Sociālā uzņēmējdarbība **Vārds, uzvārds, klase ……..**

Izpēti uzņēmējdarbības biznesa audekla sastāvdaļas.

Galvenie sadarbības partneri
Kuri ir mūsu galvenie sadarbības partneri?
Kuri ir mūsu galvenie piegādātāji?
Kurus galvenos resursus mēs iegādājamies no partneriem
Galvenās aktivitātes, ko veic mūsu partneri.

Galvenās aktivitātes
Kādas ir galvenās aktivitātes, kas saistītas ar mūsu produkta radīšanu, Izplatīšanas kanaļiem, klientu attiecībām, Ieņēmumu avotiem.

Galvenie resursi
Kādi galvenie resursi ir nepieciešami lai radītu produktu?
Kādi resursi ir nepieciešami izplatīšanas kanāliem, klientu attiecībām un ieņēmumu avotu nodrošināšanai.

Produkta vērtība
Ko mēs piedāvājam savam klientam?
Kuras klienta problēmas mēs atrisinām?
Kuras klienta vajadzības apmierinām?
Kādas preču un pakalpojumu komplektus mēs piedāvājam klientiem?

Klientu attiecības
Kādas attiecības klienti sagaida no mums?
Kuras attiecības jau ir nodibinātas?
Ka tās ir integrētas mūsu biznesa modelī?
Cik mums izmaksā šīs klientu attiecības?

Izplatīšanas kanāli
Kurus izplatīšanas kanālus vislabprātāk vēlas izmantot mūsu klienti?
Kā mēs sasniedzam savus klientus tagad?
Kā mūsu izplatīšanas kanāli ir saistīti?
Kuri no izplatīšanas kanāliem darbojas vislabāk un ir vislētākie?

Galvenie tirgus segmenti
Kam mēs radam savu preci/ pakalpojumu?
Kuri ir mūsu vissvarīgākie klienti?

Izmaksu struktūra
- Kuras ir vissvarīgākās/visbūtiskākās izmaksu pozīcijas mūsu biznesa modelī?
- Kuri resursi ir visdārgākie?
- Kuras aktivitātes ir visdārgākās?

Ieņēmumu avoti
- Par ko mūsu klienti/pircēji ir gatavi maksāt?
- Par ko viņi maksā šobrīd?
- Kā viņi dotu priekšroku maksāt?
- Cik lielā mērā katrs ieņēmumu avots piedalās kopējā uzņēmuma ieņēmumu veidošanā?

Sociālais uzņēmums SIA UNA, kas iesaista riskam pakļautās personas, ražojot tematiskā dizaina zīmējuma izšūtus dvieļus pēc pasūtījuma.

Uzdevums. Papildini trūkstošās biznesa audekla daļas.

2.PROBLĒMA

ALTERNATĪVAS:
tekstūra, birkas

4.RISINĀJUMS
* dvieļi "ar stāstu"
* SA statusa redzamība
* personalizēti dvieļi

8. IZMĒRĀMIE RĀDĪTĀJI

3.UNIKALITĀTE
* bieži lietojams, reprezentatīvs, pamanāms priekšmets ar sociālās ietekmes vērtību

•KSA statuss

KONCEPTS:
Ikvienu varam padarīt par SA!

9.NEGODĪGĀ KONKURENCE
* sociālā uzņēmuma statuss kā priekšrocība sociālo vērtību sistēmā

5. KANĀLI
• mājas lapa
• tirdziņi
• publicitāte
• darbnīcas

1.KLIENTU SEGMENTI

7.IZMAKSAS (fiksētās un mainīgās)

6.IEŅĒMUMI
• Izgatavošana un pārdošana
• izšūšanas pakalpojumi
• Darbnīcas (pret ziedojumiem)

LIVEWORKSHEETS