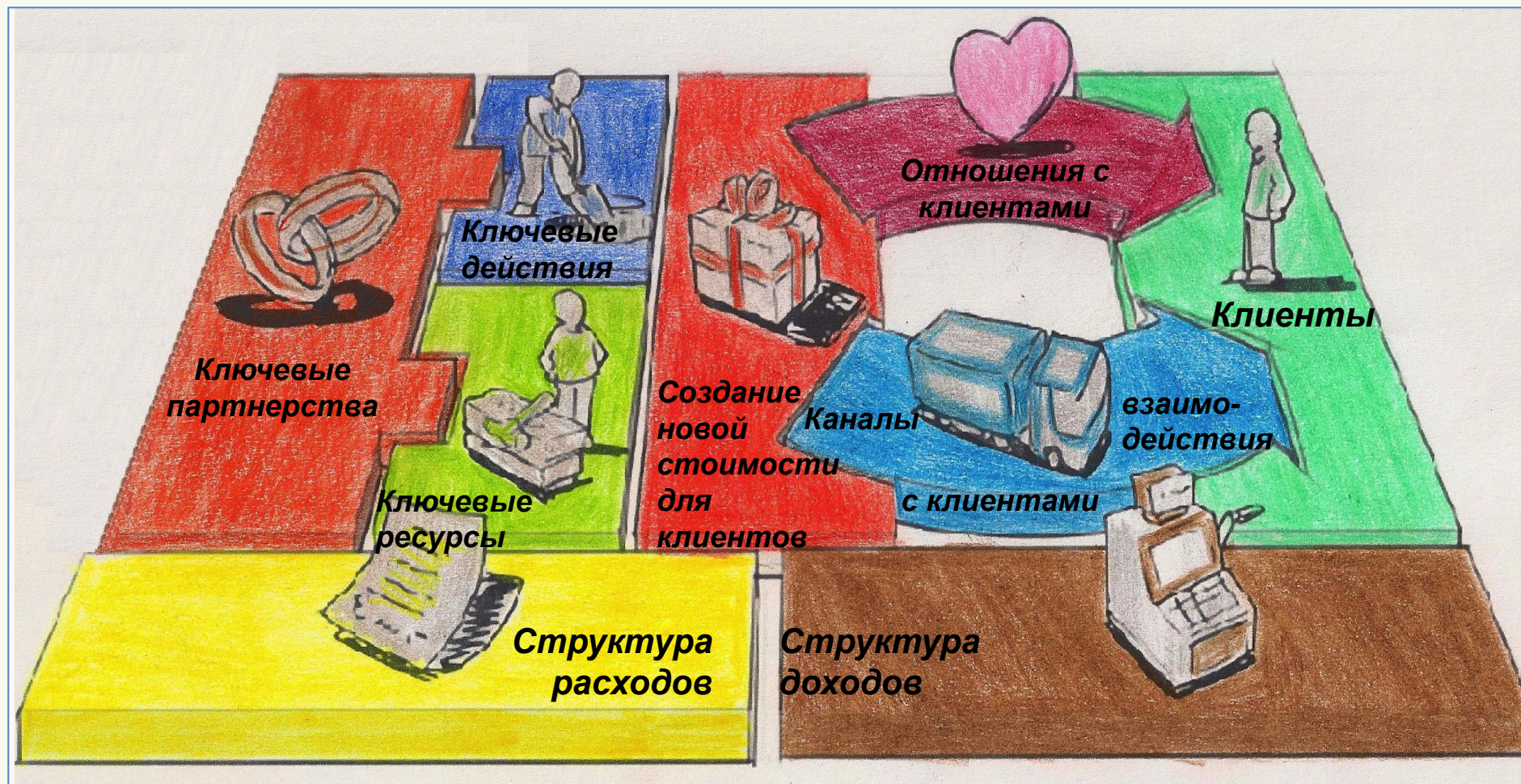


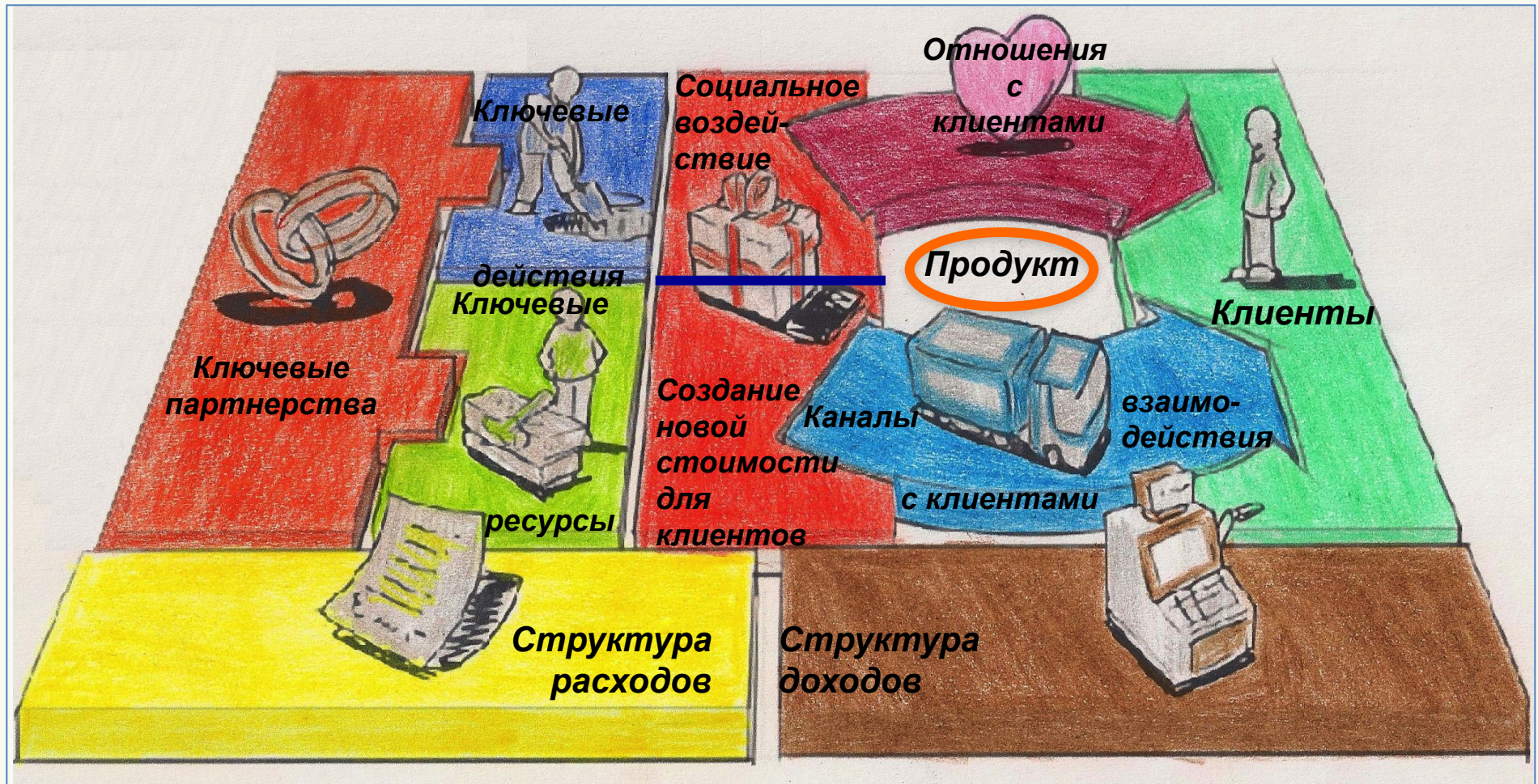
Бизнес-модели СП

Шаблон для разработки бизнес-модели



Источник: **Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers,**

Шаблон для разработки социальной бизнес-модели



Источник: **Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers,**

Клиенты

Клиенты относятся к различным сегментам, если:

- их потребности различны и требуют различного предложения;
- продажи этим клиентам требуют использования различных сбытовых каналов;
- клиенты требуют различных типов отношений;
- их доходы существенно различаются;
- они готовы платить за разные аспекты предложения;

Типы клиентских сегментов

- Массовый рынок
- Нишевый рынок
- Сегментированный рынок
- Диверсифицированный рынок
- Многосторонние платформы (или многосторонние рынки)

Создание новой стоимости для клиентов

- Новизна
- Производительность
- Настройка
- Аутсорсинг
- Дизайн
- Бренд / статус

- Цена
- Снижение себестоимости
- Снижение риска
- Доступность
- Удобство

Каналы взаимодействия с клиентами

Типы каналов		
Собственные	Прямые	Сбытовой персонал
		Интернет-продажи
Партнерские	Опосредованные	Собственные магазины
		Партнерские магазины
		Оптовики

Уровни каналов взаимодействия с клиентами

- информирование
- оценка
- покупка
- доставка
- пост-продажная поддержка
 - гарантийная
 - постгарантийная

Функции каналов взаимодействия с клиентами

- Повышает осведомленности клиентов о продуктах и услугах компании
- Помогает клиентам оценить преимущества предложения компании
- Является способом сбыта продукции клиентам
