

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО С КАУЗА

Проект „LocalFood.bg - инкубатор за стартиращи микро бизнеси в областта на храните и катализатор за промяна”
осъществен с подкрепата на America for Bulgaria



ФАБРИКА 360

knowledge makes the change



Fabrica 360

Knowledge makes the change



НАЧАЛО

ЗА НАС

ДЕЙНОСТТА НИ

ПАРТНЬОРИ

BLOG

EN | BG

Иновативна компания за създаване на възможности

Създадена през 2015г., Фабрика 360 е **360** - градусова концепция за дизайн на събития, предлагащи комплексни изживявания: учене, споделяне, естетика, приобщаване, забавление, развитие, нетуъркинг

Нашият мултифункционален екип се стреми да създаде новаторски решения с авторските си обучителни програми, работейки с много страст, гордост и професионализъм.

ЦЕЛИТЕ НИ: Дизайн на модерни и практически насочени обучителни програми по актуални теми и създаване на общност от хора, търсещи знания и развитие

МИСИЯТА НИ: Да създаваме възможности, свързвайки хората и предоставяйки им качествена информация и практически насочени обучения

ЕКСПЕРТИЗАТА НИ: 20+ години опит по темите, по които преподаваме. Постоянно развиваме знанията и уменията. Каним професионалисти от практиката като гост-лектори.

www.fabrica360.eu

За мен

2015 - Съосновател на Фабрика 360

06/2011 - Институт "Отворено общество"

12/2012 - Програма за подкрепа на НПО в България

4/2006-6/2011 - ББ и Т ООД и Интер консулт ООД

12/2001-03/2006 - Национален институт на правосъдието

от 2014 г. Сертифициран обучител, създава и преподава програми за обучение по темите фъндрейзинг, социално предприемачество, европейски и донорски програми за финансиране, управление на проекти.

СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

Социалното предприемачество е бизнес начинание, което оперира в полза на социалната промяна.



- Превес на **социалната мисия** – социалната промяна е основна цел, а реализирането на печалба е вторична цел
- От НПО се различават не толкова с целите и мисията си, а по метода на работа и избора на бизнес модел, чиято роля е **осигуряването на доход**

