



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”
„Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi”
„Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020”
Materiał przygotowany na zlecenie Kujawsko-Pomorskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Minikowie

Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości
na obszarach wiejskich

Marketing gospodarstwa edukacyjnego

Anna Stachniuk - *DORADZTWO STRATEGICZNE* Anna Stachniuk

09-10.03.2023

KPODR Minikowo





ANNA STACHNIUK
STRATEG BIZNESOWY

strateg biznesowy, doradca
marketingowy

praktyk marketingu i HR,
wdrożeńowiec EB

wykładowca WSB,
ekspert w zakresie brandingu

www.annastachniuk.com
strategia@annastachniuk.com





Obraz twoją wizytówką

- <https://zagrodaedukacyjna.pl>
- produktyregionalne.edu.pl
- agroturystyka.edu.pl
- www.sudeckazagroda.pl
- https://www.youtube.com/watch?v=c1tmOTX_2Xs YT Sudecka Zagr. Edu.
- Muzeum Skansen Rolny Golinowscy FB
- <https://pomorskie.travel/artykuly/kraina-w-krate/>
- <https://wszedobylscy.com/pomorze-kraina-w-krate/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=Yn0Cxewgj5E> Makłowicz na d Słupią
- <https://www.youtube.com/watch?v=4cu951-fbg4> Koziółek Suchodołek YT
- OMG <https://www.youtube.com/watch?v=ETLctLJp6t0> Bazyl YT

Studia podyplomowe



<http://www.idenbus.com> współpraca z biurem podróży

<https://warsztatypszzelarskie.pl/>

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100029157352712>

www.agro-chata.pl

<https://www.facebook.com/AGRODEO>

www.konskazagroda.eu

<https://www.facebook.com/KoziaDolinaOjrzanowo>

https://www.instagram.com/mandragora_park/

<https://www.instagram.com/lesnyklubkolacyjny>

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100063895839877>

<https://www.facebook.com/kupsemiod>

<https://m.facebook.com/100063806267150/>

www.bobolin.com.pl

<https://www.ajmaraya.com/>

"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"



TIK TOK

"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"

Strona główna Zagnedy O sieci



WIEC KOLONIA LUBUSKIE
NA BABKA. Zagroda Edukacyjno –
a”
5.000 000



ONE MAŁOPOLSKIE
onym gaju”
5.000 000



7 DZIWIKA - WARMICKIE
awendowa Sielanka
5.000 000



9 CENICE - LUBUSKIE
Gospodarstwo Agroturystyczna Zielony
Zakątek
5.000 000



9 STARY DWÓR - DOLNOŚLĄSKIE
Jodłowy Młyn
5.000 000



9 JAWORC - LUBUSKIE
Taberscy Sp. Jawna; Karczma Taberska
5.000 000



9 SĄPI - ŁÓDZKIE
SAPYSZVILLAGE
5.000 000



9 LUTOSKA - ŁÓDZKIE



9 STARY DWÓR - DOLNOŚLĄSKIE



La Strona główna Zagnedy O sieci



9 LUBSTYK - WARMICKO-WARSZAWSKIE
Pszczółka Nauka i zabawa w lesie
5.000 000



9 FORDA - WARMICKO-WARSZAWSKIE
Zagroda Edukacyjna Warmińska Pszczółka
5.000 000



9 OLSZAN - DOLNOŚLĄSKIE
DYNIOWY ZAKĄTEK
5.000 000



9 OLSZAN - OLSZAN
HODOWLA ALPAK AJMARAYA
5.000 000



9 KAZIMIERZ - DOLNOŚLĄSKIE
Drzewińska Zagroda
5.000 000



9 KAWCZES - DOLNOŚLĄSKIE
Kowalowe Wzgórze
5.000 000



9 WIELA - ŚLĄSKIE



9 FORDA WIELKA - MAŁOPOLSKIE

"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"

Nie wprowadzaj w błąd:
gdy w ofercie są zajęcia z końmi, pokaż konie

The screenshot shows the website for 'Agroturystyka Pod Lipą'. The header includes navigation links: Strona główna, Zagrody, O sieci, Aktualności, Dołącz do nas, and Kontakt. The main content area features a gallery of images related to the farm, including cows, a garden path, and a wooden building. Below the gallery is a list of educational programs:

- 1. Hortiterapia - uzdrawiające właściwości ogrodu
- 2. Dawne ciastka babci Czesi
- 3. Konie, jakimi są dla każdego
- 4. Co w trawie piszczy - robimy własny zieleń
- 5. Z wizytą w zagrodzie

The third item, 'Konie, jakimi są dla każdego', is circled in red. Below the list, there is a section for 'Tematyka zajęć edukacyjnych' with icons for Ekologia, Przetwórstwo spożywcze, Kuchnia domowa, and Przyroda. The footer includes the website's logo and contact information.

"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"

Copywritting



ROZRUSZAJ MIĘŚNIE.

**ZDOBĄDŹ
GÓRĘ!**

Doświadcz piękna natury.
Sięgnij po szczyt!