- Обеспечивает пост-продажную поддержку для проданных товаров

Цели выстраивания отношений с клиентами

- привлечение клиентов
- удержание клиентов
- повышение продаж

Продукт

- Какие товары и услуги производит предприятие?
- Каковы их основные характеристики?
- Условия эксплуатации и хранения?

Социальное воздействие

Социальное
воздействие



Созданная
новая
СТОИМОСТЬ
для клиента

Поскольку в социальном предпринимательстве
часто

Клиент



Бенефициар

Доходы

Виды доходов:

- Оплата реализованных товаров или услуг
- Плата за пользование товаром или услугой (абонентская, арендная)
- Доходы от аренды/лизинга
- Лицензионные сборы
- Доходы от брокерских (посреднических) услуг
- Доходы от рекламы

Ключевые ресурсы

- Материальные активы (производственные мощности, здания, транспортные средства, машины, магазины, техника.)
- Нематериальные активы (бренды, патенты и авторские права, партнерства и базы данных клиентов, программное обеспечение и технологические разработки).
- Кадровые ресурсы
- Финансовые ресурсы

Ключевые действия

Действия, которые обеспечивают работу предприятия:

- Производство (для производственных компаний)
- решение проблем клиентов (характерно для сферы услуг)
- создание, поддержка и обслуживание платформ и сетей (характерно для программных продуктов, банковского сектора, интернет-торговли)

Цели формирования партнерств

- оптимизация своих бизнес-моделей и экономия на стадии роста;
- снижение рисков в конкурентной среде, характеризующейся неопределенностью;
- более выгодное приобретение и использование ресурсов.

Структура затрат

Выделяют бизнес-модели:

- обусловленные затратами
- обусловленные созданием стоимости

Пример формирования бизнес-модели: «Веселый войлок»



Каналы: Интернет-сайт, участие в выставках, реклама в рамках продвижения СП



Ключевые партнерства:

3 фабрики-поставщики материалов
Местная администрация

Ключевые действия:

Обучение женщин
Разработка моделей игрушек
Налаживание стабильных поставок сырья
Налаживание постоянных сбытовых каналов

Ключевые ресурсы:

Костяк команды: дизайнер, предприниматель, тренер
2 комнаты для производства, инструменты, машина

Клиенты:

Галереи подарков
Цветочные магазины
Магазины детских игрушек
Корпоративные заказы

Отношения с клиентами:

Быстрое реагирование на запросы и предоставление предложений
Возможность дизайна и производства по заказу клиента
Ценообразование на основе контрактов и объемов закупок

Затраты: з/п и соц. отчисления, коммунал. платежи, сырье, реклама, транспорт, налоги

Создаваемая стоимость для клиентов:

Интересные дизайнерские экологичные сувениры или игрушки, неповторимые подарки

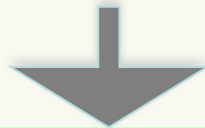
Доходы: выручка от реализации игрушек по рамочным контрактам, разовым заявкам и на выставках

Продукты:

Дизайнерские игрушки из войлока



Пример формирования бизнес-модели: «Веселый войлок»



Социальное воздействие:

- Создание рабочих мест и возможностей для частичной занятости для одиноких, многодетных и воспитывающих детей-инвалидов мам
- Творческая работа, повышающая самооценку женщин

Виды бизнес-моделей

Классификация разработана Ким Альтер.

По соотношению социальных программ и коммерческой деятельности:

- Встроенные
- Интегрированные
- Внешние

Модели операционной деятельности СП

- 1) модель поддержки предпринимателей
- 2) модель рыночного посредника
- 3) модель занятости
- 4) модель платных услуг
- 5) модель субсидированных услуг
- 6) модель рыночных связей
- 7) модель организационной поддержки
- 8) Комплексные и смешанные модели
- 9) Расширенные модели: франчайзинг и партнерства

1. Модель поддержки предпринимателей



Что продают: услуги по созданию и развитию бизнеса (финансовые, консультационные, аутсорсинговые, рентные, тренинговые, аудиторские и др.)

Кому продают: «самозанятым» предпринимателям, владельцам микро- и малых предприятий

Вид бизнес-модели: встроенная

Социальное воздействие: повышение доходов и социальная устойчивость целевой группы