Социално предприемачество

социално въздействие

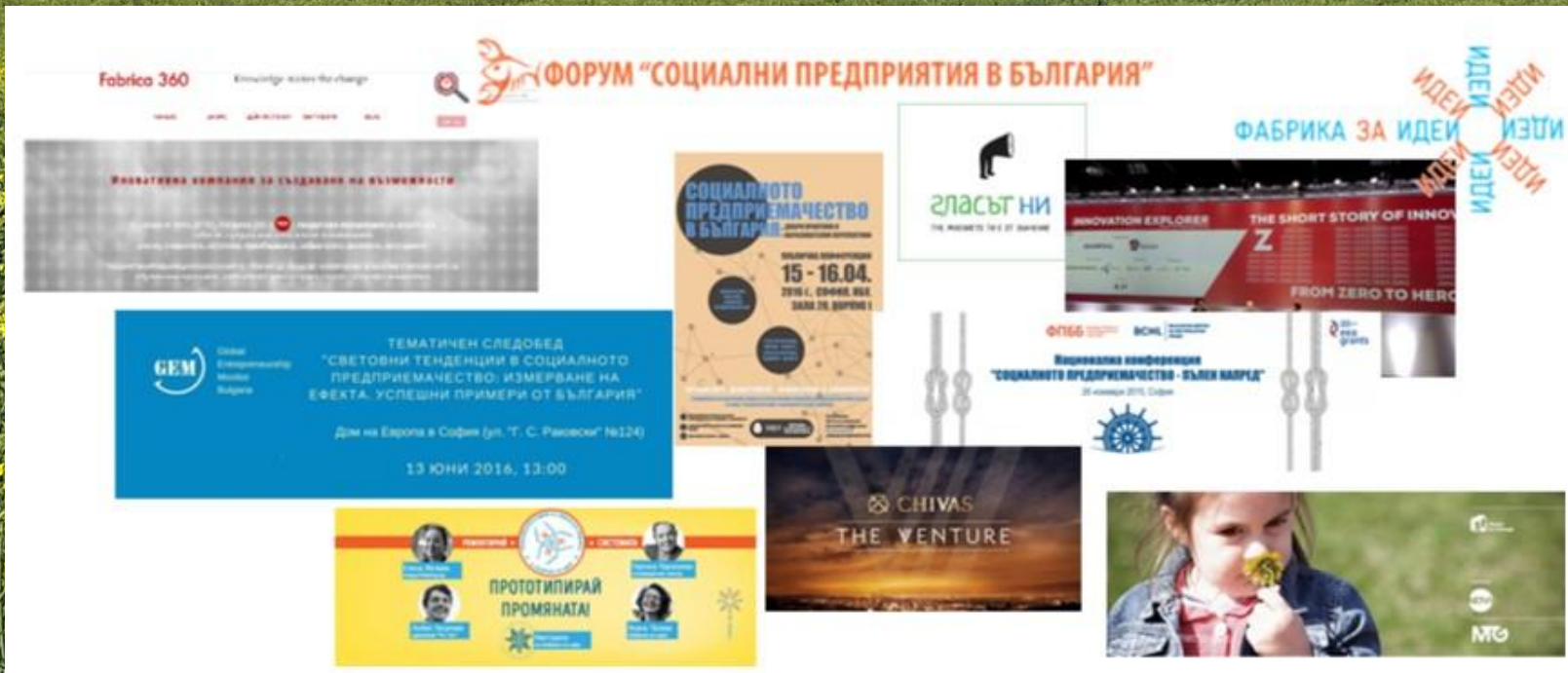
финансово въздействие

	ЮЛНЦ	НПО стоп. дейност	Модел на Юнус	Социално предприя тие	КСО	Бизнес
социална мисия						
дарителство						
печалба						
дивидент						
	няма при- ходен мо- дел	смесен при- ходен мо- дел	реинвести- ране на ди- видент	разпреде- ление на диви- дент	фокус върху трите стъл- ба на устой- чивото раз- витие	максимална печалба

КАК СЕ СЛУЧВА?

- Индивидуално ниво
- Организационно ниво
- Организационна среда

- Социално предприятие
- Социална иновация
- Социално предприемачество



СП МОДЕЛ 1 - Предлагање на продукти или услуги, които променят

www.samaritans.bg

www.beesmarttechnologies.com

www.bagri-restaurant.bg

<http://original-unverpackt.de>

www.peepoople.com

www.tetrapak.com/sustainability/environmental-innovation/sustainable-products/tetra-rex-bio-based

- Продукти/услуги
- Основно обучение
- Инфраструктура за „последната миля“
- Мобилни услуги
- Иновации
- No extras
- Online платформи
- Микрофинансиране



СП МОДЕЛ 2- Интегриране на нови елементи в съществуващата стойностна верига

www.mariasworld.org

<http://bgfoodbank.org>

www.hrankoop.com

www.bread.bg

<http://www.fairfoodnetwork.org/what-we-do/projects/double-up-food-bucks>

www.woofbulgaria.org

https://issuu.com/sustainia/docs/eat_in_sustainia?e=4517615/30695827

- Общи канали за дистрибуция
- Продажби със специфични търговски практики
- Честна търговия
- Наемане на хора в неравностойно положение
- Споделяне на компания



ЕТАПИ НА РАЗВИТИЕ НА СП

Мултиплициране

географски,
програми,
групи
клиенти

Скалиране

инвестиране,
приход,
репликиране

Развитие

готовност
за
инвестиции

Пълен работен ден

устойчив
модел

Правене

маркет
тест

Вдъхновение

тестване
и опит

Осъзнаване

примери и
наблюдение



Започнете евтино



Започнете евтино

Принцип 1: Провалете се бързо!

(Или всичко е "хипотеза")

Призив: заменете планиране с режим на тестване.

Принцип 2: Бързо развитие!

Призив: От "планиране-правене-финансиране" към бързото "изграждане-измерване-учене" до оптимално решение.

Принцип 3: Ефективност!

Призив: "Мислете мащабно, започнете с малко и след това мащабирайте бързо" ... "повтаряйте и подредете пъзела" ... "харчете възможно най-малко за максимален резултат".

