



# Deep.

## Zestaw narzędzi

### Zestaw umiejętności cyfrowych w rozwoju przedsiębiorczości

Pandemia COVID-19 zmieniła cały świat, podejście ludzi do nowych technologii i pracy zdalnej, a także wymagania dotyczące pracy. Z uwagi na to, że większość firm, zarówno mikro jak i międzynarodowych, zaczęła udoskonalać system pracy zdalnej lub hybrydowej, biznes, niezależnie od jego rodzaju, stał się bardziej cyfrowy.

Dlatego też przygotowaliśmy dla Ciebie poniższy zestaw umiejętności cyfrowych w rozwoju przedsiębiorczości:

- **Analiza danych** — według raportu "The Future of Jobs Report 2020" [s. 30] opublikowanego w październiku 2020 roku przez Światowe Forum Ekonomiczne, analityk i badacz danych znajduje się na pierwszym miejscu wśród 20 kluczowych stanowisk niezależnie od branży. Analiza danych jest niezwykle istotną umiejętnością w rzeczywistości fake newsów. Ponadto w zestawieniu najważniejszych 15 umiejętności do osiągnięcia do 2025 roku [s. 36] na pierwszym miejscu znajdziemy analityczne myślenie i innowacje. Nie chodzi więc tylko o analizę danych - oprócz tego powinienes/ powinnaś być również gotowy/-a do wykorzystania ich w innowacyjnych projektach.
- **Krytyczne myślenie i analiza** — umiejętność powiązana z poprzednią; plasuje się na 4. miejscu w pierwszej piętnastce umiejętności perspektywicznych do roku 2025 [s. 36 raportu].
- **Kompleksowe rozwiązywanie problemów** — znalazło się na 3 miejscu w pierwszej piętnastce umiejętności do osiągnięcia do 2025 roku [str. 36 raportu]. Nie chodzi tylko o znalezienie źródła problemu. W nowej rzeczywistości cyfrowego świata trzeba być gotowym do zmierzenia się z problemem z różnych perspektyw. Otwarte myślenie i kreatywność przydadzą się podczas realizacji tego wyzwania.
- **Kreatywność, oryginalność i inicjatywa** — skoro mowa o kreatywności, to również została ona wymieniona w rankingu — znalazła się na 5 miejscu omawianego rankingu [str. 36 raportu]. Została ona powiązana z oryginalnością i inicjatywą - dlaczego? Bo w dobie Internetu i mediów społecznościowych ciężko jest stworzyć coś oryginalnego i nowego. Znasz to poczucie, że wszystko, co wymyślisz, ktoś inny już wymyślił przed Tobą? Dokładnie tak... Kreatywność, oryginalność i inicjatywa jako umiejętności wskażą Ci drogę do





# Deep.

znalezienia nowych możliwości zaadaptowania znanych już rozwiązań w Twojej rzeczywistości.

- **Aktywne uczenie się i strategie uczenia się** — znalazły się na 2. miejscu w pierwszej piętnastce umiejętności na rok 2025 [s. 36 raportu]. To najważniejsza umiejętność każdego przedsiębiorcy - nie da się zrobić biznesu bez aktywnego uczenia się. Przedsiębiorca potrzebuje wartościowych źródeł informacji do uczenia się, ale także umiejętności oduczania się utrwalonych przekonań i zachowań. To właśnie oduczanie się utrwalonych pomysłów i zachowań w kontekście umiejętności cyfrowych wydaje się być kluczowe. Masz codzienne aktualizacje, nowe dodatki, zmiany w interfejsie... musisz być zawsze gotowy/-a na zmiany.
- **Rezyliencja, odporność na stres i elastyczność** — to umiejętności związane oczywiście ze wspomnianymi wyżej codziennymi zmianami. Znalazły się na 9 miejscu w rankingu 15 kluczowych umiejętności do 2025 roku [str. 36 raportu].
- **Digital marketing/ digital strategy** — we wspomnianym raporcie specjaliści z tych dziedzin znaleźli się na 4 miejscu w rankingu 20 najbardziej pożądanych stanowisk niezależnie od branży. Digital marketing, a zwłaszcza marketing w mediach społecznościowych, odgrywa obecnie ogromną rolę w kształtowaniu wizerunku i komunikacji marek, zwiększaniu sprzedaży i nawiązywaniu współpracy.

## Na podstawie:

World Economic Forum, październik 2020: "The Future of Jobs Report 2020": [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf)





# Deep.

## **Dobre praktyki: Co sprawdziło się w danym środowisku i w jakich okolicznościach?**

Niezależnie od tego, czy zaczynasz budować biznes online samodzielnie, jako freelancer, rozpoczynając samozatrudnienie, czy też decydujesz się na stworzenie zespołu, aby osiągnąć pożądaną poziom produktywności w środowisku online, powinieneś pamiętać o następujących kwestiach:

### **1. Współpraca to podstawa**

Jakkolwiek banalnie by to nie zabrzmiało, bez networkingu online będziesz tylko wolnym elektronem. Współpracę możesz nawiązywać na wiele sposobów:

- **Udzielaj się w grupach na Facebooku.** W ten sposób zaprezentujesz swój poziom wiedzy, a jednocześnie pomożesz innym. Im więcej będziesz pisał/-a, tym bardziej będziesz utożsamiany/-a ze swoją specjalizacją, co zwiększy Twoje szanse na otrzymanie oferty płatnej współpracy przy ciekawych projektach.
- **Twórz swoje społeczności na Facebooku, Instagramie i LinkedIn.** Zrzeszaj ludzi o podobnych wartościach. Wyłącznie ludzie, którzy dzielą Twoją wartość, będą w stanie zostać ambasadorami Twojej działalności bez obietnicy nagrody lub zapłaty.
- **Wymieniaj się umiejętnościami.** Współpraca nie musi opierać się na wynagrodzeniu finansowym, możesz rozpocząć działanie w oparciu o barter, czyli bezgotówkową wymianę dóbr i usług. Jeśli jesteś świetny w projektowaniu stron internetowych, to jest to Twoja waluta — możesz nauczyć kogoś projektowania stron internetowych lub stworzyć dla niego taką stronę w zamian za inną usługę lub towar. Pamiętaj, że towar/usługa w tej wymianie posiada cenę umowną. Nie możesz jednak doprowadzić do sytuacji, w której Twoi klienci i partnerzy uznają, że wszystko można z Tobą załatwić metodą barterową, bo wtedy nigdy nie zaczniesz zarabiać.
- **Skorzystaj z możliwości finansowania unijnego i crowdfundingu.** Dzięki temu możesz nie tylko rozwijać swój biznes, ale także nawiązać kontakty z partnerami z całej UE.

### **2. Elastyczność już nie wystarczy**

Za sprawą pandemii COVID-19 i związanej z nią przyspieszonej cyfryzacji, pojęcie "elastyczność" nabrało nowego znaczenia. Wcześniej, gdy pojawiał się w ofertach

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# Deep.

rekrutacyjnych, oznaczał mniej więcej tyle, co "bądź gotowy/-a dostosować się do otoczenia". Teraz elastyczność oznacza znacznie więcej:

- to gotowość na nagłe zmiany w otoczeniu (w tym regulacje wewnętrzne i zewnętrzne)
- to umiejętność wdrażania działań w sytuacjach zmiany i kryzysu
- to świadomość, że to, czego się teraz uczysz, może się wkrótce zdezaktualizować, więc musisz być gotowy/-a do podjęcia kolejnych kroków.

Niezależnie od tego, czy w swojej firmie wybierzesz Agile czy Lean, a może zdecydujesz się je pominąć i obrać jeszcze inną ścieżkę, bycie gotowym/-ą na zmiany powinno być Twoim priorytetem. Najlepszą praktyką jest monitorowanie zmian poprzez newslettery i blogi tworzone przez aplikacje, z których korzystasz na co dzień, a także przez aktualności na LinkedInie.

### 3. Oblicz ryzyko

Ryzyko zawsze powinno być wliczone w tworzenie biznesu i nie podlega to żadnej dyskusji. Jednak, gdy mówimy o biznesie online i budowaniu marki online, podejmujemy dodatkowe ryzyko ze względu na charakterystykę narzędzi online, aplikacji i mediów społecznościowych.

Zwróć więc szczególną uwagę na:

- **Dobór narzędzi do Twojego poziomu umiejętności cyfrowych.** W ten sposób zminimalizujesz ryzyko popełnienia krytycznego błędu i wielu codziennych frustracji. Oczywiście z czasem będziesz potrzebował/-a coraz bardziej zaawansowanych aplikacji, dlatego — aby zminimalizować ryzyko przeładowania informacyjnego — rozłóż przyswajanie nowego materiału: co tydzień ucz się jednego narzędzia, testując je w praktyce.
- **Jeśli tworzysz zespół, to wybierając poszczególne narzędzia, uwzględnij również koszty adaptacji.** Weź pod uwagę, że na przykład to, że 5 z 8 osób jest już zaznajomionych z MS Teams, a Ty wolisz Zoom i tylko Ty go znasz. Masz tydzień na wybór narzędzia do wideokonferencji. Przeszkolenie całego zespołu z Zoom zajmie Ci znacznie więcej czasu i będziesz musiał/-a zrobić to sam/-a. Będzie to też obarczone dużo większym ryzykiem — nieodebrane połączenia, błędy, stres, frustracja. Jeśli oddelegujesz to zadanie wspomnianym wyżej 5 osobom i zgodzisz się na MS Teams, ryzyko i koszty adaptacji będą znacznie niższe.
- **Wybieraj narzędzia, które oferują aktywne wsparcie lub przynajmniej ich użytkownicy mają aktywne grupy wsparcia na Facebooku.** Wbrew pozorom, nie jest tak łatwo uzyskać odpowiedź z działu wsparcia dużych firm. Jeśli sami twórcy nie odpowiedzą Ci na pytanie, szukaj pomocy w grupach na Facebooku.
- **Zanim użyjesz jakiegoś narzędzia, przeczytaj dokładnie jego licencję.** Nie wszystkie narzędzia i nie wszystkie plany są dopuszczone do





# Deep.

użytku komercyjnego, a tak właśnie będziesz z nich korzystać, gdy wybierzesz je dla swojego biznesu.

- **Pamiętaj, że w mediach społecznościowych nic nie jest prywatne.** Cokolwiek publikujesz, staje się treścią publiczną (nawet jeśli publikujesz to na Facebooku, na tzw. prywatnym profilu w trybie widoczności "Tylko dla znajomych", ta treść nie jest ani Twoja, ani prywatna), więc jeśli piszesz post lub komentarz, skalkuluj ryzyko, jakie podejmujesz Ty i Twoja marka. Gdy zaczniesz budować swoją markę w sieci, to co opublikujesz prywatnie może wpłynąć także na postrzeganie Twojej firmy.

#### 4. Empatia i projektowanie z myślą o użytkowniku

Oczywiście, projektowanie usług i produktów zorientowanych na użytkownika było ważne już wcześniej, ale pandemia COVID-19 pokazała kierunek, w którym muszą podążać marki, aby nie tylko przyciągnąć klientów, ale również ich zatrzymać. W biznesie, który jest prowadzony całkowicie online, bardzo łatwo jest zapomnieć, że po drugiej stronie ekranu siedzi człowiek, który ma realne potrzeby i emocje.

Dehumanizacja komunikacji w mediach społecznościowych czy procesu zakupowego sprawia, że klienci czują się jak jedni z wielu w tłumie. Dlatego empatia odgrywa tak ogromną rolę w budowaniu biznesu online i branding w sieci. Pamiętaj, aby odpowiednio dobierać nie tylko kanały komunikacji, ale również samą formę przekazu. Nie mów tylko o sobie i swoim biznesie, ale też słuchaj swojego użytkownika.





# Deep.

## **Wnioski na przyszłość: Co się nie sprawdziło, w jakim środowisku i w jakich okolicznościach?**

Kiedy wchodzisz w środowisko online, wiele rzeczy może pójść nie tak. Jest wiele zmiennych i masz prawo się nimi przejmować. Na co powinieneś/ powinnaś zwrócić uwagę?

- W czasie pandemii wiele osób zaczęło swoją przygodę z aplikacjami do wideokonferencji. **Zapewne słyszałeś/-aś o wielu spektakularnych wpadkach, kiedy ktoś myślał, że ma wyciszony mikrofon, tymczasem tak nie było i powiedział o jedno słowo za dużo.** Takie wpadki zdarzały się politykom, celebrytom, biznesmenom - mogą zdarzyć się i Tobie. Jak sobie z tym radzić? Po pierwsze, regularnie sprawdzaj, czy jesteś wyciszony. Przekreślona ikona mikrofonu w Zoomie/MS Teams widoczna jest obok Twojego nazwiska i oznacza, że inni Cię nie słyszą. Po drugie: co tylko możesz, zachowaj na później. Narzędzia czasami szwankują.
- **Przed pandemią nie wszystkie firmy korzystały z rozwiązań chmurowych.** Swoje dane przechowywały na wewnętrznych komputerach. Kiedy nadszedł lockdown i kryzys, trzeba było wysłać pracowników na home office, w efekcie dane nie mogły być swobodnie przenoszone, bo znajdowały się tylko w siedzibie firmy. Gdyby dane znajdowały się w chmurze, firmy mogłyby bez problemów i przestojów kontynuować codzienną działalność.
- **W europejskich realiach spotkania twarzą w twarz w biznesie wciąż uważane są za bardziej efektywne niż wideokonferencje czy audiokonferencje.** Niewątpliwie pandemia przyczyniła się do zmiany spojrzenia na tę kwestię, ale nadal są firmy, z którymi nie umówisz się na spotkanie online. Nie dlatego, że Twoja sprawa nie może być załatwiona w ten sposób, ale dlatego, że ktoś bardziej ceni sobie kontakt z żywym człowiekiem niż rozwiązania online. Klienci i pracodawcy mogą wywierać na Ciebie presję, abyś przyjechał/-a na spotkanie, które można odbyć online. Oczywiście klienci i pracodawcy mają prawo mieć swoje preferencje i przekonania — ale Ty również. Pamiętaj jednak, że Twój czas spędzony w podróży (nawet w autobusie jadącym przez miasto) również ma swoją wartość.





# Deep.

## Wskazówki:

### **Kluczowe wskazówki dotyczące przedsiębiorczości cyfrowej w zakresie kształcenia zawodowego**

**Kluczową rzeczą, którą warto pamiętać** o cyfrowej przedsiębiorczości w kontekście kształcenia zawodowego jest to, że tworzenie biznesu online nie jest gorszą alternatywą dla biznesu offline. W usługach poza branżą IT, pozostawanie w 100% online ze swoim biznesem jest nadal postrzegane w niektórych kręgach jako mniej wartościowy odpowiednik "prawdziwych" usług i produktów.

Biznes online to inna forma — nie gorsza, nie mniej wartościowa. Daje inne możliwości niż offline, a niektóre odbiera. To, co możesz zrobić, to wykorzystać cały potencjał, jaki oferuje środowisko online.

**Drugą wskazówką, o której warto pamiętać jest to, że świat online nie jest tylko dla młodych.** Jest to stereotyp i to bardzo niesprecyzowany. Co to znaczy "młody"? Czy chodzi o kogoś z pokolenia Z (urodzonego w połowie lat 90-tych), czy o Millenialsów z lat 80-tych?

Rzecz w tym, że data urodzenia nie czyni z Ciebie specjalisty od nowych technologii czy mediów społecznościowych. Owszem, jeśli urodziłeś się w połowie lat 90-tych lub później, istnienie TIK i mediów społecznościowych jest dla Ciebie bardziej naturalne niż dla kogoś, kto urodził się w latach 60-tych lub 70-tych. Nie oznacza to jednak, że młoda osoba jest bardziej kompetentna cyfrowo niż osoba starsza, ani że będzie ona zasadniczo bardziej zainteresowana nowymi technologiami niż osoba starsza.

#### **Dlatego też, budując biznes online:**

- możesz zainwestować w zróżnicowany zespół
- możesz zainwestować w produkty i usługi skierowane do klientów w różnym wieku
- w rozmowach z klientami/partnerami powinieneś/ powinnaś unikać stereotypów związanych z wiekiem.

**Różnorodność w środowisku online** to przede wszystkim zróżnicowanie osób pod względem wieku, doświadczenia w pracy z nowymi technologiami i aplikacjami, kompetencji (w tym poziomu kompetencji cyfrowych!) oraz wykształcenia. Pamiętaj, że w pracy z nowymi technologiami kluczowe są doświadczenie i wiedza praktyczna - nie studia, nawet te kierunkowe. Branża IT jest bardzo dobrym przykładem na to, że nie trzeba mieć dyplomu z dziedziny, w której się pracuje, aby stać się ekspertem. Nie obejdziesz się jednak bez otwartości na ciągłe zmiany, elastyczności w uczeniu się nowych rzeczy, umiejętności pracy w interdyscyplinarnych i zróżnicowanych zespołach.







# Deep.

Nawet jeśli nie zamierzasz pracować w IT, inwestycja w zróżnicowany zespół i zróżnicowanych klientów może nie tylko poszerzyć portfolio Twojej marki, ale także wzbogacić Twoją osobistą wiedzę, umiejętności i doświadczenia w znacznie większym stopniu, niż gdybyś skupił się tylko na jednorodnych grupach specjalistów i/lub klientów.

**Dlatego trzecią wskazówką**, o której warto pamiętać, jest dbanie o swoje portfolio. Cokolwiek robisz w środowisku online, upewnij się, że to dokumentujesz. Oczywiście często będzie Cię ograniczać umowa o poufności z klientem, nie będziesz mógł opisać szczegółów na swojej stronie internetowej czy w mediach społecznościowych. Co możesz zatem zrobić?

Zapewnij pewne elementy już na etapie ustalania warunków umowy. Niektóre rzeczy nie muszą być poufne. Możesz ustalić w umowie, że sama współpraca z klientem (nazwa marki, branża, rodzaj projektu) nie jest poufna i możesz ją opisać.

Po zrealizowaniu projektu zgodnie z umową, kiedy obie strony są zadowolone ze współpracy, możesz poprosić klienta o rekomendacje na LinkedIn oraz o logo na Twoją stronę internetową. Tego typu referencje będą widoczne dla każdego, kto odwiedzi Twój profil i stronę internetową, a także będą dostępne w dowolnym czasie i dla każdego, komu zechcesz przesłać takie portfolio.

W przypadku bardzo owocnej współpracy można również zapytać, czy klient zgadza się na opisanie swoich wyników w formie case study na swojego bloga lub do mediów społecznościowych. Taki opis można również zamieścić, zachowując nazwę firmy w tajemnicy zgodnie z życzeniem klienta i wymieniając jedynie branżę.

