

ΚΑΡΤΕΣ ΑΠΟΣΤΟΛΩΝ

Κάθε κάρτα αποστολής παρουσιάζει μια σύντομη, ελκυστική πρόκληση που θέτει το πλαίσιο για το επιχειρηματικό ταξίδι μιας ομάδας. Οι αποστολές έχουν σχεδιαστεί ώστε να ενσωματώνουν θέματα από τα EntreComp, DigiComp και GreenComp.



PPaatthhFFiinnd deerr

Η
αποστολή
σας

Σχεδιάζετε έναν διαδραστικό σύμβουλο καριέρας με τεχνητή νοημοσύνη που βοηθά τους πρόσφυγες και τους μετανάστες να εντοπίζουν ευκαιρίες επαγγελματικής κατάρτισης και απασχόλησης.

Ο
στόχος
σας

Συνεργαστείτε με μια τοπική ΜΚΟ και δοκιμάστε το εργαλείο σας με πραγματικούς χρήστες, σεβόμενοι τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και την ψηφιακή ένταξη.



PPeeddaallPPaayy

Η
αποστολή
σας

Δημιουργείτε μια υπηρεσία διανομής με ποδήλατα για τοπικές επιχειρήσεις, η οποία ενσωματώνει έναν ψηφιακό υπολογιστή αντιστάθμισης εκπομπών άνθρακα.

Ο
στόχος
σας

Δοκιμάστε τη λογιστική, συνεργαστείτε με 3 τοπικά καταστήματα και δημιουργήστε το MVP της εφαρμογής σας.

ΚΑΡΤΕΣ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ

Πίσω πλευρά





GGrrreeeeennBByyttees

Η
αποστολή
σας

Δημιουργείτε μια εφαρμογή για κινητά που βοηθά τους χρήστες να μειώσουν τη σπατάλη τροφίμων στο σπίτι χρησιμοποιώντας τεχνητή νοημοσύνη και παιχνιδοποιημένες προκλήσεις.

Ο
στόχος
σας

Να κυκλοφορήσετε μια έκδοση beta με 500 ενεργούς χρήστες μέχρι το τέλος του εξαμήνου.



DDaattaaSSeennssee

Η
αποστολή
σας

Η νεοφυής επιχείρησή σας προσφέρει ψηφιακά ταμπλό για μικρές ΜΚΟ, ώστε να παρακολουθούν και να αναφέρουν τον κοινωνικό τους αντίκτυπο.

Ο
στόχος
σας

Εξασφαλίστε τους τρεις πρώτους πελάτες σας από ΜΚΟ και σχεδιάστε ένα πρωτότυπο με δεοντολογία δεδομένων χωρίς αποκλεισμούς.



RReeWWeeaarrr

Η
αποστολή
σας

Δημιουργείτε μια πλατφόρμα ανταλλαγής ρούχων μεταξύ φοιτητών με σκοπό τη μείωση της γρήγορης μόδας.

Ο
στόχος
σας

Να φτάσετε τις 1.000 ανταλλαγές ειδών και να αναπτύξετε συνεργασίες με οικολογικούς συλλόγους πανεπιστημίων.



MMinddBBlloooooomm

Η
αποστολή
σας

Έχετε λανσάρει ένα chatbot για την ενσυνειδητότητα και την ψυχική υγεία, απευθυνόμενο σε ελεύθερους επαγγελματίες της Γενιάς Z που εργάζονται εξ αποστάσεως.

Ο
στόχος
σας

Αποδείξτε την αποτελεσματικότητα της ιδέας, προσελκύστε αρχική χρηματοδότηση και διασφαλίστε ότι η τεχνολογία σας είναι ηθική και χωρίς αποκλεισμούς.



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



ΕΕcchhoo

Η
αποστολή
σας

Η ομάδα σας δημιουργεί μια εφαρμογή ανώνυμης αναφοράς, ώστε οι φοιτητές να μπορούν να αναφέρουν με ασφάλεια ανήθικη ή διακριτική συμπεριφορά στο πανεπιστήμιο.

Ο
στόχος
σας

Εξασφαλίστε την ηθική χρήση των δεδομένων, τη συμμόρφωση με τους κανόνες προστασίας της ιδιωτικής ζωής και κερδίστε την υποστήριξη της φοιτητικής ένωσης.



ΛΛoooooppLLaabb

Η
αποστολή
σας

Ξεκινάτε μια startup που βοηθά τα καφέ της πόλης να ανακυκλώνουν τους κόκκους καφέ σε λίπασμα ή καλλυντικά προϊόντα.

Ο
στόχος
σου

Αναπτύξτε ένα κυκλικό επιχειρηματικό μοντέλο και προσελκύστε 10 καφετέριες στην πόλη σας.



ΦάιρΣτάτζ

Η
αποστολή
σας

Η ιδέα σας είναι μια ψηφιακή αγορά όπου μάρκες με κοινωνική συνείδηση μπορούν να χορηγούν αναδυόμενους καλλιτέχνες και ερμηνευτές.

