

# **TORCH DELOVNI ZVEZEK**

v1.5

Translated from English to Slovenian by Natalija Kokot  
Slovenian version support by Zdenka Sušec

# SEME (SEED): DEFINIRAJ IZZIV

## NA KRATKO OPREDELI IZZIV

## IZZIV KOT PRILOŽNOST

Obrni izziv v priložnost, tako da uporabiš stavčne konstrukcije KBL  
(Kako bi lahko ...).

## CILJI

Naštaj nekaj ciljev reševanja tega izziva.

## OMEJITVE

Naštaj omejitve, vezane na tvoj izziv.

## PODROBNO

Jasno in podrobno opiši izziv. Predstavi ga občinstvu, ki ni seznanjeno s temo izziva.

## MERITEV USPEHA

Kako boš meril(a) uspeh predlagane rešitve?

## KAJ VEŠ

Naštej ključne stvari, ki jih veš o svojem izzivu.

## CILJNA SKUPINA VEZANA NA IZZIV

Opiši ciljno skupino, vezano na izziv.

## O ČEM ŽELIŠ VEDETI VEČ

Naštej področja, o katerih želiš vedeti več.

## VIRI RAZUMEVANJA

Kje lahko najdeš več informacij o izzivu in z njim povezani ciljni skupini?

## VIR

Opiši vir, ki ga nameravaš raziskati.

## OPAŽANJA

Napiši nekaj opažanj med raziskovanjem in po njem.

## RAZISKOVANJE

Naštej nekaj stvari, ki jih nameravaš narediti s tem virom.

## INTERPRETACIJE

Naštej nekaj interpretacij, vezanih na tvoja opažanja.

# NEGOVANJE (NURTURING): LJUDJE

## VIR INTERVJUJA

Opiši profil osebe, ki jo nameravaš intervjuvati.

## OPAŽANJA

Naštej nekaj opažanj med intervjujem in po njem.

## VPRAŠANJA

Napiši nekaj vprašanj, ki jih nameravaš zastaviti.

## INTERPRETACIJE

Napiši nekaj interpretacij, povezanih s svojimi opažanji.

# NEGOVANJE (NURTURING): KRAJI

## VIR LOKACIJE

Opiši lokacijo, ki jo nameravaš obiskati.

## OPAŽANJA

Opiši nekaj opažanj med obiskom lokacije in po njem.

## AKTIVNOSTI

Naštej nekaj stvari, ki jih nameravaš videti in izpeljati na izbrani lokaciji.

## INTERPRETACIJE

Napiši nekaj interpretacij, povezanih s svojimi opažanji.

# NEGOVANJE (NURTURING): SINTEZA

## SVOJA OPAŽANJA IN DOGNANJA IZRAZI Z ZGODBAMI

Nekatera opažanja, interpretacije in dognanja izrazi z zgodbami, anekdotami, citati, risbami in drugimi sredstvi.



# NEGOVANJE (NURTURING): SINTEZA

## AKCIJSKA SINTEZA

Razišči svoja dognanja. Strnjeno napiši nekaj naslovov ali stavkov, ki izražajo tvoja dognanja. Poišči vzorce in teme. Da bodo naslovi bolj akcijski lahko uporabiš stavčne konstrukcije KBL (Kako bi lahko ...).

## NOVA DOGNANJA

Si se iz procesa sinteze naučil(a) kaj novega?

# NEGOVANJE (NURTURING): SINTEZA

## AKCIJSKA SINTEZA

Za izražanje in sintetiziranje svojih dognanj uporabi vizualne pripomočke, diagrame, ilustracije itd. (to lahko vključuje diagrame 2 x 2, diagrame poteka dela, diagrame Venn, diagrame odnosov s kupci itd.).

# ZBIRANJE IDEJ (IDEATION): SESTAVINE

## SESTAVINE

Naštej sestavine zbiranja idej, ki vzbudijo tvojo radovednost ali pa takoj spodbudijo zanimive povezave s tvojim izzivom.

# ZBIRANJE IDEJ (IDEATION): SPOZNANJA

## SPOZNANJA

Opiši spoznanja, porojena iz inkubacije / kombinacije tvojih sestavin.

# ZBIRANJE IDEJ (IDEATION) VIHARJENJE BESED

Osnovna strategija: vodena naključnost / ključna inteligenca: verbalno-lingvistična  
Vaja: viharjenje besed

## IZZIV

Na kratko opredeli izziv.

## SESTAVINE

Naštej sestavine, ki vzbudijo tvojo radovednost ali pa spodbudijo neposredne povezave s tvojim izzivom. Sestavine lahko izraziš z raznovrstnimi tehnikami. Lahko jih zamenjaš, kombiniraš, prilagajaš, spreminjaš, preobračaš in preurejaš njihove kombinacije.

## SPOZNANJA

Opiši spoznanja, porojena iz inkubacije / kombinacije zbranih sestavin.

# ZBIRANJE IDEJ (IDEATION) VIHARJENJE LINIJ

Osnovna strategija: neverbalna, vizualizacija / ključna inteligenco: vizualna  
Vaja: kretanje in analogne risbe

## IZZIV

Na kratko opredeli izziv, na katerem delaš.

## KRETNJE / ANALOGNE RISBE

Izziv, ali del izziva izrazi s kretnjami ali analognimi risbami.

## SPOZNANJA

Opiši spoznanja, porojena iz risbe. Spoznanje se lahko porodi iz ene same risbe ali iz kombinacije risb.

# ZBIRANJE IDEJ (IDEATION) VIHARJENJE ZVOKOV

Osnovna strategija: neverbalna, vizualizacija / ključna inteligenca: glasbena  
Vaja: viharjenje zvokov

## IZZIV

Na kratko opredeli izziv, na katerem delaš.

## ZVOČNE SESTAVINE

Naštej sestavine, ki vzbudijo tvojo radovednost ali pa spodbudijo neposredne povezave s tvojim izzivom. Zvočne sestavine so lahko konkretnе ali anonimne.

## SPOZNANJA

Opis spoznanja, porojena iz zvočnih dražljajev. Spoznanje se lahko porodi iz enega samega dražljaja ali iz kombinacije dražljajev.

## RAZŠIRI SPOZNANJA

Naštej spoznanja, ki kombinirajo različne dražljaje in razširi ostala, prej izražena spoznanja.

# ZBIRANJE IDEJ (IDEATION) VIHARJENJE IMPROVIZACIJ

Osnovna strategija: pozitivna improvizacija, spontanost / ključna inteligenco: medosebna  
Vaja: Da IN

## IZZIV

Na kratko opredeli izziv, na katerem delaš.

### DIVERGENTNA VPRAŠANJA

Oblikuj čim bolj divergentna vprašanja o izzivu svojih sodelavcev.  
Bolj divergentna bodo vprašanja, bolj divergentni bodo odgovori.

### DIVERGENTNI ODGOVORI

Odgovore začni z DA IN in hitro improviziraj konstruktivne pozitivne odgovore na divergentna vprašanja.

## SPOZNANJA

Napiši nekaj spoznanj, ki so se porodila iz divergentnih vprašanj in divergentnih odgovorov.

# ZBIRANJE IDEJ (IDEATION) VIHARJENJE EMOCIJ

Osnovna strategija: emocije, vizualizacija / ključna inteligenco: medosebna  
Vaja: emocionalni haiku

## IZZIV

Na kratko opredeli izziv na katerem delaš.

## EMOCIONALNI HAIKUJI

Zapiši emocionalne haikuje, ki si jih ustvaril/a s sestavinami, ki vzbudijo tvojo radovednost ali spodbudijo neposredne emocionalne povezave z izzivom. Osredotoči se na čustva, ki jih sprožajo vrstice haikuja.

## SPOZNANJA

Opiši spoznanja, porojena iz haikuja. Spoznanje se lahko porodi iz ene same vrstice ali iz celotnega haikuja. Lahko se porodi iz emocije sprožene s haikujem ali s kombinacijo haikujev.

# ZBIRANJE IDEJ (IDEATION) VIHARJENJE GIBOV

Osnovna strategija: udejanjenje, vizualizacija / ključna inteligenca: telesno-kinestetična.  
Vaja: zaigraj izziv

## IZZIV

Na kratko opredeli izziv, na katerem delaš.

## SPOZNANJA

Zaigraj izziv ali del izziva. Opiši spoznanja, porojena iz predstave. Vajo lahko izvedeš samostojno ali v skupini z moderatorjem. Vaja lahko vključuje le gibanje, lahko pa tudi specifične ali anonimne zvoke.

