

INTELLEKTUELL UTGÅNG 3

Vägledning för yrkesverksamma



Främja integration av nyanlända invandrarkvinnor genom
entreprenörskap

2019-1-SE01-KA2045-060421



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

Skapare:



Samordnare:



Partners:



VINNYTSLA INSTITUTE OF TRADE AND ECONOMICS
OF KYIV NATIONAL UNIVERSITY
OF TRADE AND ECONOMICS

REVALENTO

Quality by learning

Europeiska kommissionens stöd till produktionen av denna publikation innebär inte att kommissionen godkänner innehållet, som endast återspeglar författarnas åsikter och kommissionen kan inte hållas ansvarig för den användning som görs av informationen i publikationen.

INNEHÅLL

Introduktion.....	- 2 -
Entreprenörskompetens för att lösa hinder för integration?.....	8
WeCan-material för att bygga upp entreprenörskompetens.....	12
Kartläggning och utforskning av möjligheter.....	20
5. Planering och genomförande av evenemanget.....	32
6. Utvärdering av evenemanget	36
7. Uppföljning	40

INTRODUKTION

Det intellektuella resultatet 3 av projektet WeCan har haft som mål att effektivt coacha och stödja kvinnor i samband med deras integration på arbetsmarknaden genom entreprenörskap. Enligt beskrivningen i WeCan-ansökan skulle vägledningen IO3 föreslå och diskutera hur kvinnliga företagare med invandrar- eller flyktingbakgrund kan bedöma och utveckla en affärsidé. Syftet med vägledningen är enligt ansökan att:

- Utveckla ett lämpligt instrument för att stödja framtida kvinnliga företagares affärsidéer,
- Testa detta instrument i det särskilda fallet med kvinnliga företag och validera det på längre sikt,
- Använd instrumentet för stödstrategin som ett övervakningsverktyg för företagsrådgivningar, startup-byråer osv.

Vägledningen har också som mål att hjälpa invandrarkvinnor att avgöra om de har en livskraftig och lönsam produktidé och hur de ska ta en titt "under huven" på en marknad och en produkt för att se till att de bygger ett företag på en stark grund. Verktöget hjälper invandrarkvinnor att avgöra om de kan omvandla sin idé till ett företag, ger dem möjlighet att tro på sig själva och på att deras affärsidé är genomförbar och garanterar i slutändan engagemang och hållbarhet.

Genom den forskning som genomfördes i projektets första skeden och pilotgenomförandet av WeCan-kursen har konsortiet närmat sig vägledningen på ett sätt som skulle tillgodose migrantkvinnornas verkliga behov så som de har uppstått under projektets gång. Den slutliga vägledningen för yrkesverksamma som arbetar med lågutbildade kvinnor, som utvecklats och utformats av konsortiet, ger förslag **på hur man kan berika nuvarande integrationsprogram** för lågutbildade kvinnor

med utbildningsmaterial för att **utveckla entreprenörskompetens**. För de kvinnor som har egna idéer om företagande ges riktlinjer för hur de kan utveckla dessa idéer ytterligare ett steg.

Enligt projektets behov fanns det ett litet behov av att fokusera på start av företag och utveckling av affärsidéer för invandrarkvinnor. I stället fanns det ett tydligt behov av att utveckla och odla invandrarkvinnornas **entreprenörskompetens**. Vägledningen är således ett verktyg som kan användas i olika program/utbildningar/konsultationer av yrkesverksamma som arbetar med invandrarkvinnor, antingen lågutbildade eller med vissa entreprenörsidéer. Den **centrala idén** är

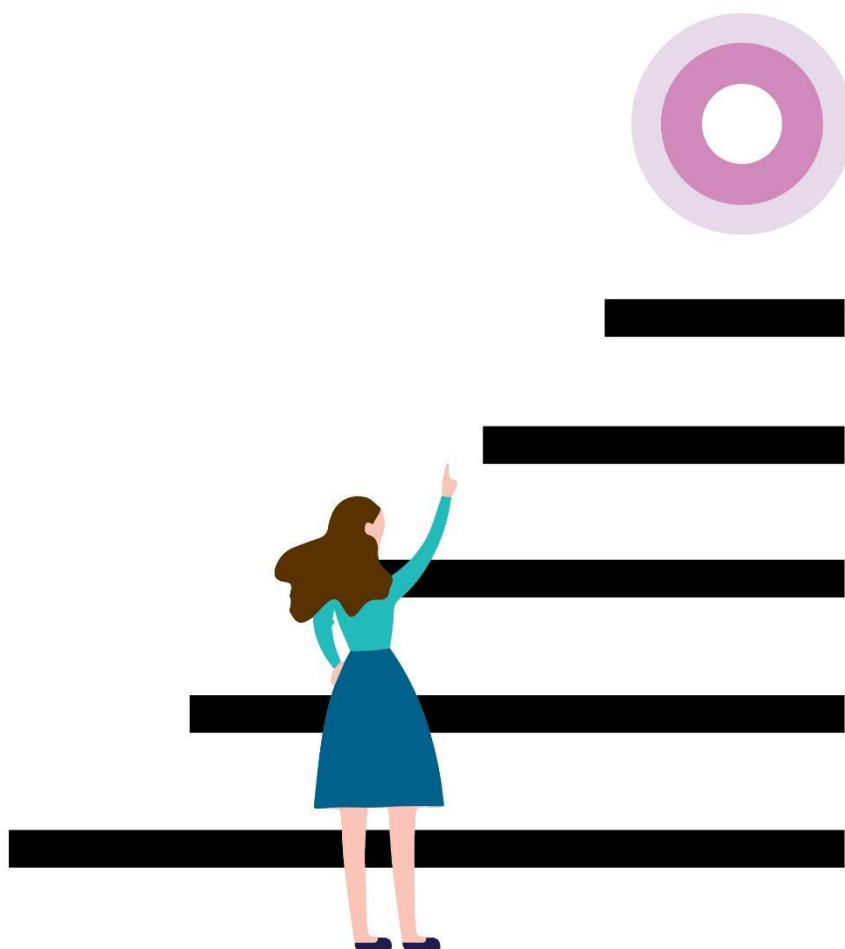


att yrkesverksamma som arbetar med lågkvalificerade kvinnor eller kvinnor med entreprenörsidéer använder skapandet av ett evenemang som en simulering för att tillämpa vissa av de entreprenöriella färdigheterna.

I det första kapitlet kommer vi att undersöka de hinder som kvinnor möter i sina ansträngningar att integreras i de nya samhällen de kommer till. I det andra kapitlet förklaras hur entreprenörskompetens kan fungera som en lösning på de hinder som dessa kvinnor möter i sin integrationsprocess. Det tredje kapitlet fokuserar på WeCan-materialet och hur WeCan-teorin och WeCan-verksamheten bidrar till utvecklingen av entreprenörskompetens. I kapitel 4 ges råd till yrkesverksamma som arbetar med invandrarkvinnor om hur de kan kartlägga och utforska möjligheter samt generera och utveckla idéer för evenemang. I kapitel 5 analyseras planeringen och genomförandet av evenemanget. I kapitel 6 analyseras sedan utvärderingen av det evenemang som invandrarkvinnorna har arrangerat. Slutligen kommer det sista kapitlet att ge tips om hur en person som arbetar med invandrarkvinnor kan följa upp dem och det arbete som utförts under den tid de arbetat tillsammans.

1

MIGRANT WOMEN'S BARRIERS (IN) TO INTEGRATION



1. MIGRANTKVINNORS HINDER (I) FÖR INTEGRATION

Samtidigt som invandrare försöker skapa nya liv och etablera sig i sina nya värdländer är det uppenbart att invandrarkvinnor ofta möter flera hinder i sina ansträngningar att utvecklas och integreras, för att inte tala om att de försöker bli företagare. Det finns olika orsaker som skapar dessa hinder. Invandrarkvinnor kan betraktas som en dubbelt missgynnad grupp. Även om utmaningarna kan skilja sig åt beroende på vilket land man är bosatt i, är det ofta så att invandrarkvinnor står inför stora utmaningar när det gäller språk, ekonomi, brist på specifika färdigheter och erfarenheter. Dessutom står de också inför könsrelaterade problem som har sina rötter i deras egen kultur och ibland även i värdlandets kultur. För att öka vår medvetenhet om dessa hinder presenteras de viktigaste av dem i sammanfattningen nedan.

Kultur och migration:

- Att hantera trauma, förlust och sorg;
- Måste bryta med egna traditioner, rollmönster och förväntat ansvar (t.ex. familjesituation);
- Brist på självförtroende och motivation;
- Riskvilja och rädsla för att misslyckas;



- Bristande förståelse för nya normer, värderingar och förväntningar i värdlandet; desorientering;
- Könsrelaterad diskriminering, stereotyper och avskräckning;
- Imposters syndrom;
- Anhörig som ofta har en skilsmässa på grund av den nya verkligheten och medvetenheten om den egna könsrollen.

Arbetsrelaterade kompetenser, kunskaper, färdigheter och utbildning.

- Brist på relevant arbetslivserfarenhet;
- Olika arbetslivserfarenheter på grund av könsroller;
- Brist på självförvaltning;
- Brist på utbildning som är relevant för sammanhanget;
- Låg läs-, skriv- och räkneförmåga samt låg kommunikationsförmåga (särskilt i värdlandet);
- Utmaningar i fråga om tillgång till utbildningsprogram (även när det gäller integration).

Hinder som har att göra med system och regler

- Bristande förståelse för de rättsliga kraven för att starta ett företag och hur man hanterar byråkratin;
- Brist på en könskänslig strategi för integration i värdlandets politik;

- Bristande kunskap om hur man vänder sig till stödorganisationer för att få hjälp med affärsplan, finansieringsfrågor etc.
- Brist på relevanta nätverk;
- Begränsad tillgång till tjänster och stöd för egen utveckling och entreprenörskap.

För att bidra till integrationsprocessen för invandrarkvinnor måste utvecklingsverksamheten ta itu med ett brett spektrum av potentiella hinder: inte bara kunskap och färdigheter som krävs utan också (och kanske ännu viktigare) attityder och övertygelser, särskilt självkännedom, självförtroende, motivation och självförvaltning. Denna blandning av utbildningsmål var det främsta skälet till att införa den valda metoden: en blandning av aktiviteter i verkliga livet i kombination med stödjande lektioner, vilket ger skraddarsytt stöd till lågutbildade kvinnor och till dem som har ambitioner att bli företagare.

2

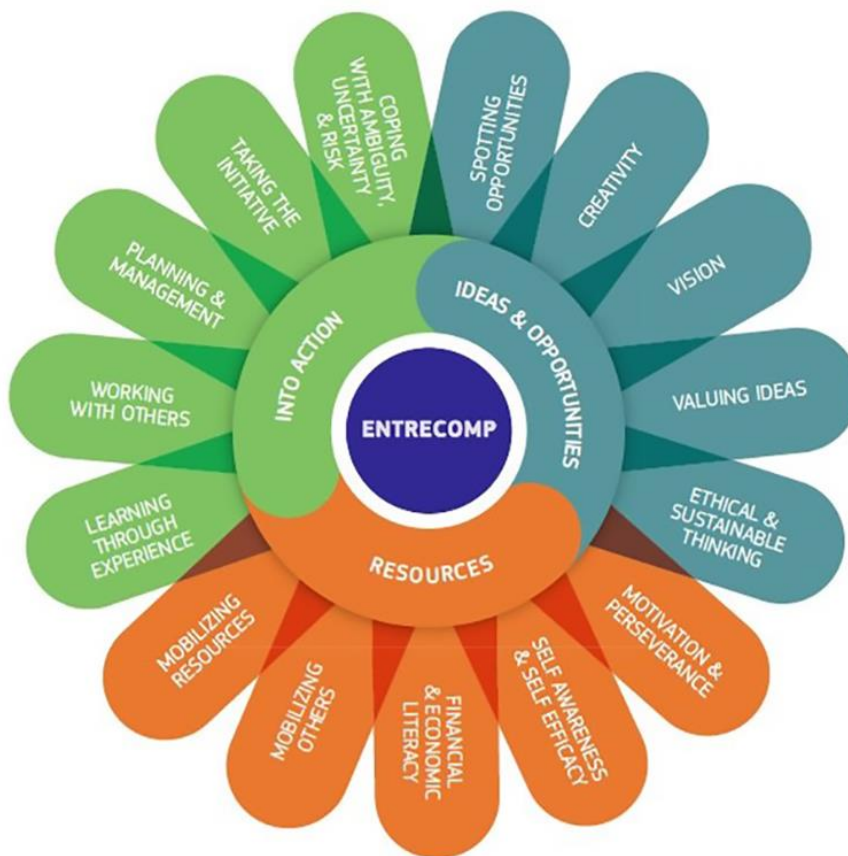
ENTREPRENEURIAL COMPETENCE IN SOLVING BARRIERS TO INTEGRATION?



ENTREPRENÖRSKOMPETENS FÖR ATT LÖSA HINDER FÖR INTEGRATION?

Entreprenörskap (som innebär initiativförmåga) är en av de nyckelkompetenser som Europeiska kommissionen prioriterar som viktiga för alla medborgare. Europeiska kommissionens definition av entreprenörskap (eller "initiativförmåga") är följande: förmågan att agera på möjligheter och idéer och omvandla dem till värden för andra. Det bygger på kreativitet, kritiskt tänkande och problemlösning, initiativtagande och uthållighet samt förmågan att samarbeta för att planera och förvalta projekt som är av kulturellt, socialt eller kommersiellt värde.

Genom att utveckla entreprenörskapskompetens tar man itu med de grundläggande kompetenser och attityder som invandrarkvinnor i värdländerna ofta saknar på grund av de hinder som de möter under integrationsprocessen, deras tidigare historia och situationen i hemlandet: att vara självförvaltande, ta initiativ och kunna ta kontroll över sitt eget liv och sin egen karriär. Grafen sammanfattar alla kompetensområden som är relaterade till entreprenörskapskompetens (Källa: EU Entrepreneurship Competence Framework: eplatform.eu , 2018).



EU hänvisar till

behovet av denna kompetens för nystartade företag och innovation, men också som en del av konceptet aktivt medborgarskap. Det är därför en av nyckelkompetenserna för alla medborgare

som hjälper dem att bli och förbli aktiva, bidra till samhället och dra nytta av samhällets erbjudanden. I arbetet med att hjälpa medborgarna är det viktigt att odla en kultur som innebär att man är och förblir aktiv och att man stärker deras förmåga att hantera framtida hinder. Därför anses det vara en nyckelkompetens för nyanlända invandrare att behärska och göra sina integrationsinsatser framgångsrika.

Hur utvecklas denna kompetens?

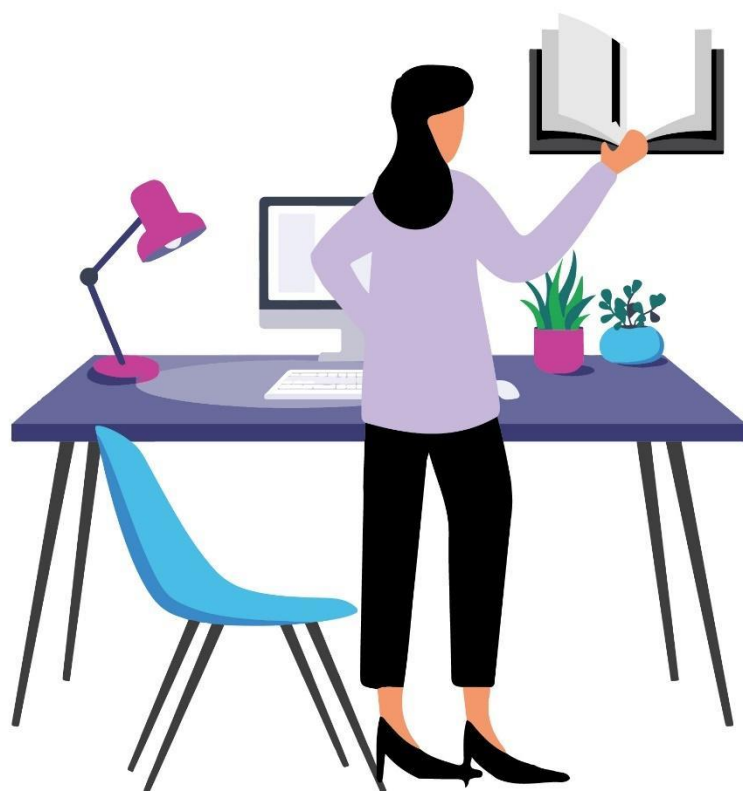
Den här handboken kommer att hjälpa invandrarkvinnor att utveckla entreprenörskompetens genom att organisera en verklig aktivitet och stödja vägen för att genomföra detta. En aktivitet som är till nytta för lokalsamhället eller en aktivitet som kan vara ett första steg i den verkliga entreprenörskapets värld. Genom att organisera en sådan verksamhet kan man lära sig genom att göra. Själva inlärningsprocessen kommer att stödjas ytterligare genom att erbjuda ytterligare utbildningsmaterial som kan användas vid möten/sessioner där deltagarna förbereder steg för denna aktivitet.

Resultatet av den praktiska erfarenheten och den stödjande utbildningen kommer att vara:

Entreprenörsa nda	Förmågan att ta tillvara på möjligheter och idéer och att omvandla dem till värden för andra.
Allmänna lärandemål:	"Kunna planera, organisera (resurser, genomförande) och utvärdera en samhällsbaserad aktivitet i samarbete med hjälp av bakgrund, kunskap och erfarenhet från samarbete."
Idéer och möjligheter	"Kan gemensamt komma med idéer som är relevanta/stödjer lokalsamhället och kontrollera deras potential"
Resurser	"Kan gemensamt ordna de resurser som krävs för den samhällsbaserade verksamheten"
Förvandla idéer till handling	"Kunna (gemensamt) utveckla en handlingsplan för den samhällsbaserade aktiviteten och följa den framgångsrikt."

3

WECAN MATERIAL TO BUILD ENTREPRENEURIAL COMPETENCES



WECAN-MATERIAL FÖR ATT BYGGA UPP ENTREPRENÖRSKOMPETENS

Se vårt utbildningsmaterial som en färdplan och en korg med förslag som du som arbetar med invandrarkvinnor kan hämta inspiration från för att bygga upp din kurs och dina arbetssessioner.

Alla kan anpassas till den specifika grupp och de individer som du för närvarande arbetar med och till det sammanhang som du verkar i. Invandrarkvinnor med företagarambitioner är en lika mångfacetterad grupp som alla andra - det finns ingen lösning som fungerar för alla individer. Lär dig mer om din grupp och utveckla den utifrån vad som fungerar för dig.

Detta kommer förhoppningsvis att hjälpa dig att hjälpa dem att utveckla den kompetens som krävs för att planera, organisera och utvärdera ett evenemang eller en samhällsbaserad aktivitet, och att vidare generalisera denna kunskap för att de ska kunna lyckas med sina framtida entreprenörsaktiviteter.

Materialet bygger på vad experter på området anser vara relevant för alla som vill starta ett eget företag, men också för dem som vill vara en anställd som är kreativ, initiativrik och har förmågan att genomföra (även kallad "intraprenör").

WeCan-utbildningen är en interaktiv och inspirerande kurs som utformats särskilt för nyanlända kvinnor och syftar till att ge dem verktyg och motivation för att starta ett företag. Utbildningen är uppbyggd på ett sätt som innefattar mycket nätverkande och att kvinnor kopplas samman med lokala aktörer.

Denna utbildning kan avsevärt öka kvinnors affärsmöjligheter. Utbildningscentra erbjuder kurser om hur man startar ett företag som fristående kurser eller som en del av läroplanen, men utbildningsmaterialet WeCan kan vara ett användbart verktyg som kan läggas till i sådana kurser. Det kan också fungera som en enskild kurs för utbildare som vill bygga upp invandrarkvinnors entreprenörstänkande genom utbildning.

Learning by doing - Att skapa ett evenemang

Man har valt en metod som bygger på "learning by doing", eftersom de färdigheter som behövs för att utveckla ett bra företag bäst uppnås genom praktisk erfarenhet. Förslaget är att kvinnorna ska skapa ett verkligt evenemang. Det kommer att krävas forskning om lokala målgrupper, idéer om möjliga evenemang, testning och utveckling av dessa idéer, beslut om en idé och slutligen planering och genomförande av evenemanget.

Aktiviteterna är till exempel: att definiera en aktivitet som ligger nära den egna bekvämlighetszonen/kompetensen, att utveckla idén baserat på lärdomar från målgruppen, att beräkna, hitta resurser, ordna en plats, att utveckla säljfrämjande åtgärder, att sälja och att förvalta.

Deltagarna kommer att utveckla färdigheter som kommunikation, digital kompetens, lagarbete, självförmåga och ledarskap. En förståelse för hur deras styrkor, erfarenheter och bakgrund kan tillämpas i deras nya hemland kan öka deras självförtroende och underlätta nästa steg i deras karriär- och integrationsprocess.



Utbildarens roll

Utbildarens roll är i slutändan att hjälpa deltagarna att utveckla de färdigheter de behöver för att bygga upp det yrkesliv de vill ha och för att integrera sig i sina nya samhällen. Som nämnts kan rollen behöva anpassas beroende på de aktuella individerna/gruppen. Vissa kan vara mer erfarna och ambitiösa och behöver främst känslomässigt stöd, medan andra har mindre yrkeserfarenhet och behöver mer detaljerade anvisningar och mer frekvent hjälp.



Långsiktig tillväxt

När det gäller förberedelser måste utbildaren ta hänsyn till hur mycket tid deltagarna kommer att ha för att arbeta med sina idéer och hur detta särskilda program passar in i deras vanliga utbildning och mål. Tänk också på att utvärdering är en viktig del av detta sätt att lära sig och att det därför måste ges tillräckligt med tid för att resultera i långsiktig personlig utveckling.

Innan du börjar

- Förbered sätt för deltagarna att lära känna varandra och bygga upp ett förtroende.
- Utbildarna kan behöva vara flexibla under kursens gång, ändra på sessioner eller lägga till kompetenser när det visar sig att det är viktigt att lära sig på andra områden.
- Se till att tid och plats är lämpliga för kvinnornas behov. Det kan till exempel vara lämpligt att tillhandahålla ett barnvänligt utrymme och flexibla raster för amning eller för att hämta barnen från skolan.
- Var flexibel när det gäller den tid som kvinnorna behöver för att lära sig och tillämpa sina kunskaper.
- Skapa ett stödsystem och en kommunikationsstrategi mellan utbildningsdagarna genom att erbjuda möjligheten att svara på frågor som kan uppstå och erbjuda vägledning.

Ordna mentorer för de kvinnor som arrangerar evenemangen?

Det kan finnas många personer som har arrangerat evenemang lokalt tidigare och som kan vara redo att stödja invandrarkvinnor som försöker göra samma sak.

Kontakta dessa personer och be om deras stöd, till exempel genom att träffa dessa kvinnor då och då för att diskutera utmaningarna med att arrangera ett

Mentorer/rollmodeller

Mentorerna kan dela med sig av sina erfarenheter om sitt företag. Kvinnor och mentorer kan ha QA-sessioner om evenemanget. Kanske kan de till och med erbjuda stöd längs hela vägen.

Några praktiska tips om hur mentorer kan hjälpa till genom att dela med sig av sina erfarenheter:

dela med sig av sin målgrupp, presentera sina nätverk för invandrarkvinnor

Visa exempel på hur de marknadsförde sitt evenemang (broschyrer, sociala medier osv.).

Dela med dig av vilka kanaler de använde för marknadsföring (lokalt bibliotek, talklubb, egna nätverk, annat).

Börja på rätt sätt

Starten ger energi och erfarenhet för resten av träningen. Förbered den väl med inspiration från följande råd:

- Utbildningen bör börja med att skapa en gynnsam och varm atmosfär för deltagarna. Ett sätt att göra detta är att genomföra små övningar så att deltagarna kan lära känna varandra för att underlätta lagarbetet.
- När du samlar hela gruppen, introducera idén om att organisera ett evenemang som en simulering av att starta ett företag och beskriv den process som gruppen kommer att gå igenom.
- Det är viktigt att fastställa deltagarnas förväntningar på utbildningen. Ömsesidig förståelse kommer att uppstå genom öppna och ärliga diskussioner om hur situationen ser ut idag, vilka förhoppningar individerna har och vad ni realistiskt sett kan uppnå tillsammans.

- Var uppmärksam på hur energiska och motiverade kvinnorna är när de anländer och anpassa träningen därefter om det behövs.

Fortsätta på rätt väg

- Bristande självförtroende kan vara ett problem, så det kan vara bra att bygga upp självförtroendet under hela kursen. Roliga isbrytande övningar, placera kvinnorna i par och små grupper där de har lättare att prata, uppmuntra kvinnorna att ge varandra positiv feedback osv.
- Använd exempel på situationer i livet där entreprenörskompetens är användbar. Gör det relevant för dem som kanske inte har arbetat i formella situationer tidigare. Till exempel situationer som kräver initiativförmåga - t.ex. förberedelser inför bröllop, ordna skola för barnen, samordna familjen, förhandla om bostadslösningar osv.
- Hänvisa till EntreComp Framework som en referens för utvecklingen av entreprenörskapets kunskaper, färdigheter och attityder.
- Integrera den europeiska referensramen för livslångt lärande (ERF).
- Erbjud material och praktiska övningar för självstudier mellan sessionerna, vilket kan möjliggöra en bättre intern bearbetning av materialet.
- En blandning av metoder föreslås för sessionerna. Moderatören kan ändra mixen beroende på gruppens storlek/behov/preferenser:
 - Presentationer - PPT men även andra presentationsformat med tabeller och visuella element, t.ex. grafer, diagram eller flödesscheman, för att underlätta hänvisning och förmedling av innehåll.
 - Engagera deltagarna genom att göra övningar för att stå upp. I allmänhet är det en bra pedagogisk idé att involvera deltagarna som medskapare av era sessioner tillsammans.
 - Användning av audiovisuella verktyg - t.ex. videor, dokumentärer eller bilder som används som underlag för reflektion, diskussion och/eller analys.

- En annan användbar metod är gruppdiskussioner för att dela kunskap och åsikter. Analysera fall tillsammans utifrån specifika frågor/uppdrag.
- Rollspel är ett bra sätt att uppleva olika situationer. Många är till exempel rädda för att intervjua sin målgrupp, men det är viktigt att utveckla händelsen utifrån verkligheten. Det kan vara befriande att rollspela sådana intervjusituationer.

Reflektera efter varje session.

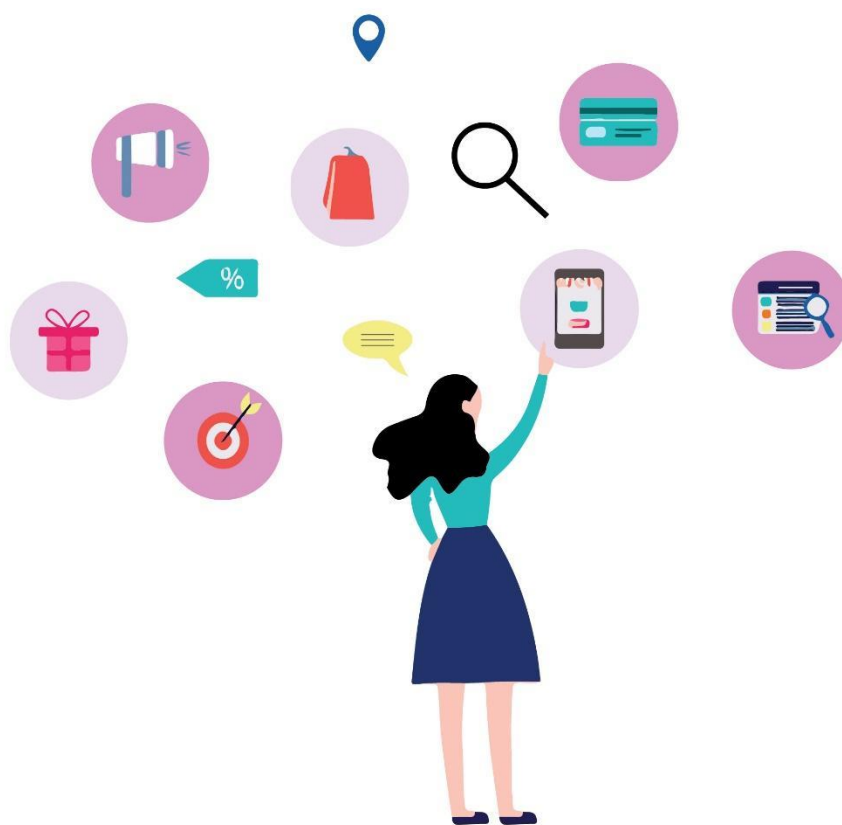
I slutet av varje session eller av det färdiga arbetet kan det vara lämpligt att reflektera över deltagarnas erfarenheter (både positiva och negativa), dagens lärdomar och förhoppningar inför framtida sessioner. På så sätt kan utbildaren få feedback, öka förståelsen och förhoppningsvis öka motivationen.

Diskutera hur erfarenheterna kan användas för att hjälpa dem att uppnå sina ambitioner och mål i framtiden. Om de vill, hjälp gruppen att hitta sätt att fortsätta kontakten och stödet till varandra under kursen och efteråt. De är förmodligen också en stor resurs för varandra.



4

MAPPING AND EXPLORING OPPORTUNITIES



KARTLÄGGNING OCH UTFORSKNING AV MÖJLIGHETER

För att skapa ett bra evenemang måste du göra samma sak som de som försöker skapa ett bra företag: ta reda på vilka dina bästa målgrupper kan vara, och sedan lära dig tillräckligt mycket om dem för att förstå vad, hur och varför ditt evenemang ska vara.

Naturligtvis måste evenemanget också skapas utifrån vilka kvinnorna är, vad de är intresserade av och vill arbeta med. Utmaningen är att skapa ett evenemang som har en bra balans mellan vad kvinnorna vill göra och vad deras målgrupper vill ha.

