

Skillful AID

E-Manual pentru formatori: Sprijinirea micro-antreprenorilor creativi

Un cadru practic axat pe 5 module: Mentalități adaptative, Sustenabilitate, Colaborare, Reziliență digitală și Mentalitate rezilientă, menite să ajute antreprenorii să facă față incertitudinii și să-și asigure o creștere pe termen lung.

Atitudini adaptative și
gestionarea crizelor

Sustenabilitate

Colaborare

Reziliență digitală și
mentalitatea rezilientă

Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-2-RO01-KA210-ADU-000295626





Prezentare generală a modulului

Microantreprenorii creativi își desfășoară activitatea într-un mediu caracterizat de incertitudine constantă – piețe în continuă schimbare, presiuni economice și povara psihologică pe care o presupune gestionarea unei afaceri individuale sau a unei microîntreprinderi. Acest modul abordează aspectele interioare ale rezilienței: modul în care gândim, reacționăm și ne revenim atunci când lucrurile nu merg bine.

Într-o lume plină de incertitudini, reziliența nu este o trăsătură de caracter, ci o abilitate care poate fi dobândită. Acest modul îi ajută pe antreprenori să-și schimbe perspectiva, să-și protejeze bunăstarea și să reacționeze în mod strategic la schimbările disruptive.

Mentalitatea adaptativă

Reziliența emoțională

Răspunsul la crize

Gândirea strategică



Obiective de învățare

Înțelegerea rezilienței ca pe o abilitate care poate fi dobândită, nu ca pe o trăsătură de personalitate fixă

Recunoașterea și întreruperea tiparelor dăunătoare, precum perfecționismul, teama de eșec și paralizia analitică

Aplicarea unui proces decizional bazat pe priorități pentru a distinge reacțiile emoționale de răspunsurile strategice

Separarea identității personale de performanța profesională pentru menținerea stabilității emoționale în perioadele de criză

Implementarea cadrului „Răspunsul minim viabil” (MVR) pentru stabilizarea funcțiilor esențiale ale afacerii

Elaborarea unui plan simplu de răspuns la situații de criză (Planul B Lite) adaptat contextului specific al afacerii respective





Mentalitate fixă

Perfecționismul — stabilirea unor standarde imposibil de atins care duc la paralizie în loc de progres

Teama de eșec — evitarea acțiunilor pentru a proteja imaginea de sine, în detrimentul învățării

Paralizia analitică — analizarea excesivă a posibilităților în loc să se realizeze experimente la scară mică

Mentalitatea bazată pe penurie — perceperea resurselor limitate ca fiind bariere permanente și imuabile

Catastrofizarea — tendința de a imagina cele mai pesimiste scenarii atunci când se află sub presiune

Capcana comparației — evaluarea succesului în raport cu realizările altora, în loc de progresul personal



Mentalitate adaptativă

Orientarea spre creștere — tratarea fiecărui eșec ca pe o sursă de informații utile și o oportunitate de învățare

Mentalitate orientată spre experimentare — testarea ideilor la un cost minim înainte de a se angaja pe deplin

Conștientizarea emoțională — recunoașterea și denumirea stărilor interioare fără a fi controlat de acestea

Ingeniozitate — combinarea creativă a mijloacelor disponibile pentru a avansa

Progresul înaintea perfecțiunii — o acțiune dusă la bun sfârșit este întotdeauna mai bună decât o inacțiune perfectă

Un ritm sustenabil — protejarea energiei creative pentru reziliență pe termen lung

Într-o lume plină de incertitudini, capacitatea de adaptare este mai valoroasă decât orice set de competențe fixe.

Reziliența nu este o trăsătură de personalitate — este o abilitate care se poate dobândi și care se dezvoltă prin practică și conștientizare de sine.





Identitate vs. performanța afacerii

Principiul separării

- ✓ Afacerea dvs. este ceva ce faceți – nu ceea ce sunteți
- ✓ Performanța afacerii reprezintă date pe baza cărora să acționați, nu un verdict asupra valorii dvs.
- ✓ Echilibrul emoțional este un atu strategic, nu un lux

Tehnici practice

- ✓ Exprimați-vă sentimentul fără a-l judeca („Mă simt anxios în legătură cu această lansare”, nu „Sunt un ratat”)
- ✓ Creați-vă un ritual de separare fizică: o rutină de încheiere a zilei
- ✓ Folosiți un jurnal sau o persoană de încredere pentru a exterioriza și a gestiona stresul profesional
- ✓ Analizați datele de afaceri cu curiozitate, ca un om de știință, nu ca un judecător



Răspunsul minim viabil (RMV)

Când apare o criză, instinctul ne îndeamnă să reacționăm imediat și în mod radical. Cadrul RMV îi învață pe antreprenori să reacționeze strategic: mai întâi să stabilizeze situația, apoi să o optimizeze.

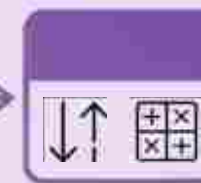
Cadrul RMV – Flux vizual în 4 pași



STOP:
Opriți reacția emoțională imediată.
Respirați adânc.
Creați o distanță.



EVALUARE :
Care sunt cele 3 funcții esențiale fără de care afacerea dvs. nu poate supraviețui? (venituri, relații cu clienții cheie, produsul /serviciul principal)



PRIORITIZARE:
Clasificați acțiunile în funcție de urgență și impact. Folosiți matricea 2x2: Impact ridicat x Efort redus = De realizat mai întâi



ACȚIUNE:
Puneți în aplicare măsurile minime necesare pentru stabilizare. Evitați să complicați excesiv soluția în situații de criză.

Scopul RMV nu este acela de a rezolva totul dintr-o dată – ci de a menține motorul esențial în funcțiune în timp ce vă recăpătați perspectiva și forța.



EXERCIȚIUL 1 – “Metafora rezilienței” (Activitate de încălzire)

Pentru facilitatori : Rugați participanții să se gândească la un obiect sau la un element din natură care simbolizează reziliența. Exemple: bambusul (se îndoaie fără să se rupă), apa (se adaptează la orice recipient) , o sămânță (rezistă în întuneric).



EXERCIȚIUL 2 – Cartografierea grilei de risc

Exercițiul 2 · Individual + în grup · 20 min

Pentru facilitatori : Prezentați matricea cu 4 cadrane pe un flipchart sau pe un ecran.
Explicați axele: verticală = Impact (ridicat/scăzut),
orizontală = Controlabilitate (ridicată/scăzută)



EXERCIȚIUL 2– Cartografierea grilei de risc

Exercițiul 2 · Individual + în grup · 20 min

Pentru participanți: Enumerați 6-8 riscuri cu care se confruntă în prezent afacerea dumneavoastră.

Plasați fiecare risc în unul dintre cadranele grilei.

Identificați riscurile cu IMPACT MARE / CONTROL REDUS care necesită planificare de scenarii.

Identificați riscurile cu IMPACT MARE / CONTROL MARE care reprezintă prioritatea dumneavoastră imediată.

Discuție de sinteză: Discutați în grupuri mici. Ce v-a surprins? Ce măsuri puteți lua astăzi?



EXERCIȚIUL 3– Planul B Lite Modelul Canvas

Exercițiul 3 · Individual · 30 min

Pentru facilitatori: Distribuți sau afișați șablonul Plan B Lite. Subliniați faptul că acesta nu este un plan de afaceri complet – este o plasă de siguranță minimă.

Pentru participanți: Completați tabelul cu următoarele secțiuni:

- Dacă sursa mea principală de venit scade cu 50%, măsura pe care o voi lua imediat este : ____
- Cele 3 funcții ale afacerii pe care trebuie să le protejiez cu orice preț : ____
- Costul meu lunar minim de funcționare (bugetul de supraviețuire): ____
- O sursă alternativă de venit pe care aș putea să o pun în funcțiune în 2 săptămâni : ____
- Rețeaua mea de sprijin (persoanele pe care le pot contacta pentru ajutor): ____

Analiză: Discuție în perechi. Facilitatorul subliniază diferența dintre planificarea de urgență și pregătirea strategică



Întrebări de reflecție

Folosiți aceste întrebări pentru a încheia sesiunea modulului și pentru a încuraja o aplicare personală mai profundă. Acordați participanților 3–5 minute de reflecție în tăcere înainte de a trece la discuția în grup.

1. Gândiți-vă la o provocare profesională din trecut. Cu o mentalitate adaptabilă, cum ați fi putut reacționa altfel?
2. Care tipar dăunător (perfecționismul, evitarea, tendința de a exagera) îl recunoașteți la dvs.? Ce îl declanșează?
3. Dacă mâine vi s-ar întrerupe principala sursă de venit, care ar fi primele trei măsuri pe care le-ați lua?
4. Cum reușiți în prezent să faceți distincția între identitatea personală și performanța profesională? Ce v-ar putea ajuta să faceți acest lucru mai bine?
5. Care este un „răspuns minim viabil” pe care îl puteți pune în aplicare săptămâna aceasta pentru a face față unui risc actual al afacerii?
6. Cine din rețeaua dvs. poate fi un punct de sprijin în momente de criză—cineva pe care să-l sunați când incertitudinea atinge apogeul?



Cele mai bune practici ptr. facilitatori



Creați un climat de siguranță psihologică: Înainte de exerciții, acceptați în mod explicit incertitudinea. Spuneți: „Aici nu există răspunsuri corecte—ci doar o explorare sinceră.” Dați un exemplu de deschidere, împărtășind propria voastră experiență legată de incertitudine.



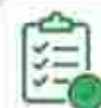
Echilibru între teorie și practică: Fiecare bloc conceptual ar trebui să fie însoțit de o aplicație practică. Maximum 15 minute de prezentare înainte ca participanții să se implice activ.



Adaptați ritmul la nivelul de energie: Urmăriți cu atenție energia grupului. Dacă energia scade, folosiți o activitate fizică scurtă pentru revigorare (ridicați-vă în picioare, faceți câteva întinderi, schimbați perechile). Nu continuați cu forța în momentele în care energia este scăzută.



Respectați reacțiile emoționale: Este posibil ca unii participanți să-și exprime sentimente puternice (frică, durere, furie). Recunoașteți-le fără a încerca să le remediați. Spuneți: „Este important. Să lăsăm loc pentru aceste sentimente.”



Încheiați cu un angajament: Încheiați fiecare modul cu o acțiune concretă și realizabilă. „Care este un lucru pe care îl veți face altfel până la următoarea noastră sesiune?” Notați-l, împărtășiți-l, puneți-l în practică.

Cel mai eficient obicei de facilitare: încheiați fiecare sesiune cu un angajament clar și personal. Mic, specific și cu un termen limită.





Prezentare generală a modului 🌱

Acest modul sprijină microîntreprinzătorii creativi în dezvoltarea unor afaceri durabile, reziliente și responsabile din punct de vedere social, consolidându-le practicile economice, sociale și de mediu prin instrumente practice, activități de reflecție și exemple din viața reală.

„Sustenabilitatea nu este o povară — ci un avantaj competitiv”.

Economic

Responsabilitate socială

Economia circulară

Tripla responsabilitate



Obiective de învățare

- Înțelegerea principiilor-cheie ale unui mediu sustenabil pentru microîntreprinderi.
- Identificarea strategiilor de îmbunătățire a sustenabilității economice, a lichidității și a sănătății financiare pe termen lung.
- Aplicarea unor metode practice pentru calcularea și înțelegerea pragului de rentabilitate.
- Recunoașterea importanței rezervelor și a planificării financiare pentru dezvoltarea viitoare.
- Înțelegerea rolului responsabilității sociale în întreprinderile creative și a impactului acesteia asupra comunităților locale.
- Promovarea unor medii de lucru incluzive și favorabile pentru angajați și colaboratori.
- Înțelegerea tranziției către o economie verde și a relevanței acesteia pentru microîntreprinderile creative.
- Aplicarea principiilor economiei circulare și a practicilor durabile pentru reducerea deșeurilor și utilizarea eficientă a resurselor.



Înțelegerea pragului de rentabilitate

Pragul de rentabilitate îi ajută pe antreprenori să înțeleagă câte produse sau servicii trebuie să vândă pentru a-și acoperi costurile și a începe să genereze profit. Cunoașterea acestui indicator contribuie la o mai bună planificare financiară, la luarea deciziilor privind stabilirea prețurilor și la sustenabilitatea afacerii.

Pragul de rentabilitate Nivelul în care veniturile totale sunt egale cu costurile totale — ceea ce înseamnă că afacerea nu mai înregistrează pierderi, dar încă nu realizează profit.

Informație cheie - Înțelegerea pragului de rentabilitate vă ajută să stabiliți obiective de vânzări realiste și să luați decizii financiare mai inteligente.



Calcularea pragului de rentabilitate

Formula:

Pragul de rentabilitate = Costuri fixe ÷ Marja contribuției, unde:

Costuri fixe = costuri care rămân constante (chirie, salarii, utilități)

Marja contribuției = prețul de vânzare unitar – costurile variabile unitare

Exemplu

Dacă costurile fixe sunt de 5.000 €, prețul de vânzare este de 30 €, iar costul variabil unitar este de 15 €:

Marja contribuției = 30 € – 15 € = 15 €

Pragul de rentabilitate = 5,000 ÷ 15 = 334 de unități

Aceasta înseamnă că trebuie să vindeți aproximativ 334 de unități pentru a acoperi toate costurile.

Consolidarea rezilienței financiare

Pasul 1: Cunoașteți-vă clienții, tendințele pieței și punctele forte ale afacerii.

Pasul 2: Planificați-vă veniturile și cheltuielile pentru următoarele 12–24 de luni.

Pasul 3: Monitorizați periodic fluxul de numerar și adaptați cheltuielile atunci când este necesar.

Pasul 4: Constituiți rezerve financiare pentru a face față situațiilor neprevăzute și investițiilor viitoare.

Pasul 5: Stabiliți obiective clare pentru afacere și strategii de creștere durabilă.



Sustenabilitatea financiară: cheia succesului pe termen lung.



Responsabilitatea socială

Pentru microîntreprinzătorii creativi, responsabilitatea socială nu este un concept corporativ – ci rezultatul firesc al desfășurării activității în cadrul unei comunități. Deciziile de afaceri au impact asupra ocupării forței de muncă la nivel local, asupra patrimoniului cultural, asupra bunăstării comunității și asupra ecosistemelor economice.

Înțelegerea impactului asupra comunității

- Care sunt persoanele pe care le afectează în mod direct afacerea dvs. (angajați, subcontractanți, clienți, furnizori)?
- Cine este afectat în mod indirect (comunitatea locală, ecosistemul cultural, mediul înconjurător)?
- Cum contribuie afacerea ta la economia locală (furnizori locali, meșteșugari, evenimente)?
- Ce valoare culturală sau socială creează produsul/serviciul dvs.?

Cartografierea impactului asupra comunității: Desenați 3 cercuri concentrice.

Cercul interior: Părțile interesate direct (persoanele pe care le angajați sau le plățiți)

Cercul din mijloc: Beneficiarii indirecti (cei care beneficiază de pe urma activității dvs.)

Cercul exterior: Comunitatea și societatea (impact mai larg)



Studiu de caz: Fabricat în Roșia Montană

O mică întreprindere de confecții din Roșia Montană a început să producă articole de îmbrăcăminte folosind lână provenită din comunitățile montane din împrejurimi. Ceea ce a început ca o inițiativă de sustenabilitate s-a transformat într-un model complet de întreprindere socială:

- A creat locuri de muncă pentru 12 familii locale într-o regiune cu o rată ridicată a șomajului
 - A conservat meșteșugurile tradiționale de prelucrare a lânii, aflate în pericol de dispariție
 - A generat venituri care au rămas în economia locală (efect multiplicator)
 - A construit o bază de clienți fideli în jurul poveștii unei producții locale autentice
 - A câștigat un premiu regional pentru impact social în sectorul creativ
- Lecție: „Responsabilitatea socială și succesul comercial nu sunt opuse – ele se completează reciproc.”

Efectul de undă

Decizia dvs. de afaceri

Implicarea furnizorilor locali

Venituri locale generate

Comunitatea reinvestește

Afacerea dvs. se dezvoltă

Trecerea la un stil de viață ecologic

Trecerea la practici durabile din punct de vedere ecologic nu este un proces care se realizează peste noapte – este un parcurs progresiv. Pentru microantreprenorii creativi, chiar și schimbările mici pot avea un impact cumulativ semnificativ și o valoare de diferențiere pe piață.



Principiile economiei circulare

Economia circulară înlocuiește modelul liniar „prelevează-produce-aruncă” cu un ciclu regenerativ.

- Proiectare pentru durabilitate: creați produse care să reziste în timp și să poată fi reparate
- Folosiți materiale care pot fi reciclate, compostate sau reutilizate
- Mențineți produsele în uz cât mai mult timp posibil prin întreținere, reparații, închiriere
- Reintroduceți materialele în ciclul de viață la sfârșitul ciclului de viață (compostare, parteneriate ptr. reciclare)

Aplicație creativă: „O artistă textilă care folosește resturi de țesături ca materie primă pentru accesorii de mici dimensiuni – transformând deșeurile în produse noi”.



Strategii pentru reducerea deșeurilor

Începeți cu ceea ce este cel mai ușor de realizat: Reducerea deșeurilor din procesul de producție.

- Analizați deșeurile generate în procesul de producție timp de o săptămână – ce aruncați?
- Identificați organizații locale care pot folosi deșeurile dvs. de producție (școli, spații de creație)
- Treceți la documentarea și comunicarea în format digital
- Folosiți ambalaje minimaliste, reciclabile sau biodegradabile
- Apelați la surse locale de materii prime pentru a reduce emisiile generate de transport

Soluție rapidă: „Comandați doar ce aveți nevoie. Organizați producția în loturi pentru a reduce la minimum resturile”.



Oportunități ecologice în sectorul creativ

Economia verde creează noi oportunități de piață pentru antreprenorii creativi.

- Colecții ecologice: o piață în creștere pentru moda, artizanatul și designul durabile
- Economia reparării: ateliere, tutoriale și servicii legate de reparare/reciclare creativă
- Certificare și etichetare ecologică: acces la segmente de piață premium
- Colaborări cu organizații de mediu și ONG-uri
- Participarea la piețe ecologice, târguri și platforme
- Finanțare din partea UE: numeroase programe acordă prioritate proiectelor ecologice din sectoarele creative

Fiecare alegere durabilă pe care o faceți reprezintă, de asemenea, un mesaj de comunicare al companiei – le spune clienților dvs. cine sunteți și ce valori susțineți.





EXERCIȚIUL 1 – „Atelier - calculul pragului de rentabilitate”

Exercițiul 1 – Individual – 20 min

Pentru facilitatori: Puneți la dispoziție un șablon simplu de foaie de calcul sau o fișă de lucru pe hârtie. Parcurgeți împreună un exemplu de calcul înainte ca participanții să lucreze individual.

Pentru participanți :

Pasul 1: Enumerați toate costurile fixe (lunare): chirie, abonamente, asigurări, telefon = €__

Pasul 2: Pentru produsul/serviciul principal, identificați costul variabil unitar = €__

Pasul 3: Prețul de vânzare = €__

Pasul 4: Marja de contribuție = Preț – Cost variabil = €__

Pasul 5: Număr de unități prag rentabilitate = Costuri fixe ÷ Marja de contribuție = __/ lună

Întrebare: Volumul actual se situează peste sau sub pragul de rentabilitate?
Ce trebuie schimbat?



EXERCIȚIUL 2 – „Modelul de afaceri cu triplu rezultat”

Exercițiul 2 – Individual + în perechi - 30 min

Pentru facilitatori: Distribuți șablonul de tip „canvas” (sau desenați-l pe o foaie mare). Participanții completează toate cele trei secțiuni și apoi le prezintă unui partener.

Pentru participanți:

ECONOMIC: Care este venitul meu lunar actual? Care este venitul minim?

Care este pragul de rentabilitate? Care este obiectivul meu pe 3 luni?

SOCIAL: Pe cine susține sau angajează direct afacerea mea? Ce comunități locale beneficiază? Ce valoare culturală creez?

DE MEDIU: Care este cea mai mare sursă de deșeuri a mea? Ce acțiune ecologică aș putea pune în practică luna aceasta? Ce oportunitate ecologică aș putea explora în 6 luni?

SECȚIUNEA DE REFLEXIE



EXERCIȚIUL 3 – „Cartografierea oportunităților ecologice”

Exercițiul 3 – Grup - 20 min

Participanții dezbate în grupuri de 3-4 persoane oportunități ecologice specifice sectorului lor.



Materiale ecologice? Parteneriate în domeniul deșeurilor? Servicii de reparații? Certificări ecologice? Aprovizionare locală? Târguri /platforme ecologice?



Materiale ecologice?
Parteneriate în domeniul deșeurilor? Servicii de reparații? Certificări ecologice? Aprovizionare locală? Târguri/platforme ecologice?

Fiecare grup prezintă celor prezenți în sală cele mai importante două oportunități identificate de ei



Întrebări de reflecție

1. Care dintre cei trei piloni ai sustenabilității (economic, social, de mediu) vi se pare cel mai provocator pentru afacerea dumneavoastră în acest moment?
2. Care este o acțiune de responsabilitate socială pe care ați putea-o pune în practică în următoarele 30 de zile?
3. Cum ar arăta succesul sustenabil pentru afacerea dumneavoastră peste 2 ani??





Prezentare generală a modului

Microantreprenorii creativi lucrează adesea singuri – iar izolarea reprezintă unul dintre cele mai mari riscuri invizibile pentru sustenabilitatea lor. Resursele limitate, lipsa feedback-ului din partea colegilor și absența rețelelor de colaborare amplifică fiecare provocare.

Acest modul pune sub semnul întrebării modelul „lupului singuratic” și prezintă colaborarea nu ca pe un lux, ci ca pe un multiplicator strategic. Atunci când antreprenorii își pun în comun punctele forte, depășesc limitările individuale și creează împreună ceea ce niciunul nu ar putea realiza singur.

Schimbarea fundamentală necesară constă în trecerea de la mentalitatea de **deficit** –protejarea a ceea ce este „al meu” – la mentalitatea de **abundență**: ceea ce creăm împreună este mai mare decât ceea ce oricare dintre noi ar putea produce singur.

Teme cheie:

Co-creație**Mentalitatea abundențe****Schimb de
competențe****Rețele strategice**

Obiective de învățare

- 1 Identificați și combateți tiparele de gândire bazate pe ideea de deficit care împiedică colaborarea
- 2 Înțelegerea și aplicarea a cel puțin 2 modele de colaborare (schimb de competențe, promovare comună, oferte comune, resurse partajate)
- 3 Identificați-vă propriile nevoi și oferte de colaborare folosind instrumentul de cartografiere a colaborării
- 4 Stabiliți reguli clare de comunicare și limite înainte de a începe orice colaborare
- 5 Elaborați o abordare strategică a relaționării – mai întâi relațiile, apoi tranzacțiile
- 6 Completați un chestionar de autoevaluare privind încrederea și riscurile înainte de a vă angaja într-un parteneriat de colaborare



De la competiție la co-creație

**Concurență / Deficit**

- Nu este destul pentru toată lumea – trebuie să-mi apăr ceea ce îmi aparține
- Concurenții reprezintă amenințări care trebuie evitate sau înfrânte
- Cunoștințele și abilitățile constituie avantaje exclusive
- Succesul este un joc cu sumă zero: câștigul meu este pierderea ta
- Lucrează singur pentru a păstra controlul

**Co-creație / Abundență**

- Extinderea pieței aduce beneficii tuturor – resursele sunt suficiente
- Colegii sunt potențiali aliați și colaboratori
- Cunoștințele împărtășite creează un avantaj competitiv colectiv
- Succesul se multiplică atunci când este împărtășit: creșterea mea o susține pe a ta
- Colaborează strategic pentru a ajunge mai departe, mai repede

Modele de colaborare

**Schimb de competențe**

Experiență în tranzacționare și timp fără ca banii să schimbe proprietarul.

Cum funcționează: Un fotograf face schimb de ședințe foto cu un redactor de conținut web, în schimbul unui conținut web.

Ambii beneficiază de servicii profesionale fără a cheltui bani.

Ideal pentru: competențe complementare, întreprinderi aflate în faza incipientă, cu bugete limitate

**Promovare comună**

Partajarea audiențelor pentru a spori acoperirea pentru ambii parteneri.

Cum funcționează: Două afaceri care nu se află în concurență (de exemplu, un ceramist și un florar) își promovează reciproc activitatea în rândul publicului lor. Schimburi de buletine informative, postări comune pe rețelele sociale, acorduri de recomandare.

Ideal pentru: companii cu segmente de public implicate, dar care nu se suprapun

**Oferte comune**

Combinarea produselor sau serviciilor într-o singură ofertă.

Cum funcționează: Un designer de textile și un producător de parfumuri pentru casă creează o „Cutia de wellness pentru acasă” vândută împreună cu ocazia sărbătorilor. Ambii câștigă noi clienți și împart veniturile.

Ideală pentru: produse complementare destinate aceluiași profil de client

**Resurse comune**

Partajarea spațiilor, a echipamentelor sau a instrumentelor pentru a reduce costurile individuale.

Cum funcționează: Trei micro-antreprenori împart un spațiu de studio sau o cameră video profesională. Costurile se împart în mod egal, fiecare folosind echipamentul conform unui program stabilit.

Ideal pentru: active fizice cu valoare ridicată, apropiere geografică



Comunicare clară

Comunicare încă din prima zi

- ✓ Stabiliți în scris domeniul de aplicare al colaborării — chiar și un e-mail este mai bun decât nimic
- ✓ Stabiliți în mod explicit responsabilitățile și rezultatele așteptate ale fiecărei părți
- ✓ Stabiliți termene realiste, cu o flexibilitate inclusă pentru eventualele întârzieri neprevăzute
- ✓ Precizați modul în care se vor lua deciziile: prin consens, prin desemnarea unui coordonator sau prin rotație
- ✓ Stabilirea unui proces prin care să se poată semna problemele sau neînțelegerile într-un mod constructiv
- ✓ Precizați ce se întâmplă în cazul în care una dintre părți trebuie să se retragă din colaborare

Folosiți o „Listă de verificare pentru acordul de colaborare” simplă — 10 întrebări la care trebuie să răspundeți înainte de a începe.



Respectarea limitelor

Roluri, limite și așteptări

Colaborările sănătoase necesită limite clare — nu din cauza neîncrederii, ci pentru că claritatea permite libertatea și creativitatea.

Printre limitele principale se numără :

- Proprietatea intelectuală: cui îi aparține ceea ce este creat în comun?
- Împărțirea veniturilor: ce sumă pe săptămână/lună se așteaptă fiecare partener să primească în funcție de contribuția proprie?
- Autoritatea decizională: cine are ultimul cuvânt în chestiunile importante?
- Reprezentarea mărcii: poate fiecare parte să utilizeze colaborarea în propriile campanii de marketing?
- Condiții de încetare: ce se întâmplă cu munca realizată în comun dacă parteneriatul se încheie?

Limitele neclare sunt cauza principală a eșecului colaborării — abordați-le din timp și cu tact.



Rețele strategice

Mai întâi relațiile, apoi tranzacțiile

Rețelele de contacte nu înseamnă doar acumularea de contacte — ci cultivarea unor relații de valoare reciprocă de-a lungul timpului.

3 etape ale creării unei rețele strategice :

Etapa 1 — OFERĂ (înainte de a avea nevoie de ceva): Oferiți valoare, împărtășiți cunoștințe, faceți prezentări, apreciați munca celorlalți. Fiți sincer curios în legătură cu ceea ce construiesc ceilalți.

Etapa 2 — CONECTEAZĂ-TE (construiți relații autentice): Mențineți legătura. Țineți minte detaliile. Fiți prezent în mod constant în locurile unde se adună comunitatea dvs. (online și offline). Calitatea primează întotdeauna în fața cantității.

Etapa 3 — SOLICITAREA (când relația este pregătită): Când aveți nevoie de sprijin sau de colaborare, solicitarea vine în mod natural într-o relație deja existentă. Nu este o tranzacție rece — este următorul pas firesc.

Principiul cheie: „Cel mai bun moment pentru a-ți construi rețeaua este înainte de a avea nevoie de ea.”





EXERCITIUL 1 – „Harta colaborării: nevoi vs. oferte”



Exercițiul 1 · Individual + în grup · 25 min

Pentru facilitatori: Acest exercițiu dă cele mai bune rezultate atunci când participanții pot vedea fizic și compara hărțile celorlalți. Folosiți un spațiu mare pe perete sau o tablă digitală comună.

Coloana A — OFERTELE MELE (ce pot oferi)	Coloana B — NEVOILE MELE (ce caut)
Competențe: (de exemplu, fotografie, redactare de texte publicitare, design web, contabilitate, croitorie) Resurse: (de exemplu, spațiu de studio, echipament foto, acces la servicii de imprimare, contacte) Cunoștințe: (de exemplu, rețelele sociale, redactarea cererilor de finanțare, cunoașterea pieței locale)	Competențe: (de exemplu, am nevoie de ajutor cu contabilitatea, rețelele sociale, logistica livrărilor) Resurse: (de exemplu, am nevoie de acces la un cuptor, o dubiță, un traducător bilingv) Cunoștințe: (de exemplu, am nevoie de îndrumare în ceea ce privește stabilirea prețurilor, structurile juridice, exportul)

Faza de grup: Afișați toate ofertele pe un panou, iar toate nevoile pe altul. Participanții se deplasează și identifică potențiale potriviri. Facilitatorul ajută la identificarea perechilor sau grupurilor de colaborare.

Discuție de sinteză: „Ce v-a surprins în legătură cu nevoile celorlalți? Ce puncte forte aveți pe care le considerați de la sine înțelese?”



Întrebări de reflecție

1. Gândiți-vă la o colaborare (sau o încercare de colaborare) din trecut. Ce a făcut ca aceasta să funcționeze sau să eșueze?
2. Ce tipar de gândire bazat pe deficit recunoașteți la dvs. atunci când cineva vă propune o colaborare?
3. Cine din rețeaua dvs. ar putea fi, în acest moment, un potențial colaborator? Ce vă împiedică să luați legătura cu acea persoană?
4. Ce ar trebui să aveți asigurat (înțelegeri, încredere, claritate) înainte de a vă simți confortabil într-un proiect comun?

EXERCITIUL 2 – „Reflecție asupra încrederii și riscului”



Exercițiul 2 · Individual · 15 min (înainte de angajarea într-o colaborare)

Pentru participanți – răspundeți sincer la aceste întrebări înainte de a vă angaja în orice colaborare :

1. Ce știu despre stilul de lucru și valorile acestui potențial colaborator?
2. Care ar fi cel mai rău scenariu dacă această colaborare ar eșua? Pot să îmi asum acest risc?
3. Mi-am comunicat clar așteptările și le-am ascultat pe ale lor?
4. Avem stiluri de comunicare și preferințe în luarea deciziilor compatibile?
5. Am discutat ce se va întâmpla cu orice proiect comun sau investiție în cazul în care ne despărțim?
6. Îmi place și respect cu adevărat această persoană – dincolo de ceea ce îmi poate oferi?
7. Există un acord scris sau, cel puțin, o corespondență prin e-mail documentată?

Sfaturi pentru facilitatori

- Lăsați exercițiul de cartografiere a colaborării să se desfășoare în mod natural – rezistați tentației de a-l dirija
- Sărbătoriți cu entuziasm asocierile neașteptate
- Normalizați sentimentul de disconfort legat de reflecția asupra încrederii – aceasta reprezintă o gândire critică sănătoasă, nu pesimism
- Dacă timpul permite, invitați o pereche să participe la un joc de rol de 5 minute, de tip „speed-date al colaborării”
- Încheiați cu: „Colaborarea este o abilitate. Cu cât o exersați mai mult, cu atât veți deveni mai buni.”



Prezentare generală a modulului

Trăim și lucrăm într-un ecosistem digital pe care nu îl deținem și pe care nu îl controlăm. Platformele de socializare, piețele online și instrumentele digitale au devenit o infrastructură esențială pentru microîntreprinzătorii creativi — și totuși acestea își pot modifica regulile, pot restricționa accesul sau pot dispărea peste noapte.

Reziliența digitală nu înseamnă să stăpâniți fiecare platformă — ci să construiți o prezență comercială capabilă să reziste perturbărilor. Aceasta înseamnă diversificarea canalelor digitale, menținerea controlului asupra publicului dvs. și stabilirea unui protocol clar pentru situațiile în care lucrurile nu merg cum trebuie.

Acest modul îi ajută pe antreprenori să treacă de la dependența digitală la suveranitatea digitală: să-și controleze cel mai important activ — relația cu clienții — indiferent de schimbările care au loc la nivelul platformelor.

Independența față de platformă

Proprietatea publicului

Diversificarea canalelor

Protocolul de criză



Obiective de învățare

1

Identificarea vulnerabilităților digitale și dependențelor actuale (audit de risc al platformei)

2

Înțelegerea diferenței dintre publicul închiriat (abonații de pe rețelele sociale) și publicul propriu (listele de e-mail)

3

Elaborarea unei strategii de diversificare a canalelor pentru a reduce riscul apariției unui punct unic de eșec

4

Aplicarea metodei „Pauze strategice” (Oprire → Evaluare → Stabilirea priorităților) în cazul perturbărilor digitale

5

Crearea sau actualizarea unui plan de reziliență digitală în versiune simplificată pentru afacerea dvs.

6

Identificarea de alternative cu tehnologie simplă ptr. fiecare funcție digitală cheie din afacerea dvs.

Într-o lume dependentă de tehnologia digitală, reziliența înseamnă să-ți stăpânești publicul – nu doar conținutul.

Înainte de a putea dezvolta reziliența digitală, trebuie să identificați cu claritate vulnerabilitățile actuale. Majoritatea antreprenorilor creativi subestimează cât de mult depind de sisteme care nu se află sub controlul lor — până când ceva nu funcționează.



Dependența de platformă

A-ți construi întreaga bază de clienți pe o singură platformă de socializare este ca și cum ai închiria un stand la piață fără un contract de închiriere. Platforma își poate modifica regulile, vă poate limita acoperirea sau vă poate închide contul cu un preaviz de 24 de ore.

- Acoperirea pe Facebook/Instagram a scăzut de la ~15% la ~2% din numărul de urmăritori în mod organic (2012–2024)
- Etsy, Amazon Handmade și alte platforme similare și-au modificat de mai multe ori structurile de comisioane și algoritmii de vizibilitate
- Conturile de TikTok au fost suspendate fără avertisment și fără posibilitatea de a face apel



Dependența de algoritm

De fiecare dată când o platformă își modifică algoritmul, antreprenorii care și-au construit publicul pe acea platformă își pierd vizibilitatea – uneori peste noapte, fără niciun avertisment.

- Nu puteți prevedea, controla sau contesta deciziile algoritmilor
- Ceea ce a funcționat anul trecut ar putea fi penalizat anul acesta
- Obiectivul platformei este propriul nivel de implicare – nu succesul afacerii dvs.

Ce înseamnă asta: dacă vânzările dvs. depind de acoperirea organică pe o platformă, vă desparte doar o actualizare a algoritmului de o criză.



Vulnerabilitatea contului

Spargerea conturilor și accesul neautorizat sunt fenomene din ce în ce mai frecvente în rândul microîntreprinzătorilor care își gestionează singuri prezența digitală.

Vulnerabilități cheie:

- Parole slabe sau reutilizate pe mai multe platforme
- Autentificarea în doi pași nu este activată
- Atacuri de phishing care vizează conturile întreprinderilor mici
- Nu există acces de rezervă la contul de afaceri (nu există adresă de e-mail de recuperare sau contacte de încredere)

Măsurile imediate: Activați autentificarea în doi pași (2FA) pentru toate conturile. Folosiți un manager de parole. Păstrați offline o listă cu codurile de recuperare.



Supraîncărcare digitală și epuizare

Presiunea de a menține o prezență digitală constantă – postarea zilnică, răspunsul la comentarii, monitorizarea statisticilor – reprezintă o povară adesea invizibilă, care epuizează energia creativă și afectează starea de bine.

Semne ale epuizării digitale:

- Publicarea de conținut din obligație, mai degrabă decât din dorința de exprimare autentică
- Compararea constantă cu indicatorii de performanță ai concurenților
- Anxietate atunci când nu se verifică notificările
- Activitatea creativă are de suferit din cauza timpului dedicat creării de conținut

Răspuns: O prezență digitală durabilă este mai valoroasă decât o prezență digitală intensă. Calitate, consecvență și limite.

Auditul riscurilor digitale: Evaluați-vă pe o scară de la 1 la 5 pentru fiecare risc. Orice scor între 4 și 5 indică necesitatea unor măsuri prioritare.





Construirea bazelor dvs. digitale

Reziliența digitală se bazează pe patru piloni. Fiecare pilon pe care îl punei în aplicare vă va reduce vulnerabilitatea la perturbări.



Pilonul 1 – Diversificarea canalelor de distribuție:

- Nu vă bazați pe o singură platformă pentru vânzări, comunicare sau vizibilitate.
- Identificați canalele actuale și procentul din venituri sau din contacte generat de fiecare.
- Dacă un singur canal contribuie cu peste 60% din afacere, aceasta reprezintă o dependență critică
- Adăugați cel puțin două canale suplimentare în acest trimestru (tipuri diferite de platforme: rețele sociale, e-mail, contact direct, parteneri).
- Considerați-vă propriul site web ca o bază permanentă, deținută de dvs.



Pilonul 2 – Dețineți-vă publicul (liste de e-mail):

- De ce este important e-mailul:
- Rata de deschidere ~20-40% față de acoperirea organică pe rețelele sociale ~2-5%
- Lista vă aparține, indiferent de schimbările platformei
- Comunicare directă, personalizată, adaptabilă
- Cum să începeți:
- Creați un „lead magnet” simplu (resursă gratuită, reducere, conținut exclusiv).
- Folosiți un instrument de e-mail de bază (versiunea gratuită Mailchimp, Brevo etc.).
- Trimiteți un e-mail util pe lună – consecvența este mai importantă decât frecvența.



Pilonul 3 – Sistematizarea conținutului

- Nu creați conținut în mod reactiv. Construiți un sistem care să funcționeze chiar și atunci când inspirația vă lipsește.
- Elementele de bază ale sistemului de conținut:
- Calendarul de conținut (planificare lunară, execuție săptămânală)
- Banca de conținut (reutilizați un singur material în 3 formate)
- Șabloane pentru tipurile de conținut recurente
- Crearea în serie (creați conținut pentru o săptămână într-o singură sesiune de lucru concentrată)



Pilonul 4 – Reducerea punctelor unice de eșec:

Verificați-vă dependențele:

- Enumerați cele mai importante 5 instrumente digitale pe care le utilizați
- Pentru fiecare dintre ele: Care este soluția de rezervă în cazul în care devine indisponibil?
- Exportați/descărcați datele în mod regulat de pe fiecare platformă
- Păstrați o copie locală a listei de clienți, a catalogului de produse și a fișierelor esențiale



Răspunsul la crize în mediul digital

Când apare o criză digitală – contul a fost spart, platforma s-a blocat, algoritmul a dat greș – prima dvs. reacție este decisivă.

Rezistați tentației de a reacționa imediat. O reacție emoțională imediată duce rareori la o acțiune strategică.

Pasul 1 – STOP

- Ce trebuie să faceți: Respirați adânc. Luați o pauză de 30 de minute. Spuneți unei persoane de încredere ce s-a întâmplat.
- Ce nu trebuie să faceți: Să postați un răspuns impulsiv, să ștergeți ceva sau să faceți modificări la nivelul întregii platforme când sunteți cuprins de panică.

Pasul 2 – EVALUARE *Înțelegeți ce s-a întâmplat de fapt înainte de a decide ce să faceți.*

- Ce anume nu funcționează sau este inaccesibil?
- Câți clienți/abonați sunt afectați?
- Ce venituri sunt în pericol?
- Este vorba de o problemă temporară sau de o schimbare permanentă?

Pasul 3 – PRIORITIZARE *Clasificați acțiunile în funcție de urgență și impact. Nu este necesar să se facă totul.*

- Prioritatea 1: Securizați conturile rămase (schimbați parolele, activați autentificarea în doi pași)
- Prioritatea 2: Comunicați cu lista dvs. de e-mail (dacă aveți una) – preluați controlul asupra narațiunii
- Prioritatea 3: Activați alternative cu tehnologie simplă pentru funcțiile critice

COMPLETARE: „Planul de reziliență digitală – versiunea simplificată” – un document simplu pe care îl pregătiți în avans, înainte de criză, și care prezintă măsurile pe care le veți lua pentru fiecare scenariu.





EXERCIȚIUL 1 – „Verificarea realității digitale”

Exercițiul 1 - Individual - 20 min

Pentru facilitatori: Acest exercițiu are cel mai mare impact atunci când este realizat sub forma unei reflecții individuale în tăcere. Rezistați tentației de a îndruma – lăsați participanții să-și descopere singuri vulnerabilitățile.

Pentru participanți – completați tabelul „Evaluarea realității digitale” :

Partea A: Auditul canalelor

Canale digitale utilizate în prezent	Procentul estimat al contactelor cu clienții	Procentul estimat din veniturile lunare	Dețineți acest canal? (Da/Nu)	Ce plan de rezervă aveți în cazul în care dispăre?
Instagram				
Website				
Lista emailuri				
Emc				
Altele				

Partea B: Evaluarea riscului (scor 1-5):

Dependența de platformă: ____

Vulnerabilitatea algoritmului : ____

Securitatea contului: ____

Nivelul de epuizare digitală: ____

Sistematizarea conținutului: ____

Partea C: O reflecție sinceră

Cea mai mare vulnerabilitate digitală din afacerea mea în acest moment este: ____

Discuție în grup: Ce ați descoperit?
Ce v-a surprins? Ce vă angajați să schimbați?

Întrebări de reflecție

1. Cea mai mare vulnerabilitate digitală din afacerea mea în acest moment este: ____
2. Primul lucru pe care îl voi face în această săptămână ptr. a remedia această situație: ____
3. Care sunt semnalele de alarmă minore sau canalele mele de eșec? ____
4. Care sunt obstacolele care îmi împiedică progresul personal? ____



EXERCIȚIUL 2 – „Planul de reziliență digitală – versiune simplificată”

Exercițiul 2 – Individual + Facilitator - 30 min

Pentru facilitatori: Ghidați participanții prin șablon, secțiune cu secțiune. Subliniați faptul că acest plan se elaborează ÎNAINTE de apariția unei situații de criză – la fel ca o cale de evacuare în caz de incendiu.

Pentru participanți – completați-vă Planul de reziliență digitală:

Secțiunea 1: Infrastructura mea digitală de bază

Canalul principal de comunicare cu clienții: ____

Instrumentul meu de gestionare a listei de e-mailuri și numărul actual de abonați: ____

Adresa URL a site-ului meu web/portofoliului meu: ____ (găzduit independent sau pe o platformă?)

Canalul meu principal de vânzări: ____

Secțiunea 2: Răspunsuri la scenarii

Dacă contul meu de Instagram/Facebook este suspendat: voi ____ în termen de 24 de ore

Dacă site-ul meu nu mai funcționează: voi ____ în termen de ____ ore

Dacă platforma mea de e-mail nu mai funcționează: voi ____

Dacă platforma mea principală de vânzări devine indisponibilă: voi ____

Dacă mă confrunt cu un epuizare digitală majoră: îmi voi lua ____ zile libere și ____.

Secțiunea 3: Măsuri de pregătire (de realizat în această săptămână)

- ☐ Să activez autentificarea în doi pași (2FA) pentru toate conturile
- ☐ Să scriu/actualizez pagina de contact a site-ului meu
- ☐ Să export lista de abonați la newsletter
- ☐ Să măresc lista de abonați la newsletter până la ____ abonați până la ____

Sfaturi pentru facilitatori

- Prezentați participanților șablonul, secțiune cu secțiune.
- Exportați lista de abonați la e-mail, întocmită ÎNAINTE de o criză – cum ar fi un eveniment.
- Faceți o copie de rezervă a fișierelor site-ului web pe un dispozitiv local
- Redactați/actualizați pagina de contact a site-ului web
- Măriți lista de abonați la e-mail până la ____ abonați până la ____.



Prezentare generală a modulului

Acest modul abordează **dimensiunea internă a rezilienței**: modul în care gândim, reacționăm și ne revenim atunci când lucrurile nu merg bine. Într-o lume marcată de incertitudine, reziliența nu este o trăsătură înăscută, ci o abilitate care poate fi dobândită. Modelul integrează conceptul „Triple Bottom Line” (cei trei piloni ai sustenabilității: economic, social și de mediu) în deciziile cotidiene ale afacerii. Sustenabilitatea reprezintă un avantaj competitiv strategic. Acest modul îi ajută pe antreprenori să-și schimbe perspectiva, să-și protejeze starea de bine și să răspundă strategic în fața perturbărilor.

Succesul economic

Responsabilitatea socială

Protecția mediului

Reziliență strategică



Obiective de învățare

Înțelegerea principiilor fundamentale ale unei microîntreprinderi creative sustenabile (fezabilitate, impact social pozitiv și respect față de mediu).

Identificarea factorilor-cheie care asigură stabilitatea afacerii creative în sine, inclusiv fluxul de încasări și pragul de rentabilitate.

Integrarea practicilor de responsabilitate socială în managementul microîntreprinderii, consolidând astfel legăturile cu comunitatea locală și cu angajații.

Creșterea gradului de conștientizare cu privire la modalitățile concrete de adoptare a unor practici sustenabile și circulare, valorificând oportunitățile de finanțare europeană pentru proiecte verzi.



Succesul economic

- Pragul de rentabilitate: Calculați: costuri fixe ÷ Marja de contribuție pentru viabilitatea financiară.
- Monitorizarea fluxului de numerar: Urmăriți periodic veniturile și cheltuielile pentru a estima necesarul și rezervele.
- Plan financiar structurat: Urmăriți pașii: **informații despre piață → creare plan → monitorizare flux de numerar → definire obiective.**
- Impact local: Cartografierea părților interesate: directe, indirecte, comunitatea.

FEZABILITATE

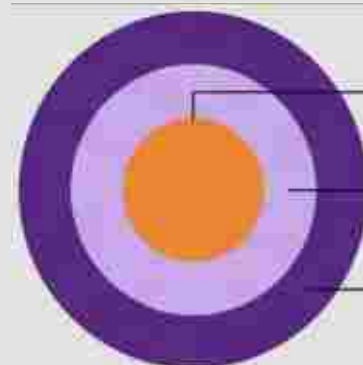
FLUX DE NUMERAR

CREȘTERE



Responsabilitatea socială

- Comunitatea locală: Integrați valorile comunității în strategia de afaceri.
- Bunăstarea angajaților: Condiții echitabile și implicare în scopul organizației.



Cercul interior: Părți interesate direct

Cercul din mijloc: Beneficiari Indirecti

Cercul exterior: Comunitatea



"Responsabilitatea socială și succesul comercial se consolidează reciproc în industria creativă."



Mentalitate sustenabilă

Protecția mediului și învățarea prin activități practice



Protecția mediului

- ✓ Tranziția către economia verde: adoptarea unor practici ecologice creează locuri de muncă verzi și deschide noi oportunități de piață pentru microîntreprinderile creative.
- ✓ Principii ale economiei circulare: proiectarea unor produse durabile, utilizarea materialelor reciclabile și menținerea resurselor în circuit reduc deșeurile și sporesc eficiența.
- ✓ Strategii de reducere a deșeurilor: audit, reducerea deșeurilor din producție, adoptarea ambalajelor reciclabile și aprovizionarea locală sunt pași concreți către o afacere mai ecologică.

Economia circulară

Reducerea deșeurilor

Certificarea ecologică



Activități posibile



EXERCITIUL 1: Calcularea pragului de rentabilitate
Aplicați formula: $\text{Costuri fixe} \div \text{Marja de contribuție}$ pentru a determina volumul minim de vânzări necesar pentru acoperirea costurilor.



EXERCITIUL 2: Prognoza fluxului de numerar
Utilizați șablonul din ghid pentru a stabili datele de intrare și ieșirile săptămânale sau lunare, asigurând lichiditatea și stabilitatea financiară.



REFLECȚIE: Acțiuni pentru un business ecologic
Identificați trei acțiuni concrete pe care le puteți implementa chiar acum în microîntreprinderea dvs. pentru a reduce impactul asupra mediului și a atrage clienți conștienți de problemele de mediu.

Scopul acestor activități este de a crea o bază solidă pentru o microafacere sustenabilă, gestionând riscurile economice și reducând impactul asupra mediului în vederea unei creșteri pe termen lung.

Mentalitate sustenabilă

Recomandări de facilitare și de încheiere a sesiunii



Pregătirea și practicile pentru sesiunea inițială

Folosiți aceste practici pentru a construi o bază solidă pentru implicarea participanților și pentru fluxul învățării.

1. Stabiliți obiective clare, cunoașteți-vă grupul și schițați un flux ambiental.
2. Stabiliți reguli de bază și normalizați reacțiile, fără a judeca.
3. Începeți cu un exercițiu de destindere, schimbați formatul la fiecare 15-20 de minute și mențineți cronometrul vizibil.
4. Încurajați mai întâi ideile îndrăznețe, apoi aplicați-le constrângeri creative.
5. Sărbătoriți progresul, nu perfecțiunea.
6. Folosiți constrângeri pentru a stimula creativitatea.



Tehnici de facilitare strategică și încheierea



Facilitare creativă | Prioritizați ideile îndrăznețe înainte de a le evalua critic. Folosiți constrângeri pentru a stimula creativitatea.



Încurajarea unei reflecții curajoase | Întrebați „Ce veți aplica în afacerea dvs.?” pentru a genera interacțiuni semnificative.



Încheiere de impact | Rezumați ideile principale, solicitați angajamente și stabiliți responsabilități pentru acțiunile viitoare.



Sustenabilitatea ca avantaj | Abordați sustenabilitatea nu ca pe o povară, ci ca pe un avantaj competitiv real.



Consolidarea avantajului competitiv | Consolidarea sustenabilității ca factor real de diferențiere și eficiență, transformând-o dintr-un simplu cost într-o strategie de afaceri competitivă pe termen lung.

Cel mai puternic obicei în facilitare: încheierea fiecărei sesiuni cu un angajament clar și personal.
Un angajament mic, specific și cu un termen limită.





Creați un spațiu sigur

Siguranța psihologică este fundamentul învățării eficiente. Fără aceasta, participanții nu își vor asuma riscuri, nu își vor împărtăși vulnerabilitățile și nu se vor implica în mod autentic.

Acțiuni practice:

- Începeți fiecare sesiune cu o scurtă verificare a stării de moment: "Pe o scară de la 1 la 10, cât de prezent sunteți astăzi?"
 - Normalizați în mod explicit incertitudinea încă de la început: "În acest spațiu, nu există răspunsuri greșite."
 - Dați un exemplu de deschidere – împărtășiți pe scurt propria experiență legată de incertitudine sau eșec
 - Stabiliți un set de reguli ale grupului în prima sesiune: confidențialitate, respect și ascultare activă
 - Încurajați participarea, fără a o impune – în special în cazul exercițiilor care vizează aspecte sensibile.
- La ce să fiți atenți: Participanții tăcuți s-ar putea să fie angajați într-un proces profund de reflecție. Discutați cu ei în privat, nu în public.



Echilibru între teorie și practică

Adulții rețin mai multe informații prin experiență decât prin instruire. Aplicați regula 20/80: 20% teorie, 80% practică activă.

Ritmul facilitării:

- Maximum 15 minute de prezentare a conceptelor înainte de un exercițiu practic
- Folosiți formate variate: reflecție individuală, lucru în perechi, grupuri mici, lucru cu întregul grup
- Realizați o analiză (debriefing) după fiecare exercițiu – aceasta este etapa în care se consolidează învățarea
- Încurajați mișcarea fizică atunci când nivelul de energie scade: ridicarea în picioare, schimbarea locurilor, lucrul pe pereți

Adaptarea la grup:

- Dacă grupul este avansat: scurtați explicațiile, aprofundați reflecția
- Dacă grupul are nevoie de mai mult sprijin: simplificați exercițiile, adăugați exemple suplimentare
- Dacă grupul manifestă rezistență: respectați rezistența – întrebați ce se află în spatele ei
- Prioritizați progresul în detrimentul parcurgerii întregului conținut



Pași mici, impact mare

Cea mai eficientă facilitare generează acțiuni mici, concrete și asumate – nu doar inspirație.

Încheierea fiecărei sesiuni:

1. Rezumați cele 2–3 idei principale ale sesiunii, folosind un limbaj simplu
2. Întrebați: „Ce anume veți face diferit înainte de următoarea noastră sesiune?”
3. Rugați participanții să noteze acest lucru – detaliile contează („Voi trimite e-mailuri către 3 potențiali colaboratori” este mai bine decât „Îmi voi extinde rețeaua de contacte.”)
4. La următoarea sesiune, începeți prin a întreba: „Cine dorește să împărtășească ce a încercat?”

Puterea pașilor mici:

- Micile ajustări frecvente înving schimbările periodice drastice
- Conștientizarea emoțională ascuțește procesul decizional – ajută participanții să își observe stările interne
- Sărbătoriti orice acțiune, oricât de mică – încrederea în execuție se dezvoltă progresiv

“Rezumați principalele concluzii și angajați-vă să faceți un pas concret – imediat.”

Începeți fiecare modul pornind de la cunoștințele actuale ale participanților (ce știu sau ce aplică)
Folosiți exemple reale din propriile afaceri ale participanților, ori de câte ori este posibil
Țineți cont de contextul cultural – exemplele și studiile de caz pot fi percepute diferit în funcție de regiune

Pentru toate modulele:
Notați întrebările care apar – unele ar putea deveni oportunități de învățare pe viitor
Încurajați predarea între colegi: „Poate cineva care a înțeles acest lucru să-l explice cu propriile cuvinte?”



Skillful AID

E-Manual pentru formatori: Sprijinirea micro-antreprenorilor creativi



Atitudini adaptative şi
gestionarea crizelor

Sustenabilitate

Colaborare

Rezilienţa digitală şi
mentalitatea rezilientă

Finanţat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere şi opiniile exprimate aparţin însă exclusiv autorului (autorilor) şi nu reflectă neapărat poziţia Uniunii Europene sau a Agenţiei Executive pentru Educaţie şi Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană, nici EACEA nu pot fi trase la răspundere pentru acestea. Numărul proiectului: 2024-2-RO01-KA210-ADU-000295626

Co-funded by
the European Union

