

**Formularz zgłoszeniowy
do konkursu "Twój Model Biznesowy "**

Część I A:

Dane teleadresowe

Imię:	
Nazwisko:	
Nazwa firmy	
Adres siedziby	
NIP	
Telefon kontaktowy:	
Mail:	

Część B:

Opis dotychczasowej działalności

- 1. Data rozpoczęcia działalności:**
- 2. Branża:**
- 3. Opis kluczowych produktów / usług, historia i doświadczenie w prowadzeniu działalności**

.....

.....

.....

- 4. Opis dotychczasowych klientów (persony przedstawiające grupy docelowe w aktualnie prowadzonej działalności):**

Klient / Persona 1:

Opisz profil Twojego idealnego klienta (tzw. persona). Ustal konkretne cechy demograficzne (wiek, płeć, miejsce zamieszkania), psychograficzne (zainteresowania, wartości, styl życia) oraz zawodowe (branża, stanowisko, poziom dochodów). Przedstaw typowe problemy, z którymi ta persona się boryka, oraz jak Twoja firma pomaga je rozwiązać.

.....

.....

.....

.....

Klient / Persona 2

W przypadku, gdy Twoja firma obsługuje różne segmenty klientów, opisz kolejną personę. Podobnie jak w przypadku Persony 1, określ jej cechy demograficzne, psychograficzne oraz zawodowe. Wskaż, jak różni się od Persony 1 i jak Twoje produkty/usługi są dopasowane do jej potrzeb.

.....

.....

.....

Klient / Persona 3 (opcjonalnie):

Jeśli masz więcej niż dwie główne persony, możesz dodać dodatkowe opisy. Zadbaj o to, aby każda persona była szczegółowo opisana, a różnice między nimi były jasno określone.

.....

.....

.....

5. Obecnie podjęte działania marketingowe:

Opisz działania marketingowe, które Twoja firma aktualnie prowadzi, aby dotrzeć do swoich klientów. Wskaż, jakie kanały komunikacji są wykorzystywane (np. media społecznościowe, e-mail marketing, reklama Google, eventy, współpraca z influencerami) oraz jakie metody promocji stosujesz (np. kampanie rabatowe, programy lojalnościowe, content marketing). Przedstaw również, jakie są wyniki tych działań – czy osiągasz zamierzone cele, jakie są wskaźniki efektywności?

.....

.....

.....

- **Czy firma jest płatnikiem VAT? (Zaznacz odpowiednie)**
 - Tak
 - Nie
- **Czy firma zatrudnia pracowników (forma współpracy i zawartej umowy nie ma znaczenia)? (Zaznacz odpowiednie)**
 - Tak, ile...
 - Nie, ale planuje w przyszłości
 - Nie

Część I C:

Opis wdrażanej w firmie nowości

1. Dokładny opis wprowadzanej nowości:

Opisz szczegółowo, na czym polega wprowadzana nowość. Wskaż, czy dotyczy ona nowego produktu, ulepszenia procesu produkcji, zmiany w strukturze organizacyjnej, nowych kanałów marketingowych czy nowej strategii marketingowej. Przedstaw, jakie konkretne zmiany zostaną wprowadzone i jakie są ich oczekiwane (liczbowo) efekty.

.....

.....

.....

2. Odbiorcy (persony) nowości wprowadzanych na rynek:

Czy nowość jest skierowana do tych samych grup docelowych, co dotychczasowa działalność? Jeśli tak, opisz, jak nowość spełnia potrzeby tych grup. Jeśli nie, wskaż, do jakiego nowego segmentu klienta chcesz dotrzeć.

Klient / Persona 1:

Opisz szczegółowo profil klienta, do którego kierujesz nowość (demografia, psychografia, potrzeby). Możesz odwołać się do segmentów opisanych wyżej.

.....

.....

.....

Klient / Persona 2 (opcjonalnie):

Jeśli istnieją inne ważne segmenty klientów, opisz je tutaj.

.....

.....

.....

3. Planowane metody promocji:

Przedstaw, jak zamierzasz promować swój nowy produkt lub usługę z uwzględnieniem dotarcia do poszczególnych person. Czy będą to działania online (np. social media, marketing szeptany, kampanie reklamowe) czy offline (np. eventy, reklama w prasie)? Opisz planowane kanały promocji oraz strategię komunikacji z potencjalnymi klientami

.....

.....

.....

4. Szczegółowy opis planu na rozwój działalności:

Przedstaw plan rozwoju swojej firmy w kontekście wdrażanej nowości. Jakie kroki planujesz podjąć w najbliższych miesiącach i latach? Jakie cele biznesowe chcesz osiągnąć? Uwzględnij kwestie takie jak skalowanie działalności, pozyskiwanie nowych klientów, czy rozwój oferty.

.....

.....

.....

5. Planowane wyniki finansowe związane z wdrożeniem nowości:

Opisz, jakie wyniki finansowe spodziewasz się osiągnąć dzięki wdrożeniu nowości. Czy przewidujesz wzrost przychodów, zmniejszenie kosztów, poprawę marżowości? Podaj konkretne prognozy finansowe na najbliższe lata, uwzględniając przewidywane przychody, koszty oraz zyski.

.....

.....

.....

Część II C:

Opis eksperymentu biznesowego

1. W jaki sposób pomysł był przetestowany na rynku?

Opisz, jakie działania podjąłeś, aby przetestować swój nowy pomysł na rynku. Czy przeprowadziłeś badania rynku (np. ankiety), testy A/B, pilotażowe wdrożenie produktu/usługi w formie prototypu? Jakie metody zastosowałeś, aby ocenić reakcję rynku na nowość? Jeżeli nowość dotyczy organizacji firmy - w jaki sposób usprawni to działanie (czy było to obserwowane, symulowane etc.)

2. Czy masz informację zwrotną od klientów dotyczącą wprowadzanej nowości?

(Zaznacz odpowiednie)

- Tak
- Nie

3. Wnioski z przeprowadzonego eksperymentu biznesowego:

Przedstaw wnioski, jakie wyciągnąłeś z przeprowadzonego eksperymentu biznesowego. Co udało się potwierdzić, a co wymagało zmiany w pierwotnych założeniach? Jakie były największe wyzwania, z jakimi się zmierzyłeś, i jak je rozwiązałeś? Opisz, jakie konkretne zmiany zostały wprowadzone w wyniku uzyskanych wniosków oraz jak te wnioski wpłynęły na dalszy rozwój nowości.

.....

.....

.....

Część III C:

Opis rynku docelowego

1. Określenie wielkości rynku:

Przedstaw szacunkową wielkość rynku, na którym planujesz działać z nowym produktem lub usługą. Możesz to zrobić na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym lub globalnym, w zależności od skali Twojej działalności. Podaj konkretne dane rynkowe, takie jak liczba potencjalnych klientów, wartość rynku w danej branży lub inne miarodajne wskaźniki.

.....

.....

.....

2. Jaka część rynku jest celem dla nowego produktu/usługi?

Opisz, jaką część całkowitego rynku zamierzasz zdobyć swoim produktem lub usługą. Czy planujesz skupić się na niszy rynkowej, czy celujesz w większy segment? Przedstaw swoje przewidywania dotyczące udziału rynkowego, jakie chcesz osiągnąć w określonym czasie (np. w ciągu roku, dwóch lat).

.....
.....
.....

Część IV C:

Opis ryzyk

1. Główne ryzyka związane z wprowadzeniem nowości na rynek:

Zidentyfikuj i opisz główne ryzyka, jakie mogą wystąpić podczas wprowadzania nowości na rynek. Mogą to być ryzyka związane z technologią, finansami, regulacjami prawnymi, konkurencją, reakcją rynku, a także ryzyka operacyjne. Wskaż, które z tych ryzyk są najbardziej krytyczne i mogą mieć największy wpływ na sukces Twojego produktu lub usługi.

.....
.....
.....

2. Opis sposobu, w jaki firma planuje przeciwdziałać tym ryzykom:

Przedstaw, jakie konkretne działania planujesz podjąć, aby zminimalizować lub całkowicie wyeliminować zidentyfikowane ryzyka. Opisz strategię zarządzania ryzykiem, takie jak planowanie awaryjne, ubezpieczenia, budowanie rezerw finansowych, testowanie i iteracja produktu, a także monitoring i regularna ocena ryzyk. Wskaż, jakie środki ostrożności zostaną wprowadzone, aby zminimalizować potencjalne negatywne skutki dla firmy.

.....
.....
.....

Część I D

Business Model Canvas:

Wstęp

Celem tego formularza jest stworzenie modelu biznesowego, który opiera się na nowości, jaką firma planuje wdrożyć. Wszystkie elementy modelu biznesowego powinny odpowiadać na pytania związane z tą nowością, tak aby całość prezentowała spójną i przemyślaną strategię jej wprowadzenia na rynek. Prosimy o szczegółowe odniesienie się do każdego z aspektów, aby jak najlepiej zrozumieć, jak nowość wpisuje się w ogólną działalność firmy i jakie korzyści przyniesie w dłuższej perspektywie.

Szczegółowy opis poszczególnych aspektów znajdziesz pod tabelą. Tam też znajduje się miejsce na odniesienie się do każdego elementu tabeli.

Partnerzy	Kluczowe działania	Propozycja wartości	Relacje z klientami	Segmenty klientów
	Kluczowe zasoby		Kanały	
Struktura kosztów		Struktura przychodów		

Partnerzy:

Zidentyfikuj kluczowych partnerów, z którymi współpraca będzie niezbędna do wdrożenia i efektywnego funkcjonowania wprowadzonej nowości. Opisz, jakie organizacje, dostawcy, firmy technologiczne lub inne podmioty będą kluczowe dla realizacji nowości i jak będą wspierać jej wdrożenie.

.....

.....

.....

Kluczowe działania:

Opisz najważniejsze działania, które muszą być podjęte, aby skutecznie wdrożyć nowość i dostarczyć wartość klientom. Uwzględnij czynności operacyjne, produkcyjne, marketingowe oraz logistyczne związane bezpośrednio z nowością, które są niezbędne do jej sukcesu na rynku.

.....

.....

.....

Propozycja wartości:

Przedstaw, jaką unikalną wartość dla klientów stanowi wprowadzana nowość. Opisz, jakie konkretne potrzeby klientów zaspokaja nowość i w jaki sposób wyróżnia się na tle istniejących rozwiązań. Skup się na tym, co sprawia, że nowość jest atrakcyjna i niezbędna dla Twoich klientów.

.....

.....

.....

Relacje z klientami:

Określ, jakie relacje planujesz budować z klientami w kontekście nowości. Jakie podejście będzie stosowane przy obsłudze klientów korzystających z nowego produktu lub usługi? Opisz, w jaki sposób zamierzasz budować zaufanie i lojalność wśród klientów, korzystając z nowości.

.....

.....

.....

Segmenty klientów:

Zdefiniuj grupy klientów, które będą głównymi odbiorcami wprowadzonej nowości. Opisz ich potrzeby, cechy demograficzne oraz preferencje. Przedstaw, komu dokładnie oferujesz nowość i w jaki sposób jest ona dopasowana do specyficznych wymagań tych segmentów.

.....

.....

.....

Kluczowe zasoby:

Zidentyfikuj zasoby, które będą niezbędne do wdrożenia i utrzymania nowości. Opisz, jakie zasoby ludzkie, technologiczne, finansowe czy intelektualne będą potrzebne, aby nowość mogła być skutecznie wprowadzona i utrzymana na rynku.

.....

.....

.....

Kanały:

Przedstaw, przez jakie kanały zamierzasz komunikować się z rynkiem i jak będzie odbywać się dystrybucja nowości. Wskaż miejsca, gdzie klienci będą mogli zetknąć się z nowym produktem lub usługą, oraz jak zamierzasz budować świadomość marki w kontekście wprowadzonej nowości.

.....

.....

.....

Struktura kosztów:

Opisz, jakie będą główne koszty związane z wdrożeniem i utrzymaniem nowości na rynku. Uwzględnij koszty związane z produkcją, marketingiem, dystrybucją oraz obsługą klienta, które są bezpośrednio powiązane z nowością.