Opis

Gospodarstwo agroturystyczne „Agro u Murzyna”, znajduje się 5 km od Parku Jurajskiego w Bałtowie. To nowo postawiony dom, który jest do wyłącznej dyspozycji gości, a droga wjazdowa prowadzi przez piękny wąwóz. Gospodarstwo, położone jest w cichej i spokojnej okolicy, gdzie można posłuchać śpiewu ptaków, spędzić czas wśród przemiłych zwierząt tj: kaczek mandarynek, bażantów, łaciatych królików, rasowych gołębi, kur niosek, pokarmić i poprzytulać się do ALPAK. Alpaki, to takie cudne, urokliwe, spokojne i inteligentne zwierzęta. Zastryk pozytywnej energii, po spotkaniu z takim zwierzątkiem, mamy na 100% zapewniony. Wokół domu, znajduje się zagajnik i rzeka. Dla gości odwiedzających gospodarstwo istnieje możliwość przygotowania domowych posiłków z produktów z własnego gospodarstwa: śniadania, obiady, kolacje oraz pyszne desery - domowe wypieki. Goście latem mogą delektować się owocami z przydomowego ogrodu, gdzie królują maliny w kilku odmianach. Na terenie gospodarstwa, można zorganizować przyjęcie rodzinne, spotkanie ze znajomymi lub piknik z ALPAKAMI. Można spokojnie wypocząć, rozpalić ognisko lub grilla. W wolnym czasie, można korzystać z uroków otoczenia: jeździć na rowerach, grać w piłkę, badmintona, opalać się. Gospodarstwo posiada także doskonałe warunki dla dzieci tj: plac zabaw, piaskownicę, zjeżdżalnię, trampolinę, huśtawkę, basenik dla dzieci, hamak, quad, zabawki dla chłopców i dziewczynek. Zimą są doskonałe warunki do zjeżdżania na sankach. Dom jest na górze, a obok domu zejście na łąkę i nad rzekę. Doskonała baza noclegowa: na parterze: salon - jadalnia, kuchnia, łazienka, na piętrze: 5 pokoi w pełni wyposażonych z łazienkami. Istnieje możliwość wynajęcia całego domu. PARKING - na terenie posesji. Teren ogrodzony. Można też zwiedzić okoliczne miejsca zabytkowe: Kościół w Siennie, kopalnię krzemienia w Krzemionkach, fabrykę porcelany w Ćmielowie. Jura Park - 5 km Kopalnia Krzemionki - 12 km Fabryka porcelany - 25 km Sandomierz - 50 km Kazimierz - 43 km Góry Świętokrzyskie - Św. Krzyż 60 km Pływalnia Ostrowiec - 25 km Łowisko- stawy rybne - Sienno 4 km SKLEP spożywczy - 4 km w Siennie, 5 km w Bałtowie.

Programy edukacyjne realizowane w gospodarstwie



murzyna

★★★★★ Brak ocen

agroumurzyna@gmail.com

501 386 395

www.facebook.com/Agro-u-Murzyna

Trzemcha Górna 59, 27 – 350 Sienno

Zobacz na mapie ↗

Facebook



"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"



A A A

kontrast strony



Strona główna

Zagrody

O sieci

Aktualności

Dołącz do nas

Kontakt



Opis

Programy edukacyjne

Tematyka zajęć

Zakres oferty

Adresaci

Mapa

Opis

Gospodarstwo prowadzi zajęcia edukacyjne dla dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym od ponad 10 lat. Celem zajęć jest przybliżenie dzieciom pracy w gospodarstwie, możliwość obcowania ze zwierzętami - krowy, owce, krowy, konie, kury, psy, koty, a także zwrócenie uwagi na różnorodność środowiska naturalnego i jego ochronę.



Zajęcia pieczenia chleba odbywają się w tradycyjnej zabytkowej kuchni. Dzieci samodzielnie wyrabiają ciasto i formują swoje własne chlebki, które po upieczeniu zabierają do domów. Dojenie kóz odbywa się na specjalnym stanowisku gdzie każde dziecko uczy się doić i jednocześnie dowiaduje się, skąd się bierze mleko. Później następuje degustacja. Poznawanie żab, kolejny ciekawy program, uczymy tutaj szacunku do stworzeń, różnorodności, ich roli w środowisku i ochrony. Każdy z programów zakończony jest ogniskiem z kiełbaskami i zabawą. Chętnie przyjmujemy dzieci, również z rodzinami, jest to bardzo ciekawa praca dająca wiele satysfakcji.

Gospodarstwo położone jest na kolonii, posiada 45 ha ciekawej zróżnicowanej przyrodniczo ziemi. Wyposażone jest w pomieszczenia do pracy z dziećmi, plac zabaw, toalety.

Programy edukacyjne realizowane w gospodarstwie



"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"



Farma Mazurska
MASURENHOF

★★★★★ Brak ocen

marta@masurenhof.info

87 619 77 05

www.masurenhof.pl

Szarejki 14, 19-300 Ełk

Zobacz na mapie ↗

Facebook



Do kogo kierujemy naszą ofertę?

- ✓ Nie masz czasu pobawić się z dzieckiem, bo mieszkanie krzyczy - Posprzątaj mnie!
- ✓ Niespodziewanie wpada do Ciebie rodzina lub znajomi, a w mieszkaniu jest Armagedon!
- ✓ Lubisz kiedy otacza Cię ład i harmonia, a nie masz czasu by o to zadbać?
- ✓ Rezygnujesz z siłowni, aktywności, czasu ze znajomymi by zająć się sprzątaniem domu?
- ✓ Szukaliście „Pani do pomocy” ale po chwili chorowała lub miała inne sprawy i nie była ani terminowa ani dokładna?!

Jedna z powyższych opcji już klasyfikuje do otrzymania oferty!

Jeśli jesteście zainteresowani uwolnieniem swojego czasu, potrzebujecie rady fachowca i marzycie o czystości zapraszamy do zapoznania się z naszą ofertą. Nasi koordynatorzy chętnie odpowiedzą na Wasze pytania. Zapraszamy do zakładki Dla Domu i Dla Firmy, gdzie znajdziecie nasze cenniki i zakres usług.

facebook

Kontakt

Adres



"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"



Reklama na TikToku krok po kroku

Do uruchomienia kampanii reklamowej na TikToku będziemy potrzebowali kilku rzeczy:

- Założenia TikTok Ads Managera
- Weryfikacji konta
- Wgrania pixela TikToka
- Skonfigurowania zdarzeń w sklepie internetowym/na stronie www

Jak utworzyć TikTok Ads Managera?

Pierwszym krokiem jest wejście na stronę biznesową TikToka, którą znajdziesz [TUTAJ](#).

Musimy tu wypełnić potrzebne dane do logowania, a następnie wpisać kod weryfikacyjny. W kolejnym ekranie przechodzimy już do samego utworzenia konta reklamowego.

Jak założyć konto reklamowe?

W panelu tworzeniu konta na początku podajemy podstawowe informacje dotyczące firmy. Czyli:

- Kraj

Privacy & Cookies Policy





Morsowanie w Jeziorze Forbin Zimą

Od późnej jesieni do wiosny zapraszamy na wspólne, **poranne morsowanie w Jeziorze Forbin z Instruktorem** w wybranych terminach. Przygotowaliśmy specjalną infrastrukturę zachęcającą do chłodnych kąpieli na prywatnej plaży z cudownymi, relaksującymi widokami. Nasz Instruktor opowie Wam o dobroczynnych skutkach krioterapii, właściwym przygotowaniu i będzie towarzyszyć podczas całego seansu. **Nowość! Połącz morsowanie z Seansami w Saunie nad brzegiem Jeziora Forbin!**



Strona korzysta z plików cookies aby świadczyć usługi na najwyższym

Prywatny Live Cooking przy stoliku

Przepis na niezapomniany wieczór. Jedno z popisowych dań Szefa Kuchni zostanie przygotowane **przy Państwa stoliku na specjalnej stacji do gotowania na żywo**. W trakcie atrakcji nasz kucharz chętnie odpowie na Wasze pytania odnośnie filozofii naszej kuchni czy tajników przygotowywanych dań. Wśród możliwych dań w tej formule znajduje się m.in. tagliatelle serwowane wprost z kręgu parmezanu podawane z grzybami i truflą.



Copywritting



ROZRUSZAJ MIĘŚNIE.

**ZDOBĄDŹ
GÓRĘ!**

Doświadcz piękna natury.
Sięgnij po szczyt!



Copywritting

- Pamiętaj o graficznym układzie tekstu:
- Nagłówki, tytuł, podtytuł
- Wytłuszczenia
- Zadawaj pytania
- Nie bądź formalny
- Hasła:
 1. 5 powodów by
 2. 5 cudów, 7 technik,



Copywritting

- Pamiętaj do kogo piszesz, jakie ma potrzeby
- Używaj języka korzyści, czyli **co ktoś uzyska**, a nie jaki TY jesteś
- Pisz prosto:
 1. krótkie zdania,
 2. proste słowa,
 3. stosuj odstępy między wątkami.
 4. używaj punktorów
 5. używaj haseł i porównań
- Ćwiczenie
- „życie jest jak pudełko czekoladek, nigdy nie wiesz na co trafisz”

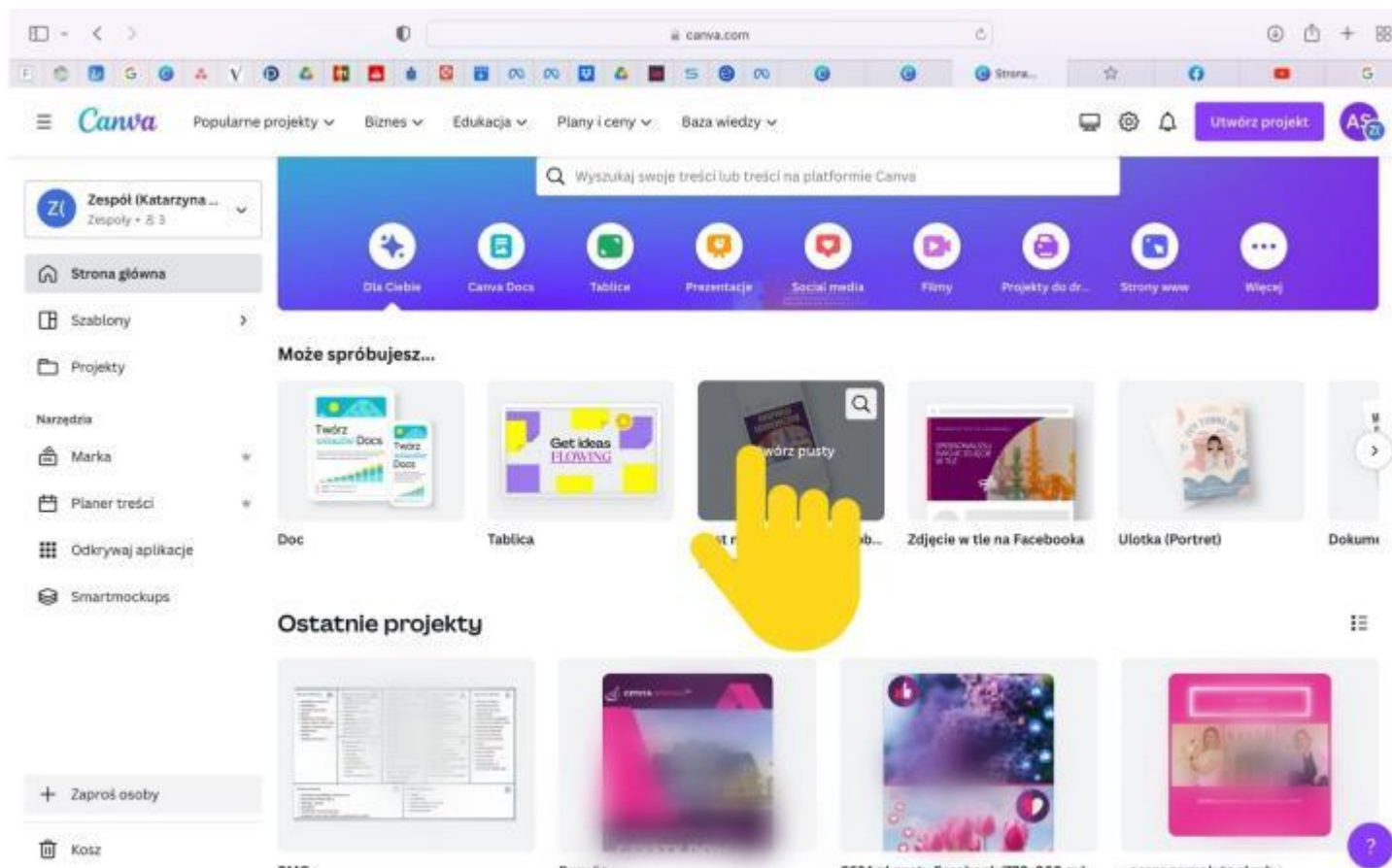


Canva

- Formaty
- Projekty i higiena pracy
- Obróbka zdjęć (usuwanie tła, dodawanie cieniowania/ramek, rozmycie)
- Style

