

Название проекта

- 1) Из названия должно быть понятно для стороннего человека, о чем проект?
- 2) Укажите к какой категории относится проект/бизнес, что позволяет его считать социальным.

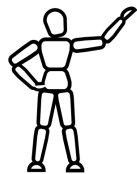
Юр.лицо, ФИО автора проекта и его статус

Описание социальной проблемы:

Кратко сформулируйте проблему, решение которой лежит в основе проекта/бизнеса. Приведите аргументы подтверждающие наличие проблемы, ее динамику.

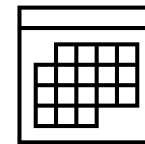
Суть проекта/бизнеса

Краткое описание сути проекта,
если сформулирована, то укажите миссию проекта.



Целевая аудитория

кто наш главный
благополучатель/клиент
и для кого мы делаем проект/бизнес



Срок реализации

когда запускаем проект
и как долго реализуем

Цель проекта/бизнеса



Социальная составляющая проекта

Социальная составляющая проекта отражается категорией к которой вы отнесли проект/бизнес (1-4 категория), поэтому, данный слайд нужен если социальная составляющая не очевидна, либо в случае, если у вас есть сочетание нескольких социальных составляющих и вам хочется это дополнительно осветить.

Индикаторы социального воздействия

Качественные и количественные (цифровые) показатели.

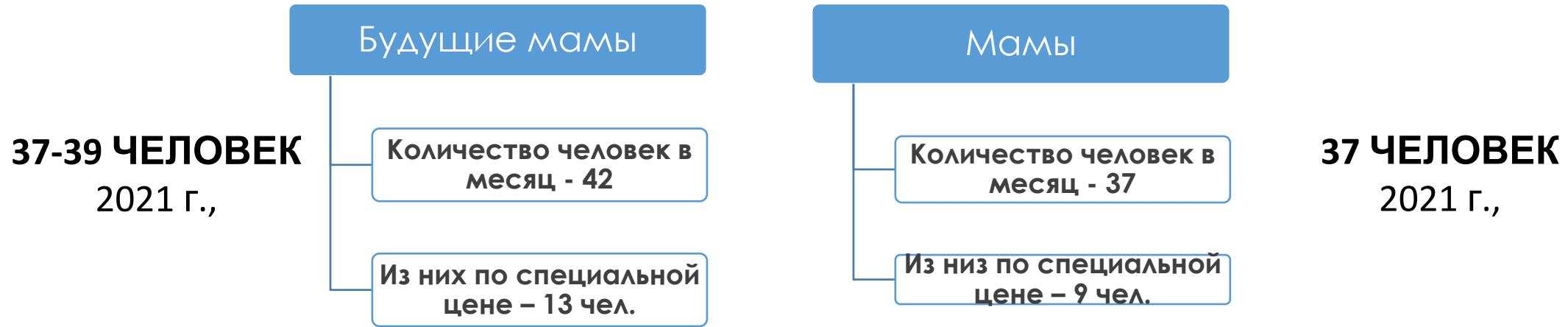
Суть, определение индикаторов **социального воздействия**, которыми будет замеряться результат, оказанный проектом/бизнесом на решение/смягчение социальной проблемы.

Социальный эффект

Схема или таблица, отражающая социальный эффект и индикаторы.
См. примеры оформления ниже.

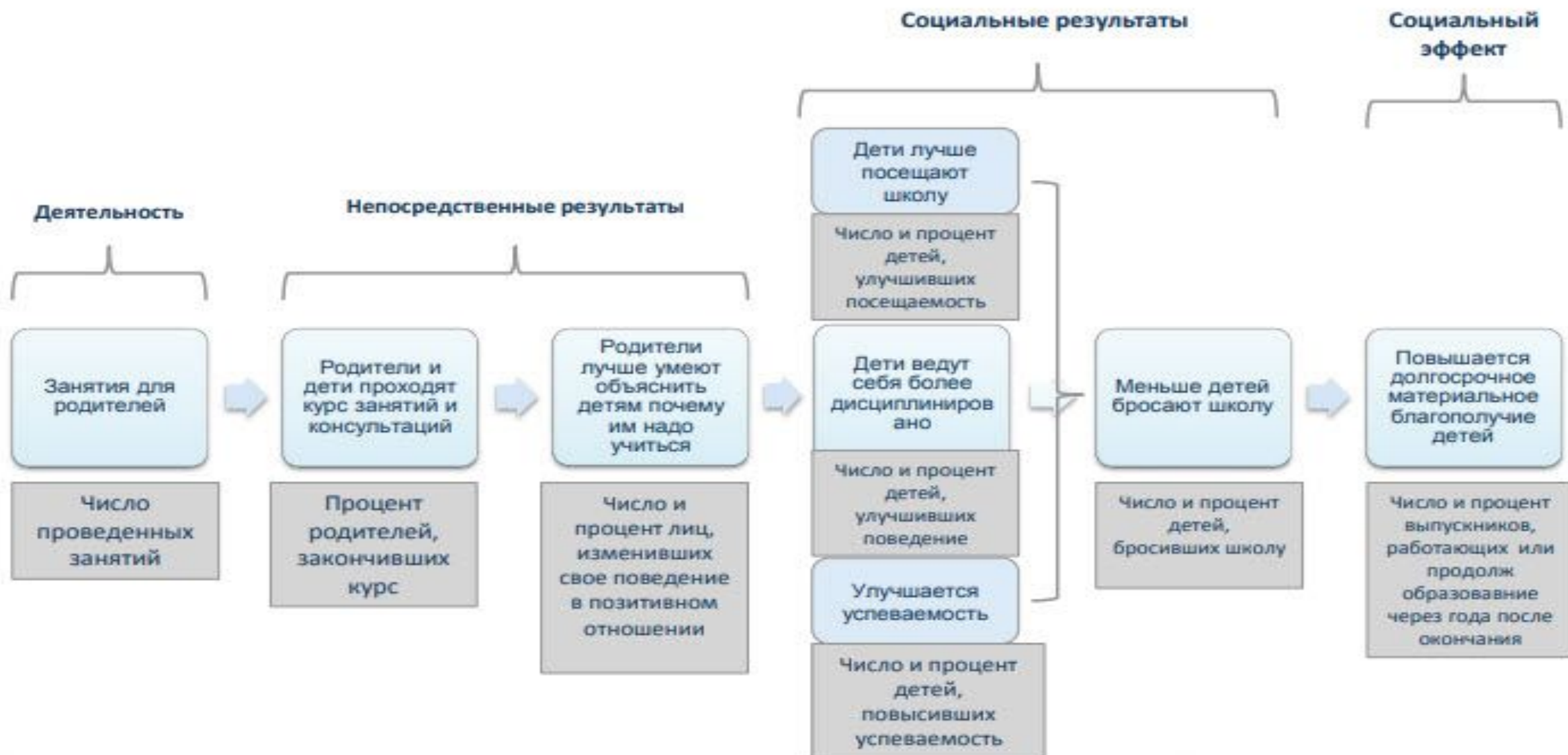
ИНДИКАТОРЫ СОЦИАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

