**БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА «PEOPLE»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ*** **Ключевые партнеры:** Ассоциация «Особые люди», Светлана Козинова автор проекта «Alex’s Family».
* **Ключевые поставщики:** фабрики/магазины тканей.
* **Ключевые ресурсы, которые мы получаем от партнеров:**

- Ассоциация «Особые люди»: поиск людей с ОВЗ, которым нужна спец. одежда; реклама, т.к. это известная НКО;- Светлана Козинова: эскизы одежды, которые будут использованы нами для дальнейшего создания коллекции спец. одежды.* **Ключевые активности партнеров:**

- Моделирование одежды с учетом функциональности и пожеланий потенциальных потребителей;- Поддержка и помощь в продвижении нашей одежды на рынке.* **Мотивация для сотрудничества:** уменьшение рисков и неопределенностей, связанных с поиском оптимальной одежды для «особенного» населения, реклама, получение дополнительных возможностей для реализации идей в дизайнерской сфере.
 | **КЛЮЧЕВЫЕ АКТИВНОСТИ*** **Активности для придания значимости продукту:**

- Реклама и продвижение коллекции одежды среди потенциальных потребителей;- Качественный выбор поставщиков материалов;- Реализация помощи людям с ОВЗ через создание функциональной и стильной одежды.* **Активности, которые нужны для каналов поставок:** поиск наиболее выгодного способа доставки.
* **Активности, которые нужны для построения отношений с заказчиком:**

- оперативное реагирование на вопросы заказчиков и активное взаимодействие с ними;- Изготовление спец. одежды с учетом пожеланий и просьб заказчика;- Грамотное и вежливое сопровождение, а также консультация в выборе изделия.* **Активности, которые нужны для получения прибыли:**

- Поиск людей, которым необходима спец. одежда;- Активная реклама и продвижение проекта;- Взаимодействие с партнерами. | **ДОСТОИНСТВА ПРЕДЛОЖЕНИЯ*** Ценовая доступность изделий для целевой аудитории;
* Практичность и функциональность изделий с учетом особенностей целевой аудитории;
* Использование модных принтов и эскизов одежды, соответствующих современным трендам;
* Широкий ассортимент изделий;
* Высокое качество изделий;
* Индивидуальный подход к каждому заказчику (клиенту).
 | **ОТНОШЕНИЯ С ЗАКАЗЧИКОМ*** Ориентация на потребности клиентов;
* Изготовление спец. одежды с учетом мнений и оценки клиентов, последующее ее усовершенствование на основе выявленных недостатков, сдерживающих максимально комфортное использование одежды;
* Индивидуальные и типовые договоры.
 | **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СЕГМЕНТЫ*** **Портрет потребителя:**

- Мужчины и женщины в возрасте от 18 лет, проживающие на территории РФ, находящиеся в статусе студента или рабочего, с уровнем дохода средним и выше среднего, имеющие недостатки в физическом развитии, а также инвалидность в связи с нарушением функций опорно-двигательного аппарата (в т.ч. передвигающиеся на инвалидной коляске), испытывающие трудности при выборе и использовании одежды; - Дети в возрасте от 4 до 18 лет с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью (в т.ч. передвигающиеся на инвалидной коляске). * **Проект направлен на** **концентрированный (целевой) сегмент рынка**, т.к. охватывает определенную узкую целевую аудиторию – людей с ОВЗ, имеющих трудности при выборе и использовании одежды.
 |
| **КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ*** Финансовые:

- Собственные средства;- Спонсорские средства:- Грантовая поддержка.* Человеческие:

- Команда проекта: руководитель, SMM- менеджер, менеджер по работе с клиентами, менеджер по работе со спонсорами;- Исполнители: швеи, дизайнеры, модели.* Административные:

- Руководство УИУ РАНХиГС;- Экспертная поддержка.* Материально-технические:

- Помещение, офис (на базе УИУ РАНХиГС);- Расходные материалы для пошива изделий (ткань, швейная фурнитура);- Канцелярские товары;- Связь (телефон, интернет). | **КАНАЛЫ ПОСТАВКИ*** Каналы поставки продукции в пользовательский сегмент:

- Интернет-магазин, созданный на базе социальных сетей (Вконтакте, Instagram) с возможностью доставки изделия до потребителя в удобное время и место;- Трейдеры в лице шоу-румов г. Екатеринбурга. |
| **СТРУКТУРА ЗАТРАТ*** **Самые значительные затраты:**

- Связь и интернет;- Реклама (печать визиток, реклама в социальных сетях);- Оплата услуг дизайнеров, швей, фотографов, видеооператоров;- Расходные материалы для пошива изделий (ткани, швейная фурнитура);- Добровольная сертификация;- Канцелярские товары.* **Самые дорогие ключевые ресурсы:** материально-технические (расходные материалы для пошива изделий).
* **Самые дорогие ключевые активности:**

**-** Активная реклама и продвижение проекта;**-** Изготовление качественной спец. одежды с учетом пожеланий заказчика;**-** Поиск людей, которым необходима спец. одежда.* **Проект больше зависит от продукта** (нацеленность на создание качественной продукции, продукт на первом месте)
 | **ИСТОЧНИКИ ДОХОДОВ*** Основным источником дохода является продажа изделий.
 |