

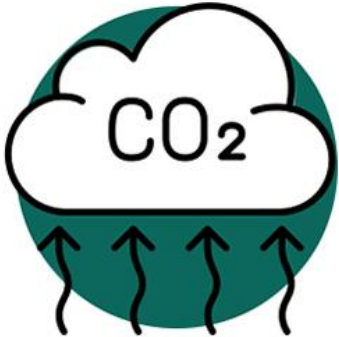


Yönetici Özeti

- Kocaeli/Gebze' de faaliyet gösteren Nivogo, bir dögüsel dönüşüm firmasıdır.
- Hızlı modanın etkisi ile, henüz kullanıcı ile tanışmadan atık hale gelen veya ihtiyacımızdan fazlasını alıp kullanmadığımız ürünlerle dünyamıza zarar veriyoruz.
- Aldığımız her yeni ürün, satın alındığı andan itibaren potansiyel atık haline geliyor.
- Günümüzde ortalama sadece 7 kez giyildikten sonra atılan bir tişört üretimi için 2700 L su harcanıyor. Bu miktar bir insanın 2 yıllık su ihtiyacından daha fazladır.
- Nivogo bu ürünleri 6 adımda tekrardan faaliyet göstermesini sağlamaktadır.
- Türkiye pazarında tek, Globalde ise Zalando ve Circular Fashion firmaları ile rekabet içindedir.

İnovasyon Açıklaması

- Nivogo firmaların ıskartaya çıkarttığı, insanların alıp kullanmadığı veya kullanıp hafif kusurlu olan ürünlerini satın alıp tedarikçilerine (dönüşüm için ürün veren kimse) nivogo puanı vermektedir bu puan ile dönüşümünü tamamlayan ürünleri satın alabilmektedirler. Anlaşmaya bağlı durumlarda ise firmalara ürünlerini yenileyip sadece ürünlerin yenileme fiyatını almaktadır.
- Nivogo firması bu iş modeliyle karbon emisyonunu azaltmayı, su kullanımını azaltmayı ve ucuz iş gücü olan fasonların önüne geçmeyi planlamaktadır.



Pazardaki Problemler

- Firmalar, Nivogo' nun yenileme sürecinde ürünün kalitesinde sorun çıkartacağını düşünüp ürünlerini satmaması.
- Firmaların satışlarının düşeceğini düşünmesi.
- Müşterilerin kullanmadığı ürünleri getirmemesi.
- Müşterilerin tamir görmüş ürün almak istememeleri.
- 2. el kıyafet satılabilecek platformlar.

Pazardaki Fırsatlar

- ▶ Türkiye pazarında tek olmak ve Globalde 2 firma ile rekabet etmek pastada ki payımızı arttırmaktadır.
- ▶ Müşterilerin alışveriş yaparken doğaya da fayda sağladığını bilmesi.
- ▶ İnsanların dolaplarında ki ürünlerin yaklaşık %80' ini kullanmaması
- ▶ Nivogo tarafından satın alınıp müşterilere nivogo puanı verilip müşterilerin yine döngüsel dönüşüme sahip ürünleri almaya teşvik etmek.

Pazar Yapısı

Projede, toplam mