

MARKAD

Sóki Judit
Branding Consultant

M

Holisztikus
vállalkozói
mentoring
munkafüzetek

○ ○ ●

+

STÍLUS ÉS SIKER HARMÓNIÁBAN

B U S I N E S S
THE FUTURE OF COMPANY BRANDING

Miért ne lehetnél az
életed rockstárja?

A személyes és az üzleti sikered kéz a kézben jár!



Segítünk abban, hogy harmóniát teremts személyes és vállalkozói stílusod között, miközben az életmódodat is egyensúlyba hozod.

○ + ○

A három minifüzet célja, hogy lépésről lépésre vezessen végig azon az úton, amely során felfedezed saját egyedi stílusodat, tudatosan alakítod a vállalkozásod arculatát, és megtalálod azokat a tevékenységeket, amelyek a legnagyobb belső motivációt nyújtják számodra.

Engedd, hogy ez a füzet inspiráljon, és vezessen az önkifejezés, a vállalkozásfejlesztés és a belső harmónia útján!



**Személyes
stílus
munkafüzet**



Örömmel üdvözöllek.

**Vállalkozói
Stílus
Munkafüzet**



**Vállalkozási
életmód
IKIGAI
inspirációval**

siker a stílusodon keresztül

+36 30 136 4503

sjudit@markad.hu

www.markad.hu

Kapcsolat velem

A "Stílus és Siker Harmóniában" munkafüzetben, amely három alfejezetre tagolva segít felfedezni és kifejezni egyedi stílusodat, tudatosan alakítani vállalkozásod arculatát, valamint megtalálni azt az életmódot, amely összhangban van szenvedélyeiddel és céljaiddal.

A *Személyes Stílus Munkafüzet* célja, hogy támogasson abban, hogy felfedezd saját egyéni stílusodat, amely a megjelenéseden túl a belső erőd és személyiségedet is tükrözi.

A *Vállalkozói Stílus Munkafüzet* arra inspirál, hogy vállalkozásod stílusát úgy formáld, hogy az hűen képviselje márkád értékeit és céljait.

Végül, a *Vállalkozói Életmód Igazi Inspirációval* munkafüzetben az ikigai filozófiájára építve négy alapvető kérdés köré építjük az önfelfedezés folyamatát: Mi az, amit szeretsz csinálni? Mi az, amiben jó vagy? Mi az, amire a világnak szüksége van? Mi az, amiért megfizetnek?

Remélem, hogy inspiráló és hasznos tapasztalatokat találsz bennük, és hogy a felfedezés során közelebb kerülsz ahhoz az élethez, amit igazán szeretnél élni.

Barátsággal,

Sóki Judit

Holisztikus személyes és vállalkozói stílustanácsadó, brandstylist

*A stílus nem csupán a ruháidban,
vagy a megjelenéseden rejlik.
A stílus az, ahogyan a világot látod,
és ahogyan önmagadat kifejezed benne.
Az igazi stílus a belső erőd és
hitelességed megjelenése*

SZEMÉLYES STÍLUS
munkafüzet

WWW.MARKAD.HU



MARKAD
SÓKI JUDIT
Branding Consultant

Ingyenes
első konzultáció
+ személyre
szabott
akcióterv

- Személyes és Vállalkozói Stílus Összehangolása
- Ennéma Épités
- Holisztikus Üzleti Tanácsadás és Coaching
- Személyes és Üzleti Kommunikáció

Személyes stílus munkafüzet

Ez a munkafüzet segít abban, hogy felfedezd és kifejezd egyedi stílusodat, amely nemcsak a megjelenésedet tükrözi, hanem belső erődöt és személyiségedet is.

1. Lépés: Önismeret és stílusidentitás

CÉL: HATÁROZD MEG, MI AZ, AMI IGAZÁN FONTOS SZÁMODRA A MEGJELENÉSEDBEN, ÉS HOGYAN SZERETNÉD, HOGY MÁSOK LÁSSANAK.

1.1 Önismereti Gyakorlatok

Melyek azok az értékek, amelyek leginkább jellemeznék téged?

(Pl.: kreativitás, elegancia, egyszerűség, kényelem stb.)

Milyen színek, minták és anyagok vonzanak a legjobban?

(Pl.: természetes anyagok, élénk színek, letisztult vonalak stb.)

Milyen benyomást szeretnél kelteni másokban?

(Pl.: magabiztos, barátságos, profi stb.)

Készíts egy „inspirációs táblát” olyan képekkel, amelyek tükrözik azt a stílust, amelyet el szeretnél érni.



1.2 Stílusidentitás – Checklist

- o Meghatároztam a legfontosabb értékeimet.
- o Azonosítottam a kedvenc színeimet, anyagaimat és mintáimat.
- o Elképzeltem, milyen benyomást szeretnék kelteni.
- o Elkészítettem az inspirációs táblámat.

2. Lépés: Gardrób áttekintés és szelektálás

CÉL: TISZTÍTSD MEG A RUHATÁRADAT A FELESLEGES DARABOKTÓL, ÉS TARTSD MEG AZOKAT, AMELYEK VALÓBAN ILLENÉK HOZZÁD.

2.1 Gardrób Szelektálási Kérdések

Mely ruhadarabokat viselem rendszeresen, melyek maradnak gyakran a szekrényben?

Mely darabok fejezik ki leginkább a stílusomat?

Vannak olyan ruhák, amelyek már nem illenek a jelenlegi életemhez vagy testalkatomhoz?

Van-e olyan ruhadarab, amelyet szeretek, de nem tudom, hogyan kombináljam más ruhákkal?

2.2 Gardrób szelektálás - Checklist

- Áttekintettem a ruhatáramat, és azonosítottam a leggyakrabban viselt darabokat.
- Kiválogattam azokat a ruhákat, amelyek már nem szolgálnak engem.
- Megtartottam azokat a darabokat, amelyek illenek a stílusomhoz.
- Kidolgoztam kombinációs lehetőségeket a kevésbé kihasznált darabokra.



3. Lépés: Alakítsd ki az Alapgardróbodat

CÉL: HOZZ LÉTRE EGY JÓL ÖSSZEÁLLÍTOTT ALAPGARDRÓBOT, AMELY MINDEN ALKALOMRA MEGFELELŐ, ÉS TÜKRÖZI SZEMÉLYES STÍLUSODAT.

3.1 Alapdarabok listája

Elegáns felsők (pl. blúz, ing):

Szín(ek):

Stílus:

Kényelmes nadrágok és szoknyák:

Szín(ek):

Stílus:

Alkalmi és mindennapi ruhák:

Szín(ek):

Stílus:

Klasszikus kabátok és zakók:

Szín(ek):

Stílus:

Kiegészítők (pl. öv, táska, ékszer):

Szín(ek):

Stílus:

3.2 Alapgardrób - Checklist

- Azonosítottam azokat a darabokat, amelyek az alapgardróbom részét képezik.
- Meggyőződtem arról, hogy ezek a darabok jól kombinálhatók egymással.
- Gondoskodtam arról, hogy az alapidarabok tükrözzék a személyes stílusomat.
- Beszereztem minden szükséges alapidarabot, ami hiányzott a gardróbomból.



4. Lépés: Fejlődés és kísérletezés

CÉL: FOLYAMATOSAN FEJLESZD STÍLUSODAT, ÉS NE FÉLJ KÍSÉRLETEZNI ÚJ ÖTLETEKKEL ÉS KOMBINÁCIÓKKAL.

4.1 Új Stíluselemek kipróbálása

Melyik az a trend, amelyet mindig is ki akartam próbálni, de eddig nem tettem?

Melyik az a szín vagy minta, amit ritkán hordok, de szeretnék bevezetni a ruhatáramba?

Milyen új stílusú kiegészítőket próbálnék ki szívesen?

4.2 Fejlődés és Kísérletezés - Checklist

- o Kipróbáltam legalább egy új trendet vagy stíluselemet.

- o Bevezettem egy új színt vagy mintát a ruhatáramba.
- o Kipróbáltam új kiegészítőket, amelyek felfrissítik a megjelenésemet.
- o Rendszeresen áttekintem és frissítem a stílusomat, hogy összhangban maradjon az életem változásaival.

5. Lépés: Dokumentálás és visszatekintés

CÉL: DOKUMENTÁLD STÍLUSOD FEJLŐDÉSÉT, HOGY VISSZATEKINTVE IS LÁTHASD, HOGYAN ALAKULT KI A SZEMÉLYES STÍLUSOD.

5.1 Stílusnapló

Heti Összegzés: Írd le, melyik ruhaösszeállításod tetszett a legjobban a héten, és miért.

Inspiráció: Gyűjts össze idézeteket, képeket vagy gondolatokat, amelyek inspirálnak a stílusod fejlesztésében.

Új Ötletek: Jegyezd fel az új kombinációkat vagy stíluselemeket, amiket kipróbáltál.

5.2 Dokumentálás - Checklist

- o Vezetem a stílusnaplót, és rögzítem benne a legfontosabb stílusélményeimet.

- o Összegyűjtöttem inspiráló anyagokat, amelyeket később is felhasználhatok.
- o Dokumentáltam a fejlődésemet, hogy visszatekintve is láthassam az előrehaladásomat.



Gratulálok!

Ha végigmentél ezen a munkafüzeten, nagy lépést tettél a személyes stílusod kialakítása felé.

Ne feledd, hogy a stílusod folyamatosan fejlődik veled együtt, és mindig van lehetőség újítani, frissíteni és kifejezni azt, aki vagy.

Büszke lehetsz arra, hogy olyan megjelenést alakítottál ki, amely valóban tükrözi a személyiségedet!

Csak így tovább az utadon! Ha elakadnál, nézd vissza ezt a füzetkét, szükség szerint kérd szakértő tanácsokat.

Barátsággal, Sóki Judit

*A vállalkozásod stílusa az,
ahogyan a márkád mesél önmagáról.
Minden döntésed és megjelenésed
lehetőség arra, hogy értékeidet és
céljaidat hitelesen képviseld a
világ előtt.*

VÁLLALKOZÓI STÍLUS munkafüzet

WWW.MARKAD.HU



Vállalkozói stílus munkafüzet

A modern üzleti világban a vállalkozásod stílusa nem csupán egy megjelenési forma, hanem egy hatékony eszköz arra, hogy megkülönböztessed magad a versenytársaktól, és mélyebb kapcsolatot építs ki ügyfeleiddel.

Ahogy a személyes stílusod kifejezi az egyéniségedet, úgy a vállalkozási stílusod tükrözi a márkád értékeit, céljait és identitását.

Ez a munkafüzet segít abban, hogy tudatosan alakítsd ki és fejleszd vállalkozásod stílusát, amely hűen képviseli mindazt, amit te és a céged képviseltek.

Akár egy kezdő vállalkozás, akár egy már jól működő cég tulajdonosa vagy, ez a munkafüzet támogatni fog abban, hogy a vállalkozásod stílusa magabiztosan és sikeresen képviselje a te világot.

1. Vállalkozási önismeret és márkaidentitás

Cél: Azonosítsd, hogy milyen értékek, küldetés és vízió vezérli vállalkozásodat és hogyan szeretnéd, hogy mások lássák a márkádat.

1.1 Márkaidentitás gyakorlatok

Melyek a vállalkozásom legfontosabb értékei?

(Pl.: minőség, innováció, fenntarthatóság, ügyfélközpontúság stb.)

Mi a vállalkozásom küldetése és víziója?

(Pl.: Hogyan szeretnél hatni a piacra és a vásárlók életére?)

Milyen hangulatot és érzéseket szeretnék kelteni az ügyfeleimben a vállalkozásommal kapcsolatban?

(Pl.: bizalom, inspiráció, exkluzivitás stb.)

Készíts egy „márka moodboardot” olyan képekkel, színekkel és szlogenekkel, amelyek tükrözik a vállalkozásod stílusát.

1.2 Márkaidentitás Checklist

- Meghatároztam a vállalkozásom legfontosabb értékeit.
- Megfogalmaztam a vállalkozásom küldetését és vízióját.
- Azonosítottam azokat a hangulatokat és érzéseket, amelyeket a márkám közvetíteni szeretne.
- Elkészítettem a márka moodboardot.



2. Célcsoport és Piackutatás

Cél: Határozd meg pontosan, kik a vásárlóid, célcsoportod és ismerd meg az igényeiket, hogy a stílusod igazodjon hozzájuk.

2.1 Célcsoport Meghatározása

Kik a vállalkozásom ideális ügyfelei?

(Pl.: kor, nem, életmód, érdeklődési körök stb.)

Milyen problémákkal és igényekkel szembesülnek, amelyekre a vállalkozásom megoldást kínál?

Hogyan érik el jelenleg a vállalkozásom termékeit vagy szolgáltatásait?

Milyen stílust és kommunikációs formát kedvelnek a legjobban?

(Pl.: informális, professzionális, közvetlen stb.)

2.2 Piackutatás Checklist

- o Meghatároztam a vállalkozásom célcsoportját.
- o Azonosítottam a célcsoport igényeit és problémáit.
- o Megvizsgáltam, hogyan érhetőek el a termékeim vagy szolgáltatásaim.
- o Feltérképeztem, milyen kommunikációs stílust preferál a célcsoportom.



3. Márkavizuál és kommunikáció

Cél: Alakítsd ki a márka vizuális megjelenését és kommunikációs stílusát, amelyek összhangban vannak a vállalkozásod értékeivel és céljaival.

3.1 Vizuális megjelenés

Milyen színeket és logót használ a márkám?

(Válassz színeket, amelyek illenek a márkaidentitáshoz és célcsoporthoz.)

Milyen tipográfiát és dizájnelemeket alkalmazok?

(Egészesítsd a betűtípusokat, formákat és stílusokat.)

Hogyan jelennek meg a termékeim vagy szolgáltatásaim a marketinganyagokban?

Készíts egy vizuális stílus útmutatót a márkádról.

3.2 Kommunikációs Stílus

Milyen nyelvezetet használok az ügyfeleimmel való kommunikációban?

(Pl.: tegezés/magázás, barátságos/professzionális hangnem stb.)

Milyen csatornákon keresztül kommunikálok a célcsoportommal?

(Pl.: közösségi média, hírlevelek, blog stb.)

Milyen tartalomtípusok illenek a vállalkozásom stílusához?

(Pl.: infografikák, videók, cikkek stb.)

3.3 Vizuál és kommunikációs Checklist

- o Meghatároztam a márkám színeit és logóját.
- o Kiválasztottam a tipográfiát és a dizájnelemeket.
- o Készítettem egy vizuális stílus útmutatót.
- o Kidolgoztam a márka kommunikációs stílusát.
- o Megválasztottam a megfelelő kommunikációs csatornákat és tartalomtípusokat.



4. Márkaépítés és Marketingstratégia

Cél: Dolgozz ki egy átfogó marketingstratégiát, amely támogatja a vállalkozásod növekedését és hosszú távú sikerét.

4.1 Marketingstratégia lépései

Melyek a vállalkozásom legfontosabb marketing célkitűzései?

(Pl.: márkaismertség növelése, ügyfélhűség kialakítása stb.)

Milyen eszközöket és csatornákat használok a marketing kampányokhoz?

(Pl.: közösségi média, e-mail marketing, influencer marketing stb.)

Hogyan mérem a marketing tevékenységeim hatékonyságát?

(Pl.: weboldal látogatottság, eladások száma, közösségi média elérések stb.)

Készíts egy éves marketingtervet, amely részletesen tartalmazza a kampányokat és célokat. (Tipp: a füzet végén egy általánosan használható kampányterv útmutatót találsz.)

4.2 Marketing Checklist

- o Meghatároztam a vállalkozásom marketing céljait.
- o Kiválasztottam a megfelelő marketing eszközöket és csatornákat.
- o Kidolgoztam egy éves marketingtervet.
- o Meghatároztam a hatékonyság mérésének módszereit.

5. Lépés: Növekedés és Innováció

Cél: Tarts lépést a piac változásaival, és folyamatosan fejleszd vállalkozásod stílusát és stratégiáját.

5.1 Növekedési stratégia

Milyen lehetőségeket látok a vállalkozásom bővítésére?

(Pl.: új piacok, termékek vagy szolgáltatások bevezetése.)

Hogyan maradhatok innovatív a versenytársakkal szemben?

(Pl.: technológiai fejlesztések, új módszerek alkalmazása stb.)

Hogyan növelhetem a márkahűséget?

(Pl.: ügyfélművelés javítása, lojalitás programok stb.)

5.2 Növekedés és innováció Checklist

- Azonosítottam a bővítési lehetőségeket a vállalkozásom számára.
- Kidolgoztam egy innovációs tervet a versenyelőny megtartására.
- Meghatároztam a márkahűség növelésének módszereit.
- Folyamatosan nyomon követem a piac és a versenytársak változásait.



BÓNUSZ

Általános Kampányterv

Ez az útmutató segít végig vezetni egy sikeres marketingkampány tervezésén és kivitelezésén, a különböző megjelenési felületekre vonatkozó teendők részletes bemutatásával.

1. Célok és üzenet meghatározása

Mi a kampány fő célja?

- Márkaismertség növelése
- Termék/szolgáltatás bevezetése
- Eladások növelése
- Ügyfélhűség erősítése

Milyen mérőszámokkal követjük nyomon a célok teljesülését?

- Weboldal látogatottsága
- Eladások száma
- Hírlevél feliratkozások
- Közösségi média elérések és interakciók

Kulcsüzenet

Mi a kampány fő üzenete?

Fogalmazz meg egy világos és megjegyezhető üzenetet, amely összhangban van a vállalkozásod értékeivel és céljaival.

Példa: "Újítsd meg stílusodat, fedezd fel a legújabb trendeket!"

2. Célcsoport

Kiknek szól a kampány?

Demográfiai adatok: kor, nem, foglalkozás, jövedelem

Pszichográfiai jellemzők: életmód, érdeklődési körök, vásárlói szokások

Hogyan érik el a célcsoportod tagjai az információkat?

Online felületek: közösségi média, blogok, hírlevelek

Offline felületek: nyomtatott sajtó, események, szórólapok

Kampánystratégia és Ütemterv

Határozd meg a kampány időtartamát.

Kampány kezdete: [Dátum]

Kampány vége: [Dátum]

Készíts ütemtervet a kampány során végrehajtandó tevékenységekről.

Heti/havi bontásban tervezd meg a teendőket, beleértve a tartalomkészítést, megjelenéseket és elemzéseket.

Megjelenési felületek és teendők

Közösségi Média

TARTALOMKÉSZÍTÉS

- Vizualizációk, infografikák, videók
- Közösségi média posztok ütemezése
- Posztolás és Interakció

HETI POSZTOK ELŐRE ÜTEMEZÉSE (FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN, TWITTER)

KOMMENTEK ÉS ÜZENETEK KEZELÉSE, INTERAKCIÓ A KÖVETŐKKEL

HIRDETÉSEK

CÉLZOTT HIRDETÉSEK BEÁLLÍTÁSA (FACEBOOK ADS, INSTAGRAM ADS)

HIRDETÉS HATÉKONYSÁGÁNAK FOLYAMATOS KÖVETÉSE ÉS OPTIMALIZÁLÁSA

Weboldal és Blog

Landing oldal készítése:

Készíts egy dedikált landing oldalt a kampányhoz, amely tartalmazza a kulcsüzenetet és cselekvésre ösztönzést (CTA).

Blogcikkek írása:

Kampányhoz kapcsolódó témákban írd cikkeket, amelyek informálnak és értéket adnak a célcsoportnak.

A blogbejegyzéseket oszd meg a közösségi médiában és hírlevelekben.

E-mail Marketing

Hírlevelek

Készíts e-mail kampányokat, amelyek összhangban vannak a kampány üzenetével.

Szegmentáld a címlistádat, hogy releváns tartalmat küldhess az egyes csoportoknak.

Automatizált e-mailek

Állíts be automatizált e-mail sorozatokat a kampány kulcseseményeihez kapcsolódva (pl. kampány indulása, kedvezmények).

Nyomtatott anyagok és offline marketing

Szórólapok, plakátok

Készíts offline anyagokat, amelyeket stratégiai pontokon terjeszthetsz (pl. üzletek, rendezvények).

Sajtóközlemény

Küldj sajtóközleményeket a kampány indulásáról helyi és szakmai médiának.

Események

Szervezz nyitó rendezvényt vagy promóciós eseményt, amely közvetlen kapcsolatot teremt a célcsoportoddal.

Kampány nyomon követése és elemzése

Mérőszámok

Folyamatosan kövesd nyomon a kampányod teljesítményét, hány emberhez jutott el, megfelel-e a célcsoportodnak, hány vásárlás lett belőle, milyen más interakciók keletkeztek stb.

Elemzés

Kampány lezárása után értékeld ki a teljesítményt: Mi működött jól? Mi nem?

Használd fel a tanulságokat a következő kampány tervezésénél.

Utókommunikáció és kampányzárás

Eredmények kommunikálása

Oszd meg a kampány eredményeit a célcsoporttal és a belső csapattal.

Köszönő E-mailek

Küldj köszönő e-maileket a résztvevőknek, követőknek, vásárlóknak, és ösztönözd őket a hosszú távú kapcsolat fenntartására.

További elköteleződés

Ajánlj fel további akciókat, kedvezményeket, vagy hívd meg őket a következő eseményre.

Ezzel a kampánytervvel strukturáltan és eredményesen valósíthatod meg a marketingkampányodat, amely segít elérni üzleti céljaidat.

Ne felejtse el folyamatosan figyelemmel kísérni a teljesítményt, és szükség esetén rugalmasan alakítani a stratégiát.



Gratulálok!

Ezzel a munkafüzettel megteremtetted a vállalkozásod stílusának szilárd alapjait, amely hozzájárul a hosszú távú sikerhez és a piacon való megkülönböztetéshez.

Ne feledd, hogy a vállalkozásod stílusa folyamatosan fejlődhet, és mindig van lehetőség az újításra, hogy még jobban tükrözze a márkád értékeit és küldetését!

Ha szükséged van egy kis segítségre a fejlődéshez foglalj időpontot konzultációra a www.markad.hu oldalon.

A pénztárban használd a „gift” és vedd igénybe a 10% kedvezményt!

Barátsággal: Sóki Judit brandstylist

A békeséged, magabiztos stílusod ott születik meg, ahol a szenvedélyed, tehetséged, küldetésed és hivatásod találkozik. Ha megtalálod ezt az összhangot, az életed és vállalkozásod is egyaránt értelmet nyer.

VÁLLALKOZÓI ÉLETMÓD IKIGAI INSPIRÁCIÓVAL

WWW.MARKAD.HU



Ingyenes első konzultáció + személyre szabott akcióterv

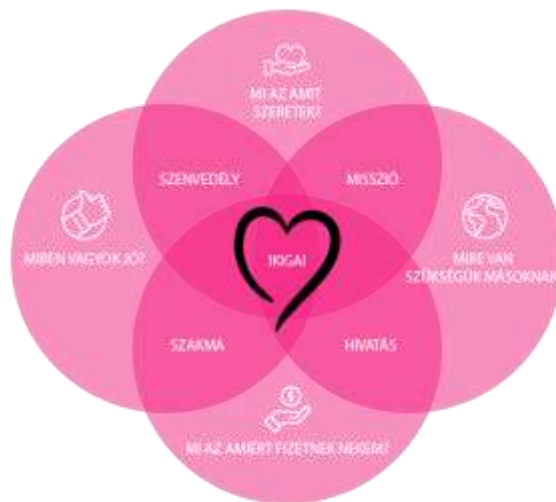
- Személyes és Vállalkozói Stílus Összehangolása
- Értékek Építés
- Holisztikus Üzleti Tanácsadás és Coaching
- Személyes és Üzleti Kommunikáció

VÁLLALKOZÓI ÉLETMÓD IKIGAI INSPIRÁCIÓVAL

Munkafüzet

IKIGAI SZEMLÉLET A VÁLLALKOZÁSBAN

Tudjál, hogy miért is az, ami működik? Próbáld az Ikigai módszerrel!



Mi az Ikigai?

www.markad.hu

AZ "IKIGAI" egy japán fogalom, amely mélyen gyökerezik a japán kultúrában és filozófiában. Az "ikigai" szó két részből áll: "iki" (生き), ami "életet" jelent, és "gai" (甲斐), ami "értelmet" vagy "értéket" jelent.

Más kultúrákban is megjelenik ez a szemlélet, mutatok néhányat

La dolce vita

Ismerős ugye? Az olasz kultúrában, különösen Szardínián, amely híres hosszú élettartamú lakosairól, a „La Dolce Vita” fogalma fontos szerepet játszik.

Ez az „édes” élvezetet, az egyszerű, de örömteli életet hirdeti, amely hasonlóan az Ikigai-hoz, az élet minőségének és értelmének keresését helyezi előtérbe.

Hygge – Dánia

A dán „hygge” kifejezés az otthonosság, a kényelem és a kellemes pillanatok megélését jelenti.

Bár nem közvetlenül az életcél keresésére utal, a hygge a mindennapi élet élvezetére az apró örömek megtalálására, és hasonlóan, ahogyan az Ikigai az élet apró, de nagy örömeire szükség van.

Friluftsliv – Norvégia

A norvég „friluftsliv” kifejezés „szabadban való életet” jelent, és a természetben töltött időt, valamint az egyszerű, természetközeli életmódot folyamatosan.

Ez a filozófia az élet értelmét és a belső békét a természettel való összhangban találja meg, ami az Ikigai természetközeli és tudatos életmódra vonatkozó vonatkozásaival rokon.

Ubuntu – Afrika

Az afrikai Ubuntu filozófia azt az elképzelést hirdeti, hogy „én vagyok, mert mi vagyunk”. Az Ubuntu az egyéni és közösségi jólét közötti egyensúlyra, és az emberek közötti összetartozást helyezi előtérbe. Ez a közösségi élet és a társadalmi kapcsolatok fontosságának meghatározása az Ikigai közösségre és kapcsolatokra vonatkozó rokonítható aspektusával.

Serenity – USA

Az amerikai kultúrában a „serenity” (nyugalom) fogalma az élet egyszerűsítésére és a stressz csökkentésére.

Az egyszerűsített életmód és a belső nyugalom keresése az élet céljának megtalálásában.

Eudaimonia – Görögország

Az ókori görög filozófiában az „eudaimonia” fogalma az emberi jólét és boldogság formáját jelenti, amely a helyes életmód követéséből származik.

Az eudaimonia keresése az élet értelme és célja megtalálására.

Keresztényként a Békesség

„És Isten békessége, amely minden értelmet felülmúl, megőrzi szíveteket és gondolataitokat a Krisztus Jézusban.” Filippi 4.7

A stressz mindenki életének normális része. Isten úgy teremtett, hogy ellenálljunk bizonyos mennyiségű nyomásnak és feszültségnek. A probléma ott kezdődik, amikor túlfeszítjük a húrt és figyelmen kívül hagyjuk a testünk jelzéseit, a fájdalmat vagy kimerültséget. Pedig gondját kell viselnünk a testünkben, mert nem mehetünk a boltba, újat venni.

A békességre való törekvés, a harmóniát is jelenti magunkkal és a környezetünkkel. A békességnek kellene normál állapotnak lennie minden Jézus Krisztusban hívő életében. Ő a Békesség Hercege, Jézusban megtalálhatjuk a saját béke örökségünket. Ez a békesség jó és rossz időkben is működik. Sőt, a vihar közepén is.

Mi az alap gondolatkör amit érdemes tisztán látnunk?

Négy alapvető kérdés köré épül:

1. Mit szeretsz csinálni? (Szenvedély)
2. Miben vagy jó? (Tehetség)

3. Mi az, amire a világnak szüksége van? (Küldetés)
4. Mi az amiért megfizetnek? (Hivatás)

Amikor ezek a területek összhangba kerülnek, megtalálod az Ikigai-dat – azt az állapotot, ahol a munkád és a személyes életed is harmonikus, értékes számodra.



Az Ikigai gondolat alapjai a vállalkozásodban

1. Szenvedély

Gondolatébresztő: Mi az, amit igazán szeretsz csinálni?

Példa: Talán szeretsz emberekkel dolgozni, tanácsot adni, vagy új dolgokat létrehozni.

Feladat: Írj le három dolgot, amit szenvedéllyel csinálsz, és gondold át, hogyan lehetne ezeket beépíteni a vállalkozásodba.



➤ _____

➤ _____

2. Tehetség

Gondolatébresztő: Miben vagy igazán jó?

Példa: Lehet, hogy remek szervező vagy, vagy kiemelkedően kreatív vagy a marketingben.

Feladat: Írd le három tehetségedet, és gondolkodj azon, hogyan használhatnád ezeket egy sikeres vállalkozás építéséhez.

➤ _____

➤ _____

➤ _____

3. Küldetés

Gondolatébresztő: Mi az, amiben segíteni tudsz a világnak?

Példa: Talán van egy problémakör, aminek a megoldása különösen közel áll hozzád, mint például a környezetvédelem vagy a nők támogatása az üzleti életben.

Feladat: Gondolj át három olyan problémát, amire a vállalkozásod válasz lehet, és írd le ezeket.

➤ _____

➤ _____

➤ _____

4. Hivatás

Gondolatébresztő: Miért fizetnének neked?

Példa: Gondolkodj azon, hogyan tudnád a fenti készségeidet és érdeklődéseidet bevételi forrássá alakítani.

Feladat: Írj le három olyan terméket vagy szolgáltatást, amiért szerinted az emberek hajlandóak lennének fizetni.

➤ _____

➤ _____

➤ _____

Az Ikigai-d megtalálása és alkalmazása

1. Átfedések keresése

Nézd meg a fenti négy területet, és keresd meg az átfedéseket.

Hol találkoznak ezek?

Feladat: Készíts egy vázlatot vagy diagramot, amelyen láthatóvá válik, hol érintkeznek a szenvedélyed, tehetséged, küldetésed és hivatásod.

2. A Vállalkozásod építése

Ha megtaláltad a közös pontot, kezdj el gondolkodni azon, hogyan építheted erre a vállalkozásodat.

Az Ikigai-ra figyelő vállalkozás nemcsak sikeres lehet, de elégedettséget is hozhat.

Feladat: Írj le egy konkrét lépést, amit megtehetsz a vállalkozásod sikeres fejlesztéséért.

Gondolatok és Inspiráció

- Ez a folyamat nem csak egy cél, hanem egy életmód.
- A sikeres vállalkozás alapja az, hogy azt csináljuk, amit szeretünk, és amiben jók vagyunk.

Zárszó

A vállalkozásunk stabilitása nem egy egyszeri felfedezés, hanem egy folyamatos fejlődés.

Ahogy a vállalkozásod és az életed változik, úgy alakul az a közös pont, élet-érték is, amitől harmonikusnak érzed az életed.

Légy nyitott a változásra, és mindig tartsd szem előtt, hogy miért kezdted el az utadat. Ez a folyamat nem csak segít megtalálni az utat, hanem irányt is ad az életednek és a vállalkozásodnak.

Üzleti stratégia, terv



Stílus, Imázs