Många entreprenörer skapar saker som andra inte vill ha eller behöver, helt enkelt för att de inte förstår sina målgrupper tillräckligt väl. För att skapa ett evenemang som är önskat och behövt måste du veta vem du skapar det för - och känna dem väl. Detta arbetssätt kommer också att stärka deltagarnas integrationsprocess direkt, eftersom de kommer att behöva kommunicera och interagera med personer från möjliga målgrupper lokalt.

En möjlig struktur för en brainstorming:

- **Låt varje deltagare sitta ner i tystnad och skriva ner:**
 - Vad hon gillar att göra (hantverk, dans, volleyboll, tävling, bakning osv.).
 - Vad hon är bra på eller har erfarenhet av att göra.
 - Vilka resurser hon har tillgång till för ett evenemang (lokal, trädgård, gemensamma utrymmen, fotbollsplaner, sjöar, konstnärsateljéer etc.).
 - Vilka personer hon känner som kan vara till hjälp vid ett evenemang (familjemedlemmar, kollegor, vänner, kyrkomedlemmar osv.).
 - Vilka behov och önskemål verkar det finnas i samhället där de bor (fler aktiviteter för barn, mer fysisk aktivitet för föräldrar, bättre stöd för äldre osv. Om de inte vet kan det vara bra att gå ut och ta reda på det).

- **Sätt ihop dem i par eller i små grupper** så att de kan titta på varandras papper och hjälpa varandra att komma på ännu fler svar att skriva ner.
- **Låt varje deltagare sitta ner i tystnad igen och brainstorma möjliga idéer för ett evenemang baserat på kombinationer av det som de har skrivit ner.** Uppmuntra dem att ha så många idéer som möjligt, kanske 10-30 idéer, för att verkligen få den kreativa saften att flöda. (Om man t.ex. har en son som är salsadansare och tillgång till en lokal som är bra för dans, kan en idé vara att ordna ett salsaevenemang.) Analysera inte idéerna, utan spotta ut så många som möjligt, även om de låter konstiga eller om man inte alls vet om de är lämpliga.
- **Sätt ihop dem i par eller i smågrupper igen så att de kan hjälpa varandra att skapa fler idéer om möjliga händelser.**
- **Nu är det dags att bli lite mer analytisk.** Låt deltagarna själva återigen titta på sina 10-30 idéer och välja ut några som de faktiskt skulle vilja göra och som de tror kan vara möjliga.
- **Ingen kan säga om en idé är bra eller dålig.** Idéns koncept måste först testas och förstås. Detta görs genom att ta fram några möjliga snäva definitioner av vilka de bästa möjliga målgrupperna kan vara i lokalsamhället.

Brainstorming av idéer! Om de ska arrangera evenemang tillsammans:

Efter brainstormsessionen, under utvärderingsprocessen.

Skapa en kort lista med olika idéer.

Anteckna den korta listan på ett blädderblock.

Dela ut kriterier som lämpar sig för utvärdering av evenemangsidéer.

Betygsätt idéerna utifrån vart och ett av kriterierna.

Samla in alla resultatkort.

Kalla ut en vinnare.

En kreativ teknik för problemlösning där problemet vänds om och betraktas ur en annan synvinkel för att få fram nya och annorlunda lösningar.

Tänk på detta när du samlar in idéer genom brainstorming:

1. Vilken är den bästa balansen mellan deltagarna och lokalsamhällets behov?
2. Ska du rösta på de idéer som presenteras och välja i enlighet med dem?
3. Du har ett skarpt öga för att begränsa och sätta gränser för att hålla saker och ting under kontroll och möjliga att uppnå.
4. Var positiv när du sätter gränser.
5. Ordna för inspiration: Bjud in invandrarkvinnor som har lyckats integrera sig och låt dem berätta sin historia / en framgångsrik start av en invandrare / en förebild.
6. Bilda lag om det behövs.
7. Be teamet att först komma med idéer om hur man ska gå vidare och börja sedan med coachningen.
8. Kom ihåg att hållbar integration inte är ensidig. Det är inte bara invandrarna som ska anpassa sig till sina nya samhällen, utan även de nya samhällena har mycket att lära sig av och berikas av sina nyanlända medmänniskor. Mångfald kan erbjuda många nya och attraktiva saker för lokalsamhället - ny mat, ny musik, ny kultur och så vidare. Kvinnorna kan hitta saker som de känner till och kan erbjuda som lokalsamhällena kommer att älska.

Tekniker för utbildaren

Se på problem på olika sätt.

Få gruppen att ändra sitt perspektiv på problemet. När människor "läser sig vid" ett sätt att se på saker och ting kommer idéflödet att avta till en rännil. Be folk ta på sig en ny personlighet. Be dem se på problemet ur en annan grupps perspektiv. Be dem tänka på hur deras mormor eller en 8-åring skulle lösa problemet. Detta är enkla sätt att tvinga människor till ett nytt perspektiv och de nya perspektiven kommer att generera fler idéer.

Gör nya kombinationer.

Idéerna i en brainstorming-session behandlas vanligtvis individuellt. Låt gruppen leta efter sätt att kombinera två eller flera idéer för att skapa nya idéer.

Kraftrelationer.

När en grupp är klar med sin första lista med idéer kan du ge dem ord, bilder eller föremål. Föremålen kan vara slumpmässiga föremål, orden kan komma från en slumpmässigt framtagna lista eller från bilder i tidskrifter eller tidningar. När deltagarna har fått sitt slumpmässiga ord, sin bild eller sitt föremål, be dem skapa samband mellan problemet och föremålet. Använd frågor som: "Hur skulle detta föremål kunna lösa vårt problem?". Vilka egenskaper hos det här föremålet kan hjälpa oss att lösa vårt problem?"

Synliggör deras tankar.

Låt folk rita! Alltför ofta sitter alla vid en brainstorming utom den person som fångar

upp idéerna. Låt folk klottra och rita, så vet du aldrig vilka idéer som kan komma att väckas.

Tänk i motsatser.

I stället för att ställa din direkta problemfråga, ställ den motsatta frågan. "Hur kan vi se till att ingen köper den nya produkten?" kan vara ett exempel. Genom att fånga upp idéerna om "motsatsen" kan man få fram idéer för att lösa det egentliga problemet.

Tänk metaforiskt.

Det här tillvägagångssättet liknar att tvinga fram relationer (och är ett annat sätt att använda dina ord, bilder eller föremål). Välj en slumpmässig idé/artikel och fråga gruppen: "Hur liknar den här artikeln vårt problem?". Metaforer kan vara ett mycket kraftfullt sätt att skapa nya idéer där inga fanns tidigare.

Förbered dig.

Alltför ofta ombeds människor att brainstorma ett problem utan att ha funderat tidigare. Om människor har tid att tänka på ett ämne och låter hjärnan arbeta med det ett tag kommer de att få fler och bättre idéer. Låt människor vara bättre mentalt förberedda genom att dela med er av de utmaningar ni ska brainstorma om möjligt en tid före mötet.

Sätt upp ett mål.

Forskning visar att den enkla handlingen att ge människor ett kvantitativt mål innan man börjar brainstorming-sessionen leder till en längre lista med idéer att ta hänsyn till. Sätt ditt mål åtminstone lite högre än vad du tror att du kan uppnå - och högre än vad den här gruppen vanligtvis uppnår. Sätt upp målet och se hur gruppen når det!

Utveckling av idéer och marknadsundersökningar

Ett normalt men vilseledande sätt att utveckla något är att ha en idé, utveckla den, lansera den och sedan

sedan försöka marknadsföra det och hoppas att det säljer - utan att någonsin ha haft djupa samtal med målgruppen. Detta är marknadsundersökningar i sin essens. Att googla och göra undersökningar på nätet och så vidare är ett bra komplement, men ingen undersökning är komplett utan kvalitativa samtal ansikte mot ansikte med de människor som du vill ska delta i ditt evenemang. Att inte arbeta väldigt tätt med rätt målgrupper är en av de största orsakerna till misslyckade projekt och satsningar.

- **Med ett par idéer för ett möjligt evenemang kan nästa steg vara att ta fram idéer om vilka som kan vara de bästa målgrupperna för dessa olika evenemangsidéer.**

När det gäller salsa-evenemanget är till exempel en uppenbar målgrupp

"Salsadansare i det närliggande samhället", en annan kan vara "dansare i det närliggande samhället som vill prova på salsa", en tredje definition kan vara "par i det närliggande samhället i åldern 20-50 år som tidigare har gått en danskurs i en av stadens dansskolor". Varje definition som bygger på beteende, snarare än demografi, och som gör det möjligt för dig att ganska enkelt förstå var du kan hitta och nå ut till dessa personer, är de bästa definitionerna, eftersom du kommer att behöva hitta dem.

- **Ett evenemang för alla är i själva verket ett evenemang för ingen.**

Konkurrensen om människors uppmärksamhet och tid är så stor att man inte kan göra evenemanget för omfattande. Ett vanligt missförstånd är att man ska göra något för så många som möjligt för att få så många som möjligt att köpa det. Men om man gör så blir det ointressant och ointressant för alla. Var modig och avgränsa evenemanget så att det blir något som vissa grupper verkligen kommer att älska. På så sätt kommer åtminstone de att vara mycket mer benägna att komma.

- **Ta reda på hur du kan nå och prata med/kommunicera med personer från dessa möjliga målgrupper.**

Besöka dansklasser? Nå ut i lokala Facebook-grupper? Lokala organisationer? Fråga vänner och kollegor? Forum på nätet? I kyrkan? Gemenskapscenter? Skolor?

- **Förbered vilka frågor du ska ställa till dessa personer för att förstå vilken typ av evenemang de skulle vilja delta i.**

Presentera inte evenemangsidén för dem och fråga om de tycker att den är bra - för människor är artiga och kommer sällan att vara helt ärliga om de är rädda för att få dig att känna dig dålig. Förbered i stället öppna frågor som verkligen låter dig få fram den ärliga sanningen från dem, till exempel: Dansar du? Varför? Går du någonsin på danstillställningar? Vad får dig att gå på danstillställningar? Vilken typ av danstillställningar skulle du vilja gå på? Vad är viktigt för dig när du går ut? Varför? (Ställ ofta frågan "Varför?".)

- **På grundval av dina samtal med personer från dina möjliga målgrupper** kan du förstå vilken av dina evenemangsidéer du bör fortsätta med - och hur du bör fortsätta med den för att tillgodose behov och önskemål.

- **En stor fördel med att prata med dem långt innan du skapar och marknadsför evenemanget är att du redan känner dem när det är dags.**

Du har redan kontakter inom den grupp du vill locka till dig. De har träffat dig och bidragit till utvecklingen av vad evenemanget kommer att bli - och därför är det mycket mer sannolikt att de faktiskt kommer att delta och älska det du gör.

- **Håll alltid kontakten med din målgrupp under hela evenemangets utveckling.**

Du behöver inte, eller ens bör, ha alla svar på hur det ska bli - alla beslut ska baseras på vad du lär dig om målgruppen, och om du saknar någon information, ta kontakt med dem igen och fråga. (Till exempel om vilken mat eller dryck de gillar, vilken tid och lokal som är attraktiv för evenemanget osv.)

Saker att komma ihåg på vägen framåt

Finns det en lucka på marknaden för detta - finns det redan andra liknande evenemang och bör du i så fall anpassa din idé till en annan målgrupp?

Om du tror att du har hittat en bra idé ska du vara kritisk - titta på de problem och begränsningar som är förknippade med idén och testa olika alternativ.

Samla in feedback om idén från dina målgrupper.

Analysera konkurrensen: Ta reda på vad dina konkurrenter erbjuder.

Gruppverksamhet - *kan användas när som helst om det är lämpligt.*

Take Five

En teknik för att anpassa sig till olika tankestilar eller preferenser och hjälpa diskussionerna att komma igång snabbt och på rätt spår. Individer har preferenser när det gäller hur de tänker och fattar beslut. Vissa människor, extroverta personer, föredrar att tänka högt. Introverta personer föredrar att tänka tyst. Take Five-tekniken garanterar att personer med en introvert tankestil får den tid och tystnad de behöver för att organisera sina tankar. Att förstå andra utan att försöka ändra eller bedöma deras beteende är en förmåga i sig själv. Genom att tillåta olikheter maximeras varje persons förmåga att bidra. Efter att du har inlett sessionen med att ange syftet med att samla deltagarna, erkänn de olika preferenser eller stilar som människor kommer att använda under sessionen. Berätta för dem att du kommer att använda en teknik som kommer att tillgodose deras olika tankestilar. När du tilldelar medlemmarna till grupperna föreslår du att varje person tar några minuter (till exempel fem) på sig för att organisera sina tankar och idéer. De kan göra en skriftlig lista om de vill. Du kan be deltagarna att göra detta innan sessionen börjar och ta med sig sina anteckningar. Efter denna korta lugna period börjar gruppen sedan diskutera.

1-2-4 Alla

Med den här strukturen "engagerar du alla samtidigt i att generera frågor, idéer och förslag".

Det finns flera varianter, men den grundläggande tekniken är fyra rundor:

Tyst arbete av varje deltagare. Tidsbegränsad till en minut.

Arbeta i par och bygg vidare på idéerna från det tysta arbetet. Tidsbegränsad till två minuter.

Arbeta i fyrmannalag och bygg vidare på idéerna från pararbetet. Tidsbegränsad till fyra minuter.

Varje kvartett delar med sig av en idé till hela gruppen Tidsmässigt begränsat till fem minuter.

Bli vild

Faciliteringsmetoden "Go Wild" innebär att man skriver ner 20 idéer som börjar med frasen "Skulle det inte vara bra om...".

Detta leder till att gruppen uppmuntras att komma med bättre och mer fantasifulla lösningar. Till att börja med kan påståendena vara uppenbara och förutsägbara, men de blir alltmer kreativa och "vilda" allteftersom ni fortsätter.

Ranking

Rangordning är en teknik för beslutsfattande som hjälper gruppen att välja den lämpligaste och mest relevanta idén, om det är meningen att det ska vara ett gruppbeslut och inte ett individuellt beslut. För det första kan du använda dig av brainstorming för att generera den mängd idéer som du söker. Därefter måste gruppen bestämma ett urvalskriterium som ska användas för att vägleda deras personliga beslutsprocess, mot en numerisk skala.

Till exempel kan varje person ge ett betyg från ett till sex, där sex är det bästa valet. Slutligen adderas varje deltagares poäng för att fastställa den lämpligaste och mest relevanta idén.

Affärsplan för evenemanget

En affärsplan är ett verktyg som kan hjälpa människor som vill utveckla sina idéer om företagande. Den behövs inte alltid för ett projekt, utan är viktigare för ett faktiskt framtida företag. En bra affärsplan **hjälper inte bara entreprenörer att fokusera på de specifika steg som krävs för att få affärsidéer att lyckas, utan den hjälper dem också att uppnå kortsiktiga och långsiktiga mål**. En typ av mall för affärsplan är "Lean Canvas", som finns på nätet och som kan användas för planeringen av evenemanget om den anses lämplig.

Kommunikation och presentation av evenemanget

En annan viktig del av utvecklingen av evenemangsidén, när man väl har bestämt sig för den (baserat på en verklig förståelse för målgrupperna och vetskapen om att det är ett evenemang som har ett seriöst intresse i samhället), är att skapa och utbilda sig i hur man presenterar evenemanget.

Kort sagt, i text och tal är det viktigt att kunna sammanfatta och kommunicera evenemanget på ett attraktivt sätt för att få människor att delta, få företag att sponsra, få lokala medier att täcka och marknadsföra evenemanget och så vidare.

Ett möjligt sätt att bygga upp en pitch är att formulera den tydligt, kortfattat och attraktivt:

- **Hook** - Säga något som fångar målgruppens uppmärksamhet. (En retorisk fråga, ett skämt, en berättelse eller liknande).
- **Problem/behov/önskemål** - Beskriv det problem, behov eller önskemål som finns idag (som evenemanget kommer att behandla) och dess konsekvenser.
- **Lösning** - Beskriv hur evenemanget löser detta behov.
- **Fördelar** - Beskriv fördelarna och värdet av ditt evenemang.
- **Avslut** - Avsluta på ett tydligt sätt och be om vad du vill ha av den som lyssnar (sponsring, engagemang, ansökan, finansiering, volontärarbete eller annat).

Saker att tänka på när du utarbetar din affärsplan

Vilka är de kort- och långsiktiga målen med idén?

Vilka är de problem som är förknippade med den?

Vilka olika vägar kan den ta?

Har du några liknande idéer som skulle kunna vara bättre? Kan idén förbättras?

Vilka möjligheter kommer idén att ge?

Vilka resurser har du (pengar, tid)?

Idéer från WeCan-projektet

1. **Acu'WO'men:** Skapa en webbplatsform för att stödja kvinnor över hela världen med enkel tillgång och till ett överkomligt pris.
2. **Internationell evenemangshantering Business:** Gör en internationell event management-byrå som organiserar evenemang.
3. **Stödja nykomlingar** i deras problem i ett pro bono-arrangemang (både män och kvinnor).
4. **En dag då hemlösa** personer kan komma till ett center för att besöka en tandläkare, klippa sig, få sina husdjur undersökta av en veterinär, äta en varm måltid osv.
5. **En kulturell matfestival** med matstånd, matlagningslektioner, matlagningsdemonstrationer, en tävling för mästerkockar och provsmakningar från olika kulturer.

5

PLANNING AND EXECUTING THE EVENT



5. PLANERING OCH GENOMFÖRANDE AV EVENEMANGET

Analysera de olika delarna av att organisera ett evenemang. Uppmuntra deltagarna att tänka på evenemang som de har varit med om och vad de tror skulle ha behövt hända för att det skulle bli en framgång. Som en del av detta kan du introducera begreppet mind mapping och använda kreativitetsmaterialet.

Stegen i utvecklingen av ett evenemang

- **Identifiera syftet och anledningen till att evenemanget planeras.** Bestäm vad du vill åstadkomma och hur evenemanget kommer att hjälpa dig att göra det.
- **Identifiera en uppsättning mål som kommer att stödja ditt slutgiltiga mål.** Med dina mål och målsättningar på plats kan du skapa en preliminär omfattning av evenemanget.
- **Gör en lista** med viktiga detaljer och ange hur du ska nå dina mål. Detaljer om evenemanget, inklusive:
 - **Datum:** Du kan ange datum: Din tidsram för evenemanget, t.ex. om 9 månader.
 - **Deltagare:** Är det ett evenemang för 10 personer, 100 personer eller 1000 personer? Du bör börja tänka på storleken. Kommer deltagarna från hela landet eller är det ett lokalt evenemang? Du bör också tänka på deltagarnas demografiska förhållanden när du planerar.
 - **Plats:** Är evenemanget lokalt? Börja med att skapa en kort lista över städer och platser som är lämpliga för ditt evenemang. Följande platser kan vara tänkbara:
 - Stadsbibliotek
 - Kommunens lokalbefolkning
 - Språkutbildning för lokalbefolkningen
 - Universitet/yrkesutbildningsinstitution campus
 - Språkcafé/socialt café i din stad
- **Tidsfrister:** Se till att du sätter upp tidsfrister på din lista över saker att göra.
- **Typ av evenemang:** Är du ute efter att öka medvetenheten om en ny produkt? Ett endagsevenemang med en huvudtalare kan vara lämpligt. Ska du samla tusentals kunder? En tvådagars användarkonferens kan vara rätt för dig. Är du värd för ett internt möte eller ett föreningsmöte? En dag med små sessioner kan vara lämplig.
- **Skapa en operativ grupp som** ansvarar för genomförandet av planen och utse roller. Låt teammedlemmarna organisera sig sinsemellan genom att anordna individuella

möten och möten med teamet.

- **Förslag till laguppställning:**
 - i. Gruppledare
 - ii. Administratörer - De hanterar allt från catering till schemaläggning av aktiviteter.
 - iii. Kreativa teamet - hanterar marknadsföring, deltagarengagemang med mera.
 - iv. Volontärer som hjälper till på plats under evenemanget/aktiviteten.
- **Upprätta en budget för evenemanget.** Att skapa en budget är ett viktigt första steg i evenemangsplaneringen som hjälper till att klargöra andra aspekter av planen. Dessutom kan du undvika oönskade överraskningar genom att upprätta en budget (t.ex. att få slut på pengar för dekoration etc.). Du kommer att bli mer framgångsrik om du kartlägger hela din budget i förväg, fortsätter att uppdatera när du slutför variabler och håller dig mycket nära processen.
- **Välj plats och datum.** Att välja plats och datum för evenemanget är två viktiga överväganden som kommer att påverka resten av din projektplan. Börja undersöka platser så tidigt som möjligt.
- **Samarbeta med leverantörer** utifrån dina behov.
- **Marknadsföring och reklam för evenemang** - marknadsför evenemanget med blogginlägg och andra kampanjer som video och annonser på nätet.
- **Försök att skriva ner 3-4 nyckelord som kan karaktärisera ditt evenemang.** Till exempel: Evenemang 1: #business #utbildning #ungdom #modern. Evenemang 2: #fest #barn #lek. *Nyckelord kan hjälpa dig att utforma, marknadsföra och fatta beslut.*
- **Ta fram en plan för hur du ska bygga vidare på dina nya relationer med deltagarna** - Ska du skapa en ny grupp i sociala medier baserat på detta? Ska du ha möten efteråt? Skapa en e-postlista med de personer som är mer intresserade av att höra mer från dig?

6

EVALUATION OF THE EVENT



6. UTVÄRDERING AV EVENEMANGET

Utvärdering av varje session

Dela upp gruppen i mindre grupper och ge kvinnorna tid i slutet av varje session för att diskutera vad de har lärt sig och reflektera över varje steg de tagit under denna väg. Samla sedan gruppen igen och låt dem utbyta feedback.

För att underlätta reflektionsprocessen kan du ge dem möjliga frågor som de kan använda i sin diskussion:

- Vad lärde jag mig under den här sessionen?
- Hur kan jag koppla detta till skapandet av ett evenemang?
- Vad kan vara några av de frågor som jag måste vara medveten om i detta ämne?
- Hur kan jag övervinna dessa problem?

Utvärdering av evenemanget

Detta är ett exempel på ett frågeformulär som kan användas under utvärderingen. Det kan utvecklas utifrån dina behov.

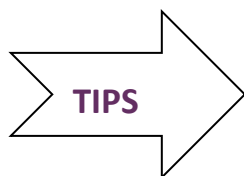
Utvärdering av evenemanget		
1.	Jag känner att jag har utvecklat mitt entreprenörstänkande.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
2.	Jag tror att jag har fått tillräckliga färdigheter för att komma med nya idéer.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
3.	Jag tror att jag har fått tillräckliga färdigheter för att organisera ett evenemang.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
4.	Jag fick självförtroende genom träningarna.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
5.	Jag känner att jag är kapabel att skapa något i mitt eget liv.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
6.	Utbildaren/mentorn har effektivt stöttat mig under processen.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
7.	Vad har du tyckt mest om under sessionen och vad tror du har varit en framgång i processen?	

8.	Vad har du kämpat med under sessionen?
9.	Skulle du ändra något? Om ja, vad skulle det vara?

Presentation av erfarenheten

Organisera en session där kvinnorna ägnar tid åt att presentera sina erfarenheter från organiseringen av evenemanget. Möjliga ämnen:

- Sammanfattning av händelsen
- Vilka var de olika aspekterna av planeringen?
- Ge en tidslinje över de aktiviteter som genomförts.
- Vilka problem uppstod och hur hanterades de?
- Hur fungerade de som ett team? Finns det några problem och hur löstes de?
- Vad har du lärt dig och utvecklat av denna erfarenhet som kan användas i framtiden?



- Planera utvärderingen i god tid som en del av hela processen.
- Fira deras framgångar; även ett misslyckande kan vara en framgång i lärandet.
- Diskutera vad de enskilda deltagarna är stolta över.
- Samla in feedback från evenemangets besökare
- Relatera utvärderingen till varje del av processen: planering, genomförande, marknadsföring, återkoppling av närvaro.
- Vad skulle de ha gjort annorlunda?
- Koppla utvärderingen till integrationsprocessen, karriärperspektivet och de hinder som ska tas upp i vardagen.
- Vad är varje deltagares personliga framgång?

Koppla erfarenheten till en framtida karriär eller entreprenörskap.

Mentorer och utbildare som har hjälpt kvinnorna med deras affärsplan skulle kunna gå igenom varje individs arbete för att bedöma om planen följdes på ett adekvat sätt och åtgärda eventuella brister. Detta görs i samarbete med den kvinnliga företagaren och tar även hänsyn till det nationella sammanhanget och arbetsmarknaden.

Om du kan, kontakta företagskonsulter eller framgångsrika entreprenörer som kan utvärdera varje kvinnas presentation och ge vägledning för framtida satsningar.

7

FOLLOW-UP



7. UPPFÖLJNING

De utbildare/mentorer som kommer att använda WeCan-materialet och underlätta skapandet av ett evenemang tillsammans med invandrarkvinnorna kan också följa upp hur processen påverkar dem. Tänk på följande frågor/reflektioner för att utvärdera den process som du har följt:

- Hur utvärderar du processen? Har dina ambitioner i fråga om evenemanget och deltagarna uppfyllts? Om inte, varför? Vad skulle du ha gjort annorlunda?
- Fanns det tillräckligt med resurser för att du skulle kunna göra det som var nödvändigt?
- Vilka metoder kommer du att använda och vad skulle du göra annorlunda nästa gång?
- Samla in feedback från förebilder och entreprenörer om deras bidrag, förväntningar och erfarenheter.
- Informera din organisation om resultaten och om hur detta kan förbättras ytterligare eller hur det kan omvandlas till en hållbar aktivitet i ditt program.

Ytterligare uppföljningsåtgärder:

1. Uppmuntra deltagarna att följa upp utbildningen med relevanta åtgärder för att tillämpa, förbättra, utveckla och förstärka det förvärvade lärandet.
2. Ta initiativ till diskussioner om ämnet och håll dig på så sätt i kontakt med vad de gör.
3. Utforma en uppföljningsplan för att jämföra förväntningarna och ambitionerna med varje inlärningsövning med vad deltagarna faktiskt har lärt sig.

Organisationer som kan hjälpa invandrade kvinnliga företagare i WeCan-partnerskapsländerna

GREECE

Inkubatorer

Ashoka Grekland



Centrum för entreprenörskap och innovation i Aten (ACEin)



Atens inkubator för nystartade företag (ThEA)

Attica Business Innovation Center

Centrum "ERGANI

Higgs

Impact Hub Grekland INNOVATHENS

Orange Grove

Social Dynamo - Bodossaki-stiftelsen

Solidaritetsuppdrag

Makerspace i Aten

Universitetet i Thessalien

Finansieringsprogram

NSRF-programmet : "Åtgärd 3a.1.4.1.1.1: Stöd till befintliga företag för att utnyttja patent och/eller innovationer och stödtjänster för att förbättra deras produktionsverksamhet och/eller utveckla nya produkter och tjänster" och

"Åtgärd 3a.1.4.1.1.1.4: Stöd till nya, nystartade och begynnande företag för utnyttjande av patent och/eller innovationer och stödtjänster för att förbättra deras produktiva verksamhet och/eller utveckla nya produkter och tjänster".

Teknologipark

Joist - JOIST är ett fysiskt ekosystem som främjar innovation och kunskapsöverföring inom entreprenörskap, teknik, vetenskap, konst och design.

Länkar till entreprenörer i små och medelstora företag som är villiga att stödja/bidra till processen.

[Greklands ekonomiska kammare](#) -

STHEB STHEB:s tjänster är inriktade på representation och stöd, främjande av forskning och innovation, exportfrämjande, utbildning, information, nätverk och företagssolidaritet.

NEDERLÄNDERNA

UWV / Werkpleinen

Handelskammare / Ondernemersplein

Kommunernas servicedesk

Websie: Ik ga start

SVENSKA

Drivhuset

Drivhuset är en stiftelse som stöder människor med entreprenörsdrömmar. De erbjuder coachning och utbildningsevenemang för att du ska kunna förverkliga dina idéer och ambitioner.

Almi

Almi erbjuder rådgivning, stöd och lån till företag med tillväxtpotential och hjälper dem att utveckla sin verksamhet. Detta gäller såväl företag i startfasen som etablerade företag.



Verksamt

På verksamt.se finns information, verktyg och e-tjänster från flera myndigheter. Verksamt.se vänder sig till dig som driver eller vill starta ett företag.

Stödgrupp

Stödgruppen är en grupp för nyanlända invandrare i Sverige som erbjuder olika typer av stöd, bland annat för att starta eget företag, länkar till små och medelstora företagare som är villiga att stödja/bidra till processen.

Tosterud & Friends AB

Tosterud & Friends hjälpte till att ta fram detta utbildningsmaterial. Grundaren Erik Tosterud är företagsekonom, projektledare och innovationsledare som tillhandahåller tjänster för att främja hållbar utveckling i våra samhällen.

Athenas

Socialt entreprenörskap är företagare som har hittat lösningar på sociala och samhällsliga problem. De är entreprenörer som skapar ett hållbart samhälle för massorna. De har en idé som de vill få igenom, som gynnar och hjälper samhället genom att dyka upp olika projekt. Skicka in våra föreläsare för att se vad de pratar om eller ta kontakt med oss så hjälper vi dig att hitta det som passar ditt evenemang!

ELSA & SAM

STORBRITANNIEN

På nationell nivå erbjuder regeringen råd och stöd på sin webbplats

<https://www.gov.uk/browse/business/setting-up>. Här finns information om lagstiftning, finansieringsmöjligheter och mer allmänt om hur man startar ett företag.

Nationellt företagsnätverk <https://www.nationalenterprisenetwork.org/> som också erbjuder stöd

Regionalt, inklusive i London, finns det lokala tillväxtcentra <https://www.lepnetwork.net/local-growth-hub-contacts/> som är lokala partnerskap mellan den offentliga och privata sektorn under ledning av de lokala företagspartnerskapen (LEPS) <https://www.businesshub.london/> med särskilda företagsrådgivare.

CYPRUS

[Republiken Cyperns webbportal](#)

[Cyperns flyktingråd](#)

[Caritas Cypern](#)

UKRAINE

Den icke-statliga organisationen "Educational Space 2.0";

"Ny IT-skola";

Den icke-statliga organisationen "Vinnytsia Club of Business People";

Institutionen för social- och ungdomspolitik vid Vinnitsas regionala statsförvaltning.

