

Naziv društvene inovacije: Poslastičarnica za zapošljavanje starijih ljudi i spravljanje tradicionalnih kolača i peciva u Subotici

1. Posmatrani problem

Loše finansijsko stanje starih osoba (niski prihodi penzionera). Potreba za resocializacijom i (radnom) integracijom starih ljudi. Gubljenje tradicionalnih recepata i spravljanje tradicionalnih peciva i kolača.

2. Ciljna grupa

Penzioneri, ljudi od 40+ godina i roditelji sa malom decom. Bilo ko ko želi da uživa u kvalitetnim i tradicionalnim pecivima i kolačima.

3. Trenutno neadekvatna rešenja

Nepostojeca

4. Uzroci problema

Niske penzije i nedovoljan broj poslova za starije ljude/penzionere koji su radno sposobni. Trend spravljanja novih, modernih i univerzalnih kolača u svim kafeima i poslastičarnicama.

5. Inovativno rešenje

Lokal/poslastičarnica sa specifičnim radnim kolektivom (stariji ljudi), organizovanim događajima za stariju populaciju (i sve druge zainteresovane). Gift šop, članska karta i otvorena kuhinja – mogućnost gledanja spravljanja poslastica.

6. Na koga će sve ideja imati uticaj

Na primarnu ciljnu grupu i druge kategorije nezaposlenih, mlade sa menadžerskim iskustvom, lokalnu zajednicu i turiste.

7. Koju društvenu promenu planirate da pokrenete

Resocializacija penzionera, očuvanje tradicionalnih vrednosti - recepata, poboljšanje finansijskog stanja starih osoba i inovativni vidovi edukacije – međugeneracijska edukacija.

8. Kako se razlikuje ideja od drugih postojećih

U odnosu na ostale poslastičarnice, naša poslastičarnica bi imala: otvorenu kuhinju, edukaciju o pravljenju kolača, gift shop, organizovane događaje i članske kartice, kao i potpuno drugačiju strukturu radnog kolektiva.

9. Potencijalni članovi tima

Menadžeri (nabavka, prodaja, marketing), penzioneri – poslastičari i konobari, računovodstvo, dostavljači, spremačice.

10. Promotivna kampanja

Flajeri, reklame putem radija i lokalnih tv stanica, promocija u saradnji sa pijacama i staračkim domovima, web sajt, promocija tokom praznika, kao i promocija na društvenim mrežama.

11. Ideja za kampanju na socijalnim mrežama

Prikazivanje postupka pravljenja kao i kvaliteta naših kolača i zadovoljnog/nasmejanog radnog kolektiva. Kratki video materijali sa organizovanih događaja.

12. Šta isporučujete

Visoko kvalitetne i tradicionalne kolače i peciva, različite napitke (gazirani, negazirani sokovi, kafa, voda, čajevi, alkoholna pića), interaktivne i edukativne događaje, poklončiće (gift shop) i zapošljavanje starijih osoba.

13. Kriterijumi uspešnosti

Zadovoljstvo penzionera i povratna informacija od strane ciljne grupe. Posećenost i promet lokala. Komentari na društvenim mrežama.

14. Ključni partneri

Partnerstvo sa prodavnicom zdrave hrane i poznati influencersi.

15. Ključni indikatori

Ključni indikatori bi bili promet, broj zaposlenih, broj pozitivnih komentara i informacije iz knjige utisaka.

16. Metod merenja

Knjiga ili tabla utisaka, recenzija na google i trip advisee i promet.

17. Model finansiranja

Pomoć od grada Subotice – subvencionisana cena zakupa prostora, uzimanje kredita za ulaganje u mašine i repromaterijal, bespovratna sredstva – fondovi – projektno finansiranje.

18. Vizija u naredne 3 godine

Proširenje poslovanja – lokali u drugim gradovima - franšiza. Veća svest o postojanju problema. Sklapanje partnerstava i privlačenje donatora. Ostvarivanje definisanih ciljeva (pokretanje kurseva online/uživo, otvaranje gift shopa).