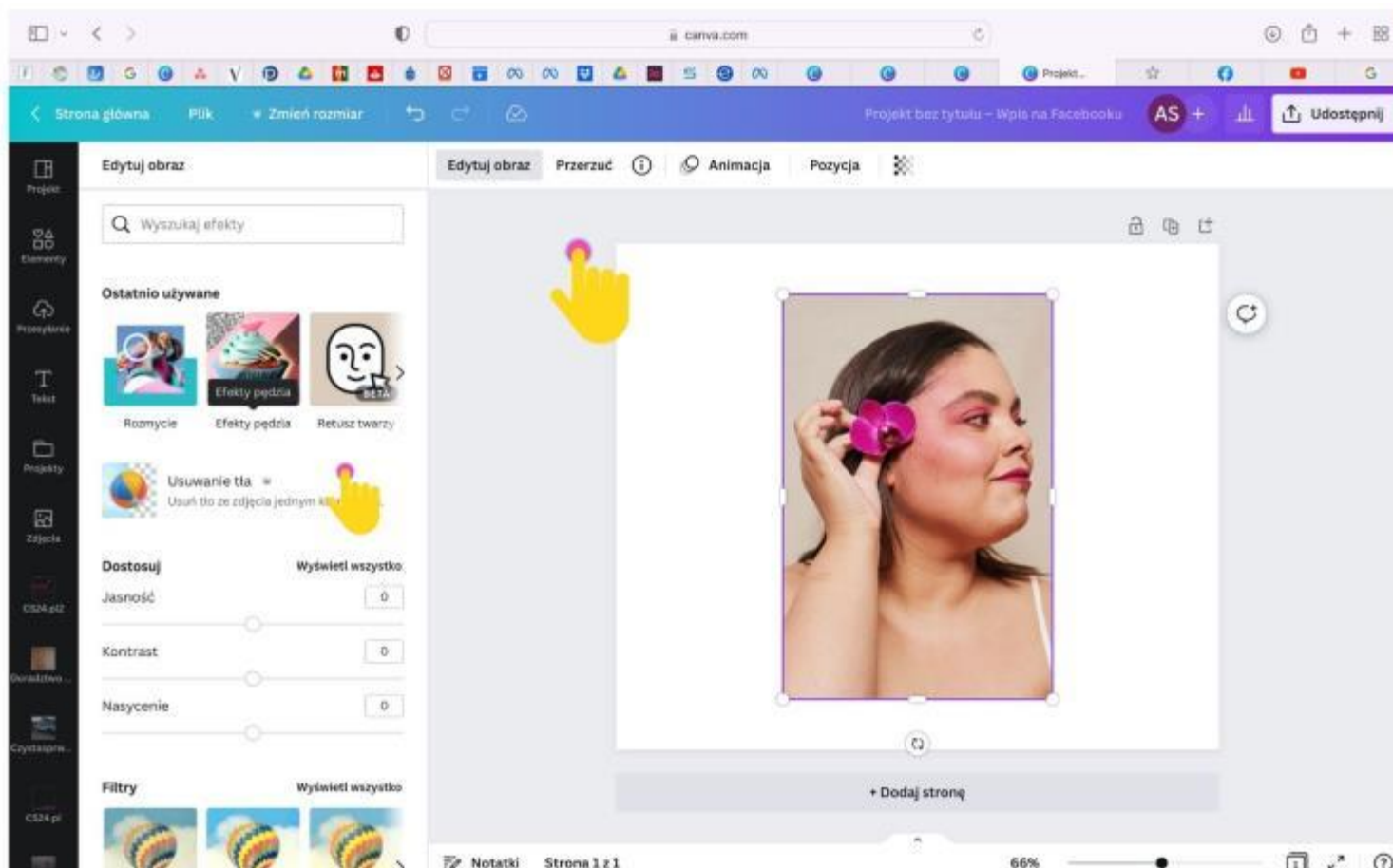


Canva



"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"

