

הבעיה	הפתרון	הצעת הערך	יתרונות מובהקים	קהל היעד
	מדדים		ערוצי הפצה	
		מבנה עלויות	מקורות הכנסה	

קהל היעד

נפריד בין הלקוח לבין משתמשי הקצה .

בעצם נרצה לעבוד מול מוסדות גדולים שירכשו את המוצר . בדגש על עבודה מול :

- משרד החינוך – נעודד את העמדת הפחים בבתי ספר. אנו סבורים שהגדלת המודעות וקידום חשיבה חיובית בנושא איכות הסביבה מגיל צעיר משמעותיים .
- המועצה להשכלה גבוהה- נעודד את העמדת הפחים באוניברסיטאות ומכללות. נשים לב שאלו מוסדות בהם יש רכישה מוגברת של מזון בכל שעות הפעילות ולכן יש כמות גדולה של פסולת . בדרך כלל במקומות כאלה לא מוצבים פחי מחזור בצורה נגישה .
- עסקים – נתמקד בעסקים שבהם מתקיימות שעות פעילות ארוכות וצריכה מוגברת של מזון .
- לדוגמא : חברות הייטק בהן בדרך כלל שעות הפעילות מהבוקר עד הערב ובנוסף מעניקות לעובדים שלהם תקציב יומי להזמנת ארוחת צהרים מבחוץ – דבר שמוביל להגברת הפסולת .

משתמשי הקצה :

- ילדים ונוער בבתי הספר
- עובדים וסטודנטים באוניברסיטאות ובמכללות
- עובדים בסוגי העסקים שהוזכרו .

יתרונות מובהקים

נשים לב שכיום בשוק קיימים פחי מחזור – בעצם פחים רגילים בצבעים שונים. נפרט את יתרונות המוצר שלנו עליהם :

1. הנגשת פעולת המחזור לכולם:
 - אנשים שלא יודעים איך למחזר ולאן שייכת כל פסולת יוכלו למחזר בקלות .
 - בנוסף , יש קהל רחב של אנשים שפחות חשוב להם למחזר. במקום לעבוד על הסברה בנושא אנו שואפים לכך שהמוצר שלנו יהיה מספיק קל ונוח – ללא מאמץ בעצם כמעט כמו לזרוק בפח רגיל (לא של מחזור) וכך אנו שואפים לתת מוטיבציה גם לאנשים אלו למחזר- בעצם להשאיר אותם "ללא תירוצים" .
2. הפצה גדולה . מכיוון שאנחנו מציבים לנו כיעד מקומות גדולים עם קהל רחב אנחנו מצפים שהמוצר ייחשף בקצב מהיר .
3. הפיכת פעולת המחזור לפעולה "כיפית" בקרב ילדים ונוער שתוביל להגברת המחזור. בעצם נשאף למשוך אותם בעזרת מוצר חדשני ומסקרן וכך הם ילמדו למחזר בעצמם בעתיד .

ערוצי הפצה

ערוץ הפצה קצר : נרצה לפעול עם מספר מתווכים מצומצם . כמו שהזכרנו למעלה נרצה לעבוד מול לקוחות גדולים שיכולים להפיץ את המוצר בסניפים שלהם ברחבי הארץ . בנוסף , נשאף להיעזר בארגוני מחזור וארגונים ירוקים שיפעלו לשיווק המוצר ללקוחות שלנו.

הצעת הערך

ערך עבור משתמשי הקצה :

- פעולת מחזור נגישה וקלה – לא צריך "לחפש" את פח המחזור ולא צריך לדעת איך למחזר .
- בעקבות שימוש תכוף במוצר שלנו , משתמשי הקצה ידעו לבד איך ממחזרים .

ערך עבור הלקוחות המשלמים :

- ערך מוסרי – עבור לקוחות שנושא איכות הסביבה חשוב להם .
- ערך שיווקי – רושם טוב , הלקוחות יוכלו להציג את העסקים שלהם כתומכים באיכות הסביבה ובכך למשוך קהל "ירוק" וכן ארגונים ירוקים לתמוך בהם .
- ערך כלכלי – הלקוחות יוכלו להרוויח את הכסף מהפיקדון של הפסולת הממוחזרת .
- ערך חינוכי – הצבת המוצר בבתי ספר ומוסדות השכלה בעצם מעודדת את החינוך של הדור הבא למחזור .

הבעיה

אדישות בקרב הציבור לנושא איכות הסביבה בדגש על מחזור. אנשים לא רוצים "להתאמץ", לא מעוניינים לחפש פחי מחזור או ללמוד לאן כל פסולת מתאימה. מתאימה. עקב כך, מצטברת כמות גדולה של פסולת לא ממוחזרת במקומות גדולים.

הפתרון

פח בעל מספר תאים מופרדים שמופעל על ידי סורק ברקוד שהשתמש יסרוק בעזרתו את האריזה המשומשת ולאחר הסריקה הפח יפתח את התא הנכון שבו המשתמש נדרש להכניס את הפסולת. וכך המוצר שלנו הופך את פעולת המחזור לקלה ונוחה.

מדדים

- זמן תקינות המערכת – נרצה שזמני הזמנת הטכנאי ועדכון המערכת יהיה עם רווחים של לפחות 5 חודשים.
- הפצה – בשנה הראשונה נרצה למכור לפחות 300 פחים.
- נרצה לקבל דיווח מהלקוחות המשלמים שכמות הפסולת הממוחזרת עלתה לפחות בכ- 15%.

מקורות הכנסה

נרצה לקבל תמיכה ממספר מקורות:

- ארגונים ועמותות ירוקים.
- מימון ממשלתי או ממלכתי – משרדים ממשלתיים אשר ירצו לספק פתרון למשבר איכות הסביבה.
- מכירת המוצר בפועל.
- מכללת סמי שמעון.

מבנה -עתיד להשתנות

מרכיבי המוצר:

- מכשיר אלקטרוני בעל זיכרון – יחובר ל DB של ברקודים.
- סורק ברקודים.
- תאים בעלי מכסה עם מנוע חשמלי.
- כבל להזנת חשמל.
- הפח עצמו.
- בהמשך: חיישן גובה פני הפסולת.