





Business model Lean Canvas

<p>8. Klíčová partnerství</p> <ul style="list-style-type: none"> Konzultant – Richard Vlk JA Alumni mladý podnikatel Dodavatel – Exodus s.r.o. – tisk rodinné firmy 	<p>7. Klíčové činnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> návrhy pohledů <p>6. Klíčové zdroje</p> <ul style="list-style-type: none"> Finanční: vklad Lidské: grafici 	<p>1. Hodnotové nabídky (produkt)</p> <ul style="list-style-type: none"> jedinečnost na trhu propojení lidí pohled na přání služba zaslání produktu 	<p>4. Vztah se zákazníky</p> <ul style="list-style-type: none"> přímá distribuce  <p>3. Kanály</p> <ul style="list-style-type: none"> Sociální sítě (facebook, instagram) Webové stránky Školní rádio Školní akce 	<p>2. Zákaznické segmenty</p> <ul style="list-style-type: none"> mladí Studenti SŠ Kostky veřejnost 
<p>9. Struktura nákladů</p> <ul style="list-style-type: none"> tisk práce grafiků 		<p>5. Zdroje příjmů</p> <ul style="list-style-type: none"> prodej pohledu 		

PRODUKT

TRH

1. Hodnotové nabídky

- Při průzkumu trhu jsme zjistili, že produkt, který nabízíme se bere jako automatická věc. Jako problém tohoto produktu nám přišla stejnorodost a někdy až kyčovitost. Rozhodli jsme se tohle změnit a nabízíme originální pohledy s vlastní grafikou přímo od našich grafiků.
- Jeden z nejdůležitějších podnětů k vytvoření, bylo propojení lidí. Chtěli bychom, aby se člověk v dnešní uspěchané době pozastavil, posadil se a napsal kousek, který vychází přímo z našeho nitra. Proto se zároveň jmenujeme POŠLI SEBE.
- Jako výhodou a inovací považujeme službu zaslání produktu přímo u nás. Vyrobili jsme pro Vás speciální poštovní schránku, do které stačí pohled vhodit a ostatní už obstaráme my. Dále se snažíme náš produkt rozvíjet, a proto už jsme dokonce vyrobili pohled přímo na přání zákazníka.

2. Zákaznické segmenty

- Snažíme se lidi spojovat. Důraz klademe především na mladé lidi, kteří udělají radost třeba svým babičkám nebo své drahé polovičce. Výhodou je i to, že do segmentu patříme také. Máme tedy větší přehled ohledně přání zákazníka.

3. Kanály

- Dnešní dobu ovládá internet. I když se snažíme se zpomalit a dát šanci papíru než elektronice, k propagaci jsme museli použít převážně sociální sítě. Především tedy instagram, facebook a následně i webové stránky.

4. Vztahy se zákazníky

- Zákazník je naší prioritou. Upřednostňujeme tedy přímou distribuci, která nám zároveň umožňuje navázat určitou důvěru.

5. **Zdroje příjmů**

- Příjmy pro nás znamenají prodej pohledů, tedy utržené tržby.

6. **Klíčové zdroje**

- Klíčové zdroje jsme si rozdělili na finanční, kde počítáme vklad všech spoluzakladatelů. Na začátku podnikání nás bylo 23 a každý přispěl částkou 300Kč. Další zdroj je lidský, a tedy naši grafici, bez kterých by se firma nikam neposunula.

7. **Klíčové činnosti**

- Do klíčových činností jsme zařadili práci našich grafiků, která představuje nové návrhy na pohledy.

8. **Klíčová partnerství**

- Jako první partnerství jsme navázali s dodavatelem – Exodus s.r.o., který nám naše návrhy tiskl. Dalším důležitým partnerstvím byl náš konzultant Richard Vlček, který nám mnohé poradil. Samozřejmě nesmíme zapomenout na JA Alumni, se kterými jsme úzce spolupracovali. V neposlední řadě byly také zásadní rodinné firmy, které nás podpořili jak propagací, tak i odběrem pohledů. Ku příkladu pan Petr Chmelař, majitel mezinárodní firmy Glass service, a.s..

9. **Struktura nákladů**

- Náklady pro nás činili především nákupy materiálů, zaplacení faktur dodavateli a práce grafiků.