**Індивідуальне завдання**

Бізнес-модель магазину одягу в соціальних мережах за моделлю CANVAS:

**Ключові партнери**: виробники одягу, логістичні компанії для доставки товару, власники інших магазинів одягу для співпраці в рекламних кампаніях.

**Ключові активності**: підбір та просування асортименту, забезпечення лояльності клієнтів, взаємодія з постачальниками і кур'єрськими службами, підтримка соціальних мереж для взаємодії з клієнтами.

**Ключові ресурси**: кадрові ресурси, фінансові ресурси для закупівлі товару, технічна база для підтримки діяльності магазину в соціальних мережах.

**Цінова пропозиція**: доступні ціни на одяг, регулярні знижки та акції, бонусні програми для постійних клієнтів.

**Сегменти клієнтів**: молодь віком від 18 до 35 років, активні користувачі соціальних мереж, які цінують модні та стильні речі, шукають низькі ціни та зручний сервіс доставки.

**Канали розповсюдження**: соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter) для просування товару та взаємодії з клієнтами, блоги та блогери для реклами магазину та товарів.

**Взаємовідносини з клієнтами**: підтримка клієнтів через соціальні мережі, телефонні дзвінки, чат-бот, розсилки новинок та спеціальних пропозицій.

**Структура витрат**: закупівля товару, доставка, оплата праці, реклама та просування в соціальних мережах, підтримка сайту та технічної бази.

Найбільш сприятливі для розвитку магазину одягу в соціальних мережах, тренди:

**Реклама відео контенту** - відео стає все популярнішим типом контенту в соціальних мережах і може бути використаний магазином одягу для просування своїх товарів.

**Інтерактивний контент** - магазин одягу може використовувати інтерактивний контент, такий як голосування, опитування, ігри, щоб залучити більше уваги та збільшити ефективність взаємодії зі своїми клієнтами.

**Персоналізація контенту** - з можливостями налаштування в соціальних мережах, магазини одягу можуть відправляти своїм клієнтам персоналізований контент, залежно від їхніх зацікавлень та попередньої поведінки.

**Штучний інтелект** - ці технології можуть допомогти магазину одягу збирати та аналізувати дані про своїх клієнтів, щоб зрозуміти їхній стиль та попередні вподобання, та робити більш точні прогнози про їх майбутні покупки.