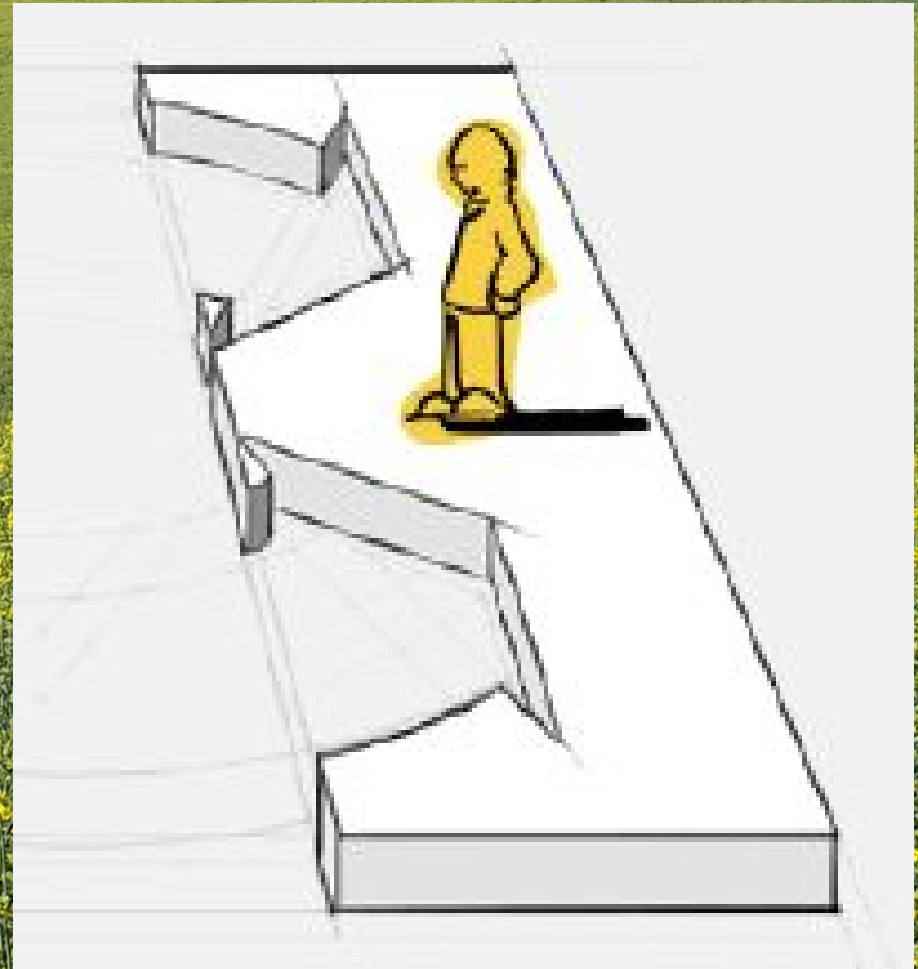
BUSINESS MODEL CANVAS



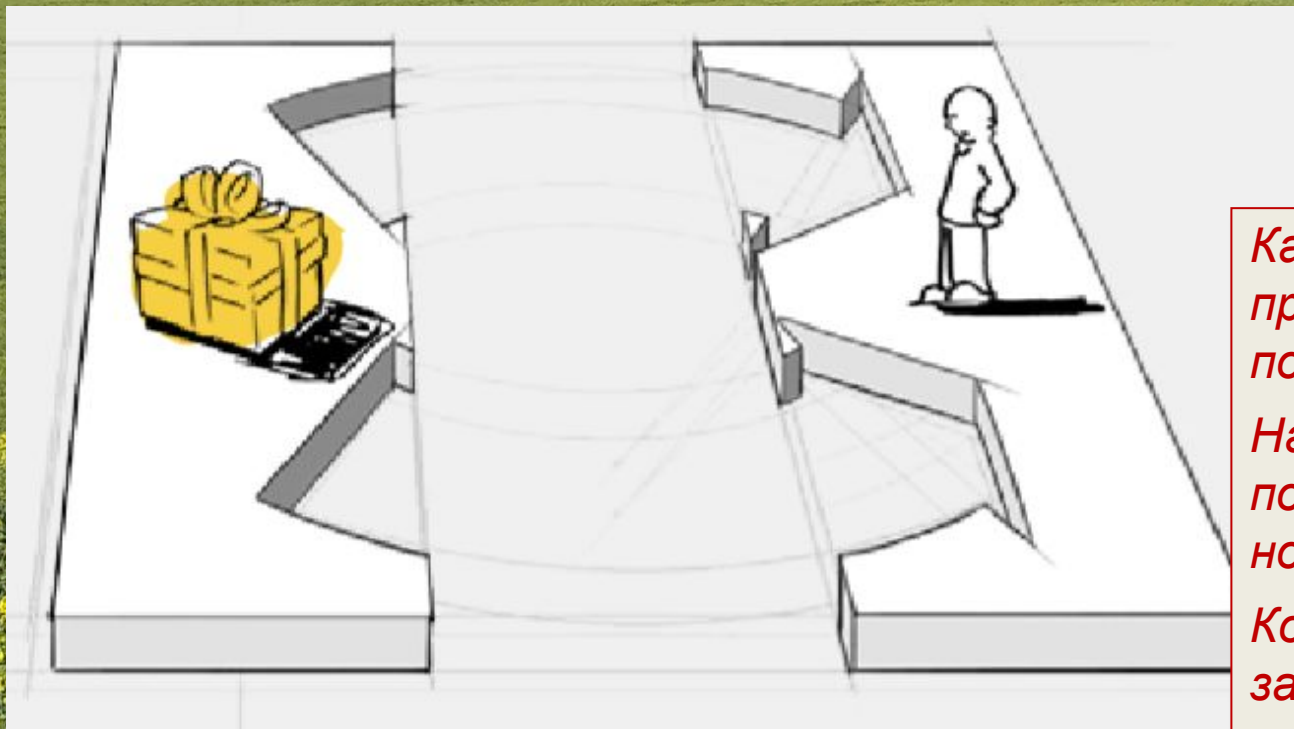
Потребителски сегмент

*За кого създаваме
стойност?*

*Кои са най-важните