Ο
στόχος
σας

Δημιουργήστε μια πρόταση αξίας που ισορροπεί τη δημιουργική ελευθερία, την ηθική της χορηγίας και τη δίκαιη αμοιβή.



Η
αποστολή
σας

Καθαρός πίνακας

Η νεοφυής επιχείρησή σας προσφέρει με βάση τη συνδρομή ένα πακέτο νοικοκυριά να μειώσουν τα τοξικά προϊόντα καθαρισμού, με ψηφιακές υπενθυμίσεις και παρακολούθησή.

Ο
στόχος
ς σας

Φτάστε τις 200 εγγραφές και σχεδιάστε ένα παιχνιδιοποιημένο εργαλείο παρακολούθησης της βιωσιμότητας.



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



VVolttUUpp

Η
αποστολή
σας

Αναπτύσσετε μια πλατφόρμα που συνδέει τους χρήστες ηλιακών πάνελ DIY με τις τοπικές κοινότητες για την ανταλλαγή πλεονάζουσας ενέργειας.

Ο
στόχος
σου

Δημιουργήστε μια ισχυρή πρόταση αξίας και πείστε έναν δήμο να δοκιμάσει την ιδέα.



ZZeerrooSSiipp

Η
αποστολή
σου

Η ομάδα σας θέλει να εξαλείψει τις πλαστικές φιάλες στο πανεπιστήμιο, ξεκινώντας μια νεοφυή επιχείρηση ποτών χωρίς απόβλητα με ψηφιακή παρακολούθηση των επαναγεμισμάτων.

Ο
στόχος
σας

Δημιουργήστε ένα βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο που να είναι επεκτάσιμο και να περιλαμβάνει κίνητρα συμπεριφοράς.



FairCart

Η
αποστολή
σας

Δημιουργείτε μια επέκταση ηλεκτρονικού εμπορίου που επιτρέπει στους χρήστες να συγκρίνουν τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο των προϊόντων πριν τα αγοράσουν.

Ο
στόχος
σας

Αναπτύξετε ένα λειτουργικό πρωτότυπο και κερδίστε έναν πανεπιστημιακό διαγωνισμό κοινωνικής καινοτομίας.



Η
αποστολή
σας

FFaarrmmIIQQ

Αναπτύσσετε ένα σύστημα έξυπνων αισθητήρων για μικρές βιολογικές εκμεταλλεύσεις, με σκοπό την παρακολούθηση της κατανάλωσης νερού και της υγείας των καλλιεργειών, χρησιμοποιώντας τεχνητή νοημοσύνη και το Διαδίκτυο των Πραγμάτων (IoT).

Ο
στόχος
σας

Ξεκινήστε ένα πιλοτικό πρόγραμμα σε 2 αγροκτήματα και προετοιμαστείτε για έναν επιταχυντή βιώσιμης αγροτεχνολογίας.



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ

Κάρτες ρόλων

Κάθε κάρτα ρόλου:

- Παρέχει έναν τύπο χαρακτήρα ή μια νοοτροπία (όχι έναν συγκεκριμένο τίτλο εργασίας),
- Ενθαρρύνει τους παίκτες να υιοθετήσουν επιχειρηματικές στάσεις,
- Προτρέπει τον παίκτη να ηγηθεί της συζήτησης ή να προκαλέσει την ομάδα με συγκεκριμένους τρόπους,



Ο Οικολογικός Πρωταθλητής

Σας ενδιαφέρει βαθιά η βιωσιμότητα, η κυκλική οικονομία και ο μακροπρόθεσμος αντίκτυπος.

Η
δουλ
ειά
σας

Προκαλέστε την ομάδα να λαμβάνει υπόψη τις περιβαλλοντικές συνέπειες σε κάθε απόφαση.



Ο στρατηγικός

Σκέφτεστε με βάση επιχειρηματικά μοντέλα, χάρτες πορείας και δείκτες απόδοσης (KPIs).

Η
δουλ
ειά
σας

Βεβαιωθείτε ότι η ομάδα παραμένει επικεντρωμένη στον στόχο της αποστολής και στη σκοπιμότητα.

Κάρτες ρόλων

Πίσω πλευρά



Η δημιουργική σπίθα



Φέρνεις τολμηρές ιδέες, οπτικά στοιχεία και φαντασία στο χώρο.

Η
δουλε
ιά
σου

Ενθαρρύνετε την ομάδα να σκέφτεται με διαφορετικό τρόπο και να υιοθετεί απρόσμενες λύσεις.

Ο Συνηγός του Διαβόλου



? Σας αρέσει να ρωτάτε «τι θα γινόταν αν;» και να εντοπίζετε τα αδύνατα σημεία των ιδεών.

Η
δουλε
ιά
σου

Εξετάστε τις αποφάσεις υπό πίεση για να αποφύγετε την ομαδική σκέψη. Προτρέψτε την ομάδα να εμβαθύνει.

Ο Ψηφιακός Εξερευνητής



Σε συναρπάζει η τεχνολογία και πάντα θέλεις να δοκιμάζεις νέα εργαλεία.

Η
δουλ
ειά
σου

Προτείνετε ψηφιακές λύσεις, αλλά επισημαίνετε και ζητήματα δεοντολογίας όταν χρειάζεται.

Ο Ενσυναίσθητος



Βάζεις τους ανθρώπους πρώτα — χρήστες, συναδέλφους και ενδιαφερόμενους.

Η
δουλ
ειά
σου

Να υπενθυμίζετε στην ομάδα τις ανάγκες των χρηστών, την ένταξη και τη δικαιοσύνη.



ΡΟΛΟΣ



ΡΟΛΟΣ



ΡΟΛΟΣ



ΡΟΛΟΣ

Ο Σπούκερ



Είσαι ο επικοινωνιακός τύπος, που μοιράζεται με αυτοπεποίθηση την ιστορία σου.

Η
δουλε
ιά
σου

Συνοψίστε τις αποφάσεις της ομάδας και παρουσιάστε τις στους άλλους με σαφήνεια και πειστικότητα.

Ο « ρ»

Αναστοχαστής)



Σκέφτεσαι πριν ενεργήσεις — και βοηθάς και τους άλλους να κάνουν μια παύση και να σκεφτούν.

Η
δουλε
ιά
σου

Ρωτήστε «τι μάθαμε;» μετά από κάθε πρόκληση και βοηθήστε να βελτιωθεί η σκέψη της ομάδας.

Ο « που ρίσκα



Πιστεύετε στις τολμηρές κινήσεις και στο να προχωράτε μπροστά παρά τις αποτυχίες.

Η
δουλ
ειά
σας

Προτρέψτε την ομάδα να αναλάβει υπολογισμένους κινδύνους, αλλά και να αναλάβει τις συνέπειες.



ΡΟΛΟΣ



ΡΟΛΟΣ



ΡΟΛΟΣ



ΡΟΛΟΣ

Κάρτες Ψηφιακού Διλήμματος

Αυτές οι κάρτες έχουν σχεδιαστεί για να:

- Προκαλέσουν τις ομάδες με αποφάσεις που σχετίζονται με την τεχνολογία, την ηθική, τη στρατηγική ή την καινοτομία.
- Ευθυγραμμιστούν με το πλαίσιο DigiComp (ιδιαίτερα όσον αφορά την ασφάλεια, την επίλυση προβλημάτων, την ψηφιακή ταυτότητα και τη δημιουργία περιεχομένου).
- Προκαλέσουν ουσιαστική συζήτηση και προβληματισμό.

Κάθε κάρτα παρουσιάζει μια πραγματική αντιπαράθεση, ακολουθούμενη από 3 επιλογές απόφασης και μια επιπλέον ερώτηση από μία από τις Κάρτες Ρόλων.

Πρόβλημα με την ΑΑΙΙ

Η ομάδα σας χρησιμοποιεί γενετική τεχνητή νοημοσύνη για να συντάξει τις περιγραφές των προϊόντων της startup σας. Μια μέρα, δημιουργεί περιεχόμενο που περιλαμβάνει στερεότυπα σχετικά με το φύλο.

Τι κάνετε;

- Α. Το δημοσιεύετε ούτως ή άλλως — η προθεσμία σας είναι σήμερα.
- Β. Το επεξεργάζεστε γρήγορα, αλλά παραλείπετε μια πιο εμπειριστατωμένη αναθεώρηση.
- Γ. Ερευνάτε την προτροπή σας + την προκατάληψη του μοντέλου και δημιουργείτε νέο περιεχόμενο με σαφείς αξίες.

📌 **Επιπλέον ερώτηση για τους στοχαστές:**

Τι θα έλεγε η φωνή της μάρκας σου για την ηθική;

Υπερβολική χρήση δεδομένων

Συλλέγετε δεδομένα χρηστών για να βελτιώσετε την εφαρμογή σας, αλλά ο συνάδελφός σας προτείνει να πουλήσετε τις πληροφορίες σε μια εταιρεία μάρκετινγκ για να συγκεντρώσετε χρήματα.

Τι κάνετε;

- Α. Μην διστάζεις — όλοι το κάνουν.
- Β. Ζητήστε πρώτα τη συγκατάθεση του χρήστη και ανωνυμοποιήστε τα πάντα.
- Γ. Απορρίψτε την ιδέα και βρείτε ένα πιο ηθικό μοντέλο εσόδων.

📌 **Θέμα συζήτησης:**

Η ιδιωτικότητα εξακολουθεί να αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα;

ΚΑΡΤΕΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΔΙΛΛΗΜΑΤΟΣ

Πίσω πλευρά



Πάρα πολύ τεχνολογία

Η πλατφόρμα σας γίνεται υπερβολικά περίπλοκη. Θέλετε να ενσωματώσετε blockchain, VR και ένα chatbot με τεχνητή νοημοσύνη, αλλά οι χρήστες παραπονούνται ότι είναι υπερβολικά περίπλοκο.