1. Модель поддержки предпринимателей

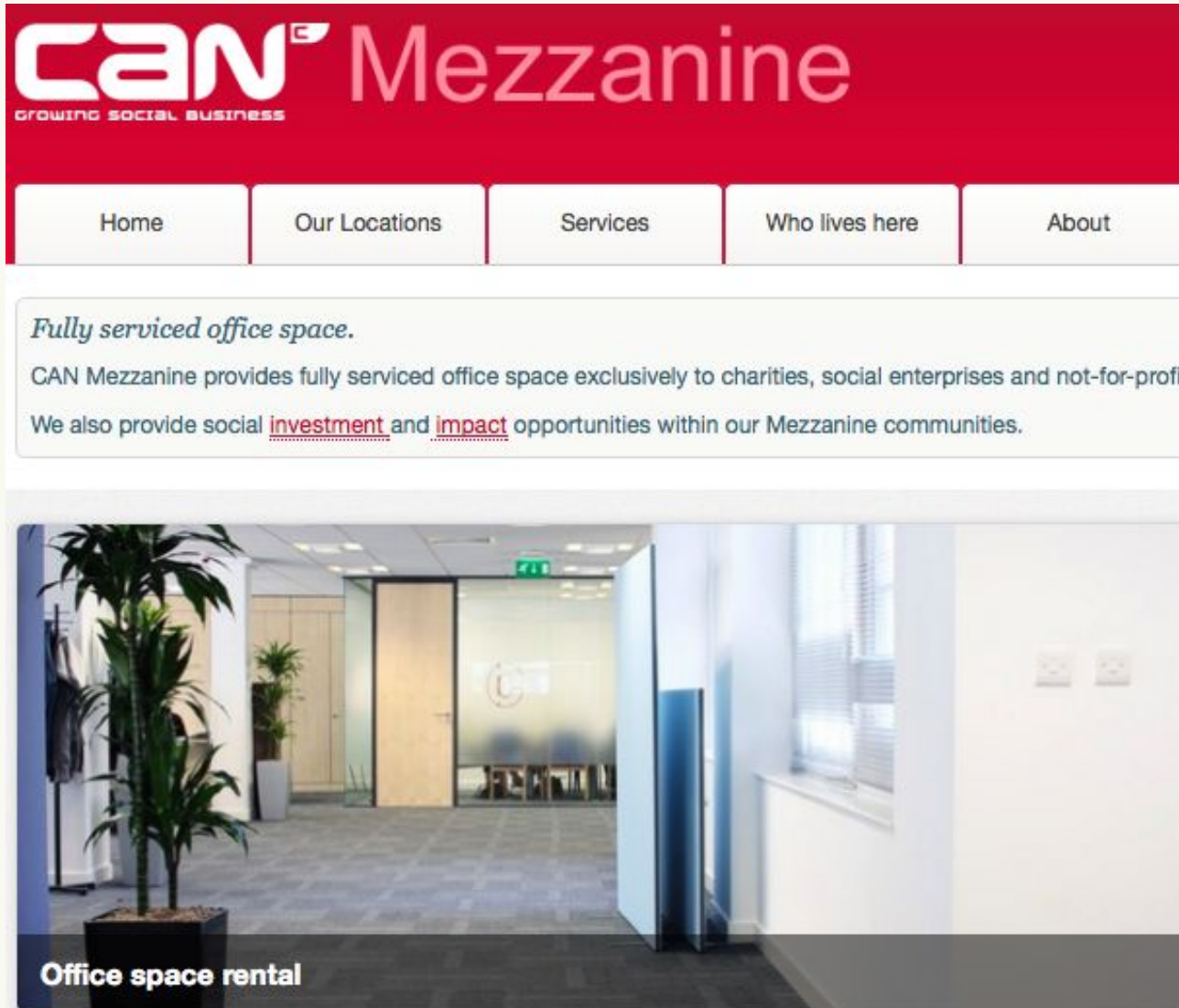


Кейс: CAN, Великобритания

Сфера деятельности	Предоставление офисных помещений по сниженным ставкам аренды для НКО и СП.
Объемы	3 офиса, 125 фирм-арендаторов, 1000 рабочих мест
Услуги, входящие в стоимость	оборудованные переговорные, ресепшен, уборка, охрана, техобслуживание, чай/кофе, пользование кухней, высокоскоростной интернет и телефон, прием и разборка корреспонденции, парковка/лифты/туалеты для инвалидов, стойки для велосипедов и душевые
Тарифы	90 фунтов за 1 рабочее место в неделю (4640 фунтов в год)
Дополнительные платные услуги	аутсорсинг кадровых услуг
Прочее	Предприятие тиражирует свою модель с помощью социальной франшизы

1. Модель поддержки предпринимателей

Кейс: CAN, Великобритания



CAN Mezzanine
growing social business

Home Our Locations Services Who lives here About

Fully serviced office space.

CAN Mezzanine provides fully serviced office space exclusively to charities, social enterprises and not-for-profit. We also provide social investment and impact opportunities within our Mezzanine communities.

Office space rental

1. Модель поддержки предпринимателей



Кейс: Центр консалтинга и аутсорсинга (ЦКА) «Наше будущее», РФ

Регионы работы:

- Архангельск
 - Астрахань
 - Волгоград
 - Калининград
 - Нижний Новгород
 - Пермь
- Более **6 500** предпринимателей получили поддержку

1. Модель поддержки предпринимателей



Кейс: ЦКА «Наше будущее», РФ

Услуги начинающим предпринимателям:

- Тренинги и семинары по основам предпринимательской деятельности, ведению бухгалтерского учета, маркетингу, бизнес-планированию.
- Бухгалтерский и юридический консалтинг
- Аренда микро-офисов (ко-воркинг) на любой срок
- Оценка предпринимательских способностей

Услуги для действующих предприятий:

- Комплексное бухгалтерское обслуживание,
- Участие в государственных и муниципальных торгах,
- Бюджетирование и бизнес-планирование
- Юридический консалтинг
- Маркетинговые исследования и разработка ценовой политики
- Увеличение эффективности персонала, продаж, структуры, бизнес-процессов, затрат

1. Модель поддержки предпринимателей



Центр консалтинга и
аутсорсинга «Наше будущее»



[Отправить сообщение](#)

8 800 775-75-69

Бесплатно по всей России

+7 495 690-00-74

Ваш город: **Москва** ▾

[О КОМПАНИИ](#)

[УСЛУГИ](#)

[РЕШЕНИЯ](#)

[КОНТАКТЫ](#)



[RUS](#) [ENG](#)

СТАНЬТЕ ЧАСТЬЮ ПРОГРАММ ГОС.ФИНАНСИРОВАНИЯ!