Canva



Manager reklam i planner publikacji FB/INSTA

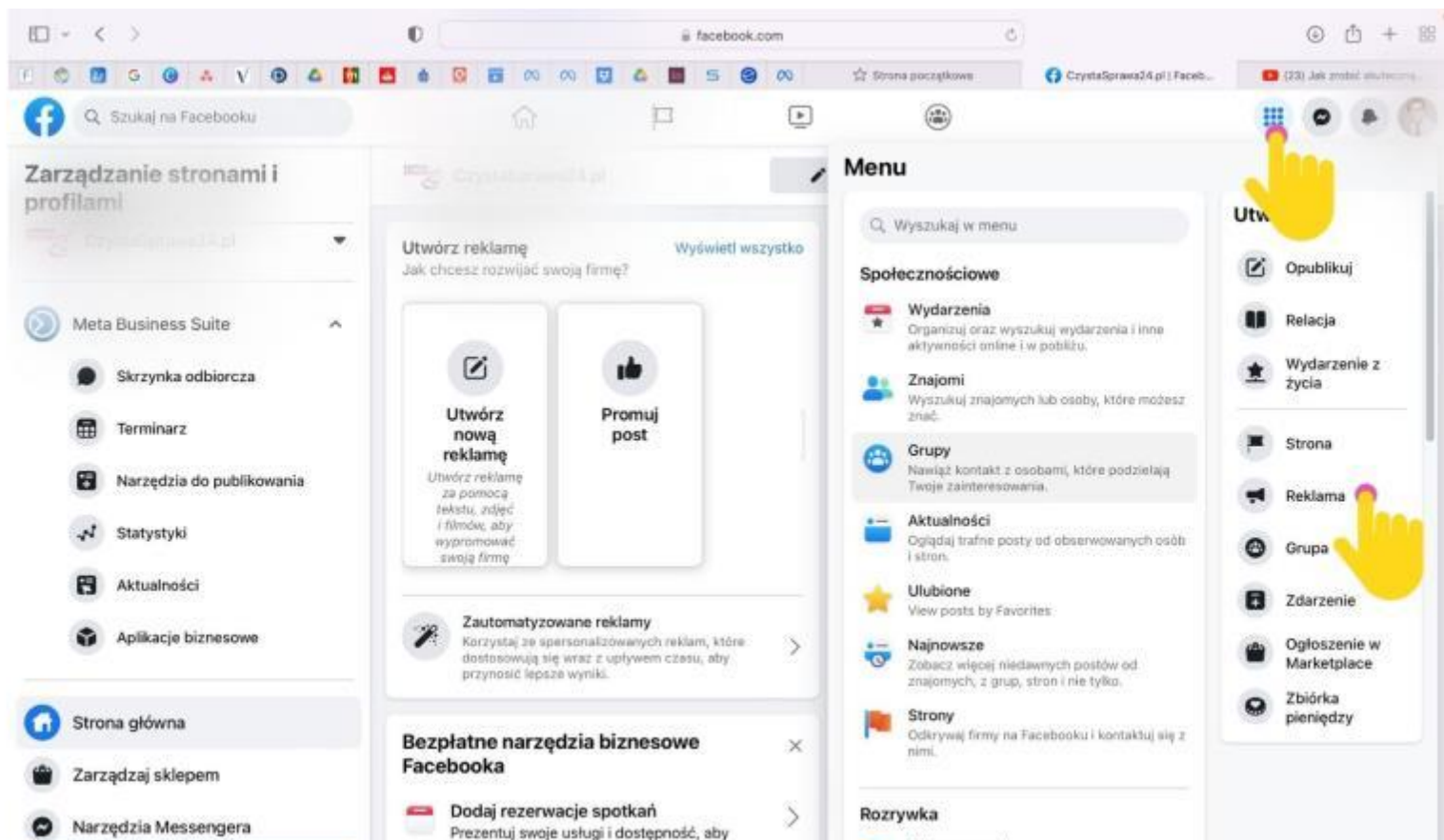
- META BUSINESS SUITE

<https://www.facebook.com/business/tools/meta-business-suite/>

Z poziomu strony możesz zawsze się przemieścić do tego modułu.



Manager reklam FB



Manager reklam FB

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. A modal window titled "Utwórz nową kampanię" (Create new campaign) is open, guiding the user through the process. The modal includes a sub-header "Nowy zestaw reklam lub nowa reklama" (New ad set or new ad). It informs the user that they now have 6 simplified objectives to choose from, which are designed to align with business goals. The modal lists the following objectives: Rozpoznawalność (Brand awareness), Ruch (Reach), Aktywność (Engagement), Kontakty (Leads), Promocja aplikacji (App promotion), and Sprzedaż (Sales). A "Znajdź swój cel" (Find your goal) button is present. Below the list, there is a section titled "Wybierz cel kampanii" (Choose a campaign objective) with a list of objectives and a "Znajdź swój cel" button. A diagram illustrates the relationship between campaign objectives and business goals, showing a path from a campaign objective to a business goal. The background shows the main Ads Manager interface with a list of campaigns and a sidebar with navigation options.



Manager reklam FB

- Kampanie- ustawiamy cel

Np. ruch- Przekierowanie do naszej strony www

Aktywność- jak największy zasięg i reakcje

- Zestawy Reklam- do kogo- persona grupa docelowa
- Reklama- ustawienia jej parametrów



Manager reklam FB

- Po ustawieniu celu- KONTYNUUJ
- Upewnij się że reklama będzie kierowana na Polskę, Waluta to złoty i czas Warszawa- Dalej
- Zestawy Reklam-(grupa docelowa)
- Lokalizacja (miasto plus zasięg km), wiek 25-55 lat,
- Nie musisz ograniczać płci
- Nie ograniczaj zasięgu po zainteresowaniach lub ogranicz jeśli jest bardzo wąski i nie ma potrzeby działać szeroko
- Przetwórz budżet na całkowity(a nie dzienny) i ustaw minimum 4 dni trwania kampanii, wyświetlanie na FB i INSTA- KONTYNUUJ
- Reklama- ustawienia- Możesz dodać różne zdjęcia linki lub kliknij: Użyj istniejącego posta, Potwierdź, dodaj kartę



Manager reklam FB

- Zakładka rozliczenia tam widać gdy rozliczenia zwiększają limity i można wymusić płatność, widać ile trzeba zapłacić
- Zakładka Terminarz bezpośrednio na funpage przenosi Cię do planowania Postów, Relacji i wrzucania gotowych Reelsów zarówno na Fb i Insta (gdy konta są połączone)



Terminarz FB

Terminarz
Organizuj swój kalendarz marketingowy poprzez tworzenie zawartości, planowanie jej i zarządzanie nią.

Utwórz reklamę Utwórz

Tydzień Miesiąc < Dzisiaj > **marca 2023** Typ zawartości: Wszystkie Udostępnione na: wszystkie

niedz. 5 pon. 6 wt. 7 **śr. 8** czw. 9 piąt. 10 sob. 11

00:00 10:00 10:00 10:00 10:00 10:00

Zarchiwizowane

Aktywne

Aktywne

Aktywne

Wersje robocze postów

Brak postów w wersji roboczej
Nie utworzono jeszcze żadnych postów w wersji roboczej.

Utwórz post

Zaplanuj publikację posta
Zaplanuj relację
Utwórz rolkę
Rozpocznij transmisję na żywo
Zaplanuj reklamę

Zaplanuj



business.facebook.com

Utwórz post

Multimedia
Udostępnij zdjęcia lub film. Posty na Instagramie nie mogą zawierać więcej niż 10 zdjęć.

Szczegóły posta
Tekst

Podgląd Aktualności na Facebooku

Zaplanuj publikację posta

Zaplanuj publikację posta na godziny, w których Twój odbiorcy są najbardziej aktywni, albo ręcznie wybierz datę i godzinę publikacji posta w przyszłości.

Facebook

11 marca 2023 10:00 AM

Terminy aktywności odbiorców

Dziś, 8.03 19:00	Jutro, 9.03 19:00	piąt., 10.03 19:00
---------------------	----------------------	-----------------------

Anuluj Zapisz

Opcje planowania Opublikuj teraz Zaplanuj Zapisz jako wersję roboczą

Zaplanuj publikację posta na godziny, w których Twój odbiorcy są najbardziej aktywni, albo ręcznie wybierz datę i godzinę publikacji posta w przyszłości.

Facebook

11 marca 2023 10:00 AM

☐ Promuj post

Anuluj

Lubię to! Skomentuj Udostępnij



"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"

business.facebook.com

Utwórz post

Multimedia
Udostępnij zdjęcia lub film. Posty na Instagramie nie mogą zawierać więcej niż 10 zdjęć.

Dodaj zdjęcie Dodaj film Użyj szablonu

Szczegóły posta

Tekst

Opcje planowania Opublikuj teraz Zaplanuj Zapisz jako wersję roboczą

Zaplanuj publikację posta na godziny, w których Twój odbiorcy są najbardziej aktywni, albo ręcznie wybierz datę i godzinę publikacji posta w przyszłości.

Facebook

11 marca 2023 10:00 AM

☐ Promuj post Anuluj Zaplanuj

Podgląd Aktualności na Facebooku

CzystaSprawa24.pl
Przed chwilą

Lubię to! Skomentuj Udostępnij

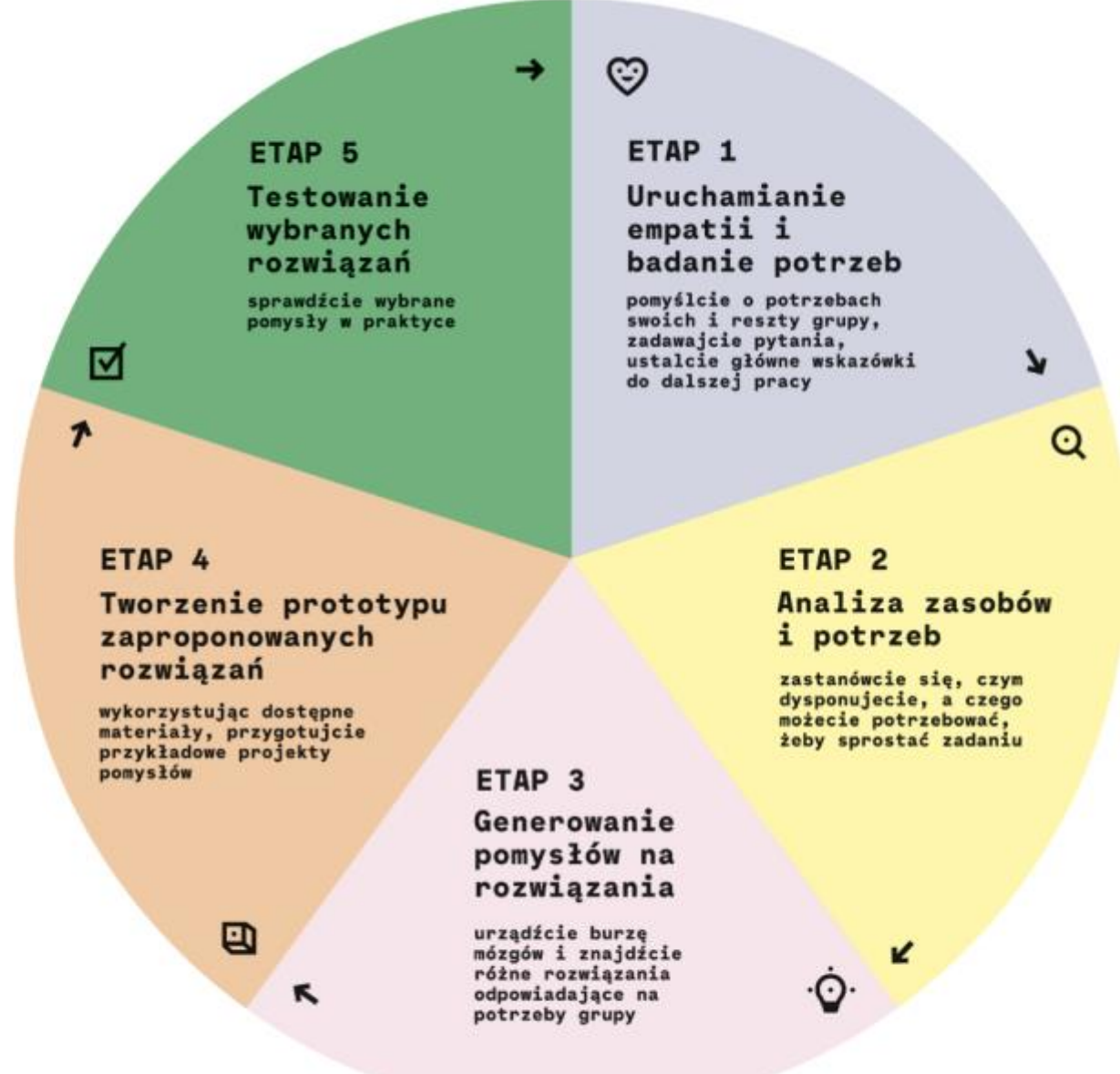


"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"

Przykładowa mapa empatii użytkownika



Koło Design Thinking





Hanna Broniewicz-Górska- nauczycielka

- Pracuje w szkole od wielu lat
- Uczy przyrody
- Ma 40 lat, jest aktywna uczy dzieci ciekawości świata
- Ma swoje dzieci 2, w wieku szkolnym
- Lubi zdrowy styl życia, biega
- często kupuje produkty ze wsi
- Ma psa





Kamila Tomasik- matka

- mężatka, lat 35,
- Dbą o zdrowie
- Ma 2 pieski
- Często testuje diety pudełkowe, liczy kalorie, uwielbi wszystko co naturalne
- Kupuje na ryneczkach świeże produkty, serwuje znajomym zdrowe przekąski
- Lubi ciekawostki smakowe, ładnie podane, często wrzuca zdjęcia tego co ma na talerzu na Instagram
- Uwielbia swoje dziecko, zawsze chce zdjęcia ze szkolnych wypadów, jej córka jest zawsze pierwsza zapisana na atrakcje szkolne
- Pracuje w korporacji, nie jest na eksponowanym stanowisku, ale jest specjalistką
- Jej rodzina jest liczna, jej starsza siostra też ma dzieci

Mów językiem swojego klienta



BMI • Business model canvas

● Key partners Who are your most important partners? Which key resources do you acquire from partners? Which key activities do your partners perform?	● Key activities What are the activities you perform every day to create & deliver your value proposition?	● Value propositions What is the value you delivery to your customer? Which of your customer's problems are you helping to solve? What is the customer need that your value proposition addresses? What is your promise to your customers? What are the products and services you create for your customers?	● Customer relationships What relationship does each customer segment expect you to establish and maintain?	● Customer segments For whom are you creating value? What are the customer segments that either pay, receive or decide on your value proposition?
● Cost structure What are the important costs you make to create & deliver your value proposition?	● Key resources What are the resources you need to create & deliver your value proposition?		● Channels How does your value proposition reach your customer? Where can your customer buy or use your products or services?	
		● Revenue streams How do customers reward you for the value you provide to them? What are the different revenue models?		