.....

.....

.....

Struktura przychodów:

Zdefiniuj główne źródła przychodów, które generowane będą przez nowość. Opisz, jak planujesz monetyzować nowy produkt lub usługę oraz jakie modele cenowe zamierzasz stosować. Przedstaw swoje oczekiwania dotyczące przychodów z nowości i jak wpisują się one w ogólny model biznesowy firmy.

.....

.....

.....

Część I E

Część finansowa

W tej sekcji prosimy o szczegółowe przedstawienie planowanych przychodów i kosztów związanych z wprowadzeniem nowości na rynek. Prosimy o uwzględnienie wszystkich istotnych elementów finansowych, które będą miały wpływ na rentowność i stabilność finansową firmy w ciągu pierwszych dwóch lat od wdrożenia innowacji. Przy sporządzaniu prognoz finansowych należy wziąć pod uwagę wyniki testów rynkowych, strategie marketingowe, przewidywany popyt oraz wszelkie inne czynniki, które mogą wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe firmy.

CZĘŚĆ FINANSOWA					
Przychody	I rok	II rok	Koszty	I rok	II rok
przychody z działalności handlowej			czynsz		
przychody z działalności usługowej			media		
inne			podatki		
			wynagrodzenie pracowników		
			narzuty na wynagrodzenie		
RAZEM			materiały		
			transport		
			promocja		
			ubezpieczenia		
			usługi obce		
			pozostałe koszty		
			amortyzacja		
			księgowość		
			koszty adaptacji lokalu		
			RAZEM:		

Część I E

OŚWIADCZENIA

Oświadczam, że:

- zapoznałam/em się z Regulaminem Konkursu „Twój Model Biznesowy” i akceptuję zasady oraz postanowienia Regulaminu Konkursu,
- wszystkie informacje zawarte przeze mnie w formularzu są prawdziwe, jestem w posiadaniu dokumentów, które je potwierdzają i mogę je przedstawić na żądanie Organizatora lub członków Jury,
- nie posiadam zaległości podatkowych w Urzędzie Skarbowym,
- nie posiadam zaległości składowych z tytułu ubezpieczeń społecznych w Zakładzie

Ubezpieczeń Społecznych,

- jestem autorem przedstawionego w Konkursie Modelu Biznesowego,
- nie posiadam zaległości publiczno-prawnych oraz cywilno-prawnych w stosunku do Gminy Dąbrowa Górnicza,

zapoznałam/łem się z Klauzulą Informacyjną RODO (Regulamin konkursu „Twój Model Biznesowy” § 11),

wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych przez Organizatora Konkursu, Jury, pracownika DIP w celu realizacji oraz promocji konkursu „Twój Model Biznesowy” i podmiotów uczestniczących w Konkursie. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, ale niezbędne w celu realizacji Konkursu, jego promocji oraz promocji podmiotów uczestniczących w Konkursie. Jednocześnie oświadczam, że zostałam/am poinformowany/a, że zgoda może być wycofana w każdym czasie. Wycofanie zgody nie wpływa na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej wycofaniem,

wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych w celu przesyłania kanałami elektronicznymi informacji na temat realizacji konkursu „Twój Model Biznesowy”,

udzielam zgody Organizatorowi na nieodpłatne prawo wielokrotnego wykorzystywania zdjęć i filmów z moim wizerunkiem bez konieczności każdorazowego ich zatwierdzenia. Zgoda obejmuje wykorzystanie, utrwalanie, obróbkę i powielanie wykonanych zdjęć i filmów, za pośrednictwem dowolnego medium wyłącznie w celu zgodnym z niekomercyjną działalnością prowadzoną przez Organizatora, przede wszystkim zamieszczanie w bezpłatnych publikacjach dotyczących konkursu „Twój Model Biznesowy”, wykorzystanie w materiałach promocyjnych Konkursu a także na umieszczenie w kanałach internetowych Organizatora oraz DIP.

Miejscowość i data

Imię i nazwisko podmiotu składającego formularz zgłoszeniowy, oświadczającego i udzielającego zgód.

Podpis _____