потребители (клиенти/
бенефициенти)?*



Предлагана стойност (продукти и услуги/ оферта)



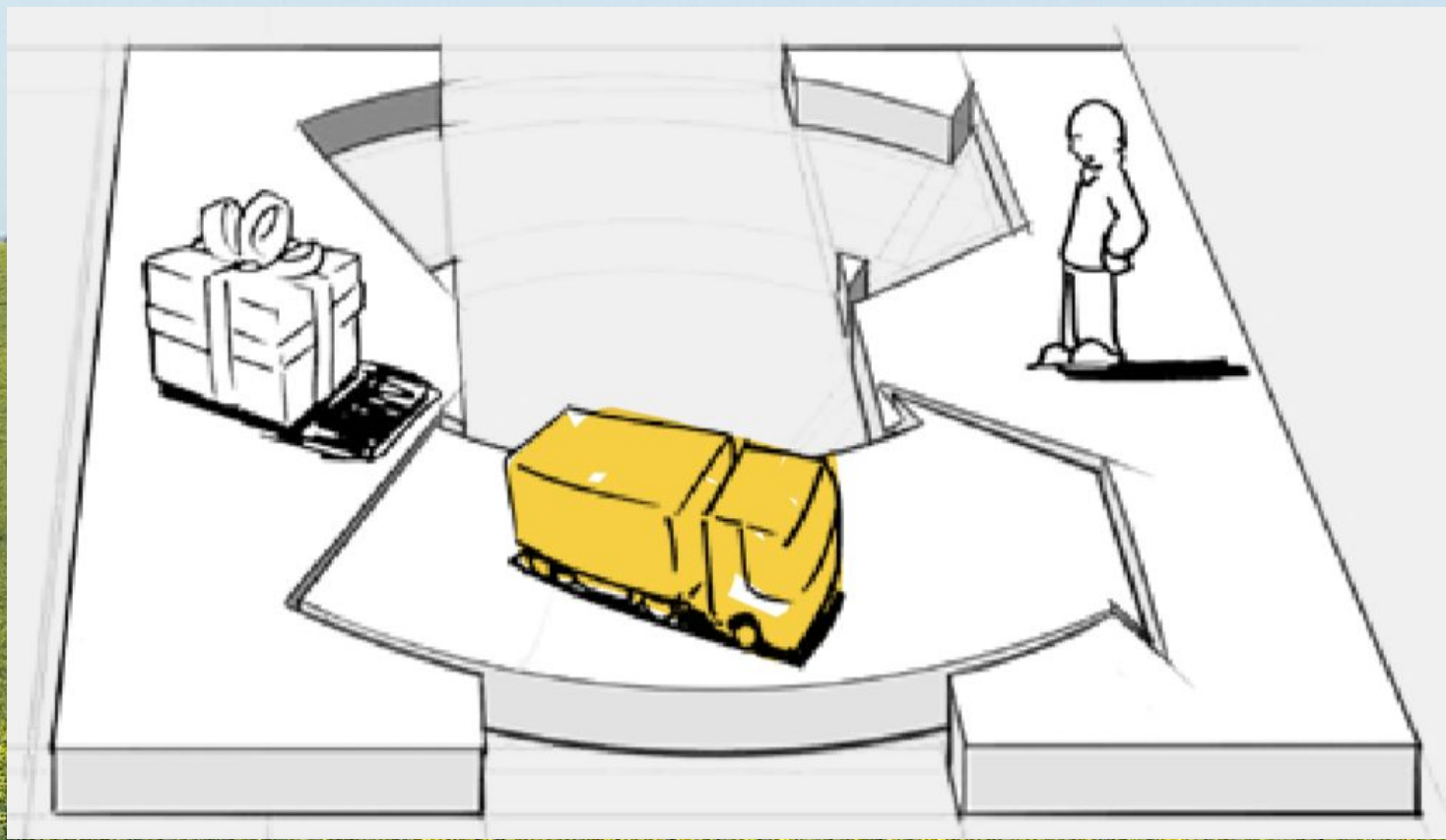
*Каква стойност
предоставяме на
потребителя?*

