

Ondernemers voor de Klas / in de Aula

onderwijs en bedrijfsleven in dialoog



Inspiratiegids voor de gastspreker

Durven



**Ondernemers
voor de Klas/
in de Aula**



AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



Samen voor sterk ondernemend onderwijs

Over Vlajo | Vlaamse Jonge Ondernemingen vzw

Vlajo is een organisatie die, dankzij steun van de overheid en het bedrijfsleven, een duidelijke missie nastreeft in de Vlaamse scholen, hogescholen en universiteiten.

Een levendige organisatie met een lange geschiedenis

De beweging 'Junior Achievement' ontstond in 1919 in de Verenigde Staten op initiatief van Horace A. Moses, voorzitter van Strathmore Paper Co, in Springfield, Massachusetts. Hij was actief in de "4H Club" die jonge boeren opleidde tot het beheer van een landbouwbedrijf. Hij besloot het principe ervan, leren door praktijk (het beroemde 'learning by doing' principe), toe te passen in de industrie. Dit project richtte zich tot 16-21 jarigen. En met succes! In New York zag de eerste minionderneming het licht en werd snel gevolgd door vele andere miniondernemingen.

In 1963 waaide het initiatief over naar Europa, meer bepaald naar Groot-Brittannië. Vanaf 1970 startte de beweging Jonge Ondernemingen activiteiten in België en bouwt er haar werking verder uit.

In 1996 gebeurde de regionalisering van de federale beweging en werd de Vlaamse Jonge Ondernemingen vzw opgericht, die in Vlaanderen alle activiteiten en bevoegdheden overnam rond ondernemend onderwijs. Sinds 1996 kent Vlajo een groeiend aanbod van programma's voor deelnemers van 2,5 jaar tot 25.

Vlajo wil talent creatief ontwikkelen

Al op de schoolbanken herken je talenten en iedereen bezit er minstens eentje. Talent moet de kans krijgen om ontdekt te worden en nog meer: om te **groeien**. En net dat wil Vlajo stimuleren. Leerlingen, zo jong mogelijk, op zoek laten gaan naar hun eigen talenten en vaardigheden is niet alleen een belangrijke basis om later betere en juistere keuzes te maken op vlak van werk of studie, het betekent voor jongeren ook een belangrijke boost aan hun **zelfvertrouwen en eigenwaarde**. Talenten reiken immers veel verder dan enkel de scores op de doorsnee schoolse vakken.

Vlajo is een bruggenbouwer tussen onderwijs en bedrijfsleven. Door leerlingen vertrouwd te maken met ondernemerschap en de bijhorende **ondernemende competenties** stomen de Vlajo-programma's hen klaar voor een betere instap op de arbeidsmarkt. Want ondernemende vaardigheden heb je altijd nodig, of je zelf een zaak start of als werknemer in dienst gaat.

Daarnaast stimuleert Vlajo **contact tussen scholen en bedrijven**, wat zorgt voor een belangrijke **kennisuitwisseling** waarbij beide partijen van mekaar leren en bijgevolg meer aansluiting vinden.

Hoe doet Vlajo dat?

Via **praktijk- en ervaringsgerichte programma's**, van in de kleuterklas tot aan de universiteit, wakkert Vlajo de ondernemingszin aan bij jongeren en krijgen deze de kans om belangrijke competenties in kaart te brengen en te ontwikkelen. Een 4D-pedagogisch plan, gebaseerd op de **4 pijlers van ondernemerschap** (Dromen, Doen, Durven, Doorzetten), vormt hierbij het fundament van een doorleefde en sterk ontwikkelde leerlijn.

Ondernemingszin stimuleren

Vlajo is vandaag aanwezig in 1 op 2 scholen en is daarmee de absolute marktleider in de ondersteuning van ondernemend onderwijs. Scholen willen hun leerlingen de kans geven ondernemingszin en alle bijhorende competenties te ontwikkelen. En dat is een slimme keuze, want vandaag moeten we onze jonge generatie klaarstomen voor de uitdagende wereld van morgen.

De Vlajo-programma's richten zich erop ondernemingszin te stimuleren bij de leerlingen, in samenspraak met de pedagogische begeleiders van de verschillende koepels en rekening houdend met de sleutelcompetenties en eindtermen.

Het Vlajo-team

De Vlajo-medewerkers werken verspreid over heel Vlaanderen.

Vlajo rekent momenteel op een team van 26 dynamische medewerkers die de Vlajo-programma's van dichtbij opvolgen en begeleiden. En dat doen ze met heel veel goesting! Verder organiseren ze (regionale en nationale) activiteiten en evenementen voor leerlingen en leercoaches. Onze medewerkers zijn het eerste aanspreekpunt voor de scholen.

Elke dag streven ze naar meer ondernemerschap op de schoolbanken en stimuleren ze het potentieel van elke leerling. Zo worden scholieren goed klaargestoomd om de uitdagingen in het bedrijfsleven aan te gaan.

Vlajo-hoofdzetel

Op de hoofdzetel is het Vlajo-secretariaat gevestigd, samen met de directeur en enkele medewerkers.

Vlaamse Jonge Ondernemingen vzw | Vlajo
Innovatie- en Incubatiecentrum
Kapeldreef 60
3001 Heverlee
Tel. 016 29 84 01

Ons kantoor is elke dag doorlopend open van 8u tot 16u.



Inleiding

Deze inspiratiebundel is ontwikkeld voor jou als gastspreker. Je krijgt extra informatie en tips om je gastles 'Ondernemers voor de Klas' vorm te geven.

Waarom?

Onderwijsprofessionals werken dag na dag aan het klaarstomen van leerlingen voor hun toekomst. Ze bereiden jongeren voor op uitdagingen die we nog niet kennen. Ook het bedrijfsleven staat voor grote uitdagingen: hoe slaagt jouw onderneming erin om met veerkracht en doorzetting, creativiteit en innovatie een antwoord te bieden aan de vele beproevingen en kansen die onze continu veranderende wereld met zich meebrengt? Tijdens Ondernemers voor de Klas deel je jouw verhaal met de leerlingen.

Als gastspreker treed je in dialoog met jongeren die misschien morgen jouw pad kruisen.

Vlajo voorziet

Startvisie ter inspiratie

Vanaf editie 2022 bieden we dit project aan in het hele secundair onderwijs en hoger onderwijs. Elke doelgroep heeft zijn eigen specifieke kenmerken, aanpak en insteek. Deze insteek sluit nauw aan bij de eindtermen die onze regering voorziet voor het onderwijs.

Op de volgende pagina's lichten we dit per doelgroep toe.

Begeleidende PowerPoint

Per doelgroep voorziet Vlajo een basis-PowerPoint die je zelf kan aanvullen/ aanpassen. Beelden en filmpjes concretiseren je verhaal makkelijker voor leerlingen en bekijken beter.

Tip: voeg op elke dia je eigen bedrijfslogo in.

Exit-ticket

Het is fijn om als gastspreker meteen feedback te ontvangen van je publiek. Voorzie een 10-tal minuutjes aan het einde van de gastles, waarbij de leerlingen de tijd krijgen hun gevoel, ervaring, suggesties neer te schrijven.

We vragen de leerkracht hiervoor de nodige materialen te voorzien.



Eerste graad secundair

Doelgroep

- ♦ 12-14 jarigen
- ♦ brede eerste graad = nog geen specifieke studierichtingen, na de eerste graad maken de leerlingen hun eerste studiekeuze: arbeidsgericht (vroegere BSO), doorstromingsgericht (vroegere ASO) of dubbele finaliteit (vroegere TSO)

Invalshoek voor de gastles

Voor de eerste graad ligt de focus op het geven van een inkijk op het bedrijfsleven, het bedrijf en de functie van de spreker, aangevuld met andere functies die er binnen het bedrijf zijn. Op die manier kunnen de leerlingen kennismaken met het brede scala aan jobs die beschikbaar zijn binnen het bedrijfsleven. Daarnaast vormt het eigen ondernemend verhaal van de spreker de rode draad van de gastles.

Doel

- ♦ De leerlingen duidelijk maken dat er voor iedereen een passende job is weggelegd en dat elke job een belangrijke schakel is in een goed draaiend bedrijf.

Mogelijke aanpak

De gastles kan als volgt opgebouwd worden:

- ♦ voorstelling van jezelf en je parcours (studietraject, werkervaring, andere ervaringen die je beïnvloed en gevormd hebben tot wie je nu bent en waar je nu staat)
- ♦ korte bedrijfsvoorstelling: bijv. locatie(s), historiek, visie en missie, samenwerkingen, bedrijfs-grootte, concretisering van het aanbod (wat doet het bedrijf juist, wat biedt het aan?)
- ♦ de verschillende (soorten) jobs binnen het bedrijf
Wie doet wat en waarom is elke schakel van belang?
- ♦ wat doet het bedrijf niet zelf en waarvoor werkt het samen met andere partijen/ bedrijven
- ♦ filmpje, anekdote, quizje...
- ♦ vragenronde - dialoog - in gesprek met de leerlingen
Welke ambities hebben ze zelf? Welke richting willen ze uit?
- ♦ exit-tickets van de leerlingen verzamelen

Tweede graad secundair

Doelgroep

- ◆ 14-16 jarigen
- ◆ eerste studiekeuze is gemaakt: arbeidsgericht (vroegere BSO), doorstromingsgericht (vroegere ASO) of dubbele finaliteit (vroegere TSO)
Het gebeurt regelmatig dat leerlingen na hun tweede graad toch nog een heel andere richting uitgaan.

Invalshoek voor de gastles

In de tweede graad ligt de focus op de belangrijke competenties en talenten die je kan inzetten in je zoektocht naar een voor jou geschikt en uitdagend beroep. Als gastspreker zet je -aan de hand van het eigen ondernemend verhaal- in de kijker welke sterktes en zwaktes je zelf op dat vlak hebt en hoe dit aansluit bij de job die je uitoefent.



Doel

- ◆ De leerlingen duidelijk maken dat groeien vanuit je eigen talenten, vaardigheden en competenties ervoor zorgt dat je via intrinsieke motivatie een passie voor de job kan ontwikkelen.

Mogelijke aanpak

De gastles kan als volgt opgebouwd worden:

- ◆ voorstelling van jezelf en je parcours (studietraject, werkervaring...)
- ◆ korte bedrijfsvoorstelling: bijv. locatie, historiek, visie en missie, samenwerkingen, bedrijfsgrootte, concretisering van het aanbod (Wat doet het bedrijf juist, wat biedt het aan?)
- ◆ welke ervaringen en mensen hebben je gevormd tot wie je nu bent en welke job je nu uitoefent
- ◆ welke competenties en vaardigheden zijn belangrijk binnen de job die je nu uitvoert en welke ook helemaal niet maar wel binnen andere jobs in je bedrijf
- ◆ ongetwijfeld zijn er binnen je job elementen waar je minder goed in bent, hoe ga je daar mee om zodat ze je werkplezier niet ontnemen
- ◆ filmpje, anekdote, quizje...
- ◆ vragenronde - dialoog - in gesprek met de leerlingen
Wat herkennen de leerlingen in zichzelf uit jouw verhaal?
- ◆ exit-tickets van de leerlingen verzamelen

Derde graad secundair

Doelgroep

- ♦ 17-19 jarigen
- ♦ leerlingen zitten in een afstudeerrichting: arbeidsgericht (vroegere BSO), doorstromingsgericht (vroegere ASO) of dubbele finaliteit (vroegere TSO)
Veelal hebben de leerlingen nog geen duidelijk beeld over de richting (het beroep, de job) die ze na hun secundair zullen uitgaan.

Invalshoek voor de gastles

Als gastspreker in de derde graad ben je bedrijfsleider, ondernemer of ondernemende werknemer die de jongeren een blik gunt op je functie en het reilen en zeilen van het bedrijf. Daarnaast komen ook de groei, de veranderingen, de kansen en opportuniteiten waar het bedrijf mee te maken krijgt aan bod. En wie weet wordt de ondernemer in sommige leerlingen wakker?

Doel

- ♦ De leerlingen duidelijk maken dat er een hele wereld voor hen open ligt en hun studierichting niet bepalend hoeft te zijn voor hun verdere carrière. Dat het overwegen van ondernemerschap (bijberoep, hoofdberoep) de moeite waard is.

Mogelijke aanpak

De gastles kan als volgt opgebouwd worden:

- ♦ voorstelling van jezelf en je parcours (studietraject, werkervaring...)
- ♦ bedrijfsvoorstelling: Wat weten de leerlingen al over je bedrijf?
De leerlingen kregen een vooropdracht:

Ondernemer voor de Klas | bedrijfsonderzoek

Onderzoek het bedrijf van de gastspreker aan de hand van de bedrijfswebsite en informatie die je te weten komt via het internet en publicaties.

Omschrijf het concept (missie/visie) van dit bedrijf.

Hoe is dit bedrijf ontstaan?

Waarom bestaat dit bedrijf?

Op welke doelgroep(en) richt dit bedrijf zich?

Welke USP's ontdek je bij dit bedrijf, waarin is dit bedrijf uniek?

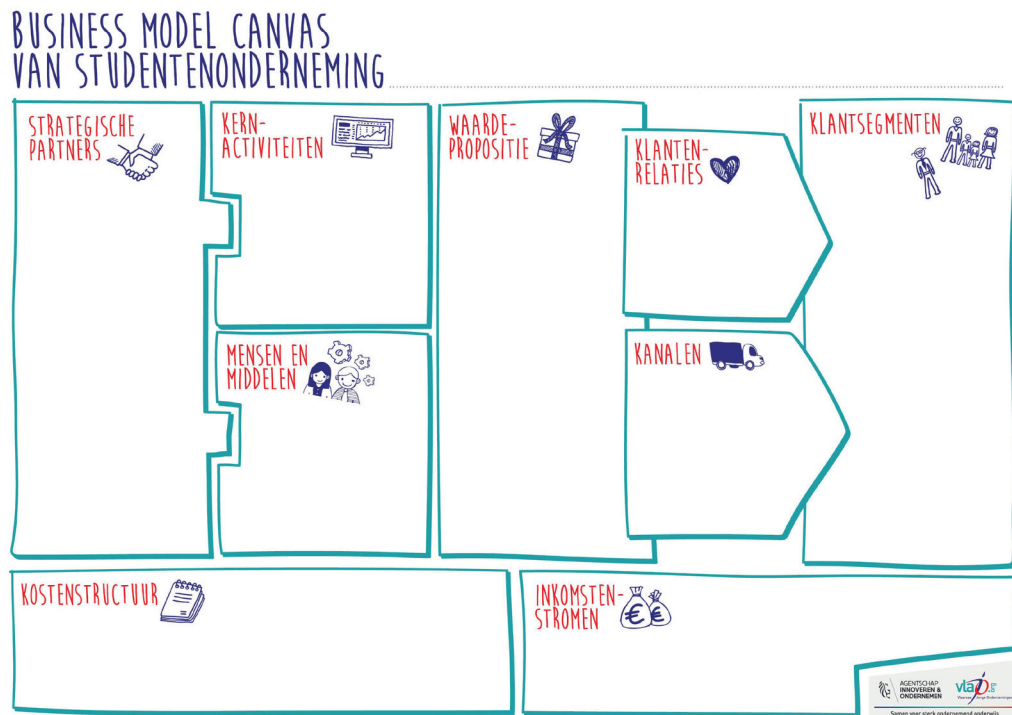
Hoe zetten zij zichzelf in de markt, welke marketingstrategie gebruiken ze?

Welke concurrenten heeft dit bedrijf en waarom?

Op welke manier(en) werkt dit bedrijf aan duurzaamheid en ecologie?

Vind je cijfers rond de omzet?

- ♦ licht je eigen bedrijf toe aan de hand van het Business Model Canvas (BMC).
Weetje: in de vooropdracht bedenken de leerlingen een eigen fictief bedrijf en stellen daarvoor hun BMC op, ze herkennen dus het sjabloon.



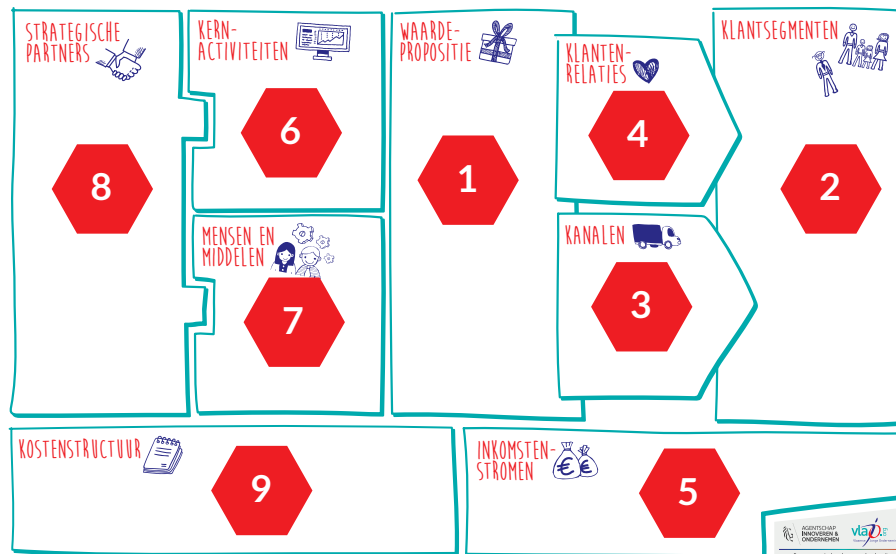
- ♦ bedrijfsparcours: groei, veranderingen, kansen, opportuniteiten en toekomstperspectief
- ♦ filmpje, anekdote, quizje...
- ♦ vragenronde - dialoog - in gesprek met de leerlingen
Welke toekomst zien de leerlingen voor zichzelf, wie overweegt ondernemerschap?
- ♦ exit-tickets van de leerlingen verzamelen

Het Business Model Canvas

Een business model beschrijft de manier waarop een organisatie waarde creëert, levert en behoudt. Het Business Model Canvas van Osterwalder vat alle facetten die invloed hebben op het creëren van die meerwaarde samen in negen bouwstenen. Via deze tool wordt het ondernemingsplan op een beknopte en overzichtelijke manier in kaart gebracht.

Op een BMC werk je niet van links naar rechts. Je werkt in een vastgelegde volgorde:

BUSINESS MODEL CANVAS



Toelichting bouwstenen

1 Waardepropositie (of aanbod)

De waardepropositie beschrijft wat je product of dienst aan waarde biedt aan jouw klant. Het is een overzicht van de producten en diensten die waarde creëren voor een bepaalde klantendoelgroep. De waardepropositie is de reden dat klanten de ene onderneming boven de andere verkiezen.

Welke producten/diensten bied je jouw klanten aan? Welke problemen van de klant los je op en in welke behoeften voorziet je? Waarom denk je dat jouw project zal slagen (vernieuwend concept, 'gat in de markt',...)? Waarom zou de klant jouw producten/diensten aankopen en niet die van je concurrenten? Welke elementen maken jouw bedrijfje en/of producten/diensten voor de klant uniek?

2 Klantensegmenten (of klantengroepen)

Hier beschrijf je de klant of klantengroep waar het bedrijf zich met zijn producten/diensten op richt. De karakteristieken van een (potentiële) klant worden beschreven. Door klanten te groeperen in segmenten is het makkelijker in te spelen op de verschillende behoeften van specifieke klanten.

Wie zijn je klanten? Welke klantengroepen wil je bedienen? Wat zijn de behoeften van deze klanten(groepen)? Bespreek hun aankoopgedrag (behoeften, koopkracht, bestedingspatroon,...). Wat kan hun aankoopgedrag beïnvloeden? Van waar zullen je klanten komen? Hoe zal je je klantentrouw verhogen? Hoe zal je de tevredenheid van je klanten meten?

3 Kanalen

Deze bouwsteen omvat een beschrijving van de manier waarop een onderneming in contact komt met haar klanten. Hier wordt de marketing- en distributiestrategie beschreven.

Via welke kanalen (communicatie-, distributie- en verkoopkanalen) bereiken je producten en diensten de klant? Hoe worden klanten (groepen) op de hoogte gehouden van jouw aanbod? Aan welke criteria moet je vestigingsplaats voldoen op vlak van bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, passage, uitbreidingsmogelijkheden, toegankelijkheid, zichtbaarheid, sfeer en inrichting, uitstraling, ...? Onder welke naam ga je je activiteit uitoefenen? Welk imago wil je uitstralen en hoe zal je dit bereiken? Heb je al een huisstijl (logo, slogan, eenvormige lay-out en kleurgebruik, inrichting, stijl van omgang met klanten, ...)?

4 Klantenrelaties

Klantenrelaties worden opgebouwd en onderhouden met elk klantensegment. Deze bouwsteen beschrijft de soort relaties die een bedrijf aangaat met specifieke klantsegmenten.

Op welke manier onderhoud je een relatie met je verschillende klanten (groepen)? Op welke manier willen klanten dat je contact met hen onderhoudt? Hoe zal je je bekendmaken bij jouw klanten? (internet, eigen website, beurzen, mailings, flyers, advertenties, via partners, discussiefora, sociale media,...) Hoe zal je de kwaliteit van je producten/diensten garanderen (garantie, service, dienst na verkoop, ...)?

5 Inkomstenstromen

Waardeproposities die met succes aan klanten worden aangeboden, resulteren in inkomsten.

Waar verdien je je geld mee? Welke inkomstenbronnen heb je? Hoe kan je aanvullende bronnen van inkomsten ontwikkelen? Detailleer de samenstelling van de omzet per gamma van producten of diensten.

6 Kernactiviteiten

Dit is een beschrijving van de belangrijkste activiteiten die een onderneming moet doen om ervoor te zorgen dat haar businessmodel werkt. Dit is m.a.w. het geheel van acties en/of processen dat je onderneemt om jouw klanten te bereiken en om met je partners samen te werken.

Geef een overzicht van je kernactiviteiten en processen (productie, marketing, verkoop, ...). Geef aan wie binnen de onderneming welke taak op zich neemt. Maak een planning op van de werkweek (openingsuren, bestellingen, leveringen, onderhoud, administratie, prospectie, ...).

7 Mensen en middelen

Het geheel van middelen en mensen dat de onderneming nodig heeft om de klant te dienen. De kernmiddelen maken het mogelijk om waarde te creëren en te bieden, markten te bereiken, relaties te onderhouden met klantsegmenten en inkomsten te verdienen.

Geef een overzicht van je belangrijkste middelen (fysieke middelen, intellectuele middelen, menselijke middelen, financiële middelen,...). Met hoeveel voorraad zal je starten per productgroep?

8 Strategische partners

Deze bouwsteen beschrijft het netwerk van leveranciers en partners dat van invloed is op het succes van het businessmodel.

Wie zijn de belangrijkste partners (mensen, bedrijven,...) met wie je samenwerkt? Welke samenwerkingsverbanden zijn essentieel voor jouw aanbod? Welke diensten leveren zij jou? Met welke leveranciers zal je samenwerken en waarom (betalingstermijnen, service, imago, kwaliteit, ligging, leveringsvoorwaarden, ...)?

9 Kostenstructuur

De kostenstructuur geeft alle kosten weer die nodig zijn om het businessmodel te laten werken.

Welke zijn je belangrijkste kosten (zoals personeel, administratieve kosten, marketingkosten, productiekosten, verplaatsingskosten,...)?

hoger onderwijs

Doelgroep

- ♦ 18+ jarigen
- ♦ Er zijn verschillende soorten opleidingen in het Vlaamse hoger onderwijs. Hierbij een overzicht van de verschillende soorten:
 - ♦ Graduaatsopleidingen - hogescholen
Een graduaatsopleiding is een beroepsgerichte opleiding die zich situeert tussen het secundair onderwijs en een professionele bachelor. Een graduaatsopleiding bereidt studenten voor op één specifiek beroep of op een overstap naar een professionele bachelor.
 - ♦ Professionele bacheloropleidingen – hogescholen
Een professionele bacheloropleiding bereidt studenten voor op een professionele beroepspraktijk, studenten verwerven competenties die nodig zijn voor de zelfstandige uitvoering van één beroep of meerdere beroepen.
 - ♦ Bachelor-na-bacheloropleidingen – hogescholen
Een bachelor-na-bacheloropleiding zorgt ervoor dat studenten zich kunnen verbreden of specialiseren na het behalen van hun bacheloropleiding.
 - ♦ Academische bacheloropleidingen - universiteiten
Een academische bacheloropleiding bereidt studenten voor op een masteropleiding, studenten krijgen een brede academische, theoretische vorming.
 - ♦ Masteropleidingen – universiteiten
Een masteropleiding bereidt studenten voor op een professionele beroepspraktijk, studenten verwerven gevorderde wetenschappelijke kennis en competenties.
 - ♦ Master-na-masteropleidingen – universiteiten
Een master-na-masteropleiding zorgt ervoor dat studenten zich kunnen verbreden zo specialiseren na het behalen van hun masteropleiding.
- ♦ Binnen de verschillende opleidingen wordt er een onderscheid gemaakt tussen verschillende studiegebieden: Management, Gezondheid, Onderwijs, Technologie, Milieu, Recht, Economie, Welzijn...

Invalshoek voor de gastles

In het hoger onderwijs ligt de focus op het belang van soft skills op de werkvloer en in het bedrijfsleven. Aan de hand van je eigen verhaal en een situering van het bedrijf, geef je aan welke soft skills onontbeerlijk zijn op de werkvloer en wat je kan doen om deze soft skills te ontwikkelen

Doel

De studenten verkrijgen via een prikkelende getuigenis

- ♦ inzicht in het belang van soft skills in het bedrijfsleven en / of de ondernemerswereld.
- ♦ een positief en realistisch beeld van het bedrijfsleven en / of de ondernemerswereld.



Mogelijke aanpak

De gastles kan als volgt opgebouwd worden:

- ◆ Voorstelling van jezelf en je parcours (onderwijsloopbaan, werkervaring...)
- ◆ Voorstelling van je bedrijf / onderneming (historiek, locatie, visie en missie, bedrijfsgrootte, cijfers, aanbod...)
- ◆ Welke ervaringen en mensen hebben je gevormd tot wie je nu bent en welke job je nu uitoefent?
- ◆ Welke soft skills heb je nodig om je job goed uit te voeren? Waar en wanneer heb je deze soft skills aangeleerd? Hoe ben je gegroeid in deze soft skills?
- ◆ Filmpje, anekdote, quiz..
- ◆ Vragen tussen de spreker en de studenten
- ◆

Format ontwikkeld door:



Projectpartners:



www.vlajo.org

DROMEN, DOEN, DURVEN, DOORZETTEN