Станьте частью государственных программ по поддержке бизнеса, реализуемых профильными министерствами, государственными банками и лизинговыми компаниями. Вы сможете получить до 10 млн. рублей



Помощь в получении гос.
финансирования

Увеличение
продаж

Повышение эффектив-
ности персонала

Сокращение
издержек

5

лет успешной работы

6 568

клиентов

6

регионов России

2. Модель рыночного посредника

Что продают: продукцию мелких производителей с собственными услугами по продвижению (доработку продукции, производственную и маркетинговую поддержку, кредитование)

Кому продают: открытый рынок

Вид бизнес-модели: встроенная

Социальное воздействие: поддержка мелких производителей и кооперативов

2. Модель рыночного посредника

Кейс: Hidden Art (Скрытое Искусство), Великобритания

Сфера деятельности	электронный магазин дизайнерских продуктов и предметов искусства, изготовленных вручную
Социальная миссия	поощрение самозанятости и сохранения традиций ремесленных изделий и культуры штучных предметов интерьера
Объемы	8 сотрудников, оборот 500 тысяч фунтов в год
Тарифная политика	Комиссионное вознаграждение с покупателя, гибкое ценообразование
Дополнительные платные услуги	Франшиза своей модели
В рамках франшизы предоставляет	Бренд Методику и помощь в старте и рекламе Консалтинг

2. Модель рыночного посредника

Кейс: Hidden Art (Скрытое Искусство), Великобритания

Hidden Art
● SHOP

A-Z DESIGNERS

HOME & GARDEN ▾

FOOD LOVERS ▾

WOMEN ▾

MEN ▾

BEST SELLERS

GIFTS ▾

NEW ARRIVALS



SHOP NOW >

2. Модель рыночного посредника: Кейс кооператив «Народное здоровье»



Каналы: сайты; выставки, ярмарки, фестивали; соц. сети; сарафанное радио; телефон.



Ключевые партнёрства:

Магазины-оптовики; организаторы ярмарок и выставок; организаторы совместных покупок; собственники арендуемых помещений; руководители проектов по здоровью; поставщики продукции.

Ключевые действия:

Создание и поддержка базы поставщиков здоровой бакалеи и клиентской базы, участие в ярмарках

Ключевые ресурсы:

Команда: руководитель, коммуникатор, логистик, менеджер ИМ, водители и курьеры, продавцы; опыт работы на рынке; раскрученная точка и сайт; наработанный широкий ассортимент.

Клиенты:

Потребители здоровых, качественных, вегетарианских, постных, диетических, отечественных продуктов; беременные и кормящие мамы, люди, самостоятельно выпекающие хлеб, люди на диете, на сыроедении

Отношения с клиентами:

Личное и индивидуальное общение (не потоковые безличные клиенты); работа через свою и партнёрскую розницу; ненавязчивый маркетинг; выполнение личных запросов

Создаваемая стоимость для клиентов:

Качественный продукт, конкурентные цены, выполнение нестандартных запросов

Доходы: выручка розница, выручка опт; доходы от организации ярмарок и мероприятий; дилерские доходы от производителей.

Затраты: з/п; аренда офиса, склада, лавки; административные расходы

Продукты:

Здоровые продукты питания (бакалея)



2. Модель рыночного посредника: Кейс кооператив «Народное здоровье»



Социальное воздействие:

1. Обеспеченность заинтересованных лиц здоровыми продуктами. Качество и доступность (экономическая, организационная).
2. Развитые экологические сельскохозяйственные производители. Устойчивые, рентабельные, экологичные.
3. Рабочая схема единой производственно-потребительской системы “от поля до конечного потребителя” для локальных сообществ.
4. Экологичные формы потребления. Совместные покупки, плановое потребление и производство, возвратная тара, «с колёс», «без маркетинга» и др.
5. Малое предпринимательство и занятость в секторе здоровых продуктов питания.
6. Микрокредитование предпринимателей и фермеров.
7. Прототип СП: самоуправление и самофинансирование.

2. Модель рыночного посредника: Кейс кооператив «Народное здоровье»



Совместные покупки

Зерновые, Мука, Мёд, Сухофрукты и орехи, Еще...



Иван-чай

Вятский Иван-чай, Иван-чай "Природы дар", Иван-чай "Лад-да-Дар"



Мёд

Мёд Владимира Лысова, Мёд Ивана Белозёрова, Правильный Алтайский мёд, Мёд разный, Еще...



Таёжные сборы "Ладдария"



Зерновые и бобовые

Зелёная гречка (Алтайский край), Образ жизни, Чёрный хлеб. Органическое зерно, Разное, Еще...



Каши "Беловодье"



Мука и каши "Ладдария"



Мука

Мука от Агрокомплекса "Солнечный", Мука "Беловодье", Образ жизни, Мука "БИО" от "Чёрного хлеба", Еще...



Орехи



Растительное масло

Масло "Ладдария", Масло "Донская капля", Другие



Продукты от Ё-Маззая



Сушилки Ezidri

3. Модель занятости

Что продают: товары и услуги

Кому продают: открытый рынок

Вид бизнес-модели: встроенная

Социальное воздействие: создание рабочих мест (источников доходов) и дополнительных механизмов адаптации и социализации для представителей социально незащищенных групп

3. Модель занятости

Кейс: Компания Biddy Bags Саманты Джокель, Австралия

Сфера деятельности	Изготовление и реализация вязаных сумок и проведение обучающих семинаров по вязанию и шитью
Социальная миссия	Создание рабочих мест для пенсионерок, возможности для дополнительного обучения, общения и творчества для пожилых людей
Объемы	8 рабочих мест, дополнительный заработок для каждой пенсионерки 250-300 долларов в месяц
Особенности рынка	Ограниченный спрос на товары ручного производства
Возможности тиражирования	в других регионах

3. Модель занятости

Кейс: Компания Biddy Bags, Австралия



Biddy Bags

3. Модель занятости: кейс «Березень»

Созданный в Туле в 1993 г Еленой Костяновской центр обучения инвалидов специальностям, востребованным в центрах бытового обслуживания в каждом районе города:

- Парикмахерские
- Фотоателье
- Текстильное ателье
- Ремонт обуви
- Металлоремонт

Организация собственных пунктов бытового обслуживания шаговой доступности и трудоустройство инвалидов, прошедших обучение

3. Модель занятости: кейс «Березень», результаты



- 20 лет успешной работы ТРОО «Центр социальной реабилитации инвалидов «Березень»
- Комплексный подход к реабилитации инвалидов, включающий:
 - социальную,
 - трудовую,
 - медицинскую,
 - психологическую реабилитацию инвалидов
- Трудоустройство людей второй и третьей группы инвалидности, в том числе людей с ментальной инвалидностью.
- Обучено и трудоустроено более 100 человек с ограниченными возможностями.
- Психологическую помощь получило 4263 человека.
- Медицинская помощь предоставляется каждому нуждающемуся в соответствии с индивидуальными потребностями работника.
- Инвалиды и пенсионеры обслуживаются с 20% скидкой (в год около 20 000 человек).

Кейс «Березень»: результаты



4. Модель платных услуг

Что продают: социальные услуги

Кому продают: целевой аудитории и другим клиентам

Вид бизнес-модели: встроенная

Социальное воздействие: доступные социальные услуги там, где их не было, или для тех, кто не мог их себе ПОЗВОЛИТЬ

4. Модель платных услуг

Кейс: Aurolab Дэвида Грина, Индия

Сфера деятельности	Производство глазных линз и слуховых аппаратов по доступным ценам
Социальная миссия	Доступное медицинское оборудование для беднейших слоев населения
Объемы	С 1992 года продано 6 млн линз Доля компании - 10% мирового рынка
Тарифная политика	Гибкое ценообразование, средние цены: слуховые аппараты по цене 50\$/ед., глазные линзы 2-4\$/ед.
Дополнительные инновации	Производство дешевой офтальмологической нити для хирургических операций
Помощь другим СП	Бесплатное обучение и программное обеспечение

4. Модель платных услуг

Кейс: Aurolab, Индия



aurolab
Excellence . . . in sight

Call: +91- 452 - 3096100
Fax: +91- 452 - 2446200
Email: info@aurolab.com

Home Corporate Professionals Patients Eshop Contact Us Search

Intraocular lens Pharmaceutical Suture Needle Equipments Surgical Blades Special Products

4. Модель платных услуг: кейс «Ступеньки»

Предприниматель	Марина Бакулина
Общее описание	Детский развивающий центр «Ступеньки» был организован в 2004 году в городе Тюмень
Начальные инвестиции	Банковский кредит 200 000 рублей
Персонал	Студенты и выпускники педагогических ВУЗ-ов
Инновации	Инклюзивные занятия для детей с обычными и особенными потребностями Работа с детьми с 6 месяцев Все преподаватели с логопедическим образованием «Логорисование»
Количество детей ежемесячно	Ок. 150

4. Модель платных услуг: кейс «Ступеньки»



CONTACT US



РУССКИЙ

ЦЕНТР СТУПЕНЬКИ

УЧИТЕЛЯ И КУРСЫ

ДЕТИ И РОДИТЕЛИ

СЛОВО ДИРЕКТОРА

НОВОСТИ

ПРАВИЛА ПОСЕЩЕНИЯ

СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ

ВАШИ МЫСЛИ О НАС

ВАКАНСИИ В ЦЕНТРЕ

НАШИ ДРУЗЬЯ



Let us introduce ourselves



Слово директора



Поиск

5. Модель субсидирования услуг

Что продают: товары и услуги

Кому продают: открытый рынок

Вид бизнес-модели: интегрированная (использование общих активов для социального и коммерческого направлений, общие расходы и управление движением денежных средств). Доходы коммерческого направления финансируют социальное.

Социальное воздействие: помощь социально-незащищенным слоям общества

5. Модель субсидирования услуг



Кейс: Pioneer Human Services Seattle, США

Сфера деятельности	Производство запчастей для Боинг, производство различных изделий из листового металла, услуги по сборке, упаковке и складированию продукции, кетеринг, производство сухих пищевых продуктов, управление, техническое обслуживание и капремонт дешевого жилья, консалтинг некоммерческих организаций по созданию СП
Социальная миссия	Социальная реабилитация бывших заключенных, алкоголиков и наркоманов
Объемы	создала 1136 рабочих мест для социально ущемленных слоев населения
Бизнес-модель	Полное финансирование деятельности НКО за счет реализации продукции дочерних СП
Дополнительные инновации	Собственная методика избавления от зависимостей, показывающая в 2,5 раза лучшую статистику по сравнению с аналогичными программами

5. Модель субсидирования услуг



Кейс: Pioneer Human Services Seattle, США



Providing a chance for change

Find services by location | Contact us

Counseling
and treatment

Transition from
jail or prison

Housing

Training and
job development

Do business
with Pioneer

About us

Search the site



A solid foundation to
make positive change



5. Модель субсидирования услуг



Кейс: Межрегиональный общественный фонд
«Сибирский центр поддержки общественных инициатив»

Миссия	Способствовать развитию общественных инициатив и гражданской ответственности населения с целью решения проблем различных сфер общественной жизни через институты гражданского общества.
Ресурс для коммерческой деятельности	Экспертное ноу-хау
Некоммерческая деятельность	Ресурсный центр для сибирских НКО Информационно-аналитическая работа
Коммерческая деятельность	Обучение, консалтинг, разработка, оценка и осуществление социальных программ и проектов, социальный маркетинг, информационная поддержка, вовлечение населения в государственные и негосударственные социальные программы

6. Модель рыночных связей

Что продают: доступные и прозрачные посреднические услуги для целевой группы

Кому продают: микро-предприятия, СП, кооперативы

Вид бизнес-модели: встроенная или интегрированная (например, получая доходы от проведения маркетинговых исследований для коммерческих организаций, дополнительно СП предлагает коммерческим клиентам продукцию других СП и микро-предприятий).

Социальное воздействие: помощь социально-незащищенным слоям общества

6. Модель рыночных связей

Кейс: The shop for change, Австралия

Сфера деятельности	Австралийский интернет-портал, на котором СП из любой страны может сформировать свой интернет-магазин и продавать свои товары с доставкой по почте
Социальная миссия	Дополнительный доступный канал продаж по всему миру для продукции СП
Объемы	Созданы интернет-магазины 17 СП
Ценовая модель	комиссионный сбор в размере 5 % от продаж
Дополнительные инновации	Мировой охват, простота платежей

6. Модель рыночных связей

Кейс: The shop for change, Австралия

THE SHOP FOR CHANGE Home Find products Meet sellers Search... Go

Home > Find products > Your basket (0 items)

Find products

This is handmade empowerment Products with impact < >

Categories
Countries
Select country...
Development goal
Select a goal...
Price
\$10 \$20 \$50 \$100 \$200+

Products with impact
Here is where you can discover handmade products where a majority of profits go towards fighting poverty and hunger. This is just one of the social impacts supported by sellers on The Shop for Change.

\$20
Sankofa Pot Holder
by Until There's

\$35
Ta Tha Du Scarf
by WEFTshop

6. Модель рыночных связей

Кейс: Проект «Больше чем покупка» по реализации продукции СП на автозаправочных станциях Лукойл

Сфера деятельности	Реализация товаров социальных предприятий в магазинах при АЗС Лукойл
Социальная миссия	Дополнительный доступный канал продаж в Москве для продукции социальных предприятий: В проекте приняли участие следующие СП: ИП Гаврилов («Веселый Войлок»), «Наивно?Очень!», ООО «Помогать легко», ИП Черникова, ООО «Экокластер»
Объемы	1-30% от ежемесячного объема реализации социальных предприятий, сотрудничающих с Лукойлом
Ценовая модель	Торговая наценка при реализации товаров СП
Дополнительные инновации	Необычный канал продаж для небольших социальных предприятий

6. Модель рыночных связей

Кейс: Проект «Больше чем покупка» по реализации продукции СП на автозаправочных станциях Лукойл



7. Модель организационной поддержки



Что продают: товары и услуги

Кому продают: открытый рынок

Вид бизнес-модели: внешняя (доходы коммерческих фирм финансируют социальные программы, не связанные с коммерческой деятельностью)

Социальное воздействие: помощь социально-незащищенным слоям общества, развитие местных сообществ, борьба с бедностью

7. Модель организационной поддержки



Кейс: BRAC, Бангладеш

Сфера деятельности	Микрокредитование, комплексное развитие общин (стимулирование и помощь в производстве сельхозпродукции, рыболовстве, организации кооперативов, в развитии сельских ремесел, планировании семьи, здравоохранении, профессиональной подготовке женщин и строительстве общественных центров), минимальные доступные программы добровольного медицинского страхования для беднейших слоев населения, программа начального образования для сельских детей, открытие сельских библиотек с доступом в интернет, финансирование малого предпринимательства, информационно-коммуникационные услуги
Миссия	борьба с бедностью
Бизнес-модель	Самофинансирования - 70-80% за счет собственных коммерческих предприятий в молочной и пищевой отраслях, а также за счет сети розничных магазинов ремесленных товаров Aarong, остальное – за счет пожертвований

7. Модель организационной поддержки

Кейс: BRAC, Бангладеш



[For Partners](#) | [For Media](#) | [For Researchers](#) | [FAQ](#)

А А А

[Who We Are](#)

[What We Do](#)

[Where We Work](#)

[Get Involved](#)

[Stay Informed](#)

Google™ Custom Search

Search

BRAC supported secondary schools
achieved 93.1% pass rate



[DONATE NOW](#)



[Newsletter Sign up](#)

Stay informed by signing up for our newsletter.