*На кой от проблемите на
потребителя ни ние
носим решение?*

*Кои потребителски нужди
задоволяваме?*

*Какъв е пакетът от
продукти и услуги, които
предлагаме на всеки един
от потребителските
сегменти?*

Канали



През кои/какви канали отделните потребителски сегменти предпочитат да бъдат достигнати

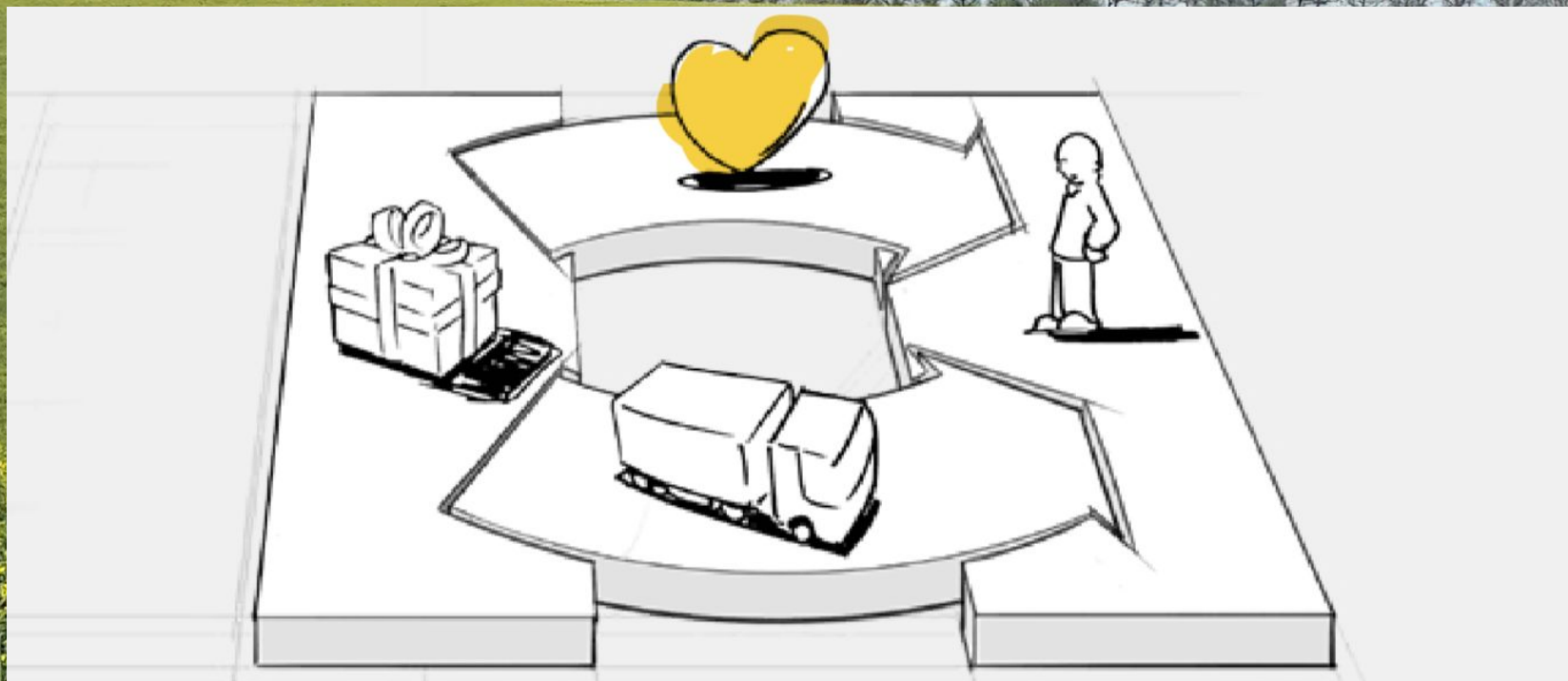
Как ги достигахме в момента?

Как са интегрирани каналите ни? Кои работят най-добре?

Кои са най-разходо ефективни?

Как ги интегрираме в обичайната ежедневна дейност / навиците на потребителите ?

Взаимоотношения с потребителите



*Какъв тип взаимоотношения всеки от потребителските сегменти очаква от нас да установим и поддържаме с тях?
Какви типове вече сме установили? Колко ни струват те?
Как се интегрират с останалата част от бизнес модела ни?*

Приходни потоци

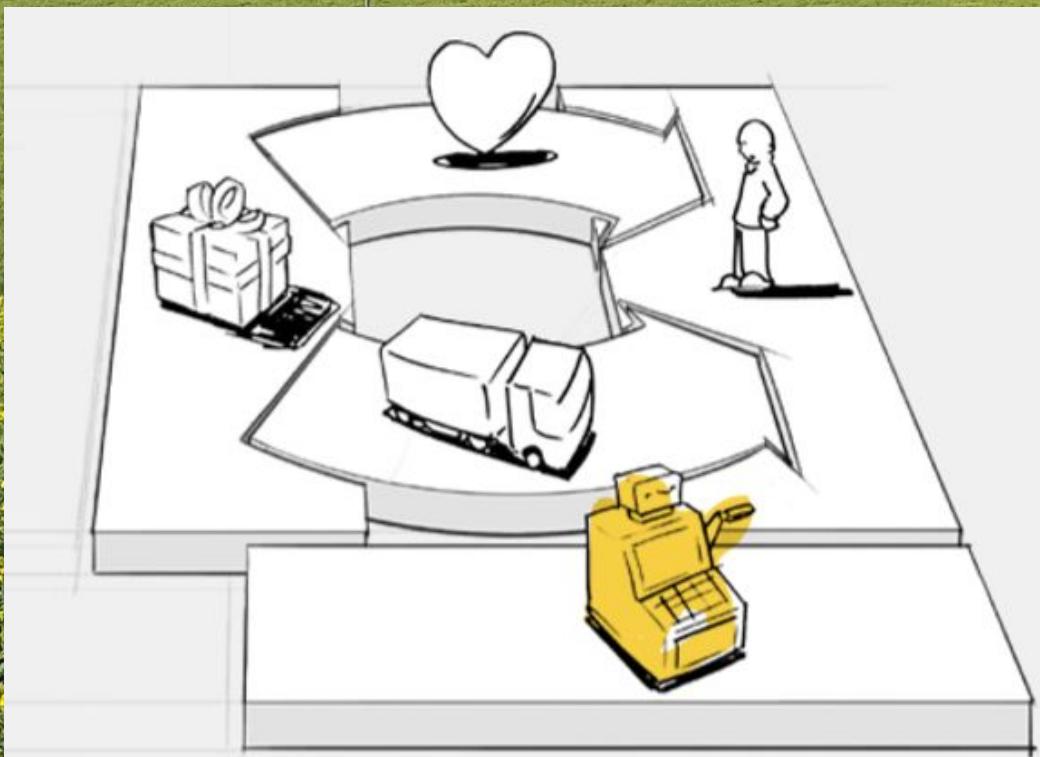
*За каква стойност,
клиентът от всеки
отделен сегмент
настина желае да плати?*

*За какво те плащат в
момента?*

Как плащат в момента?

*Как предпочитат да
плащат?*

*Как всеки приходен поток,
допринася за общите
приходи?*

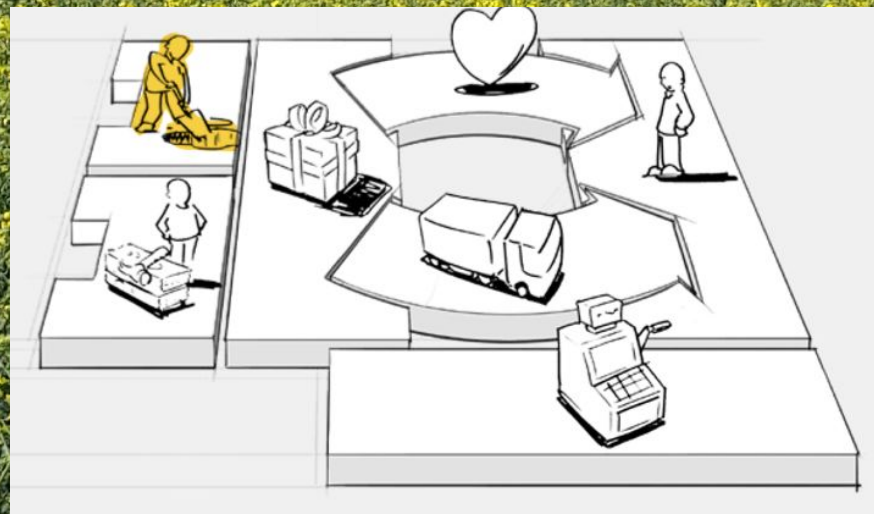


Основни ресурси и основни дейности



Какви основни ресурси изисква предложението ни— за дистрибуционните канали; за взаимоотношенията с клиентите; приходните потоци?

*Какви дейности изисква предложението ни?
А дистрибуторските канали,
взаимоотношенията с клиентите, приходните потоци?*