Τι κάνετε;

- A. Συνεχίζετε να προσθέτετε λειτουργίες — αυτό είναι το μέλλον!
- B. Σταματήστε και δοκιμάστε μόνο ό,τι ζητούν οι χρήστες σας.
- C. Ζητήστε την γνώμη ενός μέντορα και επανασχεδιάστε το χάρτη πορείας.

🔗 Δημιουργική πρόκληση:

Ποιος είναι ο απλούστερος τρόπος να ευχαριστήσετε τους χρήστες σας;

GGhhoosstt PPoossttiinngg

Ο ασκούμενος στο τμήμα μάρκετινγκ προσφέρεται να χρησιμοποιήσει τεχνητή νοημοσύνη για να δημιουργήσει αυτόματα αναρτήσεις στα κοινωνικά μέσα με το όνομα της startup σας χωρίς έλεγχο.

Τι κάνετε;

- A. Τον αφήνετε να το κάνει — εξοικονομεί χρόνο.
- B. Να επιτρέπεται μόνο μετά από αυστηρό έλεγχο πριν τη δημοσίευση.
- C. Δημιουργήστε ένα ημερολόγιο περιεχομένου χρησιμοποιώντας ιδέες τεχνητής νοημοσύνης, αλλά γραμμένο από πραγματικούς ανθρώπους.

🔗 Οδηγίες για τον στρατηγικό:

Ποιοι είναι οι κίνδυνοι για την εμπιστοσύνη στο brand;

Ψηφιακή εξάντληση

Είσαι συνδεδεμένος 12 ώρες την ημέρα για αυτό το έργο. Ένας συνάδελφος δεν σταματά να δουλεύει, ούτε καν τα σαββατοκύριακα.

Τι κάνετε;

- A. Τον επαινείς — είναι υπέροχη εργατικότητα.
- B. Θέστε όρια για όλη την ομάδα.
- C. Μιλήστε ανοιχτά για την εξάντληση και επανασχεδιάστε τις ψηφιακές ροές εργασίας σας.

☒ Ερώτηση για ενσυναίσθηση:

Πώς μπορεί η ψηφιακή ευεξία να ενισχύσει την καινοτομία;

AAllggoorriitthhmm

BBlluuueess

Ο αλγόριθμος της εφαρμογής σας συνεχίζει να προτείνει δημοφιλείς χρήστες, γεγονός που παραγκωνίζει τις νέες ή μειοψηφικές φωνές.

Τι κάνετε;

- A. Αφήστε τον αλγόριθμο να λειτουργήσει — αυξάνει την αλληλεπίδραση.
- B. Προσαρμόστε τον αλγόριθμο για μεγαλύτερη ποικιλία.
- C. Προσφέρετε στους χρήστες μια επιλογή χειροκίνητης επιμέλειας παράλληλα με τον αλγόριθμο.

☐ Ερώτηση του «Δικηγόρου του Διαβόλου»:

Η δικαιοσύνη θα μειώσει την απόδοση;



ΨΗΦΙΑΚΟ ΔΙΛΛΗΜΑ



ΨΗΦΙΑΚΟ ΔΙΛΛΗΜΑ



ΨΗΦΙΑΚΟ ΔΙΛΛΗΜΑ



ΨΗΦΙΑΚΟ ΔΙΛΛΗΜΑ

Η δοκιμασία του κλώνου»

Ένας φίλος μοιράζεται κώδικα από μια παρόμοια εφαρμογή και λέει ότι μπορείς να τον προσαρμόσεις γρήγορα για να φτιάξεις το MVP σου.

Τι κάνετε;

- A. Τον χρησιμοποιείς — είναι διαθέσιμος στο διαδίκτυο και ανοιχτός.
- B. Ελέγξετε ξανά την άδεια χρήσης και αναφέρετε την πηγή αν τον χρησιμοποιήσετε.
- C. Ξεκινήστε από το μηδέν και δημιουργήστε πρωτότυπο, καθαρό κώδικα. Προτροπή δημιουργικής εμπνεύσεως: Μπορείτε να καινοτομήσετε χωρίς να παίρνετε συντονισμούς από άλλους.

Αόρατοι άνθρωποι

Η νεοφυής επιχείρησή σας βασίζεται σε μια φθηνή εξωτερική ομάδα για την εισαγωγή δεδομένων. Ανακαλύπτετε ότι εργάζονται σε κακές συνθήκες.

Τι κάνετε;

- A. Συνεχίζετε — είναι η μόνη οικονομικά προσιτή επιλογή.
- B. Συζητήστε το θέμα με την ομάδα σας και αναζητήστε εναλλακτικές λύσεις.
- C. Εφαρμόστε μια νέα πολιτική για να διασφαλίσετε την ηθική προμήθεια από όλους τους προμηθευτές.

🌍 Ερώτηση για τον Eco-Champion:

Τι σημαίνει «βιωσιμότητα» πέρα από το περιβάλλον;

Φανταστικοί χρήστες

Ο ιστότοπός σας παρουσιάζει μεγάλο αριθμό χρηστών, αλλά πολλοί είναι ανενεργοί ή bots. Ένας επενδυτής ζητά να δει την πρόοδό σας.

Τι κάνετε;

- A. Μοιραστείτε τον συνολικό αριθμό χρηστών όπως είναι.
- B. Φιλτράρετε μόνο τους ενεργούς χρήστες για να διατηρήσετε τη διαφάνεια.
- C. Εξηγήστε το πρόβλημα ανοιχτά και περιγράψτε το σχέδιό σας για να το διορθώσετε.

🗣️ Ερώτηση για τον εκπρόσωπο:

Τι μήνυμα στέλνει η επιλογή σας στους ενδιαφερόμενους;

Εφαρμογή ή παγίδα;

Δοκιμάζετε έναν κύκλο ανταμοιβών για να αυξήσετε τη χρήση της εφαρμογής, αλλά οι χρήστες εθίζονται και διαμαρτύρονται.

Τι κάνετε;

- A. Λειτουργεί — μην το αγγίζετε.
- B. Προσθέστε επιλογές εξαίρεσης και ελέγχους χρήσης.
- C. Επανασχεδιάστε την εμπειρία χρήστη (UX) για να εξισορροπήσετε την αφοσίωση με την ευημερία.

🗣️ Ερώτηση προς προβληματισμό:

Τι είδους ψηφιακή κουλτούρα χτίζετε;



ΨΗΦΙΑΚΟ ΔΙΛΛΗΜΑ



ΨΗΦΙΑΚΟ ΔΙΛΛΗΜΑ



ΨΗΦΙΑΚΟ ΔΙΛΛΗΜΑ



ΨΗΦΙΑΚΟ ΔΙΛΛΗΜΑ

ΚΑΡΤΕΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΠΡΟΚΛΗΣΗΣ

Αυτές οι κάρτες ωθούν τις ομάδες των μαθητών να εξετάσουν τον περιβαλλοντικό, κοινωνικό και ηθικό αντίκτυπο των ιδεών τους για νεοφυείς επιχειρήσεις — σύμφωνα με το πλαίσιο GreenComp. Κάθε κάρτα παρουσιάζει μια πραγματική πρόκληση βιωσιμότητας, ακολουθούμενη από 3 επιλογές απόφασης και μια επιπλέον υπόδειξη από μία από τις Κάρτες Ρόλων.

Πανικός συσκευασίας

Το προϊόν σας χρειάζεται συσκευασία. Η φθηνότερη επιλογή είναι το πλαστικό. Οι βιώσιμες επιλογές κοστίζουν περισσότερο και αυξάνουν τις τιμές.

Τι κάνετε;

- A. Χρησιμοποιείτε πλαστικό, αλλά προσθέτετε μια ενότητα με «συμβουλές ανακύκλωσης» στον ιστότοπό σας.
- B. Αυξήστε τις τιμές σας για να χρησιμοποιήσετε βιοδιασπώμενη συσκευασία.
- C. Διεξάγετε έρευνα μεταξύ των χρηστών σας για να αποφασίσετε από κοινού μια στρατηγική οικολογικής συσκευασίας.

📌 Ερώτηση για τους Eco-Champions:

Τι μήνυμα στέλνει η επιλογή σας στον πλανήτη;

Γρήγορο αλλά βρώμικο

Ένας τοπικός επενδυτής προσφέρει χρηματοδότηση, αλλά το χαρτοφυλάκιο του περιλαμβάνει βιομηχανίες που ρυπαίνουν.

Τι κάνετε;

- A. Δέχεστε — είναι απλά δουλειά.
- B. Αρνείστε και περιμένετε έναν πιο «καθαρό» επενδυτή.
- C. Δέχεστε, αλλά προετοιμάζετε μια σαφή δήλωση ESG και ένα μακροπρόθεσμο σχέδιο ανεξαρτησίας.

📌 Ερώτηση στρατηγικού:

Ποιες είναι οι μακροπρόθεσμες αντισταθμίσεις;

ΚΑΡΤΕΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΠΡΟΚΛΗΣΗΣ

Πίσω πλευρά



Το κόστος του άνθρακα

Ο πάροχος διακομιστών σας είναι γρήγορος και φθηνός, αλλά ανακαλύπτετε ότι τροφοδοτείται με ενέργεια από άνθρακα.

Τι κάνετε;

- A. Συνεχίζετε να τον χρησιμοποιείτε — λειτουργεί και είναι οικονομικός.
- B. Μεταβαίνετε σε έναν πράσινο πάροχο cloud, ακόμα κι αν είναι πιο αργός.
- C. Δημιουργήστε ένα σχέδιο δράσης για τη σταδιακή μετάβαση του τεχνολογικού σας περιβάλλοντος.

📌 Ερώτηση προς τον εκπρόσωπο:

Πώς επικοινωνείτε την περιβαλλοντική ευθύνη;

Το χάσμα της ανταπόδοσης

Οι χρήστες σας λατρεύουν το προϊόν σας — αλλά εσείς αισθάνεστε ότι η startup σας δεν συμβάλλει ακόμη στους στόχους βιωσιμότητας.

Τι κάνεις;

- A. Προσθέστε ένα κουμπί «Δωρεά 1% για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής» κατά την ολοκλήρωση της αγοράς.
- B. Ξεκινήστε μια μηνιαία πρόκληση βιωσιμότητας για τους χρήστες.
- C. Δημιουργήστε από κοινού μια αποστολή με αντίκτυπο μαζί με την κοινότητα των χρηστών σας.

📌 Δημιουργική πρόκληση:

Πώς μπορεί η «επίδραση» να γίνει μέρος της μάρκας σας;

Πίεση για « »

Ένας σύμβουλος δημοσίων σχέσεων λέει ότι πρέπει να τονίσετε αόριστες «οικολογικές αξίες» για να ενισχύσετε την ελκυστικότητά σας — ακόμα κι αν δεν είναι απόλυτα αληθινές.

Τι κάνετε;

- A. Το λέτε. Όλοι υπερβάλλουν λίγο.
- B. Παραμείνετε στα γεγονότα και διακινδυνεύετε να γίνετε λιγότερο ελκυστικοί.
- C. Μοιραστείτε ανοιχτά το σχέδιό σας και προσκαλέστε τους χρήστες να συμμετάσχουν σε αυτό.

📌 Ερώτηση του Reflector:

Είναι η αυθεντικότητα πιο πολύτιμη από την άμεση προσοχή;

Ανάπτυξη εναντίον... Σπατάλης

Η πλατφόρμα σας αναπτύσσεται, αλλά συνειδητοποιείτε ότι οι χρήστες σας δημιουργούν τεράστιες ποσότητες ψηφιακών αποβλήτων (αχρησιμοποίητα αρχεία, επιστροφές προϊόντων, περιεχόμενο μίας χρήσης).

Τι κάνετε;

- A. Αφήστε τους να διαχειριστούν οι ίδιοι τον αντίκτυπό τους — δεν είναι δική σας ευθύνη.
- B. Προσθέστε προεπιλεγμένες ρυθμίσεις για «οικολογική λειτουργία» και χρήση με χαμηλή κατανάλωση δεδομένων.
- C. Διοργανώστε μια «εβδομάδα μηδενικών αποβλήτων» με κίνητρα για τη μείωση της κατανάλωσης.

📌 Προτροπή του «Δικηγόρου του Διαβόλου»:

Μπορεί η ανάπτυξη να είναι ποτέ πράσινη;



ΠΡΑΣΙΝΗ
ΠΡΟΚΛΗΣΗ



ΠΡΟΚΛΗΣΗ
ΠΡΟΚΛΗΣΗ



GREEN
ΠΡΟΚΛΗΣΗ



GREEN
ΠΡΟΚΛΗΣΗ

ΕΕccoo εεεε... AAcccccceessss

Θέλετε να χρησιμοποιήσετε ανακυκλωμένα υλικά, αλλά αυτά είναι πιο ακριβά — και θα έκαναν το προϊόν σας πολύ ακριβό για χρήστες με χαμηλό εισόδημα.

Τι κάνετε;

- A. Δώστε προτεραιότητα στην πρόσβαση: χρησιμοποιήστε φθηνά παρθένα υλικά.
- B. Διαχωρίστε τη σειρά: προσφέρετε μία οικολογική και μία βασική έκδοση.
- C. Συνεργαστείτε με ΜΚΟ για να επιδοτήσετε βιώσιμες επιλογές για ευάλωτους χρήστες.

📌 Ερώτηση για στρατηγικούς:

Πώς εξισορροπείτε τη βιωσιμότητα με την ένταξη;

Τοπικό ή παγκόσμιο;

Μπορείτε να κατασκευάσετε το προϊόν σας φθηνά στο εξωτερικό με μεταφορά υψηλών εκπομπών άνθρακα — ή τοπικά με 20% υψηλότερο κόστος.

Τι θα κάνετε;

- A. Επεκτείνετε παγκοσμίως — το κόστος έρχεται πρώτο.
- B. Επιλέγετε την τοπική παραγωγή, ακόμη και αν μειωθούν τα κέρδη.
- C. Προσφέρετε στους πελάτες μια επιλογή με διαφάνεια ως προς τον αντίκτυπο.

🌐 Ερώτηση Empath:

Πώς επηρεάζει η εφοδιαστική αλυσίδα σας τις κοινότητες;

Εκτυπώσεις γραφείου

Η νεοφυής επιχείρησή σας αποκτά φυσική παρουσία — μετακομίζει σε νέο χώρο εργασίας. Η καλύτερη επιλογή είναι κεντρική, αλλά ενεργειακά μη αποδοτική.

Τι κάνετε;

- A. Επιλέξτε την και ξεχάστε την — δεν είναι η βασική σας δραστηριότητα.
- B. Θέστε οικολογικές πολιτικές για την ομάδα (μετακίνηση με ποδήλατο στη δουλειά, περικοπές ενέργειας).
- C. Προτείνετε ένα υβριδικό μοντέλο για τη μείωση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου.

🌱 Πρόκληση για τον «Πρωταθλητή της Οικολογίας»:

Μπορεί η κουλτούρα του χώρου εργασίας να αντικατοπτρίζει την αποστολή σας;

Κλιματική σιωπή

Η ομάδα σας αποφεύγει τις συζητήσεις για το κλίμα σε περιεχόμενο που απευθύνεται στο κοινό, ώστε να μην αποξενώσει τους χρήστες που δεν είναι ακτιβιστές.

Τι κάνετε;

- A. Παραμένετε ουδέτεροι — είναι πιο ασφαλές.
- B. Ξεκινήστε απαλά, με αισιόδοξες ιστορίες για το κλίμα και τον αντίκτυπο στους χρήστες.
- C. Λάβετε δημόσια θέση, ακόμα κι αν χάσετε μερικούς χρήστες.

📌 Ερώτηση για τον εκπρόσωπο:

Ποια είναι η φωνή σας στη συζήτηση για το κλίμα;



**GREEEN
ΠΡΟΚΛΗΣΗ**



**GREEEN
ΠΡΟΚΛΗΣΗ**



**GREEEN
ΠΡΟΚΛΗΣΗ**



**GREEEN
ΠΡΟΚΛΗΣΗ**

ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Αυτές οι κάρτες εστιάζουν στις πραγματικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες σε σχέση με:

- Ανάπτυξη έναντι αξιών, Αποφάσεις χρηματοδότησης,
- Δυναμική της ομάδας,
- Αλλαγή κατεύθυνσης ή διατήρηση της πορείας,
- Ανάπτυξη πελατολογίου,
- Στρατηγική ανάληψη κινδύνων.

Συνδέονται στενά με τις ικανότητες του EntreComp, όπως «Κινητοποίηση πόρων», «Σχεδιασμός και διαχείριση», «Χρηματοοικονομική παιδεία» και «Μάθηση μέσω της εμπειρίας».

Κάθε κάρτα ακολουθείται από 3 επιλογές απόφασης και μια επιπλέον υπόδειξη από μία από τις Κάρτες Ρόλων.

Σημείο αλλαγής πορείας

Η αρχική σας ιδέα δεν κερδίζει έδαφος, αλλά ένα συγκεκριμένο χαρακτηριστικό ξαφνικά τραβάει την προσοχή.

Τι κάνεις;

- A. Μείνε πιστός στην αρχική σου ιδέα.
- B. Επικεντρωθείτε εξ ολοκλήρου στη λειτουργία.
- C. Δοκίμασε και τις δύο κατευθύνσεις πριν αποφασίσεις.

📌 Ερώτηση του Reflector:

Είναι η επιμονή πάντα πλεονέκτημα;

Η παγίδα μεγάλου πελάτη

Μια μεγάλη εταιρεία θέλει να αγοράσει την υπηρεσία σας, αλλά απαιτεί εξατομικευμένες λειτουργίες που δεν είχατε προγραμματίσει ποτέ.

Τι κάνετε;

- A. Δέχεστε — είναι μια τεράστια ευκαιρία.
- B. Αρνείστε — θα χάσετε την εστίασή σας.
- C. Διαπραγματευτείτε ένα πιλοτικό πρόγραμμα με όρια και μαθησιακούς στόχους.

📌 Ερώτηση στρατηγικού σχεδιασμού:

Μπορεί η ανάπτυξη να εκτροχιάσει την αποστολή του προϊόντος σας;

ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Η άλλη πλευρά



ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ



ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Πάρα πολλά καπέλα

Η ομάδα σας αναλαμβάνει τα πάντα — δεν υπάρχουν σαφείς ρόλοι. Η παραγωγικότητα μειώνεται.

Τι κάνετε;

- A. Διατηρήστε ζωντανή την κουλτούρα της σκληρής δουλειάς.
- B. Επαναπροσδιορίστε τους ρόλους και τις ευθύνες.
- C. Προσλάβετε έναν μέντορα ή σύμβουλο για να σας βοηθήσει στην οργάνωση.

☒ Ερώτηση για ενσυναίσθηση:

Είναι η επαγγελματική εξουθένωση αποτυχία της στρατηγικής;

Σεισμός μετοχικού κεφαλαίου

Ένας από τους ιδρυτές της ομάδας θέλει να αποχωρήσει και να πάρει μαζί του το μερίδιό του — πριν το προϊόν προσαρμοστεί στην αγορά.

Τι κάνετε;

- A. Τον αφήνετε να φύγει με τη μετοχή του — είναι δικαίωμά του.
- B. Επαναδιαπραγματεύεστε τους όρους για να προστατεύσετε την ομάδα.
- C. Σταματήστε και ζητήστε νομική συμβουλή.

☐ Ερώτηση του «Δικηγόρου του Διαβόλου»:

Η δικαιοσύνη είναι πάντα ισοτιμία;

Αξία(ες) εναντίον... Αξιολόγησης

Ένας επενδυτής είναι έτοιμος να σας χρηματοδοτήσει — αλλά μόνο αν εγκαταλείψετε την κλιματική σας αποστολή και ακολουθήσετε την επικρατούσα τάση.

Τι θα κάνετε;

- A. Δέχετε τα χρήματα — μπορείτε να επιστρέψετε στην αποστολή σας αργότερα.
- B. Τα απορρίπτετε — η αποστολή σας έρχεται πρώτη.
- C. Προσπαθήστε να διαπραγματευτείτε ένα σχέδιο ανάπτυξης

που να συνάδει με την αποστολή σας.

☒ Ερώτηση Eco-Champion:

Μπορεί μια επιχείρηση να αναπτυχθεί χωρίς να προδώσει τον σκοπό της;

Αναταραχή στην ομάδα

Δύο από τους συναδέλφους σου διαφωνούν έντονα σχετικά με την κατεύθυνση του επιχειρηματικού μοντέλου και η ένταση αυξάνεται.

Τι κάνετε;

- A. Ψηφίστε και προχωρήστε.
- B. Διοργανώστε μια αναδρομική συνάντηση της ομάδας για να αναλύσετε τη διαφωνία.
- C. Αναθέστε σε έναν από αυτούς να δοκιμάσει μια εναλλακτική διαδρομή μόνος του.

☒ Ερώτηση για ενσυναίσθηση:

Είναι η σύγκρουση πάντα πρόβλημα ή μήπως ένα σήμα;



ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ



ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ



ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ



ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Η ψευδαίσθηση του μάρκετινγκ

Το προϊόν σας φαίνεται καταπληκτικό στο διαδίκτυο, αλλά πίσω από τα παρασκήνια είναι ακόμα μισοτελειωμένο. Ο συνεργάτης σας θέλει να ξεκινήσει έντονη προώθηση τώρα.

Τι κάνετε;

- A. Ξεκινήστε την προώθηση — θα το διορθώσετε στην πορεία.
- B. Περιμένετε μέχρι να είναι αρκετά σταθερό για τους πρώτους χρήστες.
- C. Ξεκινήστε μια soft beta, ειλικρινείς σχετικά με το τι είναι έτοιμο.

❑ Ερώτηση για τον εκπρόσωπο:

Η διαφημιστική εκστρατεία
βοηθά ή βλάπτει;

Πανικός τιμολόγησης

Οι πρώτοι χρήστες λατρεύουν το προϊόν σας, αλλά κανείς δεν θέλει να πληρώσει για αυτό.

Τι κάνεις;

- A. Παραμένεις δωρεάν και ελπίζεις να κερδίσεις χρήματα αργότερα.
- B. Εισάγετε ένα paywall και διακινδυνεύετε να χάσετε χρήστες.
- C. Δημιουργείς κλιμακωτή πρόσβαση ή λειτουργίες freemium.

❑ Ερώτηση στρατηγικού σχεδιασμού:

Μπορεί η τιμολόγηση να αποτελεί μέρος της
μαθησιακής διαδικασίας;

Συνεργάτης ή ανταγωνιστής;

Μια παρόμοια νεοφυής επιχείρηση επικοινωνεί μαζί σας για να προτείνει συνεργασία, αλλά γνωρίζετε ότι έχει αντιγράψει ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά σας.

Τι κάνετε;

- A. Λέτε όχι — αποτελούν απειλή.
- B. Δέξου και παρακολούθησε στενά.
- C. Θέστε σαφείς όρους και χρησιμοποιήστε το ως στρατηγική κίνηση.

❑ Προτροπή του «Δικηγόρου του

Διαβόλου»:

Μπορεί η συνεργασία να είναι ένα παιχνίδι
εξουσίας;

Αποστολή DDrrriifftt

Ξεκινήσατε με έναν ισχυρό σκοπό — αλλά τώρα επιδιώκετε την ανάπτυξη και σχεδόν δεν αναφέρετε πια την αποστολή σας.

Τι κάνετε;

- A. Την αγνοείτε — είναι απλώς μέρος της επέκτασης.
- B. Κάντε μια παύση για να αναστοχαστείτε και να επαναπροσανατολίσετε την ομάδα.
- C. Προσθέστε στόχους επιπτώσεων στους δείκτες απόδοσης (KPIs) και στο χάρτη πορείας του προϊόντος.

❑ Ερώτηση για προβληματισμό:

Πώς μετράτε την επιτυχία πέρα από το κέρδος;



**ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ**



**ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ**



**ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ**



**ΔΙΛΛΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ**