

БИЗНИС ПЛАНИРАЊЕ | Назив на идеја: Компостер за органски отпадоци од храна Име и презиме: Бранкица Глигорова

Основни податоци за бизнисот:

Вид на бизнисот
(малопродажба/угостителска/производство...):

Форма на бизнисот (онлајн/реален/социјално
претприемаштво):

Дејност на бизнисот (производствена/услугна):

1. Бизнисот ќе биде во вид на производство и малопродажба.

2. Бизнисот ќе биде во форма на социјално претприемништво и компостерот ќе биде достапен за онлајн продажба.

3. Бизнисот ќе има услужна и производствена дејност.

(Услужна дејност со тоа што компостерите ќе се земат од производствена фирма со којашто ќе соработуваме, како еден вид донација и ќе се дават низ домаќинствата. Единствена задача на домаќинствата ќе биде да го употребуваат и да ни го дават ѓубривото што ќе се направи од компостираната храна кое потоа ќе го користиме за продавање, на пример, во земјоделски аптеки, но семејствата ќе имаат можност и да го искористат за лични потреби.)

A// Во овој бизнис, ќе се таргетира проблемот со прекумерно фрлање на храна, односно, „не одржлива рециклација“ на храна. За почеток, бизнисот ќе има услужна дејност, а со негова одржливост ќе премине во производствена. Идејата е на домаќинствата да им се понуди да учествуваат во подобрување на екологијата од удобноста на нивниот дом. Компостерот за органски отпадоци од храна тие ќе го добиваат без трошок, односно треба да се пронајде фирма која изработува компостери за органски отпадоци од храна која ќе сака да соработува со нас, да ни даде одреден број на компостери како донација кои ќе ги дадеме на семејства што се заинтересирани без никакви парични трошоци. Нивната единствена задача ќе биде да го употребуваат компостерот и да ни го дават ѓубривото од истиот кој ние ќе го искористиме, на пример, за продавање во земјоделските аптеки, продавање на земјоделците или на бизнисите што се занимаваат со продавање на растенија. Домаќинствата секако ќе имаат можност го искористуваат ѓубривото за нивни лични потреби со што ќе придонесат за озеленување.

B// Вредноста што ја нудиме на нашиот клиент е одржливо решение за вишокот на храна во домаќинствата, земјоделството, рестораните и други клиенти кои најчесто прават вишок отпад што не се рециклира ефикасно за позеленување на околината.

C// Она што го издвојува нашиот бизнис од останатите е тоа што еколошки свесниот клиент ќе има можност да учествува во позеленување и подобрување на околината од удобноста на својот дом, без да има дополнителни трошоци со цел да го користи компостерот. Тој ќе биде едноставен за користење, погоден за сите возрасни групи и ќе пробудува убави чувства кај клиентот затоа што ќе биде задоволен што придонесува за доброто на околината,

Понуда на вредност/и:

A // Каков **проблем/потреба** се обидуваме да им решиме или надминеме на клиентите?

B // Која или каква **вредност** му нудиме на нашиот клиент?

C // Што е тоа што го **издвојува вашиот бизнис од останатите?** (USP)

Сегмент на клиенти/корисници:

A // За **кого** креираме вредност?

B // Кој е нашиот најважен **клиент/корисник**?

Возраст
Пол
Приход
Професија
Образование
Локација
Хоби

одржливо го рециклира отпадот што го прави скоро секојдневно и притоа има можност на личен избор за тоа како ќе го искористи ѓубривото коешто ќе се направи со компостирање на храната.

A// Креираме вредност за сите домаќинства, ресторани и клиенти што се занимаваат со земјоделство. Целиме претежно кон овие три групи затоа што тие најчесто произведуваат вишок на отпад од храна што не го рециклират правилно и одржливо за околината.

B// Најважниот клиент/корисник ни се домаќинствата и рестораните, овде не ни се најголем приоритет тие што се занимаваат со земјоделство затоа што за разлика од домаќинствата и рестораните, тие имаат некои познавања за тоа како да го искористат вишокот на отпад од храна или како да не прават многу отпад од храна.

1. Клиентите може да бидат на возраст од 20 - 34; 35 - 49; 50 - 64; 65+.

2. Клиентите може да бидат од женски и од машки пол.

3. Пожелно е клиентите да припаѓаат во работничка класа, средна класа, висока средна класа, ниско висока класа, висока класа и високо висока класа и истите треба редовно да купуваат храна.

4. Клиентите може да бидат со средно образование; со високо образование (со оглед на демографскиот дел за возраст).

5. Урбано (по можност проширени) семејства во Пелагонискиот регион.

6. Клиентите може да бидат домаќинки, готвачи и земјоделци, односно секој којшто произведува вишок отпад од храна може да биде наш клиент.