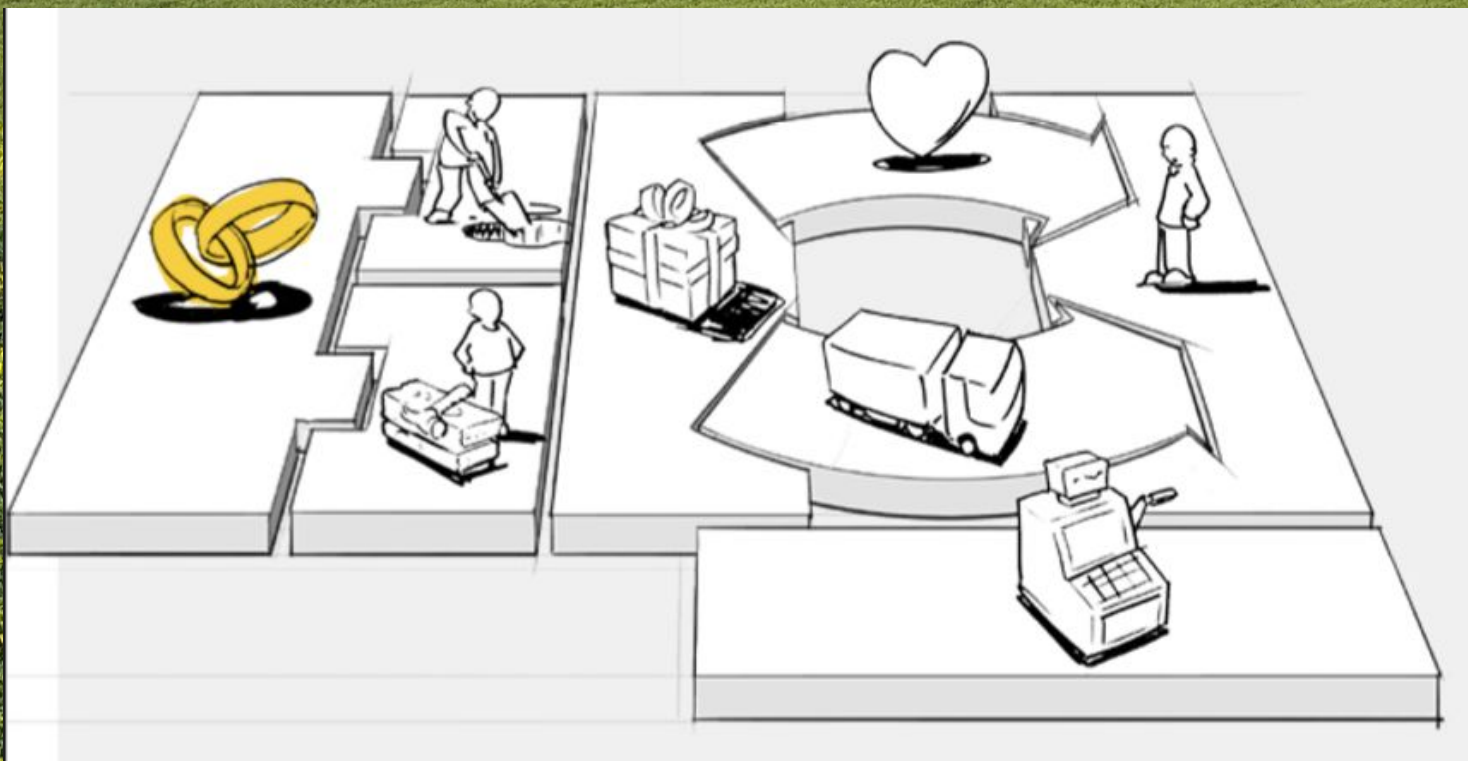
Ключови партньорства

Кои са ни основните партньори?

Кои са ни основните доставчици?

Кои ключови ресурси придобиваме от партньори?

Кои ключови дейности се изпълняват от партньори?



Структура на разходите



Кои са най-важните разходи, които се отразяват от нашия бизнес модел?

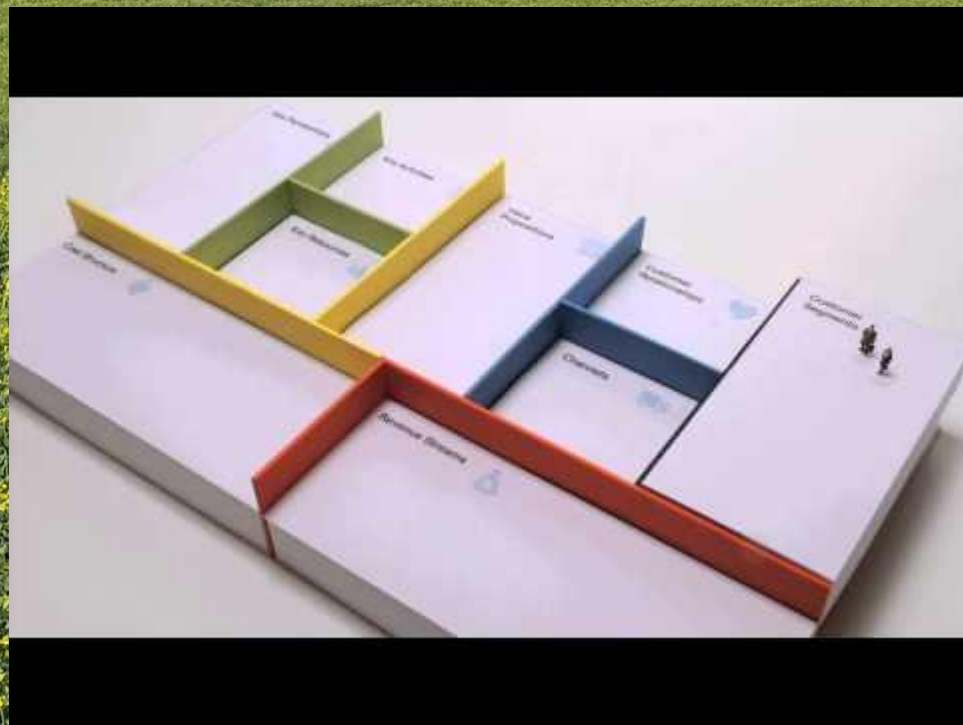
Кои ключови ресурси са най-скъпи?

Кои ключови дейности са най-скъпи?

Ключови въпроси, на които трябва да си отговорите при развиването на своя business model canvas

ЗА ВАШИЯ МОДЕЛ НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО:

- 1) Как изглежда идеалния ви потребител (персона)?
- 2) Какви взаимоотношения имате с идеалната си целева група?
- 3) Как изглежда минималното ви жизнеспособно предложение?
- 4) Ка к го доставяте на своята целева група?





Благодаря за внимание!
Теодора Иванова-Вълева

ФАБРИКА 360
Обучение по Социално предприемачество

<http://www.fabrica360.eu/>

<https://www.facebook.com/360fabrica/>