(пример)



| ИСВ | Показатель в мире | Статистика наших клиентов на 2021 | Плановый показатель На 2022 г |
|---|-------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| % детей, находящихся на ГВ минимум до 6 месяцев | 40% | 74% | 90% |
| Уровень удовлетворенности полученными знаниями | | 69% | 90% |
| Облегчение общего самочувствия у будущих мам после занятий йогой в течение месяца | | | 70% |











Пример иерархии (цепочки) результатов



БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

(шаблон)

Название вашего проекта

| | | | | |
|--|---|--|--|---|
| <p>Ключевые партнеры </p> <p>самые взаимовыгодные партнеры, которые способствуют развитию, увеличению продаж, экономии и т. д.</p> | <p>Ключевые виды деятельности </p> <p>Примеры: Производство; Продажа; Поддержка. Если вид один, то ключевые услуги/продукты, которые предоставляете (как они перечислены для клиента, без лишних описаний) Вопросы: Какие виды деятельности генерируют больший доход? Какие более всего влияют на доходы?</p> | <p>Ценностные предложения </p> <p>Примеры: Специальная цена, Снижение себестоимости, Снижение риска, Доступность Удобство, и пр., Вопросы : в чем ценность? Почему должны купить именно у вас, а не у соседней компании? Что вы предлагаете лучше других?</p> <p>Социальное Воздействие</p> | <p>Взаимоотношения с клиентами </p> <p>Все каналы взаимодействия, включая рекламу, таргет, соцсети, чаты поддержки, вебинары и полезности и т.д. Все этапы до продажи, подведения к продаже/оказанию услуги, меры предупреждения, удержания (от ухода), Способы как взаимодействие и сама доставка осуществляться будет</p> | <p>Потребительские сегменты </p> <p>Целевая аудитория - КОМУ ПРОДАЕМ (потребитель – кто пользуется и клиент – кто платит)</p> <p>рынки на которых работаем</p> <p>B2C (Business-To-Consumer) %</p> <p>B2B (Business-to-Business) %</p> <p>B2G (Business-to-Government) %</p> <p>Вопросы:</p> <p>Кто клиенты? («портреты») Какие клиенты? (рынок и пропорция) Какие клиенты более важны? Для кого мы создаем ценностное предложение ?</p> |
| <p>Ключевые действия </p> <p>Что конкретно делаете: поиск и подбор команды, обучение персонала, поиск помещения, подготовка проведение мероприятий и т.д.</p> | <p>Ключевые ресурсы </p> <p>Кадровые Интеллектуальные Финансовые Материальные</p> <p>Вопросы: Какие активы у вас есть? Что у вас есть, чего нет у других? Какие из активов более всего влияют на доходы?</p> | <p>конкретная польза для ЦА в вашем продукте/услуге, например: социализация детей с ОВЗ, взрослых из соц. незащищенных слоев, мягкая адаптация к школе, доступность доп. образования на территории, повышение среднего балла сдачи экзаменов, решение проблемы со здоровьем (какой) и т.д.) Суть ИСВ (индикаторов социального воздействия)</p> | <p>Каналы сбыта </p> <p>Наличные, касса, эквайринг, прямые продажи, сайт, группы в соц. сетях (привязана оплата), личный кабинет платформы и т.д. после оплаты, как организована до-продажа</p> | |
| <p>Структура издержек </p> <p>Все расходы, включая мероприятия, сервис для клиента, аренда, коммунальные платежи, украшение помещений и т.д.</p> <p>Рентабельность</p> <p>В %</p> | <p>Потоки поступления доходов </p> <p>Все, откуда поступают деньги, включая доп. продажи</p> | | | |

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ (пример для 1 категории)

