

Naziv društvene inovacije: Kreiranje sistema saradnje sa proizvođačima prehrambenih proizvoda sa ciljem smanjenja otpada od hrane (Uzmi dok je sveže / Spasi, uštedi i uživaj)

1. Posmatrani problem

Finansijski problemi penzionera, studentske populacije i drugih prilikom nabavke prehrambenih proizvoda. Velika količina otpada od neiskorišćene hrane u pekarama, poslastičarnicama, fast-foodovima, restoranima i sl.

2. Ciljna grupa

Studenti, penzioneri, socialno ugrožene porodice i ljudi sa manjim primanjima. Objekti za proizvodnju i prodaju hrane (pekara, resotrani, poslasticarnice, ...)

3. Trenutno neadekvatna rešenja

Svaki objekat vodi posebnu kampanju za svoje popuste.

4. Uzroci

Neadekvatne plate i penzije – niska platežna moć ciljnih grupa. Visoka cena proizvoda. Velike količine neprodate hrane koje se pretvaraju u otpad.

5. Inovativno rešenje

Putem aplikacije ili fizičke kartice. Prikazivanje proizvoda koje su na popustu unutar aplikacije i korišćenje iste zarad popusta.

6. Koju društvenu promenu planirate da pokrenete

Smanjenje bacanja hrane, pomoć socijalno ugroženim porodicama, studentima, penzionerima i ljudima sa manjim primanjima putem dodatnog popusta na proizvode. Pokriće troškova proizvodnje.

7. Kako se razlikuje ideja od drugih postojećih

Naša ideja već postoji u drugim zemljama dok kod nas nije zastupljena. Ova ideja bi funkcionisala u našoj zemlji zbog lošeg finansijskog stanja i visokih cena proizvoda koji nisu pristupačni svim socijalnim grupama.

8. Promotivna kampanja

Flajeri u objektima i društvene mreže

9. Ideja za kampanju na socijalnim mrežama

Kolaboracija sa influencerima, održavanje nagradnih igara, bonovi, dodatni popusti. Predstavljanje mogućnosti kupovine jeftinije hrane.

10. Šta isporučujete

Oglašavamo prehrambene proizvode po pristupačnijim cenama zbog isteka roka trajanja i problema sa skladištenjem i odlaganjem otpada od hrane.

11. Povratne informacije

Putem aplikacije od strane korisnika, online komentari i ocene.

12. Kriterijumi uspešnosti

Kada zarada od same aplikacije može da pokrije sve troškove i ostvari profit. Povećanje baze klijenata.

13. Ključni partneri

Ključni partneri bi bili objekti za proizvodnju i prodaju hrane.

14. Ključni indikatori

Ključni indikatori bi bili broj preuzimanja aplikacije, broj partnera, broj preuzetih obroka i recenzije na internetu.

15. Metod merenja

Broj preuzimanja, rast broja klijenata u bazi podataka, rast broja prodatih proizvoda koji su bili spremni za otpis.

16. Model finansiranja

Pri razvijanju aplikacije – Bili bi finansirani od strane investitora.

Prvih mesec dana nakon lansiranja – Usluga bi bila besplatna i finansiranje se nastavlja od strane investitora.

Konačan model – Mesečni plan i plaćanje po prodatoj jedinici.

17. Vizija u naredne 3 godine

Pregled uspeha u lokalnoj zajednici i nakon toga proširenje na nacionalnom nivou i po regionu.

Pridruženje globalnoj franšizi.