

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Λίγα λόγια για τους συγγραφείς	20
Πρόλογος	23
Ευχαριστίες	29

## ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΤΡΟΠΟ ΖΩΗΣ

<b>Κεφάλαιο 1 Επιχειρηματικότητα: Ένα Παγκόσμιο Κοινωνικό Κίνημα</b>	<b>34</b>
Η επιχειρηματικότητα απαιτεί δράση και πρακτική εφαρμογή	35
Η επιχειρηματικότητα ίσως είναι διαφορετική από αυτό που πιστεύατε	36
Προφίλ Επιχειρηματιών στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης	36
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ EN ΔΡΑΣΕΙ: Niari Keverian, Διευθύνουσα Σύμβουλος της ZOOS Greek Iced Tea	37
Κατάρριψη των Μύθων της Επιχειρηματικότητας	38
<b>Σύντομη αναφορά της εξέλιξης της επιχειρηματικότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες</b>	<b>42</b>
Εμφάνιση του Αυτοδημιούργητου Ανθρώπου (Η Εποχή της Αποικιοκρατίας στην Αμερική Πριν το 1776)	42
Ένα Επιχειρηματικό Έθνος (Πρώτη Βιομηχανική Επανάσταση 1776-1865)	42
Το Αποκορύφωμα της Επιχειρηματικότητας (Δεύτερη Βιομηχανική Επανάσταση 1865-1920)	43
Άνοδος της Θεσμικής Αμερικής των Ιδρυμάτων (Μεσοπολεμική και Μεταπολεμική Αμερική 1920-1975)	43
Περιορισμένη Επανεμφάνιση (Οικονομία της Γνώσης 1.0, 1975-Σήμερα)	44
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Πείτε μου την Ιστορία σας	46
<b>Είδη επιχειρηματικότητας</b>	<b>46</b>
Εταιρική Επιχειρηματικότητα	46
Οι Επιχειρηματίες Εντός	47
Αγορά Δικαιόχρησης (Franchise)	48
Αγορά Μικρής Επιχείρησης	48
Κοινωνική Επιχειρηματικότητα	48
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	50
Οικογενειακή Επιχείρηση	50
Επαναλαμβανόμενοι Επιχειρηματίες	51
<b>Ο κόσμος συμμετέχει στην επιχειρηματικότητα</b>	<b>52</b>
Η επιχειρηματικότητα ως Κοινωνικό Κίνημα	52
Παγκόσμια Επιχειρηματικότητα	54
Φύλο και Επιχειρηματικότητα	55
Τι Κάνει μια Χώρα Επιχειρηματική;	58
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Το Πρόγραμμα Diana	59
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Οι επιχειρηματικές πρακτικές στις αναπτυσσόμενες χώρες	61
<b>Πώς το παρόν βιβλίο θα σας βοηθήσει να εξασκήσετε την επιχειρηματικότητα</b>	<b>62</b>
<b>Κεφάλαιο 2 Η Άσκηση της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας</b>	<b>66</b>
<b>Δύο βασικές προοπτικές της επιχειρηματικότητας</b>	<b>67</b>
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ EN ΔΡΑΣΕΙ: Rob Hunter, Ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας HigherMe <a href="http://www.higherme.com">http://www.higherme.com</a>	69
Πρόβλεψη και Δημιουργία Εν Δράσει	70
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Η Δημιουργική Προσέγγιση	71
<b>Οι πέντε πιο σημαντικές δεξιότητες για την άσκηση της επιχειρηματικότητας</b>	<b>72</b>
Η Δεξιότητα Παιχνιδιού	73
Η Δεξιότητα Πειραματισμού	73
Η Δεξιότητα Ενσυναίσθησης	73

Η Δεξιότητα Δημιουργικότητας	74
Η Δεξιότητα Προβληματισμού	74
Η Επιχειρηματικότητα είναι περισσότερο Μέθοδος παρά Διαδικασία	77
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Άσκηση της επιχειρηματικότητας	79
<b>Η άσκηση της επιχειρηματικότητας: Εισαγωγή</b>	80
Οκτώ Στοιχεία της Άσκησης της Επιχειρηματικότητας	80
Χρήση της Άσκησης με σκοπό την Επίτευξη Διαρκούς Επιτυχίας	82
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Η Πρόκληση των 3 Ωρών	83
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	85
<b>Η έννοια της συνειδητής εξάσκησης</b>	85
<b>Κεφάλαιο 3 Ανάπτυξη της Επιχειρηματικής Νοοτροπίας</b>	<b>92</b>
<b>Η δύναμη της νοοτροπίας</b>	93
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΝ ΔΡΑΣΕΙ: Robert Donat, Ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος της GPS Insight	94
<b>Τι είναι η νοοτροπία;</b>	96
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Έρευνα για την Τύχη	97
Η Κατάλληλη νοοτροπία για την Επιχειρηματικότητα	98
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Τι δείχνει η νοοτροπία σου για σένα;	100
Πάθος και Επιχειρηματικότητα	100
Η επιχειρηματικότητα ως συνήθεια	101
<b>Η συνήθεια της αυτο-ηγεσίας</b>	102
<b>Η συνήθεια της δημιουργικότητας</b>	104
Ο παράγοντας του φόβου	105
Το Δημιουργικό Μυαλό	106
<b>Η συνήθεια του αυτοσχεδιασμού</b>	108
<b>Η νοοτροπία ως πορεία προς τη δράση</b>	110
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	110
Αυτοεκτίμηση και Επιχειρηματικές Προθέσεις	111
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Οι Σχέσεις των Συμμέτοχων και η Εμπιστοσύνη	112
Ο ρόλος της νοοτροπίας στην αναγνώριση ευκαιριών	113
<b>Κεφάλαιο 4 Στήριξη της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας</b>	<b>118</b>
<b>Ο ρόλος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας</b>	119
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΝ ΔΡΑΣΕΙ: Arthur Steingart, Διευθύνων Σύμβουλος (CEO) της Symp1e	120
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Ορισμός της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας	121
<b>Κοινωνική επιχειρηματικότητα και δυσπύλιστα προβλήματα</b>	121
<b>Τύποι κοινωνικής επιχειρηματικότητας</b>	124
Επιχειρηματικές Δραστηριότητες με Κοινωνικό Σκοπό	124
Επιχείρηση Κοινωνικού Αντίκτυπου	125
Μη Κερδοσκοπικές Επιχειρήσεις	126
Υβριδικά Μοντέλα Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας	129
<b>Κεφαλαιαγορές για κοινωνικούς επιχειρηματίες</b>	130
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Οι Ακούσιες Επιπτώσεις της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας	131
Μικροχρηματοδότηση ως Πηγή Κοινωνικής Χρηματοδότησης	133
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	134
<b>Κοινωνικοί επιχειρηματίες και οι συνεργάτες τους</b>	134
Τύποι συνεργατών	137
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Εξασκηθείτε να «Προσανατολίζετε στους άλλους»	138
<b>Διαφορές μεταξύ κοινωνικής επιχειρηματικότητας και εταιρικής κοινωνικής ευθύνης</b>	139
<b>Κοινωνική επιχειρηματικότητα και διεθνής ένταξη</b>	141

**ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΚΑΛΥΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ**

<b>Κεφάλαιο 5 Παραγωγή νέων ιδεών</b>	<b>150</b>
<b>Επιχειρηματική νοοτροπία και αναγνώριση ευκαιριών</b>	<b>151</b>
Η Έννοια της Ευκαιρίας	151
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ EN ΔΡΑΣΕΙ: McCarthy, Ιδρυτής του UltimateUglyChristmas.com	152
Η ιδέα συνιστά καινοτομία, εφεύρεση, βελτίωση ή είναι μη σχετική;	153
<b>Οι ευκαιρίες προκύπτουν μέσα από χιλιάδες ιδέες</b>	<b>155</b>
Ο μύθος του απομονωμένου εφευρέτη	155
Επτά Στρατηγικές για την Παραγωγή Ιδεών	156
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Βελτιώνουμε την Ιδέα Κάποιου Άλλου	157
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Ερωτευμένοι με την ιδέα σας;	160
<b>Δύο μέθοδοι αναγνώρισης ευκαιριών</b>	<b>160</b>
<b>Ευκαιρίες μέσω ενεργούς αναζήτησης και εγρήγορσης</b>	<b>162</b>
Ενεργός Αναζήτηση	162
Εγρήγορση	163
Δημιουργία ευκαιριών: Προηγούμενη γνώση και αναγνώριση μοτίβων	164
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	166
<b>Από την παραγωγή ιδεών στην αναγνώριση ευκαιριών</b>	<b>166</b>
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Μελέτη ΔΕΕΠ	168
 <b>Κεφάλαιο 6 Αξιοποίηση της σχεδιαστικής σκέψης</b>	 <b>174</b>
<b>Έννοια της σχεδιαστικής σκέψης</b>	<b>175</b>
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ EN ΔΡΑΣΕΙ: Anna Haupt και Terese Alstin, Ιδρύτριες του Hövding	176
<b>Σχεδιαστικής σκέψη ως ανθρωποκεντρική διαδικασία</b>	<b>177</b>
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Σας Βοηθούμε να Ανακαλύψετε τον Εσωτερικό σας Ενήλικα	179
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	180
<b>Η σχεδιαστικής σκέψη απαιτεί ενσυναίσθηση</b>	<b>180</b>
<b>Η διαδικασία σχεδιαστικής σκέψης: Έμπνευση, μορφοποίηση ιδέας, υλοποίηση</b>	<b>182</b>
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Η Ενσυναίσθηση ως Ηθική Πρόκληση	183
Έμπνευση	183
Μορφοποίηση Ιδεών	184
Υλοποίηση	185
Οι Τρεις Φάσεις της Σχεδιαστικής Σκέψης εν Δράσει	186
<b>Μηχανισμοί παρατήρησης και πληροφοριών</b>	<b>188</b>
Τεχνικές Παρατήρησης	189
<b>Η Συνέντευξη ως Χρήσιμη Τεχνική για την Αναγνώριση Αναγκών</b>	<b>190</b>
Προετοιμασία για Συνέντευξη	191
Διεξάγοντας μία Συνέντευξη	191
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Παρατήρηση στην πληροφορία	192
Μετά τη συνέντευξη	194
<b>Παραλλαγές της διαδικασίας σχεδιαστικής σκέψης</b>	<b>196</b>
 <b>Κεφάλαιο 7 Δοκιμές και πειραματισμοί στις αγορές</b>	 <b>206</b>
<b>Τι είναι τα πειράματα;</b>	<b>207</b>
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ EN ΔΡΑΣΕΙ: Mark Wallace, Pete Endres, και Jason Epstein, Συνιδρυτές της εταιρείας Parlor Skis	208
<b>Τα έξι βήματα του επιστημονικού πειραματισμού</b>	<b>209</b>
<b>Υποθέσεις και αναγνώριση πελατών</b>	<b>211</b>
Περιορισμένος, Χαμηλού Κόστους Πειραματισμός	212
Έλεγχος Υποθέσεων με Δυνητικούς Πελάτες	212
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Τα Δικαιώματα των Συμμετεχόντων στην Έρευνα	215
<b>Παραγωγή δεδομένων και των κανόνων του πειραματισμού</b>	<b>216</b>
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	217

• ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ	218
<b>Είδη πειραμάτων</b>	219
Δοκιμάζουμε Καινούριες Εμπειρίες	219
Αποσυναρμολόγηση	220
Έλεγχος ιδεών Μέσω Πιλότων και Πρωτοτύπων	220
<b>Η δύναμη του εικονογραφημένου σεναρίου</b>	222
• ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Δημιουργήστε ένα Εικονογραφημένο Σενάριο και Ένα Απλό Πείραμα	225

## ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ

<b>Κεφάλαιο 8 Δημιουργία Επιχειρηματικών Μοντέλων</b>	<b>232</b>
<b>Τι είναι επιχειρηματικό μοντέλο;</b>	233
• ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΝ ΔΡΑΣΕΙ: Tanzeel urRehman, Συνιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος της Virtual Force (VF)	234
<b>Τα τέσσερα μέρη του επιχειρηματικού μοντέλου</b>	235
Προσφορά	236
Πελάτες	236
Υποδομές	236
Οικονομική βιωσιμότητα	236
• Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Επίθεση των Κλώνων	237
<b>Η πρόταση αξίας του πελάτη (CVP)</b>	237
Φέρνουμε εις πέρας το έργο	238
Τέσσερα Προβλήματα που Βιώνουν οι Πελάτες	239
• ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	242
<b>Διαφορετικοί τύποι προτάσεων αξίας του πελάτη (CVP) και τμημάτων πελατών</b>	242
Τύποι Προτάσεων Αξίας	242
Προσδιορισμός του Πελάτη – Στόχου	243
Τύποι Τμημάτων Πελατών	244
<b>Ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (The Business Model Canvas - BMC)</b>	246
Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου Εν Δράσει	248
• ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Δημιουργήστε τον Δικό σας Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου	249
• ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Επιχειρηματικά Μοντέλα μεταξύ Ομότιμων οντοτήτων	250
<b>Κεφάλαιο 9 Επιχειρηματικό Σχέδιο</b>	<b>254</b>
<b>Η σημασία του σχεδιασμού για τους επιχειρηματίες</b>	255
• ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΝ ΔΡΑΣΕΙ: Michele Pytko, Bark 'N Leash	256
<b>Το πλαίσιο ΟΠΙΑ (Ομάδα, Πόροι, Ιδέα, Αγορά)</b>	257
<b>Τα Σχέδια Λαμβάνουν Πολλές Μορφές</b>	257
Το Πίσω Μέρος Χαρτοπετσέτας	258
• Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Δεοντολογικός Επιχειρηματικός Σχεδιασμός	259
Σκίτσα σε μια κόλλα χαρτί	260
• ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Η Λίστα Ελέγχου του Vivid Vision	262
Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου	262
Η Συνοπτική Παρουσίαση της Επιχείρησης	263
Μελέτη Σκοπιμότητας	266
Σύντομη Παρουσίαση Pitch Deck	268
Το επιχειρηματικό σχέδιο	269
Σύνοψη των Διαφορετικών Τύπων Σχεδίων	271
<b>Συζήτηση επί του Επιχειρηματικού Σχεδίου</b>	272
• ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	273
<b>Συμβουλές Σύνταξης Επιχειρηματικών Σχεδίων</b>	273
• ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Πόσο πολύτιμα είναι τα επιχειρηματικά σχέδια;	274
Αφαιρέστε περιττά στοιχεία	274

Να είστε ρεαλιστές	274
Αποφύγετε τις υπερβολικές απότομες αλλαγές	275
Αποφύγετε τυπογραφικά, γραμματικά λάθη και ασυνέπειες	275
Χρησιμοποιήστε Οπτικά Μέσα	275
<b>Κεφάλαιο 10 Δημιουργία Εισοδηματικών Μοντέλων</b>	<b>280</b>
<b>Τι είναι ένα μοντέλο εσόδων;</b>	281
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΝ ΔΡΑΣΕΙ: Shane Kost, Ιδρυτής, Chicago Food Planet Food Tours και Food Tour Pros	282
<b>Διαφορετικοί τύποι μοντέλων εσόδων</b>	283
Μοντέλο Εσόδων από Πωλήσεις Μονάδας	283
Το Μοντέλο Εσόδων από Διαφήμιση	284
Μοντέλο Εσόδων από Δεδομένα	285
Μοντέλο Εσόδων από Διαμεσολάβηση	285
Μοντέλο Εσόδων από Αδειοδότηση	285
Μοντέλο Εσόδων από Δικαιοχρησία	286
Το Μοντέλο Εσόδων από Συνδρομές	287
Επαγγελματικό Μοντέλο Εσόδων	287
Μοντέλο Εσόδων βάσει Χρήσης	287
Μοντέλο Εσόδων Freemium	287
<b>Παραγωγή εσόδων από «δωρεάν διάθεση»</b>	288
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Δημιουργώντας Μοντέλα Εσόδων	289
Άμεση διεπιδότηση	290
Πολυμερείς Αγορές	291
<b>Οδηγοί εσόδων και κόστους</b>	292
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	292
Οδηγοί εσόδων	293
Οδηγοί Κόστους	294
Αποτελέσματα χρήσης	295
<b>Στρατηγικές τιμολόγησης</b>	296
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Από το Freemium στο Premium	297
Τιμολόγηση Προϊόντων και Υπηρεσιών	298
Διαφορετικοί Τύποι Στρατηγικών Τιμολόγησης	298
<b>Υπολογισμός τιμών</b>	301
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Είναι Η Αξία Το Ίδιο Πράγμα Με Την Τιμή;	302
Τιμολόγηση με βάση το Κόστος	302
Τιμολόγηση με βάση το Στόχο Απόδοσης (Target-Return Pricing)	302
Τιμολόγηση με βάση την αξία (Value-Based Pricing)	303
<b>Κεφάλαιο 11 Μαθαίνουμε μέσα από την Αποτυχία</b>	<b>308</b>
<b>Αποτυχία και επιχειρηματικότητα</b>	309
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΝ ΔΡΑΣΕΙ: Tom Hatten, Ιδρυτής και CEO, Mountainside Fitness	310
<b>Το φάσμα της αποτυχίας</b>	312
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Μαθαίνοντας από την αποτυχία	316
<b>Ο φόβος της αποτυχίας</b>	316
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Πένθος και επιχειρηματική αποτυχία	317
Η καθολικότητα του φόβου της αποτυχίας	319
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	321
<b>Μαθαίνοντας από την αποτυχία</b>	323
Διδάγματα από Επιτυχημένους Επιχειρηματίες	324
Οικοδομώντας ένα περιβάλλον χωρίς καταλογισμό ευθυνών	324
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Το βιογραφικό σημείωμα των αποτυχιών σας	327
<b>Αποκτώντας σθένος: Σφυρηλατώντας ανοχή προς την αποτυχία</b>	327
Σφυρηλάτηση σθένους	328
Άρση του Στίγματος της Αποτυχίας	329

**ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ ΕΞΑΣΦΑΛΙΖΟΝΤΑΣ ΠΟΡΟΥΣ ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ**

<b>Κεφάλαιο 12 Εξασφάλιση πόρων με ίδια μέσα (αυτοχρηματοδότηση/bootstrapping)</b>	<b>336</b>
<b>Τι είναι η αυτοχρηματοδότηση (bootstrapping);</b>	337
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ EN ΔΡΑΣΕΙ: Gregor Lawson, AFG Media/MorphCostumes (πρώην Morphsuits)	338
Αυτοχρηματοδότηση (Bootstrapping) ή Εξωτερική Χρηματοδότηση;	340
Η αυτοχρηματοδοτούμενη (Bootstrapped) νεοφυής επιχείρηση	341
<b>Στρατηγικές αυτοχρηματοδότησης (bootstrapping)</b>	341
<b>Πληθοχρηματοδότηση έναντι πληθοπορισμού</b>	342
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΘΘΙΚΗ: Εξασφάλιση πόρων μέσω αυτοχρηματοδότησης	343
Πληθοπορισμός για τη Βελτίωση της Ιατρικής Περίθαλψης	344
Πληθοπορισμός για τη μείωση του κόστους εργασίας	344
Πληθοπορισμός μέσω της τεχνολογίας	344
<b>Πληθοχρηματοδότηση (crowdfunding) νεοφυών επιχειρήσεων και επιχειρηματικών εγχειρημάτων</b>	345
Τύποι Ιστότοπων Πληθοχρηματοδότησης	346
Συμμετοχική Πληθοχρηματοδότηση (Equity Crowdfunding)	347
<b>Τα τέσσερα πλαίσια της πληθοχρηματοδότησης (crowdfunding)</b>	348
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Πληθοχρηματοδότηση: Μια επαναστατική αλλαγή στη χρηματοδότηση νέων εγχειρημάτων	349
Μοντέλο Πατρωνείας	349
Μοντέλο δανεισμού	350
Πληθοχρηματοδότηση βασισμένη σε επιβράβευση	350
Το Μοντέλο του Επενδυτή	350
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	350
<b>Τα πλεονεκτήματα της πληθοχρηματοδότησης</b>	351
<b>Ένας σύντομος οδηγός για επιτυχημένη πληθοχρηματοδότηση</b>	351
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Αξιολόγηση του Kickstarter	352
Βεβαιωθείτε ότι το προϊόν ή η υπηρεσία σας επιλύει κάποιο υπαρκτό πρόβλημα	352
Δοκιμάστε και Βελτιώστε την ιδέα σας	352
Να είσατε προετοιμασμένοι	352
Αναζητήστε και δεχτείτε συμβουλές	353
Βάλτε μπρος την εκστρατεία σας – Τώρα!	353
Τα χρήματα έχουν σημασία	353
Εστιάστε στην παρουσίαση	354
Εκμεταλλευτείτε στο Έπακρο Ευκαιρίες Πληθοχρηματοδότησης	355
Αφοσιωθείτε στην Εκστρατεία σας	355
Αποφύγετε την Κατάρτα της Πληθοχρηματοδότησης!	355
<b>Κεφάλαιο 13 Χρηματοδότηση για νεοφυείς επιχειρήσεις</b>	<b>360</b>
<b>Τι σημαίνει χρηματοδότηση μέσω συμμετοχής (στο μετοχικό κεφάλαιο) (equity finance);</b>	361
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ EN ΔΡΑΣΕΙ: Jason Craparo, Συνιδρυτής, Contap, Inc.	362
Μοιράζοντας την πίτα της ιδιοκτησίας	363
Στάδια χρηματοδότησης μέσω συμμετοχής στο κεφάλαιο (equity financing)	363
Μορφές χρηματοδότησης μέσω συμμετοχής	365
<b>Βασικά της εκτίμησης αξίας</b>	365
Πώς μπορούν οι επιχειρηματίες να εκτιμήσουν την αξία της εταιρείας τους;	366
Πώς οι επενδυτές εκτιμούν την αξία των νεοφυών επιχειρήσεων;	366
Μετατρέψιμο χρέος	368
<b>Επενδυτές άγγελοι</b>	369
Εύρεση Αγγέλου-Επενδυτή	369
Τύποι Αγγέλων-Επενδυτών	370
Ομάδες αγγέλων	372

● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	373
<b>Επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων (venture capitalists - VC)</b>	373
Μια Συνοπτική Ιστορία των Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Venture Capital)	374
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Ας μιλήσουμε για Απώλειες	375
Πώς Λειτουργούν τα Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών	377
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Βρείτε ένα ζευγάρι επενδυτή-επιχειρηματία	379
<b>Δέουσα επιμέλεια</b>	379
Έξοδοι/Συγκομιδή	381
<b>Το δίλημμα του επιχειρηματία</b>	381
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Προσεγγίζοντας επενδυτές	382
Πλούσιος ή Βασιλιάς/Βασίλισσα; Ο συμβιβασμός που κάνουν οι επιχειρηματίες	383
Θέα από την Κορυφή	384
<b>Παράρτημα Α Οικονομικές καταστάσεις και προβολές για νεοφυείς επιχειρήσεις</b>	391
<b>Οικονομικές προβολές για νεοφυείς επιχειρήσεις</b>	391
<b>Τρεις ουσιώδεις οικονομικές καταστάσεις</b>	392
Η κατάσταση αποτελεσμάτων	392
Ισολογισμός	394
Η κατάσταση ταμειακών ροών	398
<b>Συνδέσεις μεταξύ των τριών οικονομικών καταστάσεων</b>	400
<b>Το ταξίδι του χρήματος: Ο κύκλος μετατροπής μετρητών</b>	400
<b>Συγκρότηση προϋπολογισμών οικονομικών καταστάσεων</b>	403
Η Μηχανική και Η Έρευνα	404
Έρευνα	404
Διαμορφώνοντας παραδοχές: Πρόβλεψη Πωλήσεων	406
Διαμόρφωση Παραδοχών: Κόστος Αγαθών και Λειτουργικές Δαπάνες	408
Εκτιμήσεις εργασίας	408
<b>Συγκρότηση παραδοχών: Επιχειρησιακές πολιτικές και άλλες καίριες παραδοχές</b>	410
Συγκροτώντας Προϋπολογισμό Διασυνδεδεμένων Οικονομικών Καταστάσεων	411
Ανάλυση ευαισθησίας	411
Έλεγχος λογικότητας	412
<b>Κεφάλαιο 14 Αναπτύσσοντας Δίκτυα</b>	414
<b>Η δύναμη των δικτύων</b>	415
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΝ ΔΡΑΣΕΙ: John Hite και Franklin Yancey, Συνιδρυτές της College Comfort	416
<b>Η αξία των δικτύων</b>	418
Πλεονεκτήματα δικτύων	419
Διαχείριση εντυπώσεων και Αυτοπεποίθηση	420
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Η «βρωμιά» της επαγγελματικής δικτύωσης	421
Αυτοεπιλεγμένοι ενδιαφερόμενοι	421
<b>Οικοδόμηση δικτύων</b>	423
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Αναλύοντας το δίκτυό μου	424
Μαθαίνοντας να δικτυωνόμαστε	424
Δικτύωση για την εύρεση μέντορα	427
<b>Εικονική δικτύωση</b>	428
Συντήρηση του δικτύου σας	432
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Ηθική και μέσα κοινωνικής δικτύωσης στον χώρο εργασίας	433
<b>Δικτύωση για τη συγκρότηση της ιδρυτικής ομάδας</b>	433
Τα χαρακτηριστικά μιας εξαιρετικής ιδρυτικής ομάδας	434
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	435
Η αξία της ετερογένειας της ομάδας	437

<b>Κεφάλαιο 15 Διαχείριση νομικών ζητημάτων και θέματα σχετικά με την πνευματική ιδιοκτησία</b>	<b>444</b>
<b>Νομικά θέματα</b>	445
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΝ ΔΡΑΣΕΙ: Corey Hague, FlexGround	446
<b>Τύποι νομικών δομών</b>	448
Ατομική επιχείρηση (sole proprietorship)	449
Ομόρρυθμη εταιρεία (General Partnership)	449
Ανώνυμη εταιρεία (C Corporation)	450
Εταιρεία S Corporation	451
Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε)	451
Απλή ετερόρρυθμη εταιρεία (LP) και Εταιρική σχέση περιορισμένης ευθύνης (LLP)	452
Κοινωφελής επιχείρηση (benefit Corporation)	453
Μη κερδοσκοπικές οντότητες	453
<b>Σφάλματα νομικής φύσης που κάνουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις</b>	453
<b>Πνευματική ιδιοκτησία</b>	456
Οι τέσσερις τύποι πνευματικής ιδιοκτησίας	458
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Αναζήτηση ευρεσιτεχνίας	459
<b>Παγκόσμια κλοπή πνευματικής ιδιοκτησίας</b>	460
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Πειρατές ευρεσιτεχνιών (Patent Trolls)	461
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	462
<b>Συνήθειες παγίδες σε επίπεδο πνευματικής ιδιοκτησίας</b>	462
Δημόσια Κοινοποίηση της Καινοτομίας σας	462
Αδυναμία προστασίας προϊόντος και διαδικασιών	463
Αδυναμία καθορισμού πρωτοτυπίας	463
Μη απόδοση ιδιοκτησίας	464
Αδυναμία προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας σε παγκόσμιες αγορές	464
<b>Πρόσληψη εργαζομένων</b>	464
Ίσες ευκαιρίες απασχόλησης	464
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Διευθετώντας ζητήματα νομικής φύσης και θέματα που αφορούν την πνευματική ιδιοκτησία	465
Αριθμός Ταυτοποίησης Εργοδότη (ATE)	465
Ανεργία και Αποζημίωση εργαζομένων	465
Παρακράτηση φόρων	466
Δηλώσεις εργαζομένων	466
Επιδόματα και παροχές	466
Αφίσες στον χώρο εργασίας	467
Μέτρα ασφαλείας	467
Το εγχειρίδιο των εργαζομένων	467
Πρόσληψη συμβασιούχου ή υπαλλήλου;	468
Αποζημίωση υπαλλήλων	469
<b>Κεφάλαιο 16 Προωθώντας και παρουσιάζοντας την Ιδέα σας</b>	<b>476</b>
<b>Ο ρόλος του μάρκετινγκ και της παρουσίασης μιας επιχειρηματικής ιδέας στην επιχειρηματικότητα</b>	477
● ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΝ ΔΡΑΣΕΙ: Andrew Loos, Διευθύνων Εταίρος και Συνιδρυτής, της Attack! Marketing	478
<b>Βασικές αρχές μάρκετινγκ</b>	479
Οικοδόμηση μάρκας (Branding)	481
Θέτοντας σε νέο πλαίσιο τα 4 P	484
<b>Επιχειρηματικό μάρκετινγκ</b>	487
Παραδοσιακό μάρκετινγκ έναντι επιχειρηματικού μάρκετινγκ	487
Γνωρίσματα Επιχειρηματικού Μάρκετινγκ	487
Αντάρτικο μάρκετινγκ (Guerrilla Marketing)	488
<b>Μάρκετινγκ μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης</b>	489
Εκμεταλλευόμενοι στο έπακρο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	490

Δημιουργώντας υλικό που δίνει ώθηση στις πωλήσεις	492
Η ιστοσελίδα σας	493
<b>Πρωθήστε τον εαυτό σας</b>	495
Πώς θα κάνουμε μια καλή πρώτη εντύπωση	496
<b>Η τέχνη της παρουσίασης μιας επιχειρηματικής ιδέας</b>	496
● ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ: Εμπνέοντας αξιοπιστία	497
Προσεγγίσεις για την παρουσίαση μιας επιχειρηματικής ιδέας	498
● ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	498
● Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μάρκετινγκ	500
● ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ: Εξάσκηση στην παρουσίαση ιδέας	501
<b>Παράρτημα Β Το πακέτο παρουσίασης (Pitch Deck)</b>	<b>507</b>
<b>Επισκόπηση του πακέτου παρουσίασης</b>	507
<b>Οι διαφάνειες της παρουσίασης</b>	508
Διαφάνεια #1: Τίτλος	508
Διαφάνεια #2: Σκοπός/Περιγραφή Εταιρείας	509
Διαφάνεια #3: Το πρόβλημα/Η ανάγκη	509
Διαφάνεια #4: Η λύση	510
Διαφάνεια #5: Γιατί τώρα;	510
Διαφάνεια #6: Ευκαιρία στην αγορά	512
Διαφάνεια #7: Εξασφάλιση πελατών	513
Διαφάνεια #8: Ανάλυση ανταγωνιστών και Διαφοροποίηση	514
Διαφάνεια #9: Έλξη (traction)	516
Διαφάνεια #10: Χρηματοοικονομικά	517
Διαφάνεια #11: Ομάδα	518
Διαφάνεια #12: Πρόσκληση σε δράση (Call to Action)	519
<b>Η φάση των ερωτοαπαντήσεων</b>	520
Ερωτήσεις για την ομάδα	520
Ερωτήσεις για το προϊόν/πελάτη	520
Ερωτήσεις για τον ανταγωνισμό	521
Ερωτήσεις για τα χρηματοοικονομικά	521
Ερωτήσεις για την ανάπτυξη	521
 Γλωσσάρι	 523
Σημειώσεις	533