First Name

Last Name

Email

7. Модель организационной поддержки:

Кейс «Ковчег» и «Мерси»

НКО «Мерси»

← прибыль

Кафе «Ковчег»

Направления деятельности:

- предоставление бесплатного питания бездомным;
- юридическая помощь и защита прав бездомных;
- реабилитация людей с алкогольной и наркотической зависимостью;
- обучение и трудоустройство бездомных.

Бенефициары:

- Бездомные
- Люди с алкогольной и наркотической зависимостью

Специализация:

Семейное доступное кафе без курения и алкоголя

Клиенты:

Семьи с детьми, стремящиеся к здоровому образу жизни

8. Модель франчайзинга



Кейс: Школа социальных предприятий, Великобритания

Сфера деятельности	Обучение социальных предпринимателей
Социальная миссия	Продвижение социального предпринимательства, повышение его устойчивости и выживаемости
Объемы	С 1997 г. В Школе прошли обучение более 1000 социальных предпринимателей. 8 франшиз в Великобритании, 2 в Австралии, 1 в Канаде
Продукты	Годичный курс для начинающих социальных предпринимателей «обучения действием», ряд специализированных коротких программ, например, по социальному франчайзингу, работе с государственным сектором и развитию продаж для социальных предприятий.
Прочие виды деятельности	Ежегодно выдает более £ 1 млн. грантов для социальных предпринимателей
Франшиза предлагает	бренд, учебную программу, помощь в старт-апе, а также консалтинг в течение срока действия договора

8. Модель франчайзинга



Кейс: Школа социальных предприятий, Великобритания

school for social entrepreneurs

DONATE

Search our site

LOCATIONS OUR COURSES LIFE AT SSE OUR IMPACT GET INVOLVED

Login About us Contact us News

What's on your mind?

We can help make your idea a reality

FIND A COURSE

8. Модель франчайзинга

Кейс: Ресторан «В темноте?»

Сфера деятельности	Ресторан, в котором работают только слабовидящие официанты и где клиенты также проводят время в темноте.
Социальная миссия	Трудоустройство слабовидящих людей, знакомство здоровых с восприятием слабовидящих и изменение отношения к инвалидам в обществе
Объемы	Международная франшиза, в России имеет 2 ресторана в Москве и Петербурге.
Франшиза предлагает	Схема франчайзинга в этой компании предполагает создание предприятия «под ключ», включая бренд, технико-экономическое обоснование, подбор и подготовку помещения, подбор и обучение персонала. Инвестор несет расходы, непосредственно связанные с помещением и персоналом. Договор франшизы заключается на 10 лет.


8. Модель франчайзинга

Кейс: Ресторан «В темноте?»


HOME МЕНЮ ЗАКАЗ СТОЛИКА ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН НОВОСТИ ГАЛЕРЕЯ


В ТЕМНОТЕ?! НЕОБЫЧНЫЙ РЕСТОРАН

ВНИМАНИЕ АКЦИЯ!
с 1 по 30 июня
Для участников нашей группы
ВКонтакте **СКИДКИ!!!**
10% на все подарочные сертификаты!
Вступи в нашу **группу ВКонтакте** и получи
скидку!
Заказы принимаются в **интернет магазине**



www.v-temnote.ru

 Подарочный сертификат
на две персоны
VIP
000351
Ужин
В ТЕМНОТЕ?!

 Подарочный сертификат
на две персоны
000351
Ужин
В ТЕМНОТЕ?!

9. Модель партнерства

Кейс: GrameenPhone, Бангладеш

Сфера деятельности	Телекоммуникационные услуги и доступ к мобильной связи
Социальная миссия	Дешевая мобильная связь и доступ к интернету и средствам коммуникаций для жителей сельских районов Бангладеш
Объемы	Ок. 500 Информационных центров местных сообществ, 210 000 индивидуальных предпринимателей участвуют в программе продаж в сельской местности бюджетных мобильных телефонов и доступной мобильной связи
Продукты	Создание Информационных центров местных сообществ в сельской местности; Распространение в сельской местности бюджетных мобильных телефонов и доступная мобильную связь для деревенских жителей Бангладеш
Прочие виды деятельности	Развитие сети мобильной связи (ок 11 000 базовых станций), предоставление сети и трафика в аренду

9. Модель партнерства

Кейс: GrameenPhone, Бангладеш



About Us

Products and Services

Business

Mobile Lifestyle

Follow Your Favorite Teams
and **players** throughout the **#WorldCup**
Type **#GoalGP** to 9594 to get started!

প্রথম আলো

grameenphone +

The banner features a soccer ball on a green field with a blue and white geometric pattern in the background. It includes the GrameenPhone logo, a Twitter icon, and the Bengali text "প্রথম আলো".