

BILAGA 2: RESULTAT RS14

NACKA

01 HANDLEDARE

Johanna Theander, 22 år (Programansvarig)

Ung entreprenör som bl.a. har utvecklat en talande tandborste för barn och är en flerfaldig stipendiat inom entreprenörskap. Har tidigare erfarenhet av projektledning inom ett flertal branscher.

Sara Tengvall, 22 år

Sara sitter bl.a. i den europeiska styrelsen för JA-YE Alumni (UF Europa) där hon arbetar ideellt med styrning av nätverket. Vidare studerar hon ett beteendevetenskapligt kandidatprogram på Stockholms Universitet, och försöker parallellt att starta upp ett eget företag.

02 DELTAGARE

Antal platser:	30
Antal sökande:	99
Antal som bekräftat sin plats och accepterat deltagarvillkoren:	30
Antal fullföljande:	29



03 KOMMENTARER FRÅN PROGRAMANSVARIG HANDEDARE

KICKOFF-VECKAN

När deltagarna kom till Dieselverkstaden i Sickla Köpkvarter på måndag morgon var det många som var nervösa. De visste nog inte riktigt vad de skulle förvänta sig, och självklart är det lite läskigt att träffa så många nya människor på en och samma gång. Men vi handledare gjorde vårt bästa för att lätta upp stämningen: vi presenterade oss själva på ett roligt sätt, berättade kort om vad som väntade dem och lät sedan deltagarna under lekfulla former presentera sig själva för varandra. Hela måndagen ägnades egentligen åt till att skapa en bra sammanhållning i gruppen. Vi ville verkligen att deltagarna skulle känna sig avslappnade och trygga med varandra, då det är avgörande för att de ska våga genomföra övningar tillsammans och utmana sig själva och varandra.

Redan på tisdagen var det dags för deltagarna att börja komma på sina affärsidéer. Naturligtvis var det inte helt lätt för alla att bestämma vad de skulle göra – att tänka på affärsidéer är ju inte något ungdomarna brukar göra till vardags. Men efter ett par workshops fick vi igång deras kreativitet och ganska snart hade vi fyllt en hel tavla med idéer.

Under onsdagen, och resterande delen av kickoff-veckan, arbetade sedan deltagarna, enskilt och i grupp, men att utveckla sina affärsidéer och sin affärsplan. Deltagarna fick lyssna till föreläsningar i bl.a. marknadsföring, försäljning och ekonomi, och vid ett flertal tillfällen utmanade vid också deltagarna genom olika former av praktiska övningar. Till exempel gav vi deltagarna en penna och lät dem sedan under 45 min gå iväg och försöka byta till sig något så värdefullt som möjligt. Detta tvingade dem att ta kontakta med främmande människor, och även om det var många som tyckte det var nervöst så var det tydligt att övningen framkallade mycket skratt och gav deltagarna insikten att det ju faktiskt inte är så farligt att prata med okända människor.

Kickoff-veckan avslutades med ett "Draknäste" – ett moment där deltagarna ska presentera sin affärsplan för en panel av experter, eller "drakar" som vi kallar dem. Årets drakar var Fritjof Andersson (VD för RelationDesk AB), Maria Pogosjan (bloggaren för Aftonbladet), Artan Mansouri (VD för Trazie AB), Evelina Skagerlind (Verksamhetschef för Young Entrepreneurs of Sweden) och Jan-Erik Jansson (Ordf. i Arbets- och företagarnämnden i Nacka kommun). Många gruvade sig länge inför detta moment. Att presentera inför grupp är ju något som de allra flesta tycker är obekvämt som det är, och att göra det för hela gruppen och för en jury var såklart en stor utmaning för många. Men samtliga deltagare genomförde momentet, fick mycket bra feedback på sin affärsidé och jag är övertygad om att alla deltagare växte mycket av uppgiften och kände sig bättre rustade inför de kommande veckorna med företagande.

BILAGA 2

FÖRETAGANDET

Företagandet i sig verkar verkligen ha gett deltagarna en bra insikt i hur det är att vara företagare och sin egna chef. Under första veckan gick alla företagen in med inställningen av att de skulle tjäna en massa pengar genom att lägga lappar i brevlådor. Majoriteten av företagen var en aning uppgivna när de tre dagar senare insåg att marknadsföringen inget givit den respons de förväntat sig. Som handledare har jag verkligen pushat dem till att våga ta en mer personlig kontakt med kunderna och på första veckoträffen insåg de flesta deltagare att det inte finns några genvägar – för att snabbt nå ut till kunder måste man våga ta personlig kontakt. Jag tror att deltagarna tyckte att veckoträffen var givande då Artan Mansouri också kom och pratade om sin resa och att den heller inte varit spikrak. I övrigt ägnades veckoträffen åt att ha roligt tillsammans, med syftet att bibehållade den starka sammanhållningen i gruppen. Vi har verkligen varit måna om att alla deltagare hela tiden skulle känna sig som en naturlig del av gruppen, och att relationen mellan oss handledare och deltagarna skulle vara så bra som möjligt. Vår upplevelse är att vi lyckades bra med att skapa en bra relation till deltagarna, och jag tror och hoppas att de känt att de fått ett bra stöd i sitt företagande.

Andra veckan var det mer tempo och problemlösning i företagen; en del nischade sin affärsidé och andra bytte affärsidé helt och hållet. På den andra veckoträffen delade Maria Pogosjan med sig av sina erfarenheter och vi pratade mycket om att våga tro på sig själv även om ens omgivning inte gör det. Jag kände verkligen att deltagarna under vecka två behövde en riktig boost för självförtroendet, och det fick de!

Under tredje och sista veckan hände det verkligen som mest i företagen. De drog in betydligt mer pengar och var framförallt mycket mer taggade. På avslutningsträffen pratade vi mycket om vad de har lärt sig under veckorna och vad de kan ta med sig när de ska studera eller börja jobba. Många av deltagarna kände att de hade blivit modigare, men också att de har fått en helt annan förståelse för försäljare och även för deras egen privatekonomi. Vi utvärderade också sommaren, delade ut priser till de deltagare som utmärkt sig lite extra och samtliga deltagare fick diplom.

BILAGA 2

EXEMPEL PÅ DELTAGARNAS AFFÄRSIDÉER

- Klimatkompenserade kalsonger
- Måleri
- Trädgårdsarbete
- Gräsklippning
- Biltvätt
- IT-hjälp för äldre
- Design av digitala fotoböcker
- Tillverkning och försäljning av hemgjord sylt och marmelad
- Barnpassning
- Bakning och försäljning av kakor
- Fönsterputsning
- Godisförsäljning
- Försäljning av ekologiskt kaffe
- Fotografering av turister med polaroidkamera
- Barnpassning med språkundervisning