# ZBIRANJE IDEJ (IDEATION) VIHARJENJE POVRŠIN

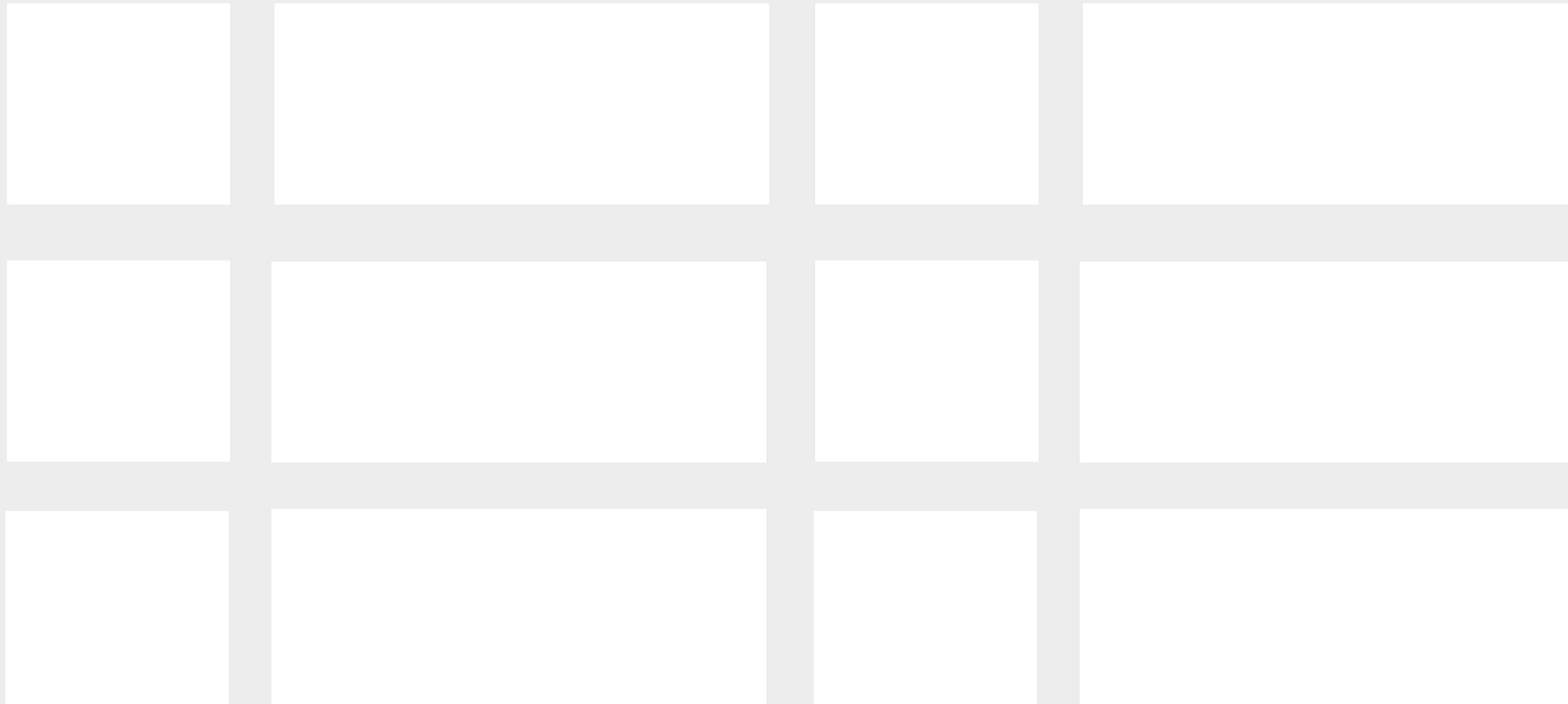
Osnovna strategija: neverbalna, vizualizacija / ključna inteligenco: vizualna  
Vaja: občutenje zunanjih dražljajev in različnih površin

## IZZIV

Na kratko opredeli izziv, na katerem delaš.

## KONKRETNE IN ANONIMNE POVRŠINE

Opiši ali pokaži izbrane konkretnne in anonimne površine. Nato izrazi spoznanja, porojena iz interakcije med izbranimi površinami in tvojim izzivom.



# ZBIRANJE IDEJ (IDEATION) VIHARJENJE KONTEKSTOV

Osnovna strategija: sprememba konteksta, udejanjenje, vizualizacija / ključna inteligencija:  
telesno-kinestetična, medosebna

## IZZIV

Na kratko opredeli izziv, na katerem delaš.

## KONTEKST

Opiši kontekst, ki si ga apliciral(a) na izziv.

## SPOZNANJA

Opiši spoznanja, porojena iz interakcije med kontekstom in  
tvojim izzivom.

## IZZIV

Na kratko opredeli svoj izziv.

## SPOZNANJE

Izmed vseh generiranih spoznanj izberi in opredeli najljubše.

Poimenuj ga in naslov zapiši v okno spodaj.

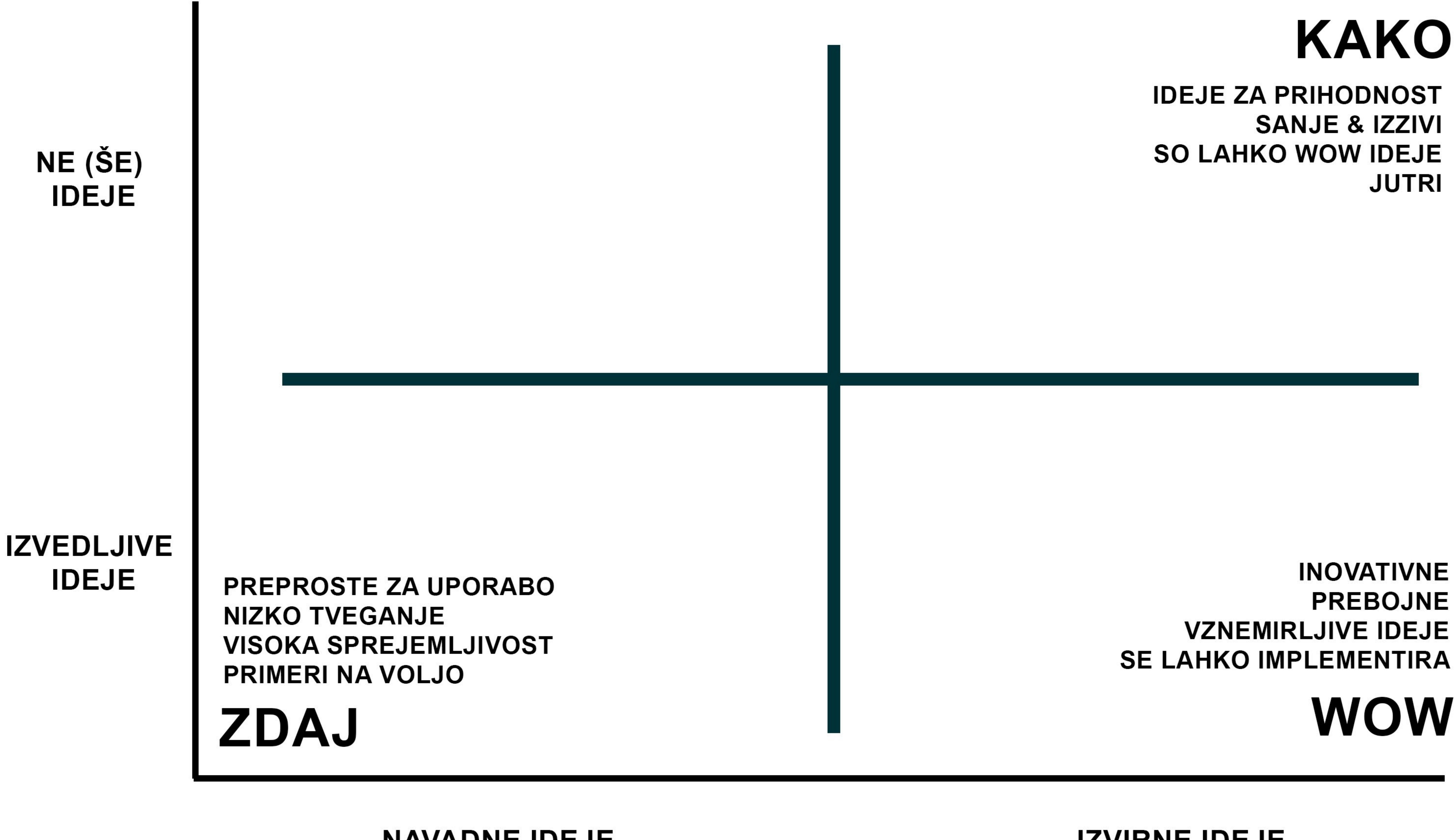
## VREDNOST

Katero potrebo naslavlja tvoja ideja? Kakšno vrednost dodaja?  
Kateri so tvoji najljubši deli ideje?

## IZZIVI

Naštej nekaj izzivov, s katerimi se mora soočiti tvoja ideja.

# ZDAJ, KAKO & WOW



# **ORODJA ZA PROTOTIPIRANJE**

**STORYBOARD**

**PAPIRNO PROTOTIPIRANJE**

**IZKUSTVENI PROTOTIPI**

**MAKETE**

**MEDIJI**

**SIMULACIJE**

**DRUGO**

## PROTOTIP

Rešitev predstavi z izkustvenim ali papirnim prototipom, s softversko simulacijo, z modelom ali uporabi medije, vizualna in druga sredstva.

## POVRATNE INFORMACIJE (FEEDBACK)

Iz različnih virov zberi povratne informacije o svojem prototipu. Kaj lahko izboljšaš, dodaš, izločiš ali spremeniš?

# POVRATNE INFORMACIJE (FEEDBACK) PONOVI

## RAZMISLI

Ali izpolnjuješ začetne cilje glede na zbrane povratne informacije? Opredeli, kako dobro se ujemajo tvoj prototip in tvoji cilji.

## PONOVI

Katere dele prototipa se da izboljšati? Katere dele je potrebno spremeniti?

<h2>Ključni partnerji</h2>  <p>Kdo so naši ključni partnerji? Kdo so naši ključni izvajalci? Katere ključne vire zagotavljajo ključni partnerji? Katere ključne aktivnosti pridobivamo od ključnih partnerjev?</p> <p><b>MOTIVACIJA ZA PARTNERSTVA:</b> Optimizacija in ekonomski razlogi Zmanjšanje tveganja in negotovosti Pridobivanje določenih virov in aktivnosti</p>	<h2>Ključne aktivnosti</h2>  <p>Katere ključne aktivnosti zahteva naša ponudba vrednosti? Katere aktivnosti zahtevajo distribucijske poti? Katere odnosi s kupci? In katere viri prihodkov?</p> <p><b>KATEGORIJE</b> Producija Reševanje problemov Platforma/Mreža</p>	<h2>Ponudba vrednosti</h2>  <p>Kaj je problem, ki ga rešujemo? In hkrati, kaj je rešitev, ki jo ponujamo?</p> <p>Katere vrednosti bomo zagotovili kupcem? Kateri sveženj izdelkov in storitev ponujamo vsakemu posameznemu segmentu kupcev?</p> <p>Katere potrebe kupcev izpolnjujemo?</p>	<h2>Odnosi s kupci</h2>  <p>Kakšen tip odnosa pričakuje vsak izmed naših segmentov kupcev, da ga bomo vzpostavili in vzdrževali?</p> <p>Katere odnose smo že vzpostavili? Kako so usklajeni s preostalimi deli našega poslovnega modela? Koliko stanejo?</p> <p><b>PRIMERI</b> Osebna podpora Predana osebna podpora Samo-postrežba Avtomatizirana storitev Skupnosti So-ustvarjanje</p>	<h2>Segmentacija kupcev</h2>  <p>Komu ustvarjamo vrednost? Kdo so naši najpomembnejši kupci?</p>
<h2>Ključni viri</h2>  <p>Katere ključne vire zahteva naša ponudba vrednosti? Katere ključne vire zahtevajo naše distribucijske poti? Katere odnosi s kupci? In katere viri prihodkov?</p> <p><b>VRSTE KLJUČNIH VIROV</b> Materialni Intelektualni [patenti znamk, pravice, podatki] Kadrovska viri Finančni viri</p>	<h2>ZNAČILNOSTI</h2> <p>Novost Zmogljivost Prilagoditev Zagotoviti, da bo delo opravljeno [»job done«] Dizajn Znamka/Status Cena Zmanjšanje stroškov Zmanjšanje tveganja Dostopnost Priročnost/uporabnost</p>	<h2>Distribucijske poti</h2>  <p>Prek katerih distribucijskih poti želijo biti dosegljivi naši segmenti kupcev? Kako zdaj dosegamo segmente kupcev?</p> <p>Kako integriramo naše distribucijske poti? Katere poti najbolje delujejo? Katere poti so stroškovno najučinkovitejše?</p> <p>Kako integriramo naše poti z navadami kupcev?</p> <p><b>STOPNJE DISTRIBUCIJSKIH POTI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zavedanje • Kako bomo dvignili zavedanje o izdelkih in storitvah družbe?</li> <li>2. Ovrednotenje • Kako bomo kupcem pomagali ovrednotiti ponudbo vrednosti naše organizacije?</li> <li>3. Nakup • Kako imajo kupci možnost kupiti določene izdelke in storitve?</li> <li>4. Dostava • Kako dostavljamo ponudbo vrednosti kupcem?</li> <li>5. Po-prodaja • Kako zagotavljamo po-prodajno podporo kupcem?</li> </ol>	<h2>Struktura stroškov</h2>  <p>Kateri so najpomembnejši stroški lastni našemu poslovemu modelu?</p> <p>Kateri ključni viri so najdražji? In katere ključne aktivnosti so najdraže?</p> <p><b>ALI VAŠE POSLOVANJE:</b> Išče stroškovne prednosti [vitka stroškovna struktura, nizko-cenovna ponudba vrednosti, največja možna avtomatizacija, široko zastavljeni zaposlovanja z zunanjimi partnerji] Išče vrednosti [usmerjenost na ustvarjanje vrednosti, premium ponudba vrednosti]</p> <p><b>VZORCI ZNAČILNIH STROŠKOV</b> Stalni stroški [plače, najemnine, pripomočki] Spremenljivi stroški Ekonomija obsega Ekonomija področja</p>	<h2>Viri prihodkov</h2>  <p>Katero vrednost so naši kupci resnično pripravljeni plačati?</p> <p>Kaj trenutno plačujejo? Kako trenutno plačujejo? Kako bi raje plačevali?</p> <p>Koliko vsak posamezen vir prihodkov prispeva k celotnim prihodkom?</p> <p><b>TIPI</b> Prodaja premoženja Pristojbina za uporabo Naročnine Kreditiranje/najem/zakup Licenciranje Posredniške provizije Oglasovanje</p>

<p><b>DINAMIČNO OBLIKOVANJE CEN</b></p> <p>Pogajanja [dogovarjanje] Upravljanje donosov V-realnem-času cene</p>	<p><b>FIKSNE CENE</b></p> <p>Cenik Glede na funkcijo izdelkov Glede na segment kupcev Glede na količino</p>	<p><b>Oblikovanje</b></p> <p>Attribution-Share Alike 3.0 Unported License</p>
---	---	---

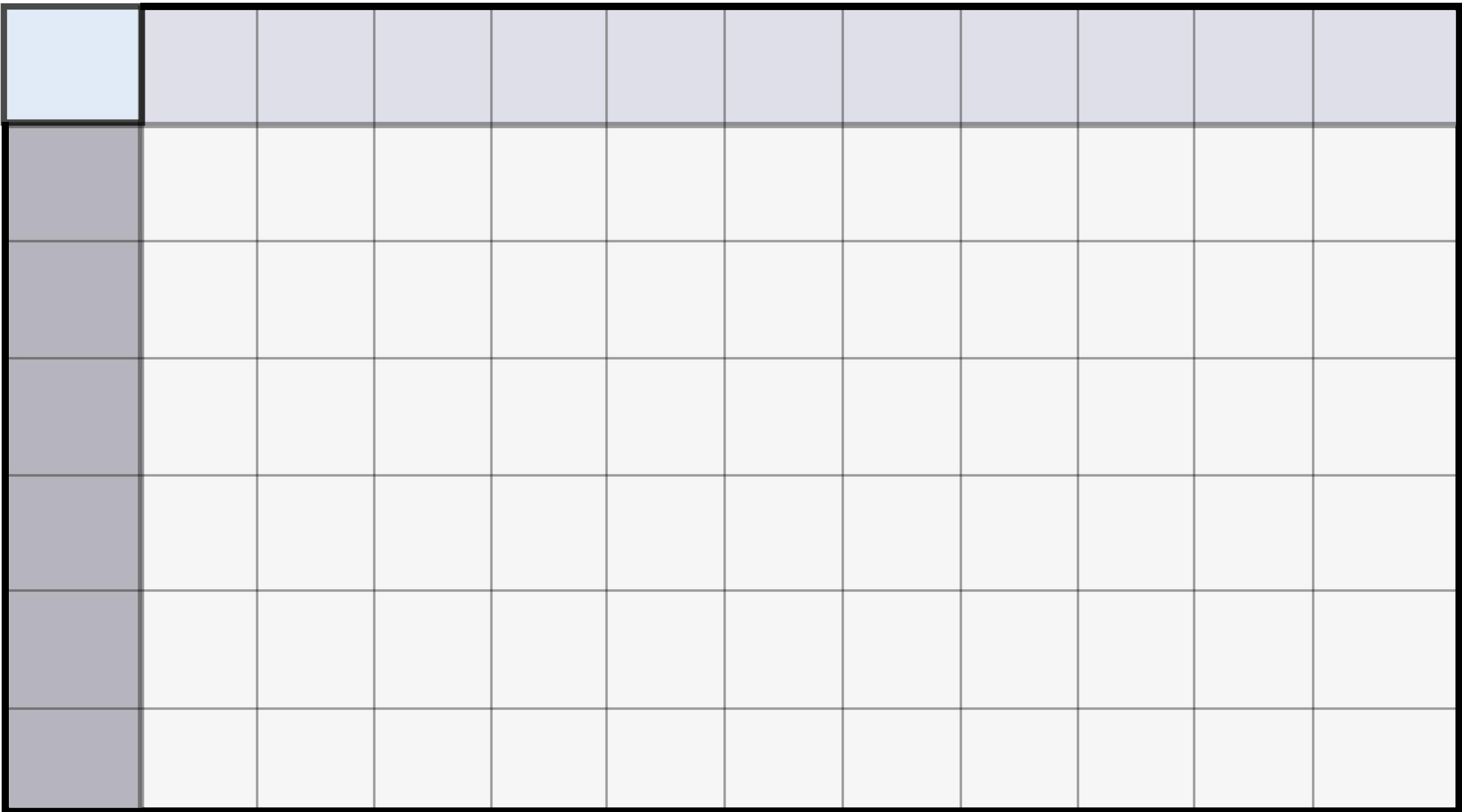
<p><b>PROBLEM</b> Naj trije problemi</p>	<p><b>REŠITEV</b> Naj tri lastnosti</p>	<p><b>EDINSTVENA PONUJENA VREDNOST</b> Eno, jasno in prepričljivo sporočilo o tem, zakaj si drugačen in zakaj je tvoj produkt vreden nakupa</p>	<p><b>NEULOVljiva prednost</b> Ni možno zlahka kopirati ali kupiti</p>	<p><b>SEGMENTI KUPCEV</b> Ciljni kupci</p>
	<p><b>KLJUČNI KAZALNIKI</b> Ključne merljive dejavnosti</p>		<p><b>KANALI</b> Pot do kupcev</p>	
<p><b>STRUKTURA STROŠKOV</b> Stroški za pridobivanje kupcev</p> <p>Distribucijski stroški</p> <p>Gostovanje</p> <p>Zaposleni itd.</p>		<p><b>TOKI PRIHODKOV</b> Model prihodkov</p> <p>Celotna vrednost</p> <p>Prihodek</p> <p>Bruto marža</p>		

Vitki okvir je izpeljan iz poslovnega okvirja (<http://www.businessmodelgeneration.com>) in je registriran z licenco Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Un-ported.

# DIAGRAM UPORABNIŠKE IZKUŠNJE

FAZE →

TOČKE DOTIKA



# PIČ (PITCH): PRIPRAVA

## ZGODBA

Rešitev predstavi z zanimivo zgodbo.

## KRATKO IN ENOSTAVNO

Ključno vrednost svoje rešitve predstavi s kratkimi stavki ali risbami.

## PREDSTAVI SVOJ PIČ

Svojo rešitev predstavi z eno od metod: igra, video, mediji, plakat, itd.

# ZAPISKI

# ZAPISKI



**TORCHPRINCIPLE.COM**