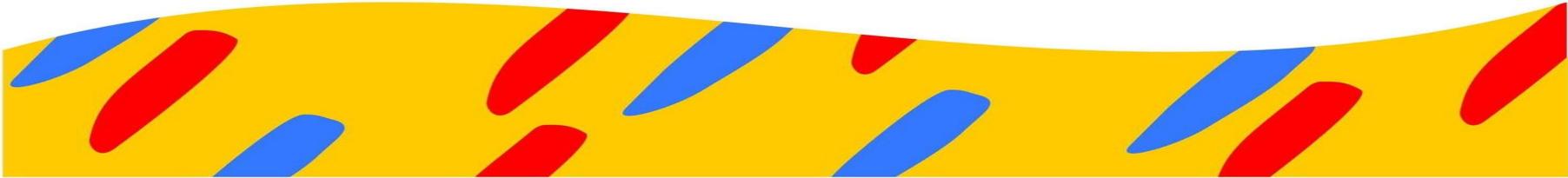




«Когда вы начинаете слушать
людей,
перед вами открывается масса
возможностей»
или кто такой социальный
предприниматель?





Хочу помочь.



Анализирую и совершенствую





Я решаю проблему





Как изменить мир



СОЦИАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

Это человек, создающий стартап для решения социальной проблемы (в нашем случае – для изменения к лучшему жизни детей и подростков)



Предприимчивый человек, у которого есть инновационное и смелое решение актуальной социальной проблемы



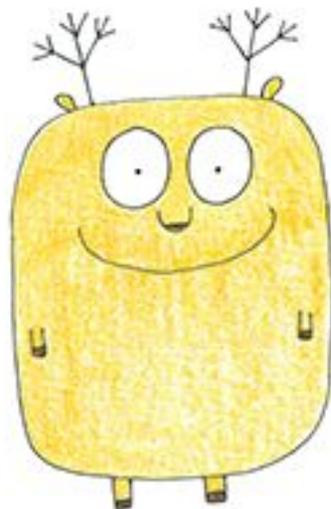
Идея исполнима, измерима и имеет модель устойчивого дохода



Решение помогает конкретным детям, но также способствует изменению всей системы путем изменения образа мыслей и поведения, или законодательным путем



СОЦИАЛЬНЫЙ



ОЛЕГ КАЖДЫЙ МЕСЯЦ ПЕРЕЧИСЛЯЕТ
В БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ПО 100 РУБЛЕЙ.
ЭТО ПРИВЫЧКА, КОТОРАЯ МОЖЕТ
СПАСТИ ЧЬЮ-ТО ЖИЗНЬ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ



A ВМЕСТЕ?



А НА САМОМ ДЕЛЕ?



Что делают предприниматели?
Первое – они видят проблему. Большинство людей не хотят видеть проблемы... Как только вы увидите проблему, вы найдете ответ.
Билл Дрейтон





Определение . Предпринимательская деятельность, нацеленная на смягчение или решение социальных проблем.

Признаки :

- 1. Социальное воздействие**
- 2. Предпринимательский подход**
- 3. Самоокупаемость и финансовая устойчивость**

***4. Инновационность**

***5. Масштабируемость и тиражируемость**





Вопрос: Почему так важно, чтобы вы могли четко, в одном предложении, сформулировать проблему, которую вы пытаетесь решить?

Это поможет вам и вашей команде оставаться сфокусированными на миссии и цели в процессе работы

Это поможет другим людям быстро понять, какую проблему вы пытаетесь решить

Чтобы сформулировать проблему, мы используем простой инструмент – **Постановку Проблемы**

Постановка проблемы

Постановка проблемы = **Благополучатель** + **Ситуация** + **Проблема**



ПРИЧИНЫ

ПОСТАНОВК
А
ПРОБЛЕМЫ

ПОСЛЕДСТВИЯ

ЦЕЛЬ:

Сосредоточиться на том, к чему стремится персонаж и как он(а) пытается преуспеть в этом.

КАК ОПИСАТЬ ПЕРСОНАЖА:

- Описать сценарий проблемы: например, «сложности в сдаче экзаменов»
- Описать поведение персонажа в связи с проблемой
- Описать цель персонажа: например, *«он(а) хочет закончить старшую школу, а не поступить в университет»*
- Описать, что является для персонажа успехом: например, *«окончание школы, независимо от оценок»*
- Обозначить демографию (широко и конкретно, если возможно): например, *«возраст 14-20 лет, мужской и женский пол (мужской в северо-восточной части региона, женский - в юго-восточной)»*
- Обозначить дополнительные характеристики (при несовпадении с вышеупомянутыми)
- Определить поведение персонажа, который является вашим благополучателем
- Обозначить различия между персонажем и благополучателем, если они различны



Карта эмпатии позволяет нам лучше понять наших благополучателей, увидев то, как они взаимодействуют с миром.

Что они слышат?

Что они видят?

Что они говорят и делают?

Что они думают и чувствуют?

Карта также позволяет узнать больше о «плюсах» и «минусах», с которыми сталкиваются благополучатели в связи с проблемой

«минусы» = неудобства, препятствия, заботы

«плюсы» = их стремления, мечты и надежды



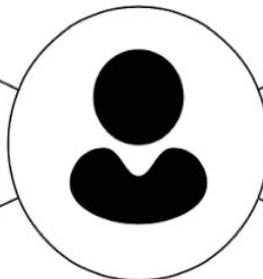
ПРИМЕР

ДУМАЮТ И ЧУВСТВУЮТ:

Хотят иметь хорошую жизнь и быть счастливыми.
Думают, что такие, как они, не поступают в колледжи
В глубине души боятся жить плохо и не добиться ничего. Чувствуют, что могли бы достичь большего, но никто в них не верит

СЛЫШАТ:

Что им нужно усердно учиться и поступать в университет, тренировать навыки, формировать будущий доход и уменьшить отрицательное социальное поведение



ВИДЯТ:

Видят, что их лучшие друзья не идут в колледж, а знакомые – идут. Учителя высмеивают все их действия, в школе их воспринимают как неудачников

ГОВОРЯТ И ДЕЛАЮТ:

Им неважно на колледжи. Не справляются со школьной программой, всегда отстают. У них есть бизнес идея, которая стоит большего. Ходят к друзьям, развлекаются, много спят. выполняют мелкие поручения за небольшую плату.

МИНУСЫ:

Не понимают программу/материал
Над ними смеются, у них нет поддержки
Не могут тратить деньги, пока в школе

ПЛЮСЫ:

Понимать и успевать осваивать школьную программу
Сдать экзамены
Пойти в колледж

ПОНИМАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

- Деньги – **ВЕЗДЕ**: правительства, международные, национальные и региональные частные и государственные организации и люди – все имеют деньги.
- Деньги постоянно **ПЕРЕМЕЩАЮТСЯ** от одних людей к другим
- Деньги всегда даются в обмен на **ЦЕННОСТЬ** (реальную или субъективную)
 - Клиенты покупают вещи, которые имеют для них ценность
 - Спонсоры дают деньги тому, что имеет для них ценность
- Понимание, как создавать **ДОХОД**, начинается с понимания **ЦЕННОСТИ**
- Если вы понимаете, какую **ЦЕННОСТЬ** и для кого вы можете создать, вы сделали первые главные шаги к созданию **ДОХОДА**.

МОЖЕТ ПРЕДЛОЖИТЬ ЦЕННОСТЬ=
ЕСТЬ потенциал для дохода

НЕ МОЖЕТ ПРЕДЛОЖИТЬ ЦЕННОСТИ=
НЕТ потенциала для дохода

9 БЛОКОВ КАНВЫ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

-  1. **Потребительские сегменты** – организация обслуживает один или несколько потребительских сегментов
-  2. **Ценностное предложение** – совокупность преимуществ, которые компания готова предложить потребителю
-  3. **Каналы сбыта** – ценностные предложения достигают потребителя через коммуникацию, распределение и каналы продаж
-  4. **Взаимоотношения с клиентами** – формируются и поддерживаются с каждым потребительским сегментом
-  5. **Потоки поступления дохода** – являются результатом успешного донесения ценностных предложений до потребителя
-  6. **Ключевые ресурсы** – необходимы для предложения и доставки предыдущих элементов...
-  7. **Ключевые виды деятельности** - ...путем выполнения ключевых видов деятельности
-  8. **Ключевые партнеры** – некоторые виды деятельности нуждаются в привлечении внешних ресурсов
-  9. **Структура издержек** – элементы бизнес модели приводят к структуре издержек

КАНВА БИЗНЕС МОДЕЛИ

Ключевые партнеры



Кто является нашими ключевыми партнерами?
Кто наши основные поставщики?
Какие ключевые ресурсы мы получаем от партнеров?
Какой ключевой деятельностью занимаются наши партнеры?

Ключевые виды деятельности



Каких видов деятельности требуют наши ценностные предложения?
Наши каналы сбыта?
Наши взаимоотношения с клиентами?

Ценностные предложения



Какую ценность мы предоставляем клиентам?
Какие потребности удовлетворяем?
Какие проблемы помогаем решить?
Какие преимущества получает клиент от наших продуктов и услуг?
Какой набор товаров и услуг мы можем предложить каждому клиентскому сегменту?

Взаимоотношения с клиентами



Отношений какого типа ждет каждый клиентский сегмент?
Какие отношения установлены?
Как они интегрированы в общую схему бизнес-модели?

Потребительские сегменты



Кто является нашим клиентом?
Для кого мы создаем ценность?
Можем ли мы выделить различные клиентские сегменты?

Ключевые ресурсы



Какие ключевые ресурсы нужны для наших ценностных предложений?
Каналов сбыта?
Взаимоотношений с клиентами?

Каналы сбыта



Через какие каналы мы взаимодействуем с клиентскими сегментами и доносим до них наши ценностные предложения?

Структура издержек

Какие наиболее важные расходы предполагает наша бизнес-модель?
Какие из ключевых ресурсов наиболее дороги?
Какие ключевые виды деятельности требуют наибольших затрат?



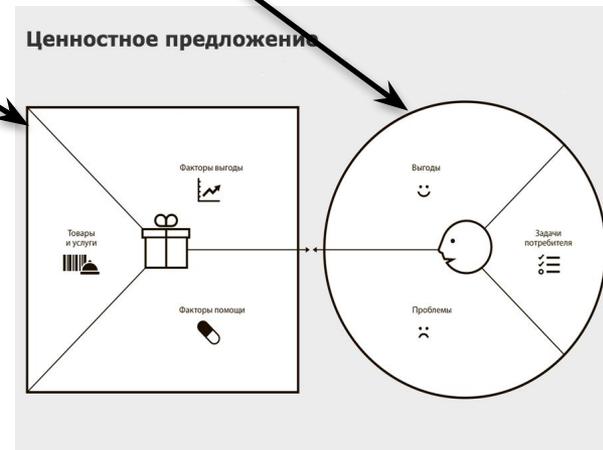
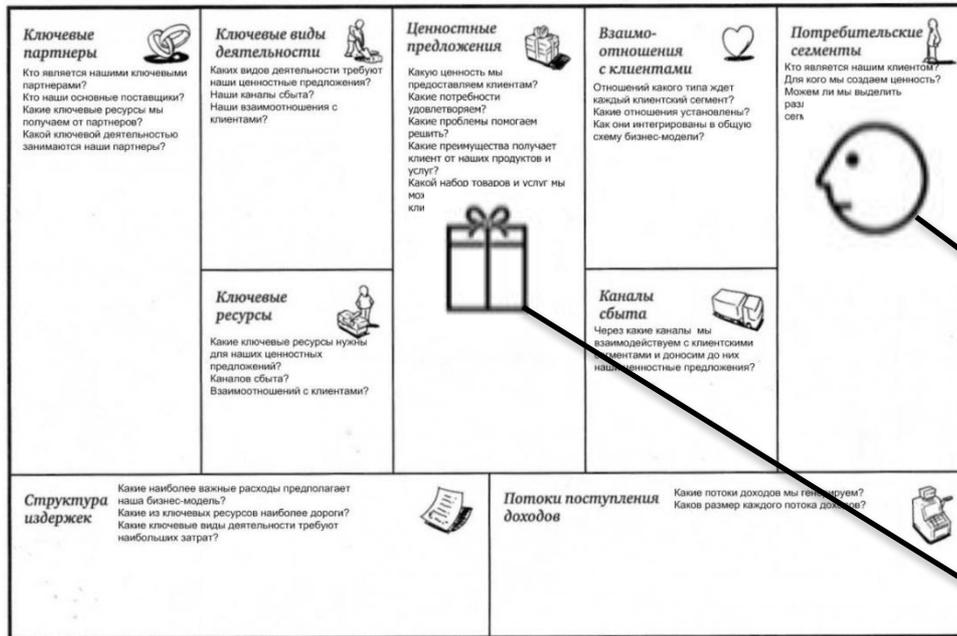
Потоки поступления доходов

Какие потоки доходов мы генерируем?
Каков размер каждого потока доходов?



КАНВА БИЗНЕС-МОДЕЛИ ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

КАНВА БИЗНЕС МОДЕЛИ



6 Блоков Канвы ценностного предложения



1. Задачи потребителей – что Ваши потребители пытаются достичь в своей работе и жизни. Это могут быть задания, которые они пытаются выполнить, проблемы, которые пытаются решить, или нужды, которые пытаются удовлетворить.



2. Проблемы потребителей – проблемы описывают все, что раздражает ваших потребителей до, во время или после попыток выполнить работу, или просто не дает им эту работу выполнить. Проблемы также описывают риски или потенциальные неудачные итоги, связанные с плохим выполнением работы или ее невыполнением.



3. Выгоды потребителей – выгоды описывают результаты и преимущества, которые получают ваши потребители. Какая-то выгода необходима, ожидаема или желаемая потребителями, тогда как какая-то может стать для них сюрпризом. Выгода включает в себя функциональные преимущества, социальные преимущества, позитивные эмоции и снижение издержек.



4. Товары и услуги – просто список того, что вы предлагаете – всех товаров и услуг, на которых строится ваше ценностное предложение. Эта группа товаров и услуг помогает вашим потребителям выполнить свою работу или удовлетворить базовые нужды.

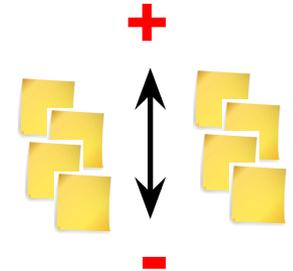
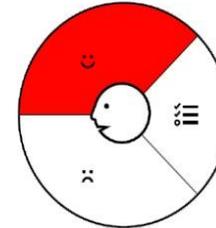
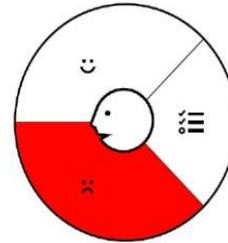
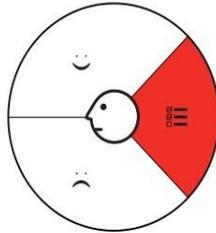


5. Факторы помощи – описывают, как именно ваши товары и услуги облегчают конкретные неприятности потребителей. Они четко обрисовывают, как вы планируете исключить или уменьшить влияние того, что раздражает потребителей до, во время или после их попыток выполнить работу, или вовсе не позволяет эту работу выполнить.



6. Факторы выгоды – описывают, как ваши товары и услуги создают преимущества потребителям. Они четко обрисовывают, как вы планируете добиться результатов и преимуществ, которые ожидает или хочет получить потребитель, или которые он получить не ожидает, включая функциональные преимущества, социальные преимущества, позитивные эмоции и снижение издержек.

СОСТАВЛЕНИЯ КАРТ ЗАДАЧ, ПРОБЛЕМ И ВЫГОД



1

Выберите Потребительский сегмент

Выберите потребительский сегмент, для которого хотите создать профиль

2

Определите задачи потребителя

Какие задачи пытаются решить ваши потребители? Составьте схему всех задач, записав каждую на отдельном стикере

3

Определите проблемы потребителя

Какие проблемы есть у потребителей? Запишите столько, сколько можете придумать, включая препятствия и риски

4

Определите выгоды потребителя

Каких результатов и преимуществ хотят добиться ваши потребители? Запишите столько, сколько можете придумать

5

Приоретизируйте задачи, проблемы и выгоды

Запишите задачи, проблемы и выгоды в колонки: самые важные - сверху, а наименее важные - снизу

КАНВА БИЗНЕС МОДЕЛИ

Ключевые партнеры



Кто является нашими ключевыми партнерами?
Кто наши основные поставщики?
Какие ключевые ресурсы мы получаем от партнеров?
Какой ключевой деятельностью занимаются наши партнеры?

Ключевые виды деятельности



Каких видов деятельности требуют наши ценностные предложения?
Наши каналы сбыта?
Наши взаимоотношения с клиентами?

Ценностные предложения



Какую ценность мы предоставляем клиентам?
Какие потребности удовлетворяем?
Какие проблемы помогаем решить?
Какие преимущества получает клиент от наших продуктов и услуг?
Какой набор товаров и услуг мы можем предложить каждому клиентскому сегменту?

Взаимоотношения с клиентами



Отношений какого типа ждет каждый клиентский сегмент?
Какие отношения установлены?
Как они интегрированы в общую схему бизнес-модели?

Потребительские сегменты



Кто является нашим клиентом?
Для кого мы создаем ценность?
Можем ли мы выделить различные клиентские сегменты?

**Потрачен
ые деньги**



Структура издержек

Какие наиболее важные расходы пр наша бизнес-модель?
Какие из ключевых ресурсов наибол
Какие ключевые виды деятельности наибольших затрат?



Потоки поступления доходов

Какие п
Каков р



4 компонента финансовой устойчивости

Финансовое моделирование – Является ли финансовая модель жизнеспособной?

Финансовый менеджмент – Каковы показатели работы?

Минимизация затрат – Как можно сократить расходы?

Максимизация доходов – Как можно генерировать больше доходов? Ценообразование, продажи, фандрайзинг

Модель доходов – где вы?

- Коммерческая vs Гибридная vs Некоммерческая, основанная на пожертвованиях
- Где вы сейчас и где хотите быть?

100%
Пожерт
вования

100%
Коммер
ция



**Комбинация моделей =
Гибридная модель**



Спасибо за внимание!
archideti во всех социальных
сетях
archideti@yandex.ru

Германия.

Социальное предприятие диалога
Организация выставки с привлечением

внимания к проблеме-

-Оплата билета на выставку-

-Оплата труда людей

с ограниченными возможностями



Индонезия . Банк мусора.

Вкладчики мусора-

-Оптовые партии переработчикам/

Переработка в изделие или компост-

-Перевод оплаты на счет вкладчика-



Америка.

VisionSpring

Создание моды и популяризация
чтения-

- Продажа высококачественных очков по
низкой цене-
- Трудоустройство людей на работу с
плохим зрением



Египет. El Nafeza

Производство бумажной продукции из
вторсырья-

-Продажа продукции-

-Трудоустройство людей с различными
с ограниченными возможностями,
детей





Индонезия.
Мусорное медицинское
страхование
Сбор и сдача мусора и получение
талона-
-Возможность медицинского
обследования-
-Покрытие медицинских расходов
переработкой мусора

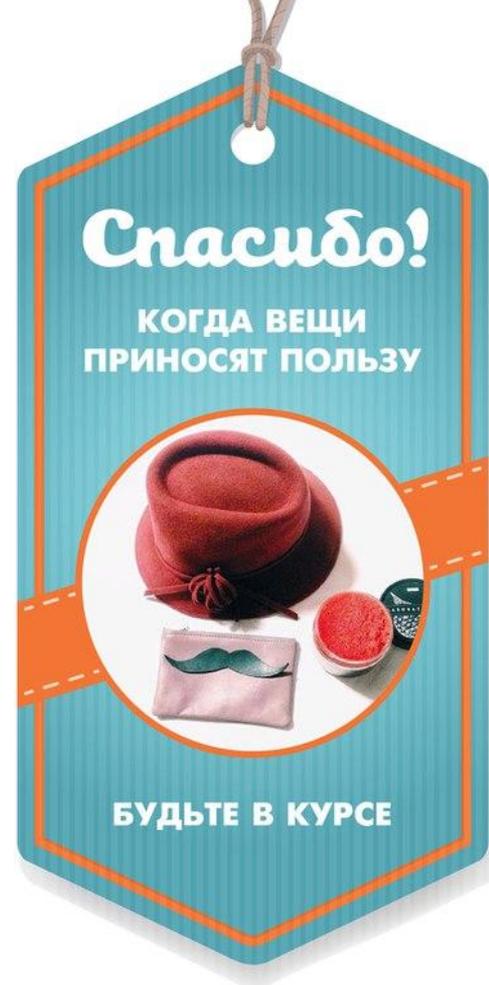


Япония. Микрофинансирование бедных жителей

Микрофинансирование -
-Развитие бизнеса-
-Возврат средств



Санкт-Петербург.
Магазины «Спасибо»
Прием ненужной одежды и ее
сортировка-
-Продажа одежды-
-Помощь нуждающимся





Ижевск.

Носки Tabani

Трудоустройство пенсионера-

-Продажа продукции-

-Помощь в дома для престарелых





Пермь.
Школа фермеров
Обучение аграрному мастерству-
-Продажа продукции-
-Оплата труда участников школы



Индия.

Childline India Foundation

Звонок от ребенка-

-Например, обучение детей
финансовой грамотности-

-Возможность дальнейшего
трудоустройства