)  
WWW: [www.is.waw.pl/USGrodziskMaz/](http://www.is.waw.pl/USGrodziskMaz/)

**Zakład Ubezpieczeń Społecznych**  
Grodzisk Mazowiecki ul. H. Sienkiewicza 45  
Telefon: 22 755-52-33

**Gminne Centrum Informacji**  
w Grodzisku Mazowieckim  
ul. T. Kościuszki 41  
Zapisy pod numerem tel. 22 755-71-22

**Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości**  
[www.parp.pl](http://www.parp.pl)

**Akademia Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości Fundacja dr Bogusława Federa**  
[www.Wiedza3G.pl](http://www.Wiedza3G.pl)

**Agencja Aurelius Interactive**  
[www.aurelius.pl](http://www.aurelius.pl)

**Akademia PARP**  
[www.akademiaparp.gov.pl](http://www.akademiaparp.gov.pl)

**Ministerstwo Gospodarki**  
[www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl)

**Ministerstwo Finansów**  
[www.mf.gov.pl](http://www.mf.gov.pl)

**Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej**  
[www.uprp.pl](http://www.uprp.pl)

**Portal Innowacji**  
[www.pi.gov.pl](http://www.pi.gov.pl)

**Fundacja Małych i Średnich Przedsiębiorstw**  
[www.fund.org.pl](http://www.fund.org.pl)

**Firmy Rodzinne**  
[www.firmyrodzinne.eu](http://www.firmyrodzinne.eu)

**Portal biznesowy**  
[www.mambiznes.pl](http://www.mambiznes.pl)

**Portal pomysłów na własny biznes**  
[www.franchising.pl](http://www.franchising.pl)

**Gildia Aniołów Biznesu**  
[www.aniolybiznesu.org](http://www.aniolybiznesu.org)

**Polska Sieć Aniołów Biznesu POLBAN**  
[www.polban.pl](http://www.polban.pl)

**Aniołowie Polskiej Konfederacji  
Pracodawców Prywatnych  
LEWIATAN**  
[www.lba.pl](http://www.lba.pl)

**Śląska Sieć Aniołów Biznesu**  
[www.silban.pl](http://www.silban.pl)

**Dotacje dla Małych Firm**  
[www.bierzdotacje.pl](http://www.bierzdotacje.pl)

**Portal Informacyjny o dotacjach**  
[www.fundusze-europejskie.pl](http://www.fundusze-europejskie.pl)

**Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości**  
[www.inkubatory.pl](http://www.inkubatory.pl)

**Polska Przedsiębiorcza**  
[www.polskaprzedsiebiorcza.pl](http://www.polskaprzedsiebiorcza.pl)



## Projekt "Mój Pierwszy Biznes – Warsztaty Inspiracyjne"

Koncepcja merytoryczna, przygotowanie i realizacja  
w ramach nieodpłatnej działalności pożytku publicznego:

**Akademia Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości**  
**Fundacja dr Bogusława Federa**  
**KRS 0000318482**

ul. Orzeszkowej 2 A  
05-827 Grodzisk Mazowiecki  
www.Wiedza3G.pl  
biuro@Wiedza3G.pl  
tel./fax 22 734 34 81

Akademia Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości Fundacja dr Bogusława Federa posiada status organizacji pożytku publicznego i działa na rzecz wdrażania i rozwijania idei przedsiębiorczości.

Głównym celem działania Fundacji jest wspieranie postaw innowacyjnych i przedsiębiorczych w istniejących organizacjach i przedsiębiorstwach a także pomoc w tworzeniu nowych przedsiębiorstw (start up) opartych na wiedzy i przetwarzaniu informacji. Fundacja Akademia Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości została założona w 2008 roku przez dra Bogusława Federa. Fundacja jest niezależną organizacją pozarządową, zorientowaną na budowę innowacyjnego, przedsiębiorczego społeczeństwa ludzi świadomie podnoszących swoje kompetencje i umiejętności, zaangażowanych w rozwój własny oraz chcących korzystać z międzynarodowej wymiany myśli.

Fundacja upowszechnia Wiedzę 3 GENERACJI w ramach programów:

- **Programy Innowacyjności i Przedsiębiorczości** – obejmujące przedsięwzięcia i uczestnictwo w prowadzonych badaniach naukowych, badawczo-rozwojowych i wdrożeniowych, organizacji konferencji, seminariów, warsztatów i kurów,
- **Programy Wsparcia** – obejmujące pomoc menedżerom i przedsiębiorcom w prowadzeniu już istniejących organizacji a także pomoc absolwentom i studentom w projektowaniu, przygotowaniu, finansowaniu i otwieraniu przedsiębiorstw opartych na wiedzy, innowacyjności i przetwarzaniu informacji,
- **Programy Wymiany Międzynarodowej** – obejmujące wizyty menedżerów i przedsiębiorców oraz wymianę wykładowców, trenerów, studentów i absolwentów oraz przedsiębiorców, w tym organizację praktyk i warsztatów.



- **Przeznacz swój 1% podatku na wsparcie i rozwój młodych przedsiębiorców i cele statutowe Akademii Liderów:**
- **Wpisz KRS 0000318482 w zeznaniu podatkowym za 2011 rok**

**Pobierz**  
**Bezpłatny Program PIT-OPP 2011**  
**do wypełniania rocznych zeznań podatkowych**  
**www.Wiedza3G.pl**

**Akademia Liderów Innowacji i Przedsiębiorczości**  
**Fundacja dr Bogusława Federa**  
KRS 0000318482

**Serdecznie dziękuje za pomoc przy realizacji Projektu  
"Mój Pierwszy Biznes – Warsztaty Inspiracyjne":**

**Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości**



**Instytutowi Edukacji Internetowe Estakada Sp. z o.o.**



**Urzędowi Patentowemu Rzeczypospolitej Polskiej**



URZĄD PATENTOWY  
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

**Agencji Aurelius Interactive**