1. PROPOZYCJA WARTOŚCI
2. SEGMENTY KLIENTÓW
3. KLUCZOWE ZASOBY
4. KLUCZOWE DZIAŁANIA
5. KLUCZOWI PARTNERZY
6. RELACJE Z KLIENTAMI
7. KANAŁY
8. KOSZTY
9. PRZYCHODY

TOMORROW
YOU WILL WISH
YOU HAD
STARTED TODAY.



JUST DO IT



11 h • 5
Business idea - pomyslowy marketing!
Zobacz tłumaczenie



**MATEUSZ, KRZYSZTOF, MACIEJ,
ANDRZEJ, WIKTOR, ŁUKASZ,
KUBA, KACPER, EMIL, RAFAŁ,
SFRASTIAN KAMII I DOMINIK**

231

Komentarze: 1 208 • Udostępniono 91 razy



Lubię to!



Dodaj komentarz



Udostępnij



Łukasz Wojciechowski

Amatorzy... A gdzie taśma na usta?

Lubię to!

Odpowiedz

4



"Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich"

**"Design is as much a
matter of finding
problems as it is
solving them."**

Bryan Lawson

@we.are.xdi

48

7 komentarzy



Poleć



Skomentuj



Udostępnij



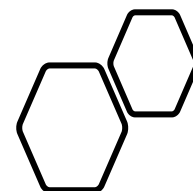
Wyślij



Steven Forth · 2.

Co-Founder at Ibbaka Performance

Yes, but how do we go about finding and



IF YOU HAVE
THE POWER TO
MAKE SOMEONE
HAPPY, DO IT.
THE WORLD
NEEDS MORE
OF THAT.

- **Propozycja Wartości:**

- Jaką wartość dajesz klientom?
- Jakie problemy rozwiązujesz?
- Jakie potrzeby zaspokajasz?
- Jakie zbiory usług i produktów oferujesz?
- Czy klient kupuje młotek czy chce wbić gwóźdź?
- Wilk z Wall Street – scena z długopisem
- PO CO? DLACZEGO?



IF YOU HAVE
THE POWER TO
MAKE SOMEONE
HAPPY, DO IT.
THE WORLD
NEEDS MORE
OF THAT.

- **Propozycja Wartości:**
- Budujemy propozycję wartości dzięki:
 - Propozycji nowości
 - Propozycji lepszej wydajności
 - Propozycji dostosowania do indywidualnych potrzeb
 - Propozycji lepszej skuteczności/ niezawodności (Rolls-Royce)
 - Propozycji designu (projektanci)
 - Propozycji wyznaczenia statusu –marki (Apple)
 - Propozycji lepszej ceny
 - Propozycji niższych kosztów
 - Propozycji mniejszego ryzyka
 - Propozycji ciągłej dostępności
 - Propozycji wygody i użyteczności



**YOU HAVE
TO WANT IT
MORE THAN
YOU'RE
AFRAID OF IT**

Segmenty klientów:

- Rynek masowy- grupa podobnych odbiorców, duża
- Rynek niszowy- odbiorcy indywidualni, wyselekcjonowani, wymagający
- Segmentacja własnych klientów ze względu na różne asortymenty- różne strategie produktowe
- Dywersyfikacja klientów- Amazon sprzedaż detaliczna online oraz sprzedaż Cloud Computing
- Wielostronna platforma- karty kredytowe użytkownicy i punkty obsługujące



NO ONE
IS YOU
AND THAT
IS YOUR
POWER

Kluczowe zasoby:

- Jakich kluczowych zasobów wymaga nasza propozycja wartości?
- Jakich zasobów wymagają nasze kanały dystrybucji?
- Ocena stanu jest/brakuje
- Analiza SWOT





Kluczowe zasoby

Rodzaje zasobów:

- Zasoby fizyczne (infrastruktura, środki trwałe, aktywa, pojazdy budynki)
- Zasoby intelektualne (know how, wiedza autorska, cechy marki, aktualna wiedza z rynku- szkolenia)
- Zasoby finansowe (gotówka, zdolność kredytowa, gwarancje bankowe, inwestorzy, płynność finansowa)
- Zasoby ludzkie (podział zadań, silna marka pracodawcy, komunikacja, umiejętności, mała rotacja)



Kluczowe działania:

- Jakie kluczowe działania musisz podjąć by zrealizować propozycję wartości? (analiza SIPOC)
- Jakich działań wymagają kanały dystrybucji?
- Jakich działań wymagają relacje z klientami?



Kluczowi partnerzy:



- Kogo należy uznać za kluczowego partnera-dlaczego?
- Kto jest kluczowym dostawcą?
- Jakie kluczowe zasoby musimy pozyskać od partnerów?
- Kogo potrzebujemy?- może do kluczowych działań trzeba wpisać pozyskanie nowych partnerów?
- Jakie kluczowe działania mogą nam pomóc przeprowadzić partnerzy?
- Czy nasz biznes jest bardzo uzależniony od naszych partnerów?

Kluczowi partnerzy:

Dlaczego Partnerzy są istotni?

- Dzięki nim możesz optymalizować produkcję, procesy
- Obniżasz poziom ryzyka i niepewności np. wprowadzając dywersyfikację dostawców, lub współpracując z konkurentami na określonych polach
- Przyjęcie określonych zasobów lub działań np. zakup licencji, prowadzenie działalności na zasadzie franszyzy.



Relacje z klientami:



- Jakiego rodzaju relacji oczekują od nas przedstawiciele poszczególnych segmentów rynku?- odwołanie do osoby
- Które z oczekiwań już zaspokajamy i ile to nas kosztuje?
- Jak te działania/ relacje są spójne z naszym modelem biznesowym?
- Jak optymalizować relacje i oszczędzać czas?
- Kiedy postawić na kontakt rzeczywisty, face2face a kiedy na obsługę wirtualną?



Relacje z klientami:



Sposoby na budowanie relacji:

- Osobiste wsparcie (opiekun klienta, wsparcie przed i po sprzedaży , call center)
- Dedykowany opiekun klienta (wsparcie klientów kluczowych, zażyłe relacje osobiste)
- Samoobsługa
- Obsługa zautomatyzowana (amazon, indywidualne konto konsumenckie, z sugerowaną ofertą)
- Społeczności- np. społeczność GlaxoSmithKline skupiona wokół walki z nadwagą, społeczność na FB Bydgoszczanie
- Współtworzenie- zachęcanie do interakcji, dzielenia się opinią by poprawiać user experience, wprowadzać innowacje



Kanały:

- Jakimi kanałami nawiązać relacje, kontakt z klientami?
- Jak nawiązujemy kontakty w chwili obecnej?
- Czy nasze kanały są zintegrowane?
- Które kanały są najbardziej opłacalne?



Kanały:



- własne/partnerskie
- bezpośrednie/ pośrednie
- Np. Swoje sklepy, sklepy partnerskie, sklep internetowy,
- przez uczelnię, przez stowarzyszenie,
- przez Internet- social media,
- przez udział w konferencjach, targach
- Przez zespół kierowców
- Przez franszyzę, lokalnych przedstawicieli



STRUMIENIE PRZYCHODÓW- Podstawy na których budujesz założenia strategii :

Na ile klient będzie zdolny zapłacić za Twoją propozycję wartości?

Za co klient płaci obecnie?

Jak wolałby płacić?

Jaki jest udział poszczególnych przychodów?

Rodzaje strumieni Przychodów:

- Sprzedaż aktywów
- Opłata za korzystanie
- Opłata abonencka
- Wypożyczanie i leasing
- Udzielanie licencji
- Prowizje z tytułu pośrednictwa
- Reklama (branża medialna)
- Opłata franczyzowa



STRUMIENIE KOSZTÓW- Podstawy na których budujesz założenia strategii :

Jakie najważniejsze koszty generuje nasz model biznesowy?

Które kluczowe zasoby kosztują najwięcej?

Jakie działania wymagają największych pieniędzy?

Ile wydasz na podtrzymanie relacji i kanałów?

Ile na początku będziesz na minusie?

Po jakim czasie zakładasz stabilizację/wzrost kosztów?

1. Struktury obniżające koszty (oparte na LEAN MANAGMENT,)
2. Struktury skoncentrowane na wartości (wysoka jakość, wyselekcjonowana, indywidualne podejście, bardzo kosztowne)

Rodzaje kosztów:

- stałe/zmienne
- Korzyści skali (wzrost wolumenu produkcyjnego, zakupy hurtowe)
- Korzyści zakresu (wzrost asortymentu, przy tej samej strukturze handlowej)



Ćwiczenie

- Stwórz model biznesowy
- Zaproponuj budżety reklamowe i kanały
- Zaproponuj styl komunikacji



Kluczowi Partnerzy  • specjaliści medyczni • rehabilitacji • szkoły/przedszkola • gmina • platformy promujące • młodzi goście pokazujący obiekt w social mediach • weterynarze • lokalne działaczki/działacze	Kluczowe Działania  • dbałość o otoczenie • spełnienie warunków zagrody edu. • zaistnienie z ofertą lokalnie • współpraca z gminą • udostępnienie twarzy/ osób twórców miejsca jako ambasadorów Kluczowe Zasoby  • zwierzęta • teren/przyroda • zaprzęgi • rehabilitanci • psychologowie prowadzący zajęcia • pasja • chęć niesienia dobra	Propozycje Wartości  • dogoterapia • sposób na integrację rodzinną • integracja koleżeńska • poznanie zasad opieki i wymagań zwierząt • realizacja programu nauczania • wyścigi zaprzęgów • kontakt z naturą, wypoczynek na jej łonie • urozmaicona rzeźba terenu- wycieczki krajoznawcze • rehabilitacja	Relacje z Klientami  • polecenia • kontakt bezpośredni z poradniami psychologicznymi i pedagogami szkolnymi • kontakt z dyrekcją szkół oraz nauczycielami przyrody • współpraca z gminą Kanały  • polecenia • wizyty w szkołach • ulotki u psychologów • FB i Instagram pokazujący psy i atrakcje • Roll-up w zaprzyjaźnionym centrum zdrowia • oferta dla firm eventowych	Segmenty Klientów  • rodziny (rozbite, z wyzwaniami bólu, cierpienia choroby, zadowolone) • rodziny pełne szukające sposobu na wspólny czas • jednostki edukacyjne szkoły/ przedszkola • osoby schorowane/ rozbite emocjonalnie • eventy integracyjne/firmowe • dzieci szkolne i przedszkolne • zaproszenie rehabilitantów do oferowania dogoterapii
Struktura kosztów  • zwierzęta- wyżywienie, weterynarze, • utrzymanie infrastruktury • zaprzęgi - sprzęt • specjaliści • marketing/ Facebook/google • dokładne kwoty Razchodów (w określonym czasie)		Źródła Przychodów  • zajęcia • rehabilitacje • pobyty turystyczne/ Eventy • dokładne kwoty/ ceny • dofinansowania?		

Projekt pn. „**Gospodarstwo edukacyjne - innowacyjna forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich**” ma na celu transfer specjalistycznej wiedzy z zakresu prowadzenia edukacji grup szkolnych w obiektach turystyki wiejskiej, bazującej na zasobach rolniczych polskiej wsi, do osób prowadzących lub zamierzających prowadzić działalność turystyczną na obszarach wiejskich, zainteresowanych prowadzeniem działalności edukacyjnej w formie gospodarstwa edukacyjnego, a także osób zaangażowanych w działania na rzecz rozwoju obszarów wiejskich.

Projekt obejmuje serię szkoleń i spotkań szkoleniowo-informacyjnych, konferencję, wyjazd studyjny, badania oraz wydanie monografii i jest realizowany w ramach Planu Działania Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 Plan operacyjny na lata 2022-2023.

Organizator:



**KUJAWSKO-POMORSKI
OŚRODEK DORADZTWA ROLNICZEGO
w Minikowie**

Partner merytoryczny:



STOWARZYSZENIE
GOSPODARSTW EDUKACYJNYCH
WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO



**Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich**

Odwiedź portal KSOW – www.ksow.pl

Zostań Partnerem Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich.