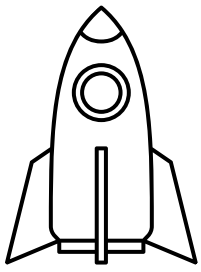
Co-funded by the European Union



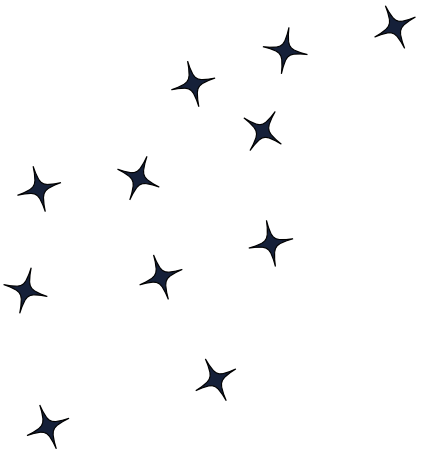
Business Pride Priručnik

Vodič za praktičnu podršku za LGBTQIA+ mladi poduzetnike, njihove saveznike i osobe koje rade s mladima

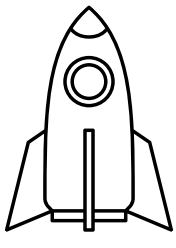


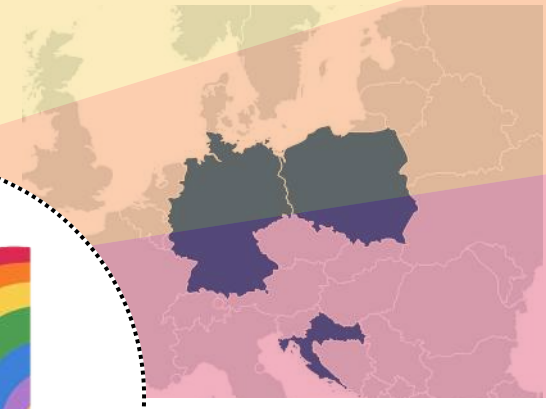
Financira Europska unija. Izraženi stavovi i mišljenja su, međutim, samo autorovi i ne odražavaju nužno stavove Europske unije ili Izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

2022-3-DE04-KA210-YOU-000099662



“Raznolikost: umjetnost zajedničkog neovisnog razmišljanja.”
– Malcolm Forbes





BUSINESS PRIDE

Ovaj priručnik nastao je u sklopu Business Pridea (2022-3-DE04-KA210-YOU-000099662), projekta Erasmus Plus koji financira Europska unija. Razvijen je uz podršku naših partnera: Highlights e.V. (Njemačka), TIR Consulting Group j.d.o.o (Hrvatska), te Fundacja Forum Edukacja (Poljska).

Highlights e.V.
MIND, TECH, LIFELONG LEARNING

TIR
CONSULTING GROUP

FFE
FUNDACJA FORUM EDUKACJI

Posebna zahvala autorima: Rajesh Pathak, Riya Raj, Diana Galeeva, Anna Chrzanowska, Sylwester Karnas I svi sudionici uključeni u fokus grupe, testiranje i uređivanje!

Dizajnirali i sastavili Riya Raj i TIR tim

www.businesspride.eu

Ovaj priručnik također je dostupan u interaktivnom digitalnom formatu, dostupnom putem gornje poveznice, i nudi više resursa i dinamičkih značajki za poboljšano učenje i angažman.

Co-funded by the European Union

Reprodukcija materijala iz ove publikacije dopuštena je samo u nekomercijalne obrazovne svrhe i pod uvjetom da je izvor ispravno naveden. Svu drugu korespondenciju u vezi s ovim dokumentom treba uputiti na Highlights e.V.

Financira Europska unija. Izraženi stavovi i mišljenja su, međutim, samo autorovi i ne odražavaju nužno stavove Europske unije ili Izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

2022-3-DE04-KA210-YOU-000099662

Sadržaj

UVOD 07

Kako mladi radnici mogu koristiti priručnik?

POČETAK RADA S FINANCIJAMA 09

Financijski uvjeti - morate znati!
Osnovno računovodstvo - treba znati!
Aktivnost: Igra spajanja financijskih uvjeta
Resursi: Predlošci proračuna i alati za financijsko planiranje
Studija slučaja: Njemačka LGBTIQ+ poslovna komora (GGLBC)

DESIGN THINKING ZA PODUZETNIKE 21

Faza 1: Promatranje i suosjećanje
Faza 2: Definirajte
Faza 3: Zamislite
Faza 4: Prototip
Faza 5: Test
Provedba dizajna
Studija slučaja: Konzum - strategija uspjeha maloprodajnog diva

POKRETANJE I VOĐENJE TVRTKE 41

Počevši u Njemačkoj
Početak u Hrvatskoj
Početak u Poljskoj

Sadržaj

47 **KULTURA, RAZNOLIKOST, ZASTUPLJENOST I LGBTQIA+ VODSTVO**

Zašto je inkluzivni jezik važan? Interaktivni radni list: Popis kompetencija za međukulturnu komunikaciju za inkluzivnost izvan Pride marketinga Autentičnost u Pride marketingu: Savjeti za smisleni angažman Vodstvo s različitošću: prihvaćanje LGBTQIA+ perspektiva (za saveznike) Praktični savjeti za vodstvo za LGBTQIA+ mlade

66 **OSNOVE DIGITALNOG PODUZETNIŠTVA: ALATI KOJE MORATE IMATI ZA USPJEH**

Interaktivna vježba: Napravite strategiju društvenih medija za LGBTQIA+ tvrtku

73 **PRILOZI**

Slavljenje LGBTQIA raznolikosti u vodstvu LGBTQIA+ mreža podrške: organizacije u Njemačkoj, Hrvatskoj i Poljskoj
Reference

podijelite svoje povratne informacije s nama!

UVOD 01

Pokretanje posla može biti i uzbudljivo i izazovno putovanje, posebno za LGBTQIA+ mlade koji se mogu suočiti s jedinstvenim preprekama. Ovaj je priručnik osmišljen kako bi pružio praktične savjete, resurse i ohrabrenje za pomoć LGBTQIA+ mladim poduzetnicima da napreduju. Bilo da tek počinjete ili želite unaprijediti svoje postojeće poslovanje, ovaj vodič nudi vrijedne uvide i alate prilagođene vašim potrebama.

Osim što služi mladim poduzetnicima, ovaj priručnik također je vitalan izvor za mlade radnike i saveznike. Razumijevanjem specifičnih izazova i prilika s kojima se LGBTQ+ mladi susreću, mogu ih bolje podržati i usmjeravati na njihovim poduzetničkim putovima. Ovaj suradnički pristup osigurava da LGBTQIA+ mladi dobiju sveobuhvatnu podršku koja im je potrebna od mreže predanih pojedinaca i organizacija. Ovaj sveobuhvatni vodič ima za cilj osnažiti LGBTQ+ mlade i njihove podržavatelje poticanjem uključivog okruženja koje podržava.

Ovaj priručnik nije samo vodič; to je poziv na akciju za sve nas da podržimo i podignemo LGBTQIA+ mlade poduzetnike, osiguravajući im alate, resurse i zajednicu koja im je potrebna za napredak. Radimo zajedno na stvaranju inkluzivnijeg i pravednijeg poduzetničkog krajolika.

Ovaj priručnik, nastao u sklopu projekta Business Pride, dopunjen je internetskom platformom.

www.businesspride.eu



Kako radnici koji rade s mladima i saveznici mogu koristiti ovaj priručnik:

Organizirajte radionice na temelju odjeljaka ovog priručnika.
Upotrijebite priručnik kako biste pomogli LGBTQIA+ mladima i drugim učenicima prepoznati svoje strasti i vještine.
Pomozite u postavljanju realnih i ostvarivih poslovnih ciljeva.
Koristite interaktivne aktivnosti, kao što su vježbe, popisi za provjeru, videozapisi i predlošci, kako biste angažirali mlade učenike.
Poticati inkluzivno okruženje unutar programa i organizacija za mlade.
Zagovarajte politike i prakse koje podržavaju LGBTQIA+ mlade, osiguravajući im jednake mogućnosti za uspjeh.
Educirajte saveznike/druge o važnosti podrške LGBTQIA+ mladima u poduzetništvu i na radnom mjestu.
Pružite alate i strategije za saveznike kako bi aktivno doprinijeli inkluzivnijem i poticajnijem poduzetničkom ekosustavu i radnom mjestu.
Služite kao mentori ili povežite LGBTQIA+ mlade s iskusnim poduzetnicima koji vam mogu pružiti smjernice i inspiraciju.



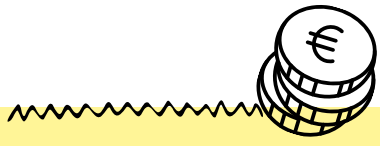
FOTOGRAFIJA ELYSSA FAHNDRICH NA UNSPLASH

POČETAK S FINANCIJAMA 02

U ovom poglavlju vodit ćemo vas kroz početne korake pokretanja vlastitog posla, s posebnim fokusom na izgradnju čvrstih temelja financijske pismenosti.

Financijski uvjeti - morate znati!

Razumijevanje ključnih financijskih pojmova ključno je za učinkovito upravljanje vašim poslovanjem. Evo praktičnog pojmovnika financijskih pojmova koje morate znati koji će vas osnažiti da s povjerenjem govorite jezikom poslovanja.



- **Amortizacija:** Amortizacija je proces raspoređivanja troška nematerijalne imovine tijekom njenog vijeka trajanja. Nematerijalna imovina uključuje trgovačke znakove, patente, autorska prava ili ugovore o franšizi.
- **Imovina:** Stavke u vlasništvu vaše tvrtke koje pružaju buduće ekonomske koristi. Gotovina, inventar, nekretnine, uredska oprema ili potraživanja. Postoje dvije vrste:
- **Tekuća imovina:** može se pretvoriti u gotovinu u roku od godinu dana (npr. zalihe, potraživanja).

Dugotrajna imovina: materijalne stavke koje se ne mogu brzo pretvoriti u gotovinu, ali se koriste za stvaranje dugoročnog prihoda (npr. nekretnine, strojevi).

- **Raspodjela imovine:** strategija širenja vaših ulaganja na različite klase imovine.
- **Obveznice:** Posudba novca vladi ili korporaciji u zamjenu za periodične isplate kamata i povrat glavnice po dospijeću.

Dionice: Vlasnički udjeli u tvrtki, koji osiguravaju dividende i potencijalno povećanje vrijednosti.

Novac i novčani ekvivalenti: Sredstva u gotovini ili sredstva koja se mogu lako pretvoriti u gotovinu.

Početak rada s financijama 02

- **Bilanca stanja:** financijski izvještaj koji prikazuje vrijednost organizacije ili "knjigovodstvenu vrijednost". Jednadžba: imovina = obveze + vlasnički kapital. Komponente: imovina, obveze i dionički kapital.

Kapitalni dobitak: Povećanje vrijednosti imovine ili ulaganja iznad izvorne kupovne cijene. Primjer: Prodaja dionica po višoj cijeni od nabavne.

Tržište kapitala: tržište na kojem kupci i prodavači trguju financijskim sredstvima poput dionica i obveznica. Sudionici: tvrtke, institucionalni investitori, uzajamni fondovi i hedge fondovi.

Novčani tok: Neto stanje gotovine koja ulazi i izlazi iz poduzeća u određenom trenutku.

- **kategorije:**

Operativni novčani tijek: Novac generiran normalnim poslovnim operacijama.

Novčani tok ulaganja: Novac od aktivnosti ulaganja poput kupnje imovine.

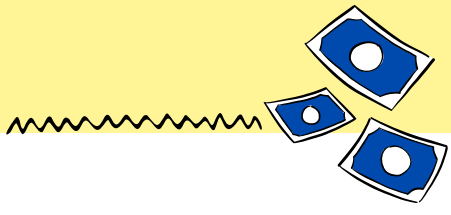
Novčani tok financiranja: Novac od financijskih aktivnosti poput plaćanja duga i financiranja vlasničkim kapitalom.

Izvješće o novčanom tijeku: financijsko izvješće koje detaljno opisuje što se dogodilo s gotovinom tvrtke tijekom određenog razdoblja. Komponente: Pregled novčanih tokova iz poslovnih, investicijskih i financijskih aktivnosti.

Složena kamata: kamata zarađena na početnu glavnicu i akumuliranu kamatu iz prethodnih razdoblja. Utjecaj: Može značajno povećati ušteđevinu tijekom vremena ili povećati dug.

Amortizacija: smanjenje vrijednosti imovine tijekom vremena. Primjer: Godišnje smanjenje vrijednosti opreme poduzeća.

EBITDA: Zarada prije kamata, poreza, deprecijacije i amortizacije, mjerenje sposobnosti tvrtke da generira novčani tok. Izračun: neto dobit + kamate + porezi + amortizacija + amortizacija.



- **Vlasnički kapital:** Iznos novca koji pripada vlasnicima poduzeća nakon što se obračunaju sva imovina i obveze. Izračun: Ukupna aktiva - ukupne obveze.

Troškovi: Troškovi nastali u procesu ostvarivanja prihoda. Primjer: stanarina, plaće, režije i zalihe.

- **Vrste:**

Fiksni troškovi: Troškovi koji ne variraju s razinom proizvodnje ili prodaje (npr. najamnina, plaće).

Varijabilni troškovi: Troškovi koji izravno variraju s razinom proizvodnje ili prodaje (npr. materijali, zalihe za proizvodnju).

Izvještaj o dobiti: Financijsko izvješće koje sažima prihode i rashode poduzeća tijekom određenog razdoblja. Također poznat kao: izvještaj o dobiti i gubitku (P&L).

Obveze: Obveze koje vaša tvrtka ima prema drugima.

- **Vrste:**

Tekuće obveze: Dospijevaju u roku od godinu dana (npr. obveze prema dobavljačima).

Dugoročne obveze: financijske obveze koje ne dospijevaju u roku od godinu dana (npr. dugoročni zajmovi).

Likvidnost: Koliko brzo se vaša imovina može pretvoriti u gotovinu. **Napomena:** Gotovina je najlikvidnija imovina; nekretnine su manje likvidne.

Neto vrijednost: razlika između onoga što posjedujete (imovina) i onoga što dugujete (obveze). Izračun: imovina - obveze.

Profitna marža: mjera profitabilnosti.

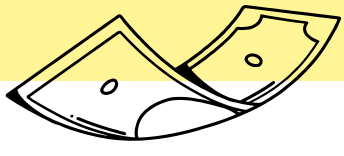
- **Vrste:**

Bruto profitna marža: Odnosi se na određeni proizvod ili stavku.

Marža neto dobiti: Predstavlja profitabilnost cijele tvrtke.

- **Povrat ulaganja (ROI):** Izračun koji se koristi za određivanje očekivanog povrata projekta ili aktivnosti u usporedbi s troškom ulaganja. Jednadžba: ROI = [(Prihod - Trošak) / Trošak] * 100.
- **Prihod:** prihod ostvaren normalnim poslovnim operacijama. Primjer: prodaja proizvoda ili usluga.





Početak rada s financijama 02

- **Vrste:**

Operativni prihod: prihod od primarnih poslovnih aktivnosti.
Neoperativni prihod: prihod iz sekundarnih izvora poput ulaganja ili prodaje imovine.

Vrednovanje: Proces određivanja trenutne vrijednosti imovine, tvrtke ili obveze. Važnost: Redovita procjena pomaže u pripremi za prilike poput spajanja, prodaje ili traženja financiranja.
Radni kapital: razlika između tekuće imovine i tekućih obveza poduzeća. Važnost: Označava operativnu učinkovitost i kratkoročno financijsko zdravlje.

OGROMNI ZNAK EURA ISPRED EUROPSKE SREDIŠNJE BANKE U FRANKFURTU NA MAJNI, NJEMAČKA.

FOTOGRAFIJA MIKE BAUMEISTER NA UNSPLASH



Osnovno računovodstvo- trebao znati!

OBRAČUNSKO RAZDOBLJE

Računovodstveno razdoblje definira duljinu vremena koje pokriva financijski izvještaj ili operacija. Na primjer, neke tvrtke mogu promatrati novčana pitanja cijelu godinu, od siječnja do prosinca, dok druge to mogu činiti svaka tri mjeseca ili čak svaki mjesec.
Računovodstveni ciklus je sustav od osam koraka koji računovođe koriste za praćenje transakcija tijekom određenog razdoblja. (pogledajte sliku na stranici 14)



RAČUNI ZA PLAĆANJE

Obveze prema plaćanju (AP) su poput popisa dugova koje tvrtka mora platiti ljudima ili tvrtkama kojima duguje novac. To mogu biti stvari poput računa, faktura od dobavljača ili prodavača ili čak novac posuđen od banke ili korištenjem kreditne kartice.



POTRAŽIVANJA

Potraživanja su suprotna od računa prema dobavljačima. To je poput popisa novca koji drugi duguju tvrtki. Na primjer, kada tvrtka prodaje robu ili usluge na kredit, novac koji duguju kupci postaje potraživanje.

OBRAČUNSKA OSNOVA NASPRAM GOTOVINSKE OSNOVE:

Obračunska osnova: Prihodi i rashodi priznaju se kada su zarađeni ili nastali, bez obzira na to kada je gotovina razmijenjena. Na primjer, tvrtka priznaje prihod kada isporuči robu kupcu, čak i ako je plaćanje primljeno kasnije.
Osnova gotovine: Prihodi i rashodi priznaju se samo kada je gotovina primljena ili plaćena. Na primjer, tvrtka priznaje prihod kada primi uplatu od kupca, bez obzira na to kada je roba isporučena.

Početak rada s financijama 02

• DVOSTRUKO RAČUNOVODSTVO

Dvostruko računovodstvo je sustav u kojem svaka transakcija ima jednake i suprotne učinke na najmanje dva računa. Na primjer, kada tvrtka kupuje zalihe za gotovinu, bilježi zaduženje na računu zaliha (povećanje imovine) i odobrenje gotovinskog računa (smanjenje imovine).

Identificiranje transakcija

Prepoznavanje i dokumentiranje svih poslovnih transakcija.

Bilježenje transakcija

Unos transakcija u odgovarajuće dnevnike, kao što je dnevnik prodaje ili nabave.

Knjiženje u glavnu knjigu

Unos transakcija u odgovarajuće dnevnike, kao što je dnevnik prodaje ili nabave.

Neprilagođeno probno stanje:

Stvaranje probnog stanja kako bi se osiguralo da su zaduženja jednaka kreditima.

Podešavanje unosa

Izvođenje potrebnih usklađenja za pasivna vremenska razgraničenja i odgođene stavke.

Prilagođeno probno stanje

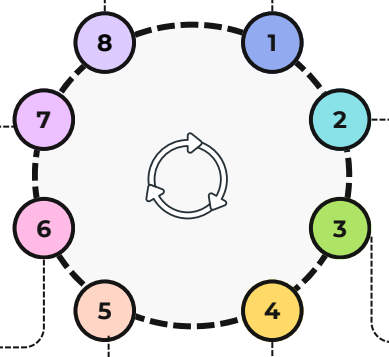
Priprema probne bilance nakon usklađenja.

Financijska izvješća

Generiranje financijskih izvješća, uključujući račun dobiti i gubitka, bilancu i izvještaj o novčanom tijeku.

Zatvaranje unosa

Zatvaranje privremenih računa, kao što su prihodi i rashodi, radi pripreme za sljedeće obračunsko razdoblje.



Ciklus od osam koraka računovodstva

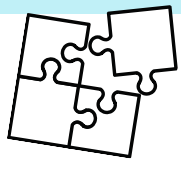
Aktivnost: Igra spajanja financijskih uvjeta

CILJ:
Pojačati razumijevanje bitnih financijskih pojmova i koncepata predstavljenih u odjeljcima "Financijski uvjeti: Morate znati" i "Osnovno računovodstvo: Trebate znati" kroz interaktivnu igru spajanja.

POTREBNI MATERIJALI:
Kartice ili papirići s financijskim pojmovima ispisanim na jednom setu i njihovim definicijama na drugom setu (jedan pojam i definicija po kartici).
Također možete preuzeti setove kartica s businesspride.eu/ i ispisati ih.

Vrijeme: 45 minuta

UPUTE:
priprema:
Pripremite kartice s financijskim pojmovima i njihovim odgovarajućim definicijama. Osigurajte da svaki pojam ima odgovarajuću definiciju. Promiješajte oba seta karata odvojeno i položite ih licem prema dolje na stol.
Postavljanje igre:
Podijelite sudionike u parove ili male grupe, ovisno o veličini grupe. Svaki par ili grupa će raditi zajedno kako bi uskladili financijske uvjete s njihovim točnim definicijama.
Pravila igre:
Jedan sudionik iz svakog para ili grupe okrene jednu karticu iz skupa pojmova i jednu kartu iz skupa definicija.
Par ili grupa zajednički odlučuje podudaraju li se pojam i definicija.
Ako se poklapaju, par ili grupa zadržava iste karte i dobiva bod.
Ako se ne podudaraju, karte se vraćaju na svoje izvorne pozicije i na redu je sljedeći par ili grupa.
Igra se nastavlja sve dok se svi pojmovi i definicije ne podudaraju ili dok se ne dosegne unaprijed određeno vremensko ograničenje.
Bodovanje:
Pratite bodove svakog para ili grupe. Pobjeđuje par ili grupa s najviše podudarnih parova na kraju igre.



Početak rada s financijama 02

Rasprava:
Nakon igre pregledajte sve pojmove i definicije koje su sudionicima predstavljale izazov.

Potaknite sudionike da postavljaju pitanja i raspravljaju o svim pojmovima koje smatraju zbunjujućima.



FOTOGRAFIJA MIKE BAUMEISTER NA UNSPLASH

Resursi: Predlošci proračuna i alati za financijsko planiranje

Excelov predložak sažetka proračuna

U ovom predlošku možete pronaći odjeljke za različite kategorije poslovnih troškova i praktičnu tablicu sa sažetkom pojedinosti o proračunu. Omogućuje vam praćenje prihoda i rashoda, prihoda projekta i više

Neke alternative:

Predlošci proračuna za mala poduzeća (SMATSHEET): https://www.smartsheet.com/content/small-business-budget-templates

Predlošci proračuna za pokretanje (GUSTO): https://gusto.com/resources/articles/business-finance/best-small-business-budget-template

Predlošci proračuna projekta (PONEDJELJAK): https://monday.com/blog/project-management/budget-template-google-sheets/

Predlošci različitih vrsta poslovnih proračuna (EXCEL): https://create.microsoft.com/en-us/search?query=budgets

Financijski alati

Moneyfarm: Moneyfarm je digitalna platforma za upravljanje bogatstvom sa sjedištem u Ujedinjenom Kraljevstvu koja pruža investicijske savjete i usluge upravljanja portfeljem. Nudi personalizirane investicijske planove temeljene na korisničkim profilima rizika i financijskim ciljevima, pomažući im u izgradnji i upravljanju raznolikim portfeljima.
Tink: Tink je švedska financijska agregatorska platforma koja korisnicima omogućuje povezivanje svojih bankovnih računa, kreditnih kartica i drugih financijskih računa kako bi pratili potrošnju, kategorizirali transakcije i analizirali svoje financijsko ponašanje. Nudi uvide i personalizirane preporuke za pomoć korisnicima da poboljšaju svoju financijsku dobrobit.
e-Građani: e-Građani je internetska platforma koju osigurava hrvatska vlada koja nudi razne usluge, uključujući alate za financijsko upravljanje. Korisnici mogu pristupiti svojim poreznim podacima, prijaviti se za programe financijske pomoći i obavljati druge financijske transakcije online.

Početak rada s financijama 02

Buxfer: popularan internetski alat za upravljanje osobnim financijama koji pomaže korisnicima da prate svoju potrošnju, upravljaju proračunima i analiziraju svoje financijske podatke. Korisnici mogu povezati svoje bankovne račune, kreditne kartice i druge financijske račune s Buxferom, omogućujući platformi da automatski kategorizira transakcije i pruži uvid u njihove navike potrošnje. Buxfer također nudi značajke kao što su podsjetnici za račune, predviđanje proračuna i zajedničko planiranje proračuna za zajedničke troškove.
Finanzblick: Finanzblick je njemačka aplikacija za upravljanje osobnim financijama koja pomaže korisnicima da prate svoje financije. Omogućuje korisnicima povezivanje svih svojih bankovnih računa, kreditnih kartica i investicijskih računa te pruža alate za proračun, praćenje troškova i financijsko planiranje.

- Mint: Mint je popularan izbor za proračun, nudi sveobuhvatne značajke za praćenje prihoda i rashoda, postavljanje financijskih ciljeva i stvaranje prilagođenih proračuna. Njegova sposobnost sinkronizacije bankovnih računa, kreditnih kartica i računa na jednom mjestu pruža praktičnost, a personalizirani uvidi pomažu korisnicima da bolje razumiju svoje navike trošenja.

STUDIJA SLUČAJA: NJEMAČKA LGBTIQ+ POSLOVNA KOMORA (GGLBC)[1]

Uvod:
Njemačka LGBTIQ+ poslovna komora (GGLBC) pionirska je organizacija posvećena promicanju raznolikosti dobavljača i poticanju inkluzivnosti u njemačkom poslovnom okruženju. Osnovan s vizijom osnaživanja LGBTIQ+ pojedinaca i tvrtki, GGLBC igra ključnu ulogu u zagovaranju različitosti i jednakosti u korporativnom sektoru.

Pozadina:
GGLBC djeluje unutar okvira raznolikosti dobavljača, strateškog pristupa koji nastoji uključiti i podržati tvrtke koje su u vlasništvu i kojima upravljaju različite zajednice, uključujući one unutar LGBTIQ+ spektra. Zalažući se za raznolikost dobavljača, GGLBC ima za cilj stvoriti prilike za LGBTIQ+ poduzetnike, potaknuti inovacije i obogatiti poslovni ekosustav u Njemačkoj.

[1] https://www.gglbc.de/en/#ueberuns

Ključne inicijative:

1. Raznolikost dobavljača i uključivanje LGBTIQ+:
   - Raznolikost dobavljača sastavni je dio misije GGLBC-a jer aktivno potiče poduzeća da nabavljaju robu i usluge od LGBTIQ+ malih i srednjih poduzeća (SME). Ovaj proaktivni pristup ne samo da potiče inovacije, već također odražava raznolikost zajednice i proširuje bazu klijenata poduzeća.

2. Prednosti raznolikih lanaca opskrbe:
GGLBC prepoznaje vrijednost različitih opskrbnih lanaca u pružanju više kanala za nabavu roba i usluga. Ove raznolike mreže potiču zdravu konkurenciju, omogućuju malim i srednjim poduzećima da se prilagode promjenjivim potrebama potrošača i usklađuju se s inicijativama korporativne odgovornosti, kao što je Zakon o lancu opskrbe iz 2023., koji naglašava poštivanje ljudskih prava, uključujući LGBTIQ+ prava.

- 3. Registracija i certifikacija dobavljača:

Kako bi formalizirali svoju poziciju u opskrbnom lancu, LGBTIQ+ mala i srednja poduzeća mogu se registrirati i dobiti certifikat kao različiti dobavljači putem GGLBC-a. Ovaj certifikat potvrđuje prisutnost LGBTIQ+ osoba na rukovodećim pozicijama i osigurava usklađenost sa pravnim standardima unutar sektora.

- 4. Suradnja i utjecaj:

GGLBC aktivno surađuje s drugim gospodarskim komorama, kako u zemlji tako iu inozemstvu, kako bi razmijenio najbolje prakse i podržao osnivanje novih komora.

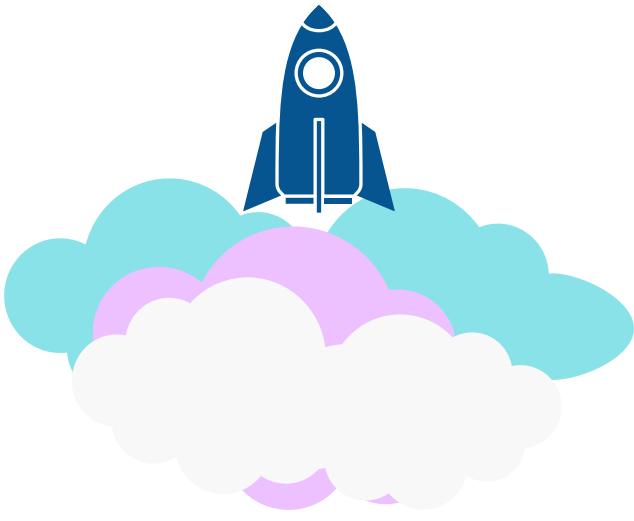
- Kao član osnivač Europske LGBTIQ gospodarske komore (EGLCC), GGLBC doprinosi široj europskoj mreži posvećenoj promicanju inkluzivnosti i raznolikosti u poslovanju.
- U Njemačkoj, GGLBC je partner s Prout At Work Foundation, organizacijom usmjerenom na povećanje svijesti o LGBTIQ+ uključivanju na radnom mjestu. Ovo partnerstvo olakšava razmjenu znanja i resursa, promičući misiju GGLBC-a stvaranja inkluzivnijeg poslovnog okruženja.

GGLBC
GERMAN LGBTIQ+
business chamber

Zaključak:

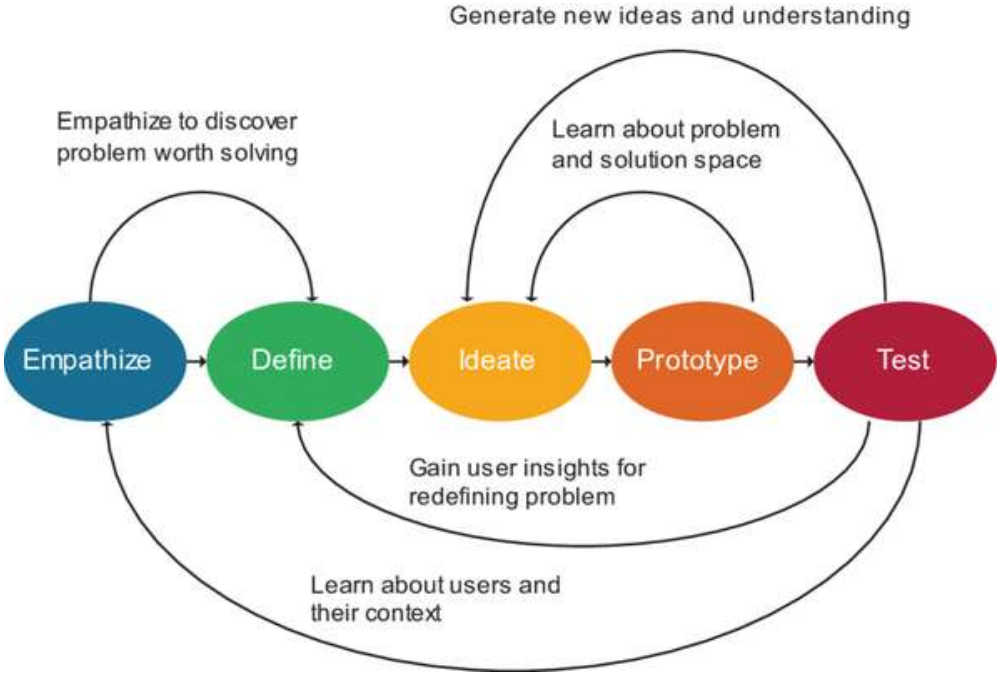
Njemačka LGBTIQ+ poslovna komora (GGLBC) stoji na čelu raznolikosti dobavljača i LGBTIQ+ uključivanja u Njemačkoj. Kroz svoje inovativne inicijative i strateška partnerstva, GGLBC nastavlja pokretati pozitivne promjene, osnažujući LGBTIQ+ poduzetnike i njegujući kulturu različitosti i jednakosti unutar korporativnog sektora. Kako GGLBC širi svoj doseg i utjecaj, ostaje predan zagovaranju inkluzivnijeg i pravednijeg poslovnog okruženja za sve.

“Jednakost znači više od donošenja zakona. Borba se stvarno dobiva u srcima i umovima zajednice, gdje se stvarno računa.”
– Barbara Gittings



DIZAJN RAZMIŠLJANJE ZA PODUZETNIKE 03

Dizajnersko razmišljanje je pristup inovacijama i rješavanju problema usmjeren na čovjeka. Pita se: "Što ljudi stvarno trebaju od ovog proizvoda, metode, procesa ili usluge?" Razumijevanje ljudi i pronalaženje kako im najbolje služiti ključno je za svaki uspješan posao. Dizajnersko razmišljanje pomaže vam da vidite svoje poslovanje iz perspektive kupaca, što vam omogućuje da razumijete njihove želje i potrebe i stvorite ideje za njihovo ispunjenje.

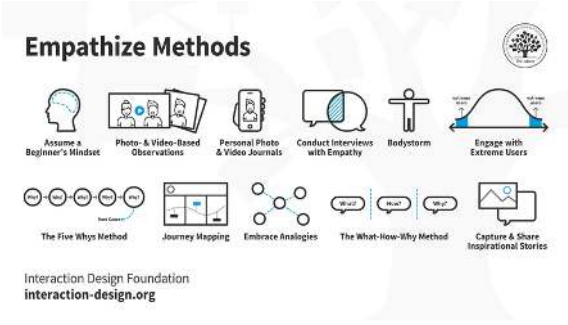


PROCES RAZMIŠLJANJA O DIZAJNU
PROCES RAZMIŠLJANJA O NELINEARNOM DIZAJNU
(LAHDENPERÄ ET AL., 2022.) [1]

1.Izvor fotografije: https://www.researchgate.net/publication/361366100_Design_thinking_in_HAMK_Design_Factory

Faza 1: Promatranje i suosjećanje

U prvoj fazi dizajnerskog razmišljanja fokus je na dubinskom razumijevanju korisnika i njihovih potreba. To uključuje promatranje i suosjećanje s korisnicima kako bi se dobio uvid u njihova iskustva i izazove.



promatranje:
- Provedite vrijeme gledajući i slušajući korisnike u njihovom prirodnom okruženju.
- Vodite bilješke o njihovom ponašanju, interakcijama i svim izazovima s kojima se suočavaju

Intervjui i razgovori:
- Vodite individualne intervjue s korisnicima kako biste čuli njihove priče i perspektive.
- Postavljajte otvorena pitanja kako biste potaknuli detaljne odgovore.

Mapiranje empatije:
- Napravite mape empatije kako biste organizirali i vizualizirali prikupljene informacije.
- Uključite odjeljke za ono što korisnici govore, misle, rade i osjećaju kako biste dobili holistički pogled na njihovo iskustvo.

Faza 1: Koraci

Korisničke osobe:
- Razvijte korisničke osobe na temelju prikupljenih podataka kako biste predstavljali različite vrste korisnika.
- Uključite demografske podatke, pozadinu, ciljeve, izazove i potrebe za svaku osobu.

Mapiranje putovanja:
- Napravite kartu putovanja kako biste ocrtali korake koje korisnici poduzimaju u interakciji s proizvodom ili uslugom.
- Identificirajte ključne točke, bolne točke i područja za poboljšanje na njihovom putu.

Primjer: Navigacija među uključivim mogućnostima zapošljavanja za LGBTQIA+ mlade.

Zamislite da razvijate novu uslugu kako biste LGBTQIA+ mladima pomogli pronaći prilike za zapošljavanje na inkluzivnim radnim mjestima.

Razmislite o predstavljanju svojih istraživačkih i dizajnerskih napora korištenjem ovih grafičkih alata:
Korisnik osoba
Mapa empatije
Karta putovanja
Storyboard

1 **promatranje:**

- **Posjećujete sajmove poslova i centre za karijeru, promatrajući kako LGBTQ+ mladi komuniciraju s potencijalnim poslodavcima. Primjećujete da mnogi oklijevaju postavljati pitanja o kulturi tvrtke i politikama inkluzivnosti.**

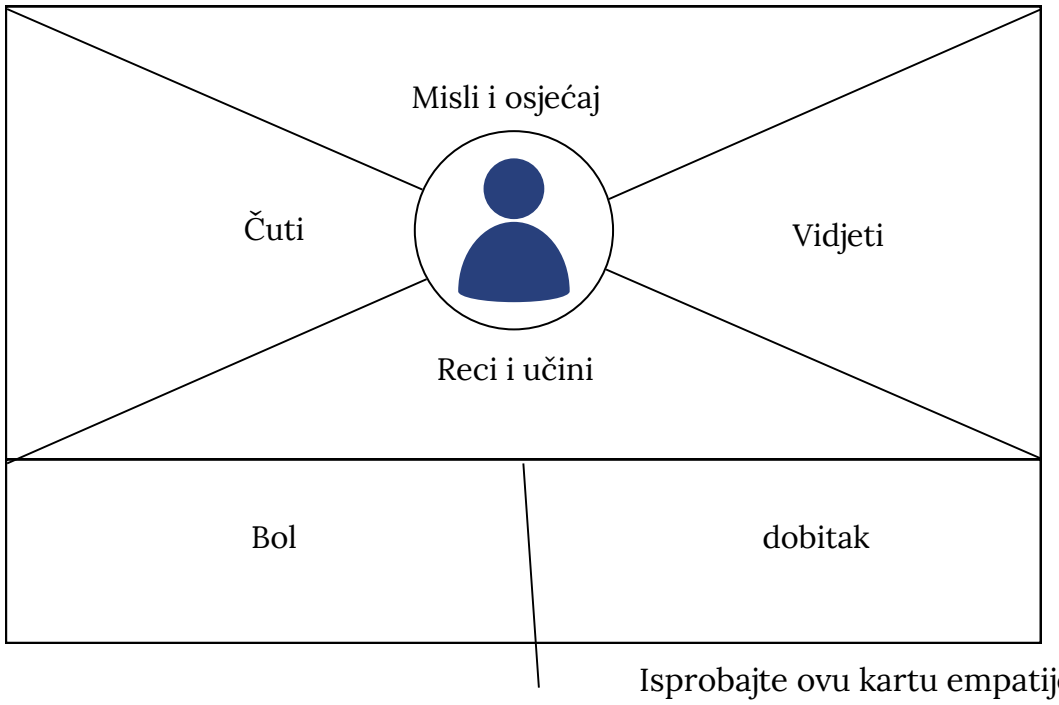
2 **Intervjui i razgovori:**

- **Vodite intervjue s raznolikom skupinom LGBTQIA+ mladih. Evo nekoliko primjera pitanja i odgovora:**
- **Pitanje: "Možete li mi reći nešto o trenutku kada ste se prijavili za posao i bili zabrinuti zbog inkluzivnosti tvrtke?" Odgovor: "Brinuo sam se koliko mogu biti otvoren u pogledu svog identiteta. Nisam znao je li tvrtka uistinu inkluzivna ili sam samo rekao da jest."**
- **Pitanje: "S kojim izazovima se susrećete kada tražite posao?" Odgovor: "Teško je otkriti koje tvrtke istinski podržavaju LGBTQ+ zaposlenike u kontinuiranom profesionalnom razvoju."**

3 **Mapiranje empatije:**

- **Na temelju vaših opažanja i intervjua, izrađujete mapu empatije za jednog od vaših sugovornika, Jamieja:**
- **Kaže: "Želim raditi negdje gdje me prihvaćaju onakvu kakva jesam."**
- **Razmišlja: "Hoću li biti siguran i prihvaćen na ovom radnom mjestu?"**
- **Radi: Istražuje tvrtke na internetu, čita recenzije, provjerava pravila tvrtke.**
- **Osjećaj: Tjeskobno, neizvjesno, puno nade.**

Design Thinking za poduzetnike 03



Isprobajte ovu kartu empatije!

4 **Korisničke osobe:**

Iz svojih mapa empatije razvijate korisničku osobu:

Ime: Jamie

Dob: 22

Pozadina: nedavno diplomirani student traži svoj prvi posao s punim radnim vremenom.

Ciljevi: Pronaći poticajno i inkluzivno radno mjesto, izgraditi karijeru

Izazovi: Poteškoće u prepoznavanju istinski uključivih poslodavaca, strah od diskriminacije i pristranosti.

Potrebe: Pouzdane informacije o inkluzivnosti tvrtke, sigurnom i poticajnom radnom okruženju.

5 **Mapiranje putovanja:**

Izrađujete kartu putovanja za Jamiejevo iskustvo pokušavajući pronaći inkluzivno radno mjesto:

Svijest: čuje za razne tvrtke, ali nije siguran u njihovu inkluzivnost.

Bolna točka: nedostatak jasnih informacija o kulturi i politici tvrtke.

Pretraživanje: Sate provodi istražujući tvrtke i čitajući recenzije zaposlenika.

Bolna točka: Preopterećeni količinom proturječnih informacija.

Primjena: Odnosi se na poslove u tvrtkama koje se čine inkluzivnima, ali ostaju nesigurne.

Bolna točka: Strah od diskriminacije/nesvjesne pristranosti tijekom procesa zapošljavanja.

Intervju: Prisustvuje intervjuima i ispituje o kulturi tvrtke.

- *Prilika: Potrebno je više samopouzdanja i resursa za postavljanje pravih pitanja.*

Faza 2: Definirajte

U fazi definiranja procesa dizajnerskog razmišljanja, sintetizirat ćete uvide prikupljene tijekom faze promatranja i suosjećanja kako biste definirali ključnu izjavu o problemu i uspostavili jasne ciljeve za svoj dizajnerski izazov. Ova je faza ključna za postavljanje čvrstih temelja za faze ideje i izrade prototipa koje slijede.

01

Formulacija problema:

- **Kondenzirajte uvide iz faze promatranja i suosjećanja u jasnu i konciznu izjavu problema.**
- **Osigurajte da je izjava o problemu usmjerena na rješavanje potreba i izazova identificiranih tijekom aktivnosti empatije.**

02

Postavljanje ciljeva dizajna:

- **Definirajte specifične ciljeve i ciljeve koje vaše dizajnersko rješenje treba postići.**
- **Razmotrite potrebe i želje svojih ciljanih korisnika prilikom postavljanja ovih ciljeva.**

03

Dijagram afiniteta:

- **Organizirajte i kategorizirajte uvide i zapažanja prikupljena tijekom faze Empatize.**
- **Potražite uzorke, teme i veze kako biste identificirali zajedničke izazove i prilike.**

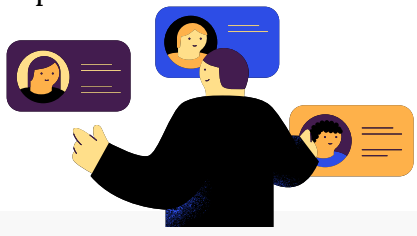
04

Stvaranje točke gledišta (POV):

- **Razvijte POV izjavu koja uokviruje problem iz korisničke perspektive.**
- **Upotrijebite POV izjavu da vodite svoj proces stvaranja ideja i zadržite fokus na rješenjima usmjerenim na korisnika.**

Primjer: Definiranje uključivih izazova zapošljavanja za LGBTQIA+ mlade

Nakon provedenog istraživanja i intervjua s LGBTQIA+ mladima, vidljivo je da postoji nedostatak lako dostupnih i pouzdanih izvora za pronalaženje inkluzivnih prilika za zapošljavanje. Mnoge LGBTQIA+ osobe suočavaju se s neizvjesnošću i tjeskobom pri kretanju tržištem rada zbog zabrinutosti oko inkluzivnosti na radnom mjestu i potencijalnih predrasuda.



1. **Ciljevi dizajna:**
   - Razvijte platformu prilagođenu korisnicima koja LGBTQ+ mladima pruža pouzdane informacije o inkluzivnim poslodavcima.
   - Stvorite zajednicu podrške u kojoj korisnici mogu dijeliti svoja iskustva i podržavati jedni druge na svom putu traženja posla.
   - Osnažite LGBTQIA+ pojedince da donose informirane odluke o potencijalnim poslodavcima i samopouzdano slijede svoje ciljeve u karijeri

2. **Dijagram afiniteta:**
   - Kategorije: Dostupnost informacija, Inkluzivnost na radnom mjestu, Podrška zajednice, Osnaživanje odluka.
   - Uvidi: Nedostatak centraliziranih resursa, strah od diskriminacije, želja za podrškom kolega, potreba za transparentnošću u politikama poslodavaca.

3. **Izjava točke gledišta (POV):**
   - Dok se LGBTQIA+ mladi kreću tržištem rada, bore se s pronalaženjem pouzdanih informacija o inkluzivnim poslodavcima, što dovodi do neizvjesnosti i tjeskobe oko prihvaćanja na radnom mjestu. Potrebna im je platforma koja pruža dostupne resurse i potiče zajednicu koja ih podržava kako bi ih osnažila na njihovom putu traženja posla.

Faza 3: Zamislite

U Ideate fazi procesa dizajnerskog razmišljanja, vi i vaš tim ćete generirati kreativna rješenja za rješavanje problema definiranog u prethodnoj fazi. Ova faza potiče razmišljanje izvan okvira i prihvaća različite perspektive kako bi se došlo do inovativnih ideja.

01 **Brainstorming sesije:**

- Olakšajte sesije brainstorminga kako biste stvorili širok raspon ideja.
- Potaknite sve članove tima da doprinose bez osuđivanja, potičući okruženje za suradnju.

02 Divergentno razmišljanje:

- Olakšajte sesije brainstorminga kako biste stvorili širok raspon ideja.
- Potaknite sve članove tima da doprinose bez osuđivanja, potičući okruženje za suradnju.

03 Tehnike generiranja ideja:

- Upotrijebite mapiranje uma da vizualizirate veze između različitih koncepata i stvorite nove ideje.
- Primijenite SCAMPER (zamijenite, kombinirajte, prilagodite, modificirajte, stavite u drugu upotrebu, eliminirajte, obrnite) kako biste potaknuli kreativno razmišljanje i stvaranje ideja.
- Istražite prisilne veze kombinirajući nepovezane koncepte kako biste potaknuli inovati

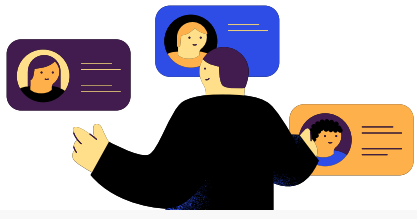
04 Ideje za izradu prototipova:

- Stvorite prototipove niske vjernosti pomoću papirnatih skica, digitalnih žičanih okvira ili fizičkih modela.
- Prototipirajte više ideja kako biste testirali različite pristupe i identificirali koncepte koji najviše obećavaju.
- Zatražite povratne informacije od ciljnih korisnika i dionika kako biste iterativno poboljšali i poboljšali svoje prototipove.

Nakon što ste generirali i testirali više ideja kroz izradu prototipova, tada možete početi razmatrati poslovni model koji je najbolji u skladu s konceptima koji najviše obećavaju.

Primjer: Smišljanje inkluzivnih rješenja za zapošljavanje LGBTQIA+ mladih

Nakon definiranja izazova s kojima se LGBTQIA+ mladi suočavaju u pronalaženju inkluzivnih prilika za zapošljavanje, fokus je na razvoju inovativnih rješenja za rješavanje tih problema. Izjava o problemu naglašava potrebu za dostupnim resursima i zajednicom koja ih podržava kako bi osnažili LGBTQIA+ pojedince na njihovom putu traženja posla.



1 **Brainstorming sesije::**

- Raznolikost tima: Pozovite LGBTQIA+ mlade, saveznike, savjetnike za karijeru i stručnjake za ljudske resurse da sudjeluju u sesijama za razmišljanje.
- Otvoreno okruženje: Stvorite siguran i uključiv prostor u kojem se svi sudionici osjećaju ugodno dijeleći svoje ideje bez osuđivanja.
- Tehnike generiranja ideja: Koristite tehnike kao što su "brainwriting" i "round-robin brainstorming" za poticanje ravnopravnog sudjelovanja i stvaranje širokog spektra ideja.

2 **Divergentno razmišljanje:**

Pretpostavke izazova: Potaknite članove tima da preispituju pretpostavke i istražuju nekonvencionalne pristupe rješavanju problema.
Misli divlje: Prihvatite način razmišljanja da nijedna ideja nije previše divlja ili nekonvencionalna tijekom faze ideje.
Potaknite kreativnost: Potaknite kreativnost postavljanjem provokativnih pitanja i poticanjem razigranog eksperimentiranja.

3 **Tehnike generiranja ideja:**

- Mapiranje uma: Vizualizirajte veze između različitih koncepata, kao što su strategije traženja posla, aktivnosti izgradnje zajednice i inicijative za angažman poslodavaca.
- SCAMPER: Primijenite SCAMPER tehnike na postojeća rješenja, kao što su internetske ploče za zapošljavanje, sajmovi poslova i programi mentorstva, kako biste generirali inovativne varijacije i poboljšanja.
- Prisilne veze: Kombinirajte nepovezane koncepte, kao što su platforme društvenih mreža i elementi gamifikacije, kako biste potaknuli nove ideje za angažiranje i osnaživanje LGBTQIA+ mladih u njihovoj potrazi za poslom.

4 **Ideje za izradu prototipova:**

- Prototipovi niske vjernosti: Izradite papirnate skice ili digitalne žičane okvire za vizualizaciju potencijalnih rješenja, kao što je korisniku prilagođena internetska platforma ili mobilna aplikacija za povezivanje LGBTQ+ tražitelja posla s inkluzivnim poslodavcima.
- Petlja povratnih informacija: Zatražite povratne informacije od ciljnih korisnika i dionika za iterativno usavršavanje i ponavljanje dizajna prototipa.
- Iterativno testiranje: Prototip više ideja i provođenje korisničkog testiranja za procjenu upotrebljivosti, funkcionalnosti i učinkovitosti, brzo ponavljanje na temelju povratnih informacija kako bi se doradila i poboljšala rješenja.

Tijekom Ideate faze procesa dizajnerskog razmišljanja može se generirati širok raspon kreativnih rješenja koja se mogu spojiti s prototipovima kako bi se odgovorilo na izazove identificirane u Define fazi, a zatim se može odlučiti o poslovnom modelu.

Faza 4: Prototip

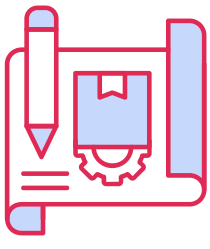
U prvoj fazi dizajnerskog razmišljanja fokus je na dubinskom razumijevanju korisnika i njihovih potreba. To uključuje promatranje i suosjećanje s korisnicima kako bi se dobio uvid u njihova iskustva i izazove.

Prototipovi se mogu izraditi u ranijim fazama procesa dizajnerskog razmišljanja, osobito tijekom Ideate faze. Međutim, u fazi prototipa, fokus se pomiče na usavršavanje i ponavljanje ovih početnih prototipova na temelju povratnih informacija prikupljenih tijekom testiranja i evaluacije. Ova faza uključuje strukturiranije procese testiranja i usavršavanja kako bi se osiguralo da prototipovi učinkovito odgovaraju potrebama korisnika i da su spremni za daljnji razvoj ili implementaciju.

U ranijim fazama, prototipovi su često grubi i konceptualni, a prvenstveno služe za istraživanje i prenošenje ideja. Faza prototipa nadograđuje se na ove početne prototipove, dorađujući ih na višu razinu vjernosti i funkcionalnosti prije nego što se krene s implementacijom ili proizvodnjom.

Pročišćavanje početnih prototipova:	• Uzmite grube prototipove stvorene u ranijim fazama i doradite ih na višu razinu vjernosti i funkcionalnosti. • Razvijte grube prototipove ili modele svojih ideja koristeći jeftine materijale ili digitalne alate. • Fino podešavanje poslovnog modela
Iterativno testiranje:	• Provedite strukturirane sesije testiranja s korisnicima kako biste prikupili povratne informacije o prototipovima i identificirali područja za poboljšanje.
Prikupljanje povratnih informacija:	• Prikupite povratne informacije od korisnika, dionika i članova tima kako biste razumjeli njihove perspektive i identificirali bolne točke ili područja zbunjenosti. • Pitanja o izvedivosti poslovnog modela, njegovoj usklađenosti s potrebama korisnika i potencijalnim izvorima prihoda.

Iterativno usavršavanje:	• Na temelju povratnih informacija prikupljenih tijekom sesija testiranja, ponovite prototipove kako biste riješili identificirane probleme i poboljšali upotrebljivost i učinkovitost.
Suradnička iteracija:	• Uključite dionike, članove tima i krajnje korisnike u proces usavršavanja kako biste osigurali da se različite perspektive razmatraju i ugrađuju u prototipove.
Dokumentacija:	• Dokumentirajte promjene napravljene na prototipovima i razloge koji stoje iza njih kako biste održali zapis o iterativnom procesu usavršavanja.
Finalizacija prototipova:	• Nakon što su prototipovi dorađeni i potvrđeni testiranjem, finalizirajte ih za daljnji razvoj ili implementaciju.



Primjer: EmpowerLGBTQ+ Career Hub: Prototip za inkluzivnu podršku pri zapošljavanju.

Nakon identificiranja izazova s kojima se LGBTQ+ mladi suočavaju u pristupu inkluzivnim prilikama za zapošljavanje, fokus je na razvoju inovativnih rješenja za rješavanje tih problema. Izjava o problemu naglašava potrebu za dostupnim resursima i zajednicama koje ih podržavaju kako bi osnažili LGBTQ+ osobe na njihovom putu traženja posla.

Glavni prototip koji je dogovoren nakon ideje je sveobuhvatna online platforma ili mobilna aplikacija dizajnirana za pružanje holističke podrške LGBTQ+ osobama u njihovom traženju posla i putu razvoja karijere. Ova platforma integrira različite značajke kao što su mrežna platforma za umrežavanje, inkluzivna ploča za zapošljavanje, virtualni sajmovi poslova, grupe za podršku vršnjaka, radionice za obuku vještina, programi za poslodavce i mentorstvo, imenik resursa, inicijative za zapošljavanje za raznolikost i kampanje podizanja svijesti. Prototip služi kao centralizirano središte gdje LGBTQ+ tražitelji posla mogu pristupiti širokom rasponu resursa, povezati se sa zajednicama koje ih podržavaju, steći vrijedne vještine, istražiti mogućnosti zapošljavanja i surađivati s inkluzivnim poslodavcima i mentorima.

Fino podešavanje poslovnog modela:

Fino prilagođavamo poslovni model kako bismo osigurali da je usklađen s prototipovima koji se razvijaju i podržava naše ciljeve. Naš poslovni model za EmpowerLGBTQ+ Career Hub uključuje nekoliko ključnih komponenti:

Tokovi prihoda:

- Naknade za pretplatu: Ponudite opcije premium članstva s dodatnim značajkama i pogodnostima za korisnike koji su spremni platiti naknadu za pretplatu.
- Sponzorstva i partnerstva: surađujte s inkluzivnim poslodavcima, organizacijama i saveznicima kako biste sponzorirali platformu ili osigurali sredstva u zamjenu za vidljivost i pristup talentima.
- Oglašavanje: Ostvarite prihod kroz ciljane mogućnosti oglašavanja za tvrtke koje žele doprijeti do LGBTQIA+ tražitelja posla.



Struktura troškova:

- Razvoj platforme: Dodijelite resurse za tekući razvoj, održavanje i poboljšanje platforme EmpowerLGBTQ+ Career Hub.
- Marketing i širenje: proračun za marketinške kampanje i napore širenja kako bi se privukli korisnici, angažirali sponzori i promovirala misija platforme.
- Operativni troškovi: pokrivaju operativne troškove kao što su hosting, korisnička podrška i administrativni troškovi.

Prijedlog vrijednosti:

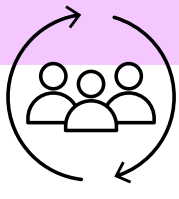
- Sveobuhvatni resursi: Pružite platformu na jednom mjestu koja nudi resurse za traženje posla, mogućnosti umrežavanja, programe mentorstva i radionice za izgradnju vještina prilagođene LGBTQ+ osobama.
- Inkluzivna zajednica: Stvorite podržavajuće i uključivo online okruženje u kojem se LGBTQ+ tražitelji posla mogu povezati, razmijeniti iskustva i pristupiti smjernicama kolega i stručnjaka.
- Pristup inkluzivnim poslodavcima: Udružite se s raznolikim i inkluzivnim tvrtkama posvećenim pružanju podrške LGBTQ+ zaposlenicima i njegovanju inkluzivne kulture na radnom mjestu.

Segmenti kupaca:

- LGBTQIA+ tražitelji posla: Prilagodite platformu kako bi zadovoljila specifične potrebe i preferencije LGBTQ+ osoba koje traže inkluzivne prilike za zapošljavanje.
- Inkluzivni poslodavci: Privucite poslodavce koji daju prednost raznolikosti, jednakosti i uključivanju u svoje prakse zapošljavanja i traže pristup raznolikoj skupini talenata.

Žičani okviri korisničkog sučelja:

- Skice niske vjernosti ili digitalni žičani okviri koji ilustriraju izgled i navigaciju platforme, pokazujući ključne značajke kao što su početna stranica, sučelje za traženje posla, forumi zajednice i imenik resursa.



Design Thinking za poduzetnike 03

Interaktivna demonstracija:

- Prototip koji se može kliknuti ili interaktivni demo koji korisnicima omogućuje navigaciju kroz različite dijelove platforme i interakciju s osnovnim funkcijama, kao što je pregledavanje popisa poslova, pridruživanje grupama za podršku kolegama i pristup radionicama za obuku.

Uzorci sadržaja:

- Uzorci sadržaja i resursa koji će biti dostupni na platformi, uključujući oglase za posao tvrtki koje se zalažu za raznolikost, obrazovne materijale za radionice za obuku vještina, uspješne priče LGBTQIA+ profesionalaca i informativne članke o LGBTQIA+ pitanjima na radnom mjestu.

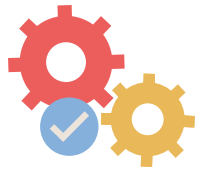
Obrasci za povratne informacije:

- Prototipovi obrazaca za povratne informacije ili anketa za prikupljanje informacija od korisnika i dionika o njihovim preferencijama, potrebama i prijedlozima za poboljšanje platforme, osiguravajući da zadovoljava različite potrebe LGBTQIA+ zajednice.



Faza 5: Test

Tijekom testne faze procesa dizajnerskog razmišljanja, prototipovi razvijeni u prethodnim fazama stavljaju se na test sa stvarnim korisnicima. Ova je faza usredotočena na prikupljanje povratnih informacija, procjenu upotrebljivosti i usavršavanje prototipova na temelju uvida korisnika.



FINALIZACIJA PROIZVODA:

Pročišćavanje:

1. **Uključite sve konačne promjene i poboljšanja identificirana tijekom faze testiranja.**
2. **Provjerite je li proizvod uglađen, potpuno funkcionalan i jednostavan za korištenje.**

Osiguranje kvalitete:

1. Provedite temeljito testiranje osiguranja kvalitete kako biste identificirali i popravili sve preostale pogreške ili probleme.
2. Osigurajte da proizvod zadovoljava sve tehničke standarde, standarde upotrebljivosti i pristupačnosti.

IMPLEMENTACIJA:

- **Planiranje lansiranja:**

1. Razvijte sveobuhvatan plan pokretanja, uključujući vremenske rokove, marketinške strategije i komunikacijske planove.
2. Pripremite svu potrebnu dokumentaciju i pomoćne materijale, poput korisničkih vodiča i često postavljanih pitanja.

Tehnička implementacija:

1. Implementirajte proizvod u živo okruženje, osiguravajući da su svi sustavi i poslužitelji ispravno konfigurirani.
2. Provedite posljednji krug testiranja u okruženju uživo kako biste osigurali glatko pokretanje.

Design Thinking za poduzetnike 03

OBUKA I PODRŠKA:

Obuka korisnika:

1. Omogućite obuku ili upute za korisnike kako biste im pomogli da razumiju kako učinkovito koristiti proizvod.
2. Razvijte materijale za obuku, poput videozapisa, webinara i pisanih vodiča.

Sustavi podrške:

1. Uspostavite kanale podrške, kao što su službe za pomoć, podrška putem čavrljanja i podrška e-poštom, kako biste korisnicima pomogli u vezi bilo kakvih problema ili pitanja.
2. Osigurajte da je osoblje za podršku dobro obučeno i spremno za obradu upita korisnika.

MARKETING I PROMOCIJA:

- **Marketinške kampanje:**

1. Pokrenite marketinške kampanje za promicanje proizvoda i privlačenje korisnika.
2. Koristite različite kanale, kao što su društveni mediji, marketing putem e-pošte i partnerstva, kako biste dosegnuli ciljnu publiku.

Angažman zajednice:

1. Uključite se u zajednicu putem događaja, webinara i online foruma kako biste izgradili snažnu korisničku bazu.
2. Potaknite sadržaj i izjave koje generiraju korisnici kako biste povećali vjerodostojnost i vidljivost.

PRAĆENJE I EVALUACIJA:

- **Praćenje izvedbe:**

1. Kontinuirano pratite izvedbu proizvoda koristeći analitiku i povratne informacije korisnika.
2. Pratite ključne metrike, kao što su angažman korisnika, zadržavanje i zadovoljstvo.

Evaluacija i ponavljanje:

1. Redovito procjenjujte izvedbu proizvoda i donosite odluke na temelju podataka kako biste ga poboljšali i unaprijedili.
2. Planirajte buduća ažuriranja i ponavljanja na temelju povratnih informacija korisnika i promjenjivih potreba.

Provedba dizajna

Riječ je o preuzimanju rafiniranog i validiranog proizvoda iz testne faze i lansiranju na tržište. Ova je faza usredotočena na finaliziranje proizvoda, osiguravanje njegove pune funkcionalnosti i prilagođenosti korisniku, njegovu implementaciju u živo okruženje i pružanje potrebne obuke i podrške korisnicima. Također uključuje marketing i promicanje proizvoda, praćenje njegove učinkovitosti i kontinuirano poboljšanje na temelju povratnih informacija i podataka.

Primjer: Pokretanje EmpowerLGBTQ+ Career Huba

1. **Finalizacija proizvoda:**
   - Osigurajte da je platforma prilagođena korisniku, sa svim značajkama koje rade besprijekorno.
   - Provedite opsežno testiranje kvalitete kako biste bili sigurni da nema grešaka i da platforma zadovoljava sve standarde pristupačnosti.

2. **Implementacija:**
   - Razvijte detaljan plan pokretanja s jasnim rokovima i promotivnim strategijama.
   - Pripremite korisničke vodiče, često postavljana pitanja i druge materijale za podršku.
   - Laka dostupnost u kojim zemljama itd.
   - Postavite platformu u živo okruženje, osiguravajući da su svi poslužitelji i sustavi ispravno konfigurirani.

3. **Obuka i podrška:**
   - **P**onudite webinare i video upute kako biste korisnicima pomogli u kretanju platformom.
   - Navedite detaljne pisane vodiče i često postavljana pitanja za dodatnu podršku.
   - Postavite službu za pomoć i podršku za chat uživo kako biste pomogli korisnicima u slučaju problema.
   - Osigurajte da je osoblje za podršku dobro pripremljeno za obradu upita korisnika.

4 **Marketing i promocija:**

- Pokrenite marketinšku kampanju usmjerenu na LGBTQ+ mlade i inkluzivne poslodavce.
- Koristite društvene medije, biltene e-poštom i partnerstva s LGBTQ+ organizacijama za promicanje platforme.
- Organizirajte webinare i online forume kako biste se uključili u zajednicu i izgradili bazu korisnika.
- Potaknite korisnike da podijele svoje priče o uspjehu i svjedočanstva.

5 **Praćenje i evaluacija:**

- Kontinuirano pratite performanse platforme pomoću analitičkih alata.
- Pratite angažman korisnika, stope zadržavanja i razine zadovoljstva.
- Napravite plan proširenja.

STUDIJA SLUČAJA - KONZUM: STRATEGIJA USPJEHA MALOPRODAJNOG DIVA

Pregled tvrtke:
Konzum, ugledni hrvatski trgovački lanac, svoje korijene vuče iz 1957. godine kada je otvorio svoju prvu samoposlužnu trgovinu u Zagrebu. Od tada je Konzum proširio svoju prisutnost na preko 600 prodavaonica diljem Hrvatske, opslužujući impresivnih pola milijuna kupaca dnevno. Osim toga, proširio je svoj domet na Bosnu i Hercegovinu, upravljajući sa 165 trgovina i opslužujući više od 100.000 lojalnih kupaca.

Kao vodeći maloprodajni lanac na Balkanu, Konzum se može pohvaliti razgranatom mrežom trgovina diljem Hrvatske, Bosne i Hercegovine i Srbije, sa sjedištem u Zagrebu, Hrvatska. Od travnja 2019. godine dio je Fortenova grupe, čime je dodatno učvrstila svoju poziciju tržišnog lidera. Konzum je 31. svibnja 2024. ostvario značajnu prekretnicu dodjelom prestižnog certifikata „Najbolje mjesto za rad u Hrvatskoj“.

Postati regionalna moćna tvrtka u maloprodaji hrane | McKinsey
1. https://fortenova.hr/hr/portfolio/konzum-4/

Poslovni model:

Konzumov poslovni model vrti se oko pogodnosti, lojalnosti i podrške zajednice. Ključne komponente uključuju:

- Samoposluživanja: Konzumova široka mreža samoposluživanja nudi praktično iskustvo kupnje, zadovoljavajući svakodnevne potrebe kupaca.

- Online maloprodaja hrane: Kao jedina hrvatska tvrtka koja pruža usluge online maloprodaje hrane, Konzum pokriva više od 70% hrvatskih kućanstava, omogućujući kupcima kupnju putem interneta i dostavu namirnica na kućni prag.

- Odanost i identitet: Konzum je duboko ukorijenjen u hrvatsku kulturu, njegujući snažan osjećaj lojalnosti među kupcima koji marku doživljavaju kao sastavni dio svog života.

- Lokalni proizvođači: Konzum podržava lokalno gospodarstvo surađujući s lokalnim proizvođačima, nudeći svježe i kvalitetne proizvode hrvatskih ribara, voćara i proizvođača mlijeka.

- Širenje: Konzumovo širenje na Srbiju i Bosnu i Hercegovinu odražava njegovu predanost pružanju ugodnog iskustva kupnje široj bazi kupaca.

Izazovi: Dok uživa u uspjehu, Konzum se suočava s izazovima specifičnim za industriju:

- Konkurencija: Intenzivna konkurencija supermarketa, diskontnih trgovina i online trgovaca na malo zahtijeva stalne inovacije kako bi se privukli i zadržali kupci.
- Upravljanje lancem opskrbe: Osiguravanje učinkovitog lanca opskrbe, uključujući nabavu, upravljanje zalihama i smanjenje otpada, predstavlja značajne izazove.
- Promjenjive preferencije potrošača: Preferencije potrošača koje se brzo razvijaju zahtijevaju prilagodbu trendovima kao što su organski proizvodi, zdravije opcije i održivo pakiranje.
- Troškovi rada i osoblja: Uravnoteženje troškova rada uz pružanje uzorne korisničke usluge zahtijeva učinkovitu obuku osoblja i strategije zadržavanja.
- Ekonomska neizvjesnost: Ekonomske fluktuacije utječu na potrošnju potrošača, zahtijevajući od Konzuma da osmisli strategije za upravljanje neizvjesnim ekonomskim uvjetima.
- Konkurencija na mreži: Porast e-trgovine i kupovine namirnica na mreži zahtijeva ulaganja u online prisutnost i usluge dostave kako bi ostali konkurentni.
- Propisi i usklađenost: pridržavanje propisa o sigurnosti hrane, zdravlju i okolišu ključno je za održavanje povjerenja kupaca i usklađenosti.

Design Thinking za poduzetnike 03

Strategije za rješavanje izazova: Konzum koristi različite strategije za prevladavanje ovih izazova:

- Inovacija i diversifikacija: Stalne inovacije i diversifikacija ponude proizvoda zadovoljavaju promjenjive preferencije potrošača, uključujući naglasak na organske i lokalne proizvode.
- Optimizacija lanca opskrbe: Ulaganje u učinkovito upravljanje lancem opskrbe, korištenje tehnologije i suradnja dobavljača osigurava dostupnost proizvoda i smanjuje otpad.
- Iskustvo kupaca: Davanje prioriteta izvrsnoj korisničkoj usluzi kroz dobro obučeno osoblje, čiste trgovine i personalizirana iskustva povećava zadovoljstvo i lojalnost kupaca.
- Digitalna transformacija: Širenje platforme za e-trgovinu i ponuda usluga online naručivanja i dostave na kućnu adresu rješava rastuću potražnju za praktičnošću internetske kupovine.
- Angažman u zajednici: Aktivno uključivanje u lokalne zajednice kroz društvene inicijative, sponzorstva događaja i suradnju s lokalnim proizvođačima potiče lojalnost i dobru volju.



Dodatne inicijative:

- Mobilna aplikacija: Konzumova mobilna aplikacija, dostupna u Apple i Google Play trgovinama, unapređuje praktičnost za korisnike i dostupnost usluga.
- Svjedočanstva zaposlenika: Konzum dijeli svjedočanstva zaposlenika, prikazujući pozitivnu radnu kulturu i jačajući povjerenje među kupcima.
- Karijerne mogućnosti: Konzumova web stranica sadrži informacije o otvorenim radnim mjestima, nudeći mogućnosti da se tražitelji posla pridruže Konzumovoj obitelji.
- Nogometni leksikon & Reckilopedija: Konzum promovira nogomet i cilja na smanjenje plastičnog otpada kroz inovativne inicijative poput Nogometnog leksikona i Reckilopedije. Nastavljaju provoditi kampanju Jedna manje za promicanje upotrebe višekratnih ekoloških vrećica za kupovinu i smanjenje plastičnog otpada u Hrvatskoj.
- Zero Waste & Promocija posebnih proizvoda: Inicijative za smanjenje plastičnog otpada i promicanje posebnih proizvoda iz Istre i Kvarnera te Okusa Baranje odražavaju Konzumovu predanost održivosti i potpori lokalnim zajednicama.
- Vlastiti brendovi: Konzum nudi vlastite brendove, kao što je K Plus, osiguravajući kupcima jedinstvene i kvalitetne proizvode.

Program vjernosti - MultiPlusCard: Konzumov program vjernosti MultiPlusCard nagrađuje vjernost kupaca raznim pogodnostima, uključujući bonus eure, dodatne nagrade na odabrane proizvode i kupone za popuste dostupne putem aplikacije MultiPlusCard. Kupci se mogu odlučiti za račune bez papira, pristupajući svojim e-računima u PDF formatu unutar aplikacije. Ove e-potvrde dostupne su do 9 mjeseci od datuma transakcije, pružajući prikladan i ekološki prihvatljiv način upravljanja kupnjom.

POKRETANJE I VOĐENJE TVRTKE 04

Nakon što smo u prethodnom poglavlju istražili inovativnu metodologiju dizajnerskog razmišljanja za rješavanje problema, sada se usmjeravamo na opipljive korake uključene u pretvaranje kreativnih ideja u uspješne pothvate. Dizajnersko razmišljanje oprema poduzetnike načinom razmišljanja i alatima potrebnim za prepoznavanje prilika, suosjećanje s korisnicima i stvaranje inovativnih rješenja. U ovom poglavlju ulazimo u detalje pokretanja i vođenja poslovanja u Njemačkoj, Poljskoj i Hrvatskoj. Nadovezujući se na uvide stečene dizajnerskim razmišljanjem, ispitujemo praktična razmatranja, pravne zahtjeve i strateške odluke koje poduzetnici moraju voditi na svom putu do poduzetničkog uspjeha.

POČINJE U NJEMAČKOJ



Pravna struktura: Odaberite pravni oblik:
Uobičajeni oblici uključuju:

- GmbH (društvo s ograničenom odgovornošću): Društvo s ograničenom odgovornošću, popularno za mala i srednja poduzeća.
- UG (limited liability) (poduzetničko društvo): oblik mini-GmbH, pogodan za startupe s malim početnim kapitalom.
- AG (Aktiengesellschaft): dioničko društvo, pogodno za veće tvrtke.
- Einzelunternehmen: Samostalni poduzetnik, najjednostavniji oblik, prilagođen pojedincima.
- GbR (građanskopravno društvo): Partnerstvo, pogodno za mala poduzeća s dva ili više osnivača.
- Kratko objašnjenje na svim obrascima: https://www.youtube.com/watch?v=vHCdt2tJUDI

Pokretanje i vođenje posla 04

Registracija:
Registrirajte se u Uredu za trgovinu (Gewerbeamt): Predajte potrebne dokumente, uključujući svoj poslovni plan i dokaz o identitetu. Dobit ćete trgovačku dozvolu (Gewerbeschein).
Registrirajte se u trgovačkom registru (Handelsregister): Ovo se odnosi na GmbH, UG i AG. Za upis su potrebne usluge javnog bilježnika.

Video o registraciji poduzeća (na njemačkom):
https://www.youtube.com/watch?v=Yxy8P2tzbLY

- **Porezna prijava**

Prijavite se u Poreznu upravu (Finanzamt): Dobijte porezni broj i PDV ID (ako postoji). Morat ćete predati upitnik za poreznu registraciju.

- **Socijalna sigurnost i osiguranje**

Prijavite se za socijalno osiguranje: To uključuje zdravstveno osiguranje, mirovinsko osiguranje, osiguranje za slučaj nezaposlenosti i osiguranje od nezgode.
Pribavite poslovno osiguranje: Razmotrite osiguranje od odgovornosti, osiguranje imovine i bilo koje osiguranje specifično za industriju.

- **Otvorite poslovni bankovni račun**

Otvorite zaseban poslovni bankovni račun: ovo je potrebno za upravljanje poslovnim financijama i transakcijama.

Razmišljate o pokretanju društvenog poduzeća?



Društvena poduzeća spajaju poslovna načela s društvenim ciljevima, s ciljem stvaranja pozitivnog društvenog utjecaja dok ostaju financijski održiva. Saznajte više o bitnim informacijama o njegovoj pravnoj strukturi, mogućnostima financiranja, usklađenosti i registraciji.

https://www.businessbridge.eu/starting-a-company

POČINJE U HRVATSKOJ



Pravna struktura: Odaberite pravni oblik:
Uobičajeni oblici uključuju:

- d.d. dioničko društvo: Dioničko društvo (d.d.) dioničko društvo u kojem dioničari sudjeluju ulozima u temeljnom kapitalu podijeljenom na dionice.
- d.o.o. (Društvo s ograničenom odgovornošću): A d.o.o. je ekvivalent društva s ograničenom odgovornošću i najčešći je obrt u Hrvatskoj. Poduzeće d.o.o. može biti u vlasništvu jedne ili više osoba.
- j.d.o.o. (Jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću): Slično d.o.o. ali s nižim zahtjevima za početni kapital. Može imati do 5 osnivača.
- j.t.d. (Opće partnerstvo): Zajedničko društvo u kojem je svaki član solidarno odgovoran za obveze društva.
- k.d. (Ograničeno partnerstvo): Komercijalno društvo s generalnim i ograničenim partnerima, koje nudi kombinaciju neograničene i ograničene odgovornosti.
- Obrt: Individualni obrt vezan uz određenu osobu i obrtničku specijalizaciju, a odgovornost snosi vlasnik.
- OPG (obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo): Poljoprivredna djelatnost koju vode članovi obitelji, koristeći vlastite ili unajmljene proizvodne resurse.
- Predstavništvo (Podružnica): Podružnica koju je osnovala strana osoba za obavljanje gospodarske djelatnosti u Hrvatskoj.

Kako otvoriti d.o.o/ j.d.o.o u Hrvatskoj?



1. **https://www.businesspride.eu/startingacompany**
2. **https://start.gov.hr/st/index.html**

POČINJE U POLJSKOJ

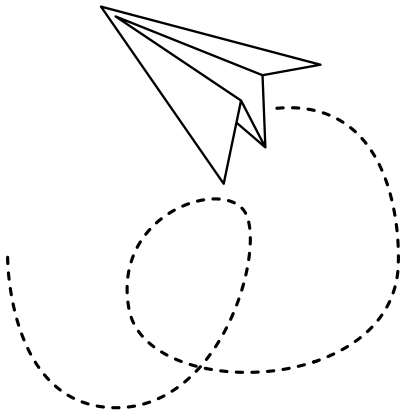


Pravna struktura: Odaberite pravni oblik:
Uobičajeni oblici uključuju:

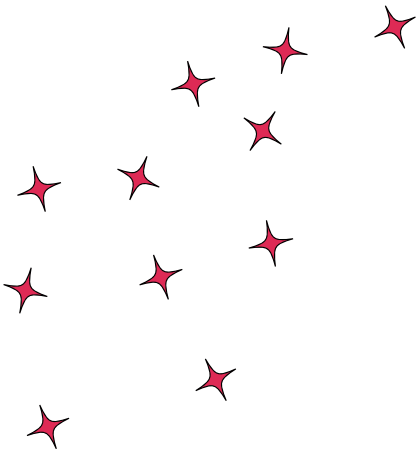
- Trgovac pojedinac - ovo je najjednostavniji oblik poslovanja gdje je jedna osoba odgovorna za sve aspekte poslovanja. Ovaj oblik je popularan kod malih poduzetnika i slobodnih zanimanja.
- Građansko partnerstvo – je oblik poslovanja dvoje ili više ljudi koji zajedno vode posao. Svi ortaci odgovaraju za obveze ortaštva
- Opće društvo - je vrsta društva u kojem svi ortaci odgovaraju za obveze društva. Međutim, partneri mogu sklopiti ugovor kojim uređuju svoje udjele i obveze.
- Partnerstvo - ovo je posebna vrsta društva za određene slobodne profesije, poput odvjetnika, liječnika ili arhitekata.
- Društvo s ograničenom odgovornošću. - je pravni oblik koji ograničava odgovornost ortaka na visinu njihovog uloga u kapitalu društva. To je popularan oblik za veće tvrtke.
- Dioničko društvo - ovo je pravni oblik za velike tvrtke koje žele prikupiti kapital javnom prodajom dionica.
- Komanditno društvo i komanditno dioničko društvo - to su pravni oblici koji objedinjuju obilježja ortačkog društva i društva kapitala. U komanditnom društvu najmanje jedan ortak (komplementar) odgovara za obveze društva neograničeno, dok je odgovornost najmanje jednog ortaka (komanditor) ograničena na iznos komanditnog društva, tj. ili se obvezala uplatiti u tvrtku.
- Jednostavna tvrtka - novi oblik tvrtke koji postoji od 2021. Minimum birokratskih barijera i slaba prepoznatljivost među financijskim institucijama.

Prije osnivanja tvrtke vrijedi pripremiti potrebne podatke koji će vam pomoći u procesu registracije.

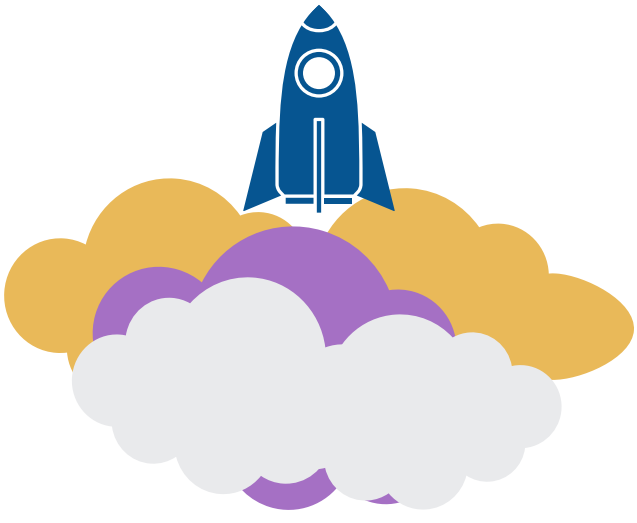
Potrebni podaci za registraciju vaše tvrtke u Poljskoj



1. https://www.businesspride.eu/startingacompany
2. www.ceidg.gov.pl
3. https://www.trade.gov.pl/en/support/how-to-set-up-a-company-in-poland/
4. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.biznes.gov.pl/en/portal/0621&ved=2ahUKEwiSk9nNu-iGAxViGxAIHfYMAlQQFnoECBwQAQ&usg=AOvVaw3X9hy0wgn8U3qOvnY A9BCC



“Ljepota zauzimanja za svoja prava je u tome što će vas drugi vidjeti kako stojite i također će ustati.”
– Cassandra Duffy



KULTURA, RAZNOLIKOST, ZASTUPLJENOST I LGBTQIA+ VODSTVO 05

Zašto je inkluzivni jezik važan?

Uključiv jezik odnosi se na korištenje riječi i izraza koji izbjegavaju predrasude, stereotipe i diskriminirajuće pretpostavke. Cilj mu je poštivanje i priznavanje različitih identiteta, iskustava i perspektiva svih pojedinaca. Inkluzivni jezik ključan je u stvaranju okruženja u kojem se svatko osjeća cijenjenim i poštovanim.

Važnost inkluzivnog jezika

- ***Promiče poštovanje i dostojanstvo: korištenje inkluzivnog jezika pokazuje poštovanje prema identitetu i iskustvima pojedinaca. Pomaže potvrditi njihovo dostojanstvo i vrijednost, čineći da se osjećaju priznatima i cijenjenima.***
- **Potiče inkluzivnost: Inkluzivni jezik pridonosi izgradnji kulture inkluzivnosti priznavanjem i prihvaćanjem različitosti. To signalizira da organizacija cijeni sve zaposlenike, bez obzira na njihovu pozadinu ili identitet.**
- ***Smanjuje marginalizaciju: jezik ima moć marginalizirati ili osnažiti pojedince. Uključiv jezik pomaže u smanjenju osjećaja isključenosti i marginalizacije izbjegavanjem izraza koji održavaju stereotipe ili diskriminaciju.***
- ***Poboljšava komunikaciju: Jasan i uključiv jezik olakšava bolju komunikaciju osiguravajući da različite publike razumiju i cijene poruke.***

05 Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo

Poduzetnički kontekst: U poduzetništvu je korištenje uključivog jezika ključno. Pomaže stvoriti radno mjesto u kojem se svatko osjeća kao da pripada. Kada koristimo riječi kojima ljudi sebe opisuju, svi se osjećaju cijenjenima i dobrodošlima da budu ono što jesu. Važno je znati da riječi koje biramo mogu uključiti ili isključiti one oko nas, čak i ako to ne namjeravamo.

Praktične strategije za korištenje uključivog jezika

Rodno neutralni izrazi: Koristite rodno neutralne izraze kao što su "oni/oni" umjesto da pretpostavljate rodno specifične zamjenice. Na primjer, koristite "chairperson" umjesto "chairman" i "supružnik/partner" umjesto "muž/žena".
Izbjegavajte stereotipe: Izbjegavajte jezik koji pojačava stereotipe ili pretpostavke o pojedincima na temelju njihovog spola, rase, etničke pripadnosti, seksualne orijentacije ili drugih identiteta.

1. Poštujte željene zamjenice: Uvijek koristite željene zamjenice i imena pojedinaca. Ako niste sigurni, pitajte s poštovanjem. Ne identificiraju se svi striktno kao muškarac ili žena. Pojedinci koji su rodno nekonformni ili nebinarni mogli bi preferirati rodno neutralne zamjenice poput "oni/njih/njihov" ili naslov kao što je "Mx."

- Uključivi opisi poslova: Napišite opise poslova koji su uključivi i bez rodno uvjetovanog jezika ili predrasuda. Naglasite predanost organizacije raznolikosti i uključenosti.

Kulturološka osjetljivost: Vodite računa o kulturnim razlikama i koristite jezik koji poštuje i uključuje sve kulturne pozadine.
Jezik na prvom mjestu: Koristite jezik na prvom mjestu kao što su "osobe svih sposobnosti", "osoba s <identitetom, npr. slabovidnost, invaliditet>," "osoba koja je <identitet, npr. gluha ili nagluha>," ili "osoba bez invaliditeta". Neki pojedinci možda preferiraju jezik na prvom mjestu identiteta, kao što je "autistična osoba". Ključno je poštivati jezik koji ljudi koriste za samoopisivanje.

uzeti Inkluzivni komunikacijski test temeljen na scenariju!

Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo 05

Praktične strategije za korištenje uključivog jezika

- Poboljšani angažman zaposlenika: Vjerojatnije je da će zaposlenici koji se osjećaju poštovani i uključeni biti angažirani i predani svom poslu. Uključiv jezik može doprinijeti pozitivnoj kulturi radnog mjesta, što dovodi do većeg zadovoljstva poslom i produktivnosti.
- Privlačenje različitih talenata: Organizacije koje koriste uključiv jezik vjerojatnije će privući različite talente. Potencijalne zaposlenike privlače radna mjesta na kojima osjećaju da će biti poštovani i uključeni.
- Pravna i etička usklađenost: korištenje uključivog jezika usklađeno je s pravnim i etičkim standardima za nediskriminaciju. Pomaže organizacijama da se pridržavaju zakona protiv diskriminacije i pokazuje predanost etičkim praksama.

Primjeri uključivog jezika:

Rodna inkluzivnost

- **Umjesto: “Dame i gospodo”**
- **Koristite: "Svi", "Svi" ili "Ljudi"**
- **Umjesto: "On/ona će biti odgovoran za projekt."**
- **Koristite: "Oni će biti odgovorni za projekt."**
- **Umjesto: “G./Gđo. Smith”**
- **Koristite: "Smith" ili "Mx. Smith" (za one koji preferiraju nebinarni naslov)**

Inkluzivnost osoba s invaliditetom

- **Umjesto: “Parkiranje za invalide”**
- **Upotreba: “Pristupačno parkiralište”**
- **Umjesto: "osoba s invaliditetom"**
- **Koristite: "Osoba s invaliditetom"**
- **Umjesto: “Osakaćen bolešću”**
- **Upotreba: “Pod utjecajem bolesti”**

Uključivanje seksualne orijentacije

- **Umjesto: "Homoseksualac"**
- **Upotrijebite: "LGBTQ+" ili "Isti spol privlači" (ovisno o kontekstu)**
- **Umjesto: “Ravno” ili “Normalno”**
- **Koristite: "Heteroseksualac" ili "Različite orijentacije"**

Uobičajene zamke i mogućnosti učenja

Nenamjerno isključivanje: Možemo nenamjerno koristiti jezik koji nije inkluzivan, često nesvjesni da to kod drugih može izazvati osjećaj isključenosti. Situacija i osoba s kojom razgovarate trebali bi utjecati na način na koji komunicirate. Uz način razmišljanja o rastu, neprestano učimo kako biti inkluzivniji. Ako pogriješite, shvatite to kao priliku za učenje za budućnost. Bitno je prepoznati da ono što bi moglo biti društveno prikladno ne mora biti prikladno u radnom okruženju.

- Kontekst je bitan: Razmotrite kontekst i usredotočite se na pojedinca. Obratite pozornost na jezik kojim se opisuju, a ako niste sigurni, nemojte se ustručavati pitati.

Interaktivni radni list: Međukulturalna komunikacijska kompetencija

Upute: upotrijebite sljedeći radni list kako biste poboljšali svoje međukulturalne komunikacijske vještine kao poduzetnika. Razmislite o svom ciljnom tržištu i izradite strategiju učinkovitih komunikacijskih pristupa.

Odjeljak 1: Razumijevanje kulturnog konteksta Ciljano tržište: [Navedite državu/regiju]

- Kulturna svijest:

Identificirajte ključne kulturne norme, vrijednosti i tradicije koje utječu na komunikaciju na vašem ciljnom tržištu.

- Kontekstualni znakovi:

Navedite neverbalne znakove koji se obično koriste u kulturi i njihova tumačenja.

- Stilovi komunikacije:

Razumjeti je li komunikacija izravna, neizravna, s visokim ili niskim kontekstom u ciljnoj kulturi.

Odjeljak 2: Jezik i verbalna komunikacija Ciljano tržište: [Navedite državu/regiju]

Poznavanje jezika:

Procijenite svoje znanje lokalnog jezika. Ako je potrebno, ocrtajte planove za poboljšanje jezika.

- Upotreba humora:

Razumjeti kulturne nijanse povezane s humorom. Obratite pozornost na to koristi li se humor uobičajeno u profesionalnim okruženjima.

- Izražavanje slaganja/neslaganja:

Istražite uobičajene fraze i izraze koji se koriste za izražavanje slaganja ili neslaganja s poštovanjem.

Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo 05

Odjeljak 3: Pisana komunikacija Ciljano tržište: [Navedite državu/regiju]
Formalnost u pisanju:

- Obratite pažnju na razinu formalnosti koja se očekuje u pisanoj komunikaciji. Odredite odgovarajuće pozdrave i završetke.
    - Oznaka e-pošte:

Navedite kulturološka očekivanja za komunikaciju e-poštom, uključujući vrijeme odgovora i formatiranje.

- Stil dokumentacije:

Razumjeti preferirane stilove za predstavljanje podataka i informacija u pisanim dokumentima.

Odjeljak 4: Digitalni komunikacijski kanali Ciljano tržište: [Navedite državu/regiju]
Upotreba društvenih medija:

- Identificirajte najpopularnije platforme društvenih medija u ciljanoj kulturi. Zabilježite željene vrste sadržaja.

Profesionalno umrežavanje:

- Istražite kulturne norme povezane s mrežnim profesionalnim umrežavanjem i izgradnjom odnosa.

Virtualni sastanci:

- Razumjeti očekivanja za virtualne sastanke, uključujući zakazivanje i norme sudjelovanja.

Odjeljak 4: Odjeljak 5: Rješavanje sukoba Ciljano tržište: [Navedite državu/regiju]
Pristup sukobu:

- Odredite preferirani pristup rješavanju sukoba. Zabilježite je li sukob izravna ili neizravna.

Rješavanje nesporazuma:
Navedite strategije za brzo i učinkovito rješavanje nesporazuma.

- Izgradnja konsenzusa:
- Istražite kulturne norme povezane s procesima izgradnje konsenzusa i donošenja odluka.

05 Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo

Pitanja za razmišljanje:

Kako će vaše poboljšane međukulturalne komunikacijske vještine doprinijeti uspjehu vašeg poslovanja na ciljnom tržištu?

....

....

....

Koje ćete konkretne korake poduzeti da prilagodite svoj komunikacijski stil na temelju kulturnih nijansi?

....

....

....

Kako učinkovita međukulturna komunikacija može poboljšati vaše odnose s lokalnim partnerima i kupcima?

....

....

....



Inkluzivnost nakon Mjeseca ponosa:

Inkluzivnost nadilazi obilježavanje Mjeseca ponosa; zahtijeva stalan trud i predanost tijekom cijele godine. Radi se o stvaranju okruženja u kojem se svaki pojedinac osjeća poštovanim, cijenjenim i uključenim, bez obzira na njihovu seksualnu orijentaciju ili rodni identitet. Kako bi istinski poticale inkluzivnost, organizacije moraju integrirati inkluzivne prakse u svoje temeljne vrijednosti i svakodnevne operacije. To uključuje provedbu sveobuhvatnih politika, promicanje različitih praksi zapošljavanja, nuđenje stalne obuke i sudjelovanje u zajednici. Neophodno je razumjeti da je inkluzivnost putovanje, a ne odredište, te zahtijeva stalno promišljanje, učenje i prilagodbu kako bi se osiguralo da se svi zaposlenici osjećaju sigurno, podržano i osnaženo da na posao donesu svoje autentično ja. Osim tokenizma, inkluzivni marketing ima za cilj autentično predstavljanje višestranih identiteta koji čine naše globalno društvo i uključivanje u njih.

Kontrolni popis za inkluzivnost izvan Pride marketinga

Cilj ovog popisa za provjeru je osigurati da je inkluzivnost ugrađena u svaki aspekt vaše organizacije, njegujući kulturu u kojoj se svatko osjeća cijenjenim, poštovanim i osnaženim da svaki dan na posao donosi svoje autentično ja. To je kontinuirano putovanje učenja, razmišljanja i poboljšanja.

05 Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo

Politike inkluzivnog radnog mjesta

- **Politike protiv diskriminacije:**
  - [ ] Osigurajte da politike izričito zabranjuju diskriminaciju na temelju seksualne orijentacije, rodnog identiteta i rodnog izražavanja.
  - [ ] Priopćite ove politike svim zaposlenicima i uključite ih u priručnik za zaposlenike.
- **Jednake koristi**
  - [ ] Osigurati pogodnosti za istospolne partnere i obitelji.
  - [ ] Pobrinite se da planovi zdravstvenog osiguranja pokrivaju skrb koja afirmira spol.
- **Podrška za promjenu spola:**
  - [ ] Razviti i implementirati smjernice za podršku zaposlenicima koji prolaze kroz rodnu promjenu.
  - [ ] Ponudite resurse i podršku zaposlenicima u tranziciji.

Različite prakse zapošljavanja i zadržavanja

- **Uključivi opisi poslova:**
  - [ ] Koristite rodno neutralan jezik u oglasima za posao.
  - [ ] Istaknite predanost tvrtke raznolikosti i uključivanju.
- **Zapošljavanje bez predrasuda:**
  - [ ] Uvježbajte menadžere za zapošljavanje na nesvjesnoj pristranosti.
  - [ ] Provedite prakse zapošljavanja na slijepo gdje je to moguće.
- **Strategije zadržavanja:**
  - [ ] Ponuda mentorstva i programa razvoja karijere za LGBTIQ+ zaposlenike.
  - [ ] Provodite redovite ankete o zadovoljstvu zaposlenika kako biste identificirali i riješili probleme inkluzivnosti.

Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo 05

Grupe resursa zaposlenika (ERG)

- **Formiranje i podrška:**
  - [ ] Potaknite stvaranje LGBTIQ+ ERG-a.
  - [ ] Osigurajte resurse i financiranje za podršku ERG aktivnostima.
- **Vodstvo i sudjelovanje:**
  - [ ] Uključite ERG u procese donošenja odluka u tvrtki.
  - [ ] Prepoznajte i slavite doprinose vođa i članova ERG-a.

Trening i obrazovanje

- **Obuka za podizanje svijesti:**
  - [ ] Provesti obveznu obuku o raznolikosti i inkluziji za sve zaposlenike.
  - [ ] Uključite module o LGBTIQ+ pitanjima i savezništvu.
- **Kontinuirano učenje:**
  - [ ] Ponudite stalne obrazovne mogućnosti vezane uz LGBTIQ+ teme.
  - [ ] Potaknite zaposlenike na sudjelovanje u vanjskim radionicama i konferencijama.

Uključiv jezik i komunikacija

- **Jezične smjernice:**
  - [ ] Razviti i distribuirati smjernice o korištenju uključivog jezika na radnom mjestu.
  - [ ] Potičite korištenje rodno neutralnih zamjenica i naslova.
- **Mehanizmi povratne informacije:**
  - [ ] Stvorite kanale za zaposlenike za pružanje povratnih informacija o naporima za inkluzivnost.
  - [ ] Aktivno rješavajte sve nedoumice ili prijedloge zaposlenika.

05 Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo

Angažman zajednice

- **Partnerstva s LGBTIQ+ organizacijama:**
  - [ ] • Surađujte s lokalnim i nacionalnim LGBTIQ+ grupama za zagovaranje.
  - [ ] Sponzorirajte i sudjelujte u LGBTIQ+ događajima i inicijativama.
- **Volontiranje i filantropija:**
  - [ ] • Potaknite zaposlenike da volontiraju u LGBTIQIA+ organizacijama.
  - [ ] Dodijelite dio filantropskog proračuna tvrtke za podršku LGBTIQIA+ ciljevima.

Uključivi marketing i komunikacija tijekom cijele godine

- **Raznovrsna reprezentacija:**
  - [ ] • Pobrinite se da marketinški materijali sadrže različite prikaze roda i seksualnosti.
  - [ ] Izbjegavajte stereotipne prikaze i promovirajte autentične LGBTIQ+ priče.
- **Dosljedno slanje poruka:**
  - [ ] • Održavajte inkluzivne poruke u svim marketinškim i komunikacijskim naporima, ne samo tijekom Mjeseca ponosa.
  - [ ] • Istaknite priče LGBTIQ+ zaposlenika i kupaca.

Mjerenje i odgovornost

- **Povratne informacije zaposlenika:**
  - [ ] • Provedite anonimne ankete kako biste prikupili percepcije zaposlenika o inkluzivnosti.
  - [ ] Koristite povratne informacije kako biste kontinuirano poboljšavali napore za raznolikost i uključivanje.

Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo 05

- **Javna odgovornost:**
  - [ ] • Objavite godišnje izvješće o raznolikosti i uključivanju.
  - [ ] Podijelite uspjehe i područja za poboljšanje s dionicima i javnošću.

Stvaranje inkluzivne kulture

- **Slavljenje različitosti:**
  - [ ] • Prepoznati i slaviti različite kulturne i identitetske događaje i praznike.
  - [ ] Promicati kulturu poštovanja i uključenosti kroz inicijative u cijeloj tvrtki.

- **Uključivo vodstvo:**
  - [ ] • Osigurajte da vodstvo odražava raznolikost radne snage.
  - [ ] Držite vođe odgovornima za njegovanje uključivog okruženja.

Autentičnost u Pride Marketingu: Savjeti za smisleni angažman

U današnjem marketinškom krajoliku, brendovi su prepoznali važnost povezivanja s društvenim ciljevima, uključujući obilježavanje Mjeseca ponosa i podršku LGBT+ zajednici. Međutim, jednostavno crtanje duge na proizvodu ili dijeljenje objave s temom ponosa više nije dovoljno za odjek kod publike. Autentičnost je najvažnija u Pride marketingu, osiguravajući da se brendovi angažiraju na smislene načine koji istinski podržavaju i podižu LGBT+ zajednicu. Evo nekoliko ključnih savjeta za izradu autentičnih Pride marketinških kampanja:



05 Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo

- **Razumijevanje duginog pranja:** Prije nego što se upustite u Pride marketing, ključno je upoznati se s konceptom duginog pranja. Rainbow washing se odnosi na neiskrenu ili površnu upotrebu LGBT+ simbola ili tema u marketinške svrhe bez istinske potpore ili djelovanja iza njih. Izbjegnite upadanje u ovu zamku tako što ćete osigurati da vaše Pride inicijative budu podržane autentičnom podrškom i opipljivim naporima za promicanje jednakosti i inkluzivnosti.

- **Uključite LGBT+ zajednicu:** Autentično predstavljanje ključno je u marketingu Pridea. Umjesto označavanja ili iskorištavanja LGBT+ identiteta, uključite članove zajednice u sve aspekte svojih marketinških kampanja. To uključuje zapošljavanje LGBT+ osoba kao talenata, konzultanata ili suradnika kako bi se osiguralo da su njihovi glasovi i iskustva točno prikazani i poštovani.

- **Cijenite, ne prisvajajte:** Kada uključujete LGBT+ kulturu u svoje marketinške kampanje, bitno je pažljivo postupati kako biste izbjegli kulturno prisvajanje. Poštujte kulturni značaj simbola, jezika i tradicije unutar LGBT+ zajednice i osigurajte da su vaše poruke autentične i pune poštovanja. Odaberite jezik i slike koji slave različitost i inkluzivnost bez prisvajanja ili stereotipa.

- **Promicanje savezništva tijekom cijele godine:** Dok je Mjesec ponosa izvrsna prilika za pojačavanje glasova i problema LGBT+ osoba, istinsko savezništvo traje i dulje od jednog mjeseca. Uključite poruke podrške za LGBT+ zajednicu u vrijednosti i radnje svoje marke tijekom cijele godine. Razmislite o partnerstvu s LGBT+ organizacijama, sponzoriranju događaja ili provedbi inicijativa za raznolikost i inkluziju unutar vaše tvrtke kako biste pokazali stalnu podršku.

- **Obrazujte i zagovarajte:** koristite svoju platformu za educiranje svoje publike o LGBT+ pitanjima, promicanje prihvaćanja i zagovaranje pozitivnih promjena. Dijelite resurse, priče i svjedočanstva članova LGBT+ zajednice kako biste podigli svijest i potaknuli empatiju. Potaknite svoju publiku da postanu saveznici i poduzmu mjere za stvaranje inkluzivnijeg svijeta.



Vodeći uz različitost: prihvaćanje LGBTQIA+ perspektiva (za saveznike)

Resurs za učenje: https://www.youtube.com/watch?v=2GVOxIPF3Bc (Zašto nam treba više raznolikosti za rješavanje složenih problema)

Aktivnost 1: Razmislite o svojoj svijesti

upute:

1. Odvojite 10-15 minuta u mirnom prostoru gdje se možete usredotočiti.
2. Izvadite komad papira ili otvorite dokument na računalu.
3. Zapišite tri stvari koje već znate o LGBTQ+ uključivanju.
4. Razmislite o svojim osobnim iskustvima, znanju stečenom obrazovanjem ili obukom i svim predrasudama koje možda imate.
   a. Zatim zapišite tri područja za koja smatrate da biste mogli naučiti više o uključivanju LGBTQIA+.
5. Razmotrite teme ili probleme s kojima možda niste upoznati ili gdje je vaše razumijevanje ograničeno.
6. Kada završite, pregledajte svoja promišljanja i razmislite kako se možete dodatno educirati u područjima u kojima se osjećate manje upućenima.

Aktivnost 2: Empatija i razumijevanje

upute:

1. **Odaberite scenarij ili iskustvo s kojim se LGBTQ+ osobe obično susreću, poput izlaska pred obitelj, suočavanja s diskriminacijom na radnom mjestu ili suočavanja s društvenom stigmom.**
2. **Odvojite trenutak i zamislite sebe u toj situaciji, doživljavajući misli, osjećaje i izazove s kojima bi se netko u toj poziciji mogao susresti.**
3. **Napišite kratku priču (1-2 odlomka) opisujući svoje zamišljeno iskustvo, fokusirajući se na emocije i prepreke s kojima biste se suočili kao LGBTQ+ osoba.**
4. **Razmotrite kako društvene norme, osobni odnosi i institucionalna politika mogu utjecati na vaše iskustvo.**
5. **Razmislite o uvidima stečenim ovom vježbom i razmotrite kako ih možete primijeniti da poboljšate svoju empatiju i razumijevanje LGBTQ+ perspektiva u svojoj ulozi voditelja.**

Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo 05

Aktivnost 3: Akcijski plan zagovaranja

upute:

1. Osmislite tri konkretne radnje koje možete poduzeti sljedećih mjesec dana kako biste zagovarali uključivanje LGBTQIA+ unutar svoje organizacije ili zajednice.
2. Razmotrite inicijative poput održavanja treninga, zagovaranja promjena politike, organiziranja savezničkog treninga ili sudjelovanja u ponosu.
3. Zapišite svaku radnju zajedno s konkretnim koracima koje ćete poduzeti da je provedete.
4. Postavite rokove za svaku radnju i identificirajte sve resurse ili podršku koja će vam možda trebati za njihovu provedbu.
5. Kada završite, podijelite svoj akcijski plan s kolegom od povjerenja ili mentorom radi povratnih informacija i odgovornosti.
6. Potaknite druge da vam se pridruže u podršci LGBTQ+ naporima za uključivanje i razgovarajte o mogućim akcijama koje mogu poduzeti kao saveznici.

Aktivnost 4: Stvaranje sigurnih prostora

upute:

1. Pregledajte trenutna pravila i prakse svoje organizacije vezane uz uključivanje LGBTQ+.
2. Identificirajte jednu politiku ili praksu koja bi se mogla primijeniti ili poboljšati kako bi se stvorilo sigurnije i afirmiranije okruženje za LGBTQ+ osobe.
3. Razvijte plan za provedbu predložene promjene, uključujući specifične korake, vremenske okvire i uključene dionike.
4. Razmotrite čimbenike kao što su potrebe za obukom, komunikacijske strategije i potencijalne prepreke provedbi.
5. Predstavite svoj prijedlog relevantnim donositeljima odluka unutar vaše organizacije i zagovarajte njegovo usvajanje.
6. Pratite proces implementacije i prikupite povratne informacije od zaposlenika LGBTQIA+ kako biste osigurali učinkovitost promjena.



Praktični savjeti za vodstvo za LGBTQIA+ mlade

• RAZVOJ OSOBNOG BRENDA:

- Stvorite snažnu online prisutnost putem platformi kao što su LinkedIn, Twitter ili Instagram, gdje možete pokazati svoje vještine, iskustva i postignuća.
- Osmislite uvjerljiv osobni narativ koji ističe vaše jedinstvene prednosti, vrijednosti i težnje. Upotrijebite pripovijedanje da uključite svoju publiku i izgradite autentične veze.
- Dosljedno dijelite sadržaj povezan s vašom industrijom ili interesima, kao što su članci, postovi na blogu ili videozapisi, kako biste se postavili kao predvodnik mišljenja i izgradili kredibilitet unutar svoje niše.
- Strateški se umrežite s profesionalcima u svom području, online i offline, kako biste proširili svoj doseg i mogućnosti za suradnju i mentorstvo.

• STEREOTIPI KOJI IZAZIVAJU:

- Zagovarajte LGBTQIA+ zastupljenost i vidljivost u svojoj industriji govoreći protiv stereotipa i zabluda.
- Upotrijebite svoju platformu/organizaciju/posao i glas kako biste se suprotstavili diskriminatornim praksama i promovirali različitost i uključenost na radnom mjestu.
- Budite primjerom pokazujući profesionalizam, kompetenciju i vještine vođenja u svojim interakcijama s kolegama, klijentima i dionicima.
- Potražite prilike da podijelite svoju stručnost i iskustva kao LGBTQ+ osoba u svom području, bilo kroz govorne angažmane, panel rasprave ili medijske intervjue.
- Mentor i podrška drugim LGBTQ+ osobama koje se suočavaju sa sličnim izazovima ili traže vodstvo na svojim profesionalnim putovanjima.

05 Kultura, raznolikost, zastupljenost i LGBTQIA+ vodstvo

• IZGRADNJA MREŽE PODRŠKE:

- Okružite se mentorima, vršnjacima i saveznicima koji dijele vaše vrijednosti i mogu vam ponuditi vodstvo, podršku i ohrabrenje.
- Pridružite se LGBTQ+ profesionalnim mrežama, afinitetnim grupama ili poslovnim udruženjima gdje se možete povezati s istomišljenicima i pristupiti resursima i prilikama prilagođenim vašim potrebama.
- Njegujte odnose s mentorima i sponzorima koji vam mogu pružiti vrijedne uvide, savjete i prilike za karijeru.
- Posjećujte mrežnim događajima, konferencijama i radionicama kako biste proširili svoju mrežu i učili od vodećih u industriji i stručnjaka.
- Aktivno sudjelujte u mrežnim zajednicama i forumima gdje možete komunicirati s drugima, postavljati pitanja i dijeliti znanja i iskustva.

• KONTINUIRANO UČENJE I RAZVOJ VJEŠTINA:

- Uložite u svoj profesionalni razvoj traženjem prilika za učenje, poput radionica, webinara i online tečajeva, koji su u skladu s vašim ciljevima i interesima u karijeri.
- Ostanite informirani o novim trendovima, tehnologijama i najboljim praksama u vašoj industriji čitanjem publikacija iz industrije, sudjelovanjem na konferencijama i umrežavanjem s kolegama.
- Razvijte način razmišljanja o rastu koji prihvaća izazove, povratne informacije i cjeloživotno učenje. Na neuspjehe gledajte kao na prilike za rast i poboljšanje i budite proaktivni u traženju načina za razvoj novih vještina i kompetencija.
- Potražite mentore, trenere ili savjetnike koji vam mogu pružiti smjernice i podršku dok se krećete svojim putem u karijeri i slijedite svoje ciljeve.

• ZAGOVORNIK PROMJENA I SOCIJALNE PRAVDE:

- Koristite svoju platformu i glas za zagovaranje socijalne pravde, jednakosti i ljudskih prava za LGBTQIA+ pojedince i druge marginalizirane zajednice.
- Uključite se u aktivizam, zagovaranje ili napore organiziranja zajednice koji su u skladu s vašim vrijednostima i strastima.

“Ne moraš biti gay da bi bio navijač, samo moraš biti čovjek.”
– Daniel Radcliffe



OSNOVE DIGITALNOG PODUZETNIŠTVA: ALATI KOJE MORATE IMATI ZA USPJEH 06

U današnjem digitalnom dobu, poduzetnici se uvelike oslanjaju na razne online alate i platforme kako bi pojednostavili svoje poslovanje, dosegnuli ciljnu publiku i potaknuli rast. Evo odabranog popisa bitnih digitalnih alata koje bi svaki poduzetnik trebao uključiti u svoj set alata:

- **Platforme za izradu web stranica:** Platforme poput WordPressa, Wixa ili Squarespacea omogućuju poduzetnicima stvaranje profesionalnih web stranica bez opsežnog znanja kodiranja, što im omogućuje uspostavljanje snažne online prisutnosti.
- **Softver za upravljanje odnosima s klijentima (CRM):** CRM alati kao što su HubSpot, Salesforce ili Zoho CRM pomažu poduzetnicima u upravljanju interakcijama s klijentima, praćenju potencijalnih kupaca i njegovanju odnosa kako bi se povećala prodaja i prihod.
- **Platforme za marketing putem e-pošte**: Usluge kao što su Mailchimp, Constant Contact ili ConvertKit omogućuju poduzetnicima stvaranje i automatizaciju marketinških kampanja putem e-pošte, interakciju sa svojom publikom i povećanje konverzija.
- **Alati za upravljanje društvenim medijima**: Alati kao što su Hootsuite, Buffer ili Sprout Social pomažu poduzetnicima da zakažu objave, upravljaju s višestrukim računima na društvenim mrežama, analiziraju metriku učinka i učinkovito komuniciraju sa svojom publikom na raznim platformama.
- **Softver za upravljanje projektima:** Platforme kao što su Asana, Trello ili Monday.com pomažu poduzetnicima u organiziranju zadataka, suradnji s članovima tima, postavljanju rokova i učinkovitom praćenju napretka projekta.
- **Alati za optimizaciju tražilica (SEO):** SEO alati kao što su SEMrush, Moz ili Ahrefs pomažu poduzetnicima da optimiziraju sadržaj svoje web stranice, provedu istraživanje ključnih riječi, prate rangiranje i poboljšaju svoju vidljivost u rezultatima tražilice.
- **Alati za izradu sadržaja i dizajn:** Alati kao što su Canva, Adobe Creative Cloud ili Piktochart omogućuju poduzetnicima stvaranje vizualno privlačnih grafika, prezentacija i marketinških materijala kako bi poboljšali identitet svoje marke i privukli kupce.
- **Platforme za analitiku i izvješćivanje:** usluge kao što su Google Analytics, Google Data Studio ili Microsoft Power BI poduzetnicima pružaju dragocjene uvide u promet web stranice, ponašanje korisnika i marketinšku izvedbu, osnažujući ih da donose odluke temeljene na podacima i poboljšaju svoje strategije.
- **Rješenja za online plaćanje:** Alati kao što su PayPal, Stripe ili Square omogućuju poduzetnicima da sigurno prihvate online plaćanja, upravljaju transakcijama i integriraju obradu plaćanja u svoje web stranice ili platforme za e-trgovinu.
- **Korisnička podrška i alati za chat uživo:** Platforme kao što su Zendesk, Intercom ili LiveChat pružaju rješenja za korisničku podršku, uključujući live chat, helpdesk ticketing i automatizirane odgovore, osiguravajući brzu i učinkovitu korisničku uslugu.

06 Osnove digitalnog poduzetništva: alati koje morate imati za uspjeh

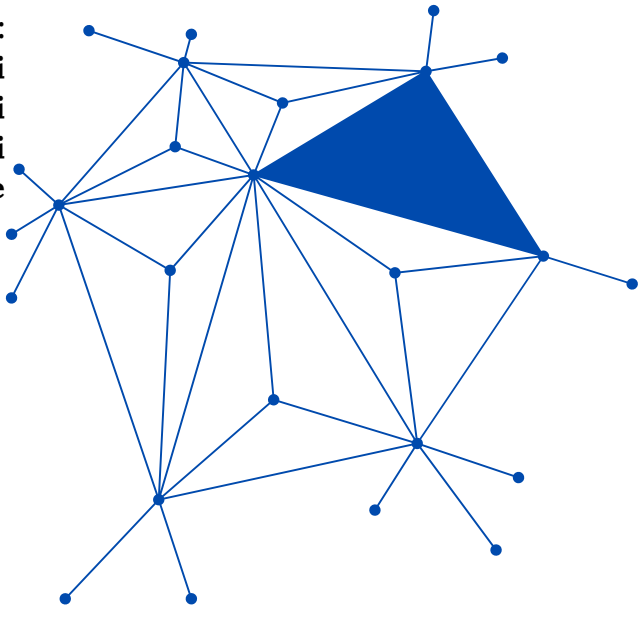
Pohrana u oblaku i dijeljenje datoteka: Alati kao što su Google Drive, Dropbox ili OneDrive nude sigurnu pohranu u oblaku, dijeljenje datoteka i značajke suradnje, omogućujući poduzetnicima pristup i dijeljenje dokumenata s bilo kojeg mjesta.

Platforme za automatizaciju marketinga: Rješenja kao što su Marketo, Pardot ili ActiveCampaign automatiziraju marketinške zadatke, kao što su kampanje putem e-pošte, njegovanje potencijalnih klijenata i segmentacija kupaca, poboljšavajući učinkovitost i ciljanje.

Online alati za ankete i povratne informacije: Platforme kao što su SurveyMonkey, Typeform ili Google Forms omogućuju poduzetnicima prikupljanje povratnih informacija od kupaca, provođenje istraživanja tržišta i mjerenje zadovoljstva kupaca.

Platforme za oglašavanje na društvenim mrežama: Alati kao što su Facebook Ads Manager, Google Ads ili LinkedIn Ads omogućuju poduzetnicima stvaranje, upravljanje i analizu plaćenih reklamnih kampanja na raznim platformama društvenih medija.

Sustavi za upravljanje učenjem (LMS): Alati poput Teachable, Thinkific ili Kajabi pomažu poduzetnicima u stvaranju i prodaji online tečajeva, pružajući platformu za dijeljenje znanja i stvaranje prihoda.



Interaktivna vježba: Napravite strategiju društvenih medija za LGBTQIA+ tvrtku

Ova vježba će vas voditi kroz stvaranje sveobuhvatne strategije društvenih medija za LGBTQIA+ posao. Slijedite svaki korak, odgovorite na pitanja u predviđenim mjestima i gradite svoju strategiju dio po dio. Na kraju ćete imati detaljan plan za provedbu.

upute:
Odvojite posebnu bilježnicu ili dokument za ovu vježbu.
Pažljivo pročitajte svaki korak i odgovorite na pitanja u predviđenim mjestima.
Budite što detaljniji i konkretniji u svojim odgovorima.
Pregledajte svoje odgovore na kraju kako biste bili sigurni da su u skladu s vašim općim ciljevima.

Korak 1: Definirajte svoje ciljeve Postavljanje ciljeva

PITANJE	VAŠ ODGOVOR
Koji su vaši primarni ciljevi za prisutnost na društvenim mrežama? (npr. povećanje svijesti o robnoj marki, povećanje prometa na web-mjestu, stvaranje potencijalnih kupaca ili prodaje, izgradnja angažmana zajednice, podrška LGBTQ+ zagovaranju i svijesti)	
Koje konkretne rezultate želite postići svojom prisutnošću na društvenim mrežama? **Kako će ti ciljevi podržati vaše ukupne poslovne ciljeve?**	

06 Osnove digitalnog poduzetništva: alati koje morate imati za uspjeh

Korak 2: Identificirajte svoju ciljnu publiku Identifikacija publike

PITANJE	VAŠ ODGOVOR
Tko su vaši idealni pratitelji? (npr. dobni raspon, spolni identitet, lokacije, interesi i ponašanja, izazovi i bolne točke)	
Tko će najvjerojatnije imati koristi od vašeg sadržaja i angažirati se na njemu?	
Kako se njihovi interesi usklađuju s vašom poslovnom ponudom?	

Korak 3: Odaberite svoju platformu

Na koje platforme društvenih medija ćete se usredotočiti? (npr. Facebook, Instagram, X, LinkedIn, TikTok, YouTube)	
Gdje vaša ciljana publika provodi svoje vrijeme na internetu?	
Koje platforme najbolje odgovaraju vašoj vrsti sadržaja i ciljevima?	

Osnove digitalnog poduzetništva: 06 alata koje morate imati za uspjeh

Korak 4: Odaberite svoju platformu Planiranje sadržaja

PITANJE	VAŠ ODGOVOR
Koje ćete vrste sadržaja stvarati? (npr. inspirativne priče, edukativni postovi, prikazi proizvoda, sadržaj koji generiraju korisnici, promocije događaja, kampanje zagovaranja i podizanja svijesti)	
Koje ćete formate sadržaja (slike, videozapise, članke) koristiti?	
Kako možete uravnotežiti promotivni i vrijednosni sadržaj?	

Korak 5: Razvijte svoj raspored objavljivanja

Koliko često ćete objavljivati? (npr. dnevno, nekoliko puta tjedno, tjedno)	
U koje vrijeme i dane je vaša publika najaktivnija?	
Kako možete održati dosljednost bez preopterećenja publike?	

06 Osnove digitalnog poduzetništva: alati koje morate imati za uspjeh

Korak 6: Uključite se u svoju publiku

PITANJE	VAŠ ODGOVOR
Kako ćete komunicirati sa svojim pratiteljima?	
Koje ćete metode koristiti za poticanje osjećaja zajedništva?	
Kako možete potaknuti pratitelje da se pozabave vašim sadržajem?	

Korak 7: Izmjerite i prilagodite

Kako ćete pratiti svoj učinak?	
Koje ćete ključne metrike pratiti?	
Kako ćete koristiti podatke da poboljšate svoju strategiju?	

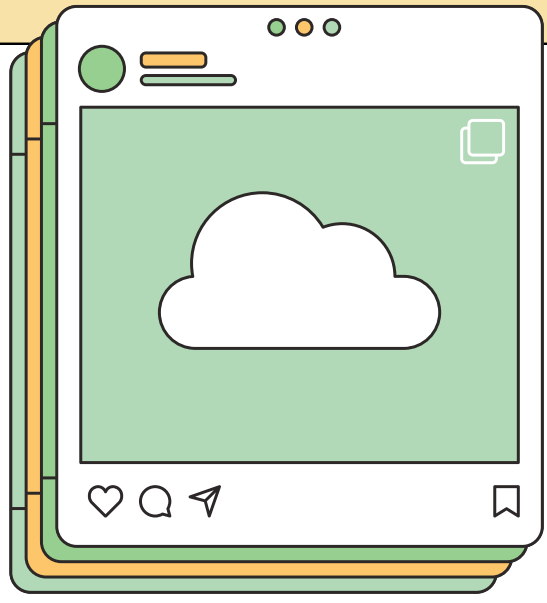
Osnove digitalnog poduzetništva: 06 alata koje morate imati za uspjeh

Završni pregled

- Pregledajte sve svoje odgovore i osigurajte da su u skladu s vašim ukupnim poslovnim ciljevima.
- Podijelite svoju dovršenu strategiju s vršnjakom ili mentorom radi povratnih informacija.
- Provedite svoj plan, pratite njegovu izvedbu i budite spremni prilagoditi se prema potrebi kako biste postigli najbolje rezultate.

Sažetak vježbe

Slijedeći ove korake i odgovarajući na pitanja, razvili ste detaljnu strategiju društvenih medija prilagođenu LGBTQIA+ poslovanju. Zapamtite, ključ uspjeha je dosljednost, angažman i vjernost vrijednostima i misiji vašeg brenda.



PRILOZI



Slavljenje LGBTQIA raznolikosti u vodstvu

TIM COOK

Pozicija: CEO Apple Inc.
Postignuća: Tim Cook je 2014. postao prvi otvoreno homoseksualni izvršni direktor tvrtke s popisa Fortune 500. Pod njegovim vodstvom, Apple je nastavio s inovacijama i napredovanjem, postavši prva tvrtka na svijetu vrijedna bilijun dolara. Cook je glasni zagovornik LGBTQIA prava i uključivanja na radnom mjestu.



PETER THIEL:

- Pozicija: Suosnivač PayPala, rizični kapitalist
- Postignuća: Peter Thiel vrlo je utjecajan rizični kapitalist i poduzetnik, poznat po suosnivanju PayPala i ranom ulaganju u tvrtke poput Facebooka. Thiel, koji je rođen u Njemačkoj, a kasnije se preselio u Sjedinjene Države, bio je otvoreni gay tijekom cijele svoje karijere.

LEANNE PITTSFORD



- Položaj: Osnivač i izvršni direktor Lesbians Who Tech
- Postignuća: Leanne Pittsford je vizionarska voditeljica te osnivačica i izvršna direktorica Lesbians Who Tech, globalne zajednice LGBTQIA žena i nebinarnih pojedinaca u tehnologiji.



SAM ALTMAN:

- Pozicija: izvršni direktor OpenAI-a, bivši predsjednik Y Combinatora

Postignuća: Sam Altman značajna je osoba u tehnološkoj industriji, poznat po svom vodstvu kao izvršni direktor OpenAI-ja i svojoj prethodnoj ulozi predsjednika Y Combinatora, jednog od najprestižnijih startup akceleratora na svijetu. Kao otvoreni gay poduzetnik i investitor, Altman je dao značajan doprinos tehnološkom ekosustavu, potičući inovacije i podržavajući rast brojnih uspješnih startupa.

LGBTQIA+ mreža podrške: organizacije u Njemačkoj, Hrvatskoj i Poljskoj

1. CSD Erlangen
c/o Fliederlich e.V.
Sandstraße 1, 90443 Nürnberg info@makeyourtownqueer.de

2. RADNA SKUPINA QUEER
Turnstraße 7 Erlangen, Njemačka stuve-queer@fau.de

3. Koordinacijska skupina "SOGI - Seksualna orijentacija i rodni identitet" Metropolitanske regije Nürnberg.
Ured za jednake mogućnosti i raznolikost / Međunarodni odnosi https://erlangen.de/en/aktuelles/sogi Adresa Rathausplatz 1, 91052 Erlangen +499131862375

4. Fliederlich e.V
E-pošta: verein@fliederlich.de www.fliederlich.de Breite Gasse 76, 90402 Nürnberg



Dodatak: Priručnik o poslovnom ponosu

1. Zagreb Pride
Andrije Žaje 43a
10000 Zagreb Hrvatska
franko@zagreb-pride.net ivan.adam@zagreb-pride.net

2. Iskorak
Šenoina 34 (3rd floor) Zagreb, Croatia
info@iskorak.hr

3. kolekTIRV
Ilica 139, 10000 Zagreb info@kolektirv.hr



1. Ljubav ne isključuje druženje
Adresa: ul. Wspólna 61/102, 00-687 Varšava
Kontakt: kontakt@mnw.org.pl
Web stranica: mnw.org.pl

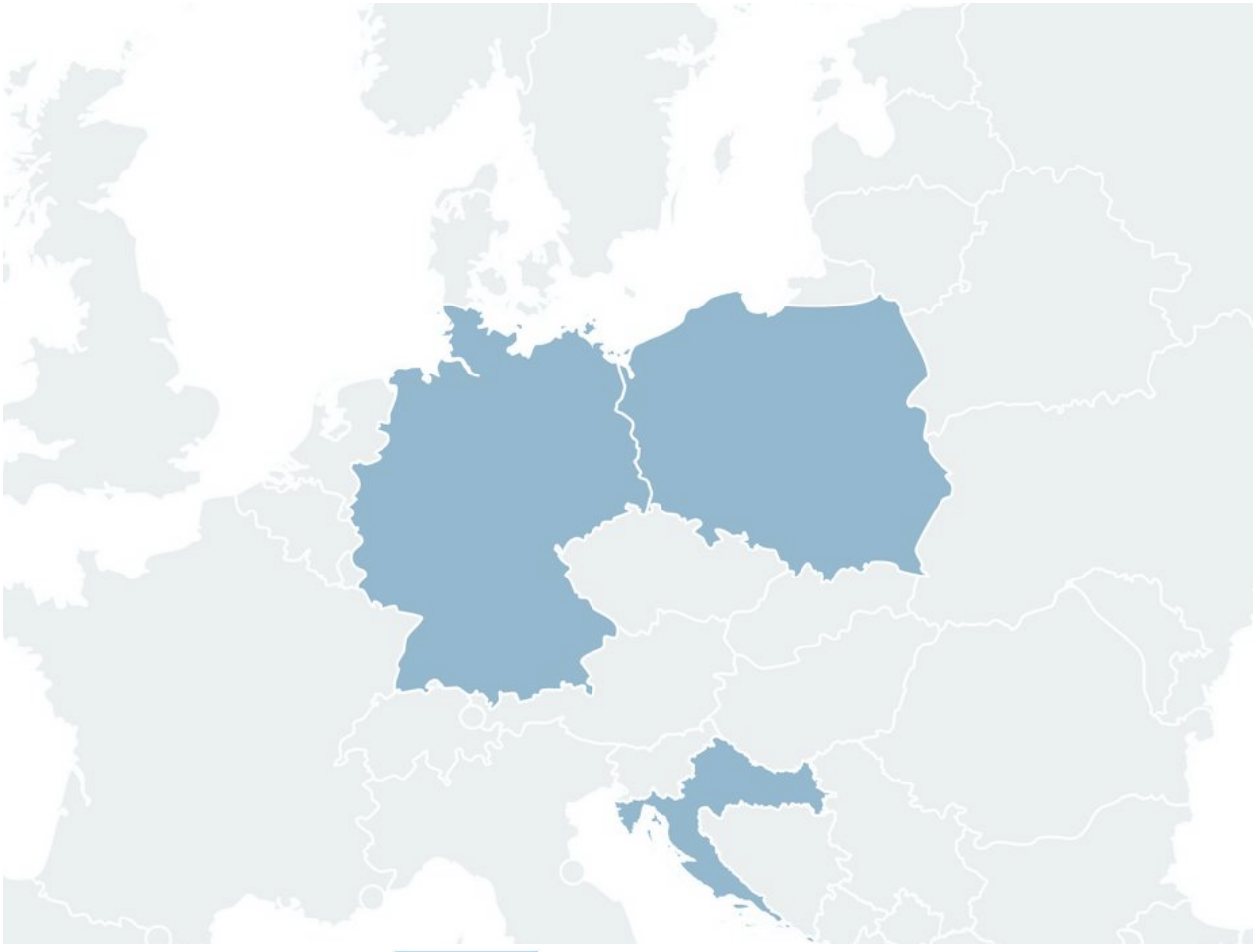
2. Zaklada Lambda Polska
Adresa: Rayskiego 25/2, Szczecin pomoc@lambdapolska.org
lambdapolska.org



3. Fond za promjene
Adresa: ul. Nowogrodzka 7/9 lok. 35, 00-513 Warszawa
kontakt@dlaodmiany.org.pl dlaodmiany.org.pl

Ti se suzdrži

1. https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/entrepreneurship
2. https://hbr.org/topic/subject/entrepreneurship
3. https://online.hbs.edu/blog/post/finance-for-non-finance-professionals-finance-terms-to-know
4. https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process#:~:text=Design%20thinking%20is%20an%20iterative,%2C%20Ideate%2C%20Prototip%20i%20Test.
5. https://www.linkedin.com/advice/0/what-key-challenges-benefits-applying-design-thinking
6. https://gov.hr/hr/registracija-i-pokretanje-poslovanja-u-hrvatskoj/2447
7. https://www.biznes.gov.pl/en/portal/02170
8. https://www.unternehmensregister.de/ureg/?submitaction=language&language=en
9. https://wislgbtchamber.com/blogs/the-keys-to-succeeding-as-an-lgbt-entrepreneur-in-a-competitive-business-world/
10. https://www.gglbc.de/en/
11. https://www.eglcc.eu/en/
12. https://equality.leeds.ac.uk/support-and-resources/inclusive-language-guidance/
13. https://www.ccl.org/articles/leading-effectively-articles/when-inclusive-leadership-goes-wrong-and-how-to-get-it-right/#:~:text=Inclusive%20leaders%20su%20pojedinci%20koji%20surađuju%20učinkovitije%20s%20drugima.



Co-funded by
the European Union

Financira Europska unija. Izraženi stavovi i mišljenja su, međutim, samo autorovi i ne odražavaju nužno stavove Europske unije ili Izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

BUSINESS PRIDE

Poslovni ponos Priručnik

2022-3-DE04-KA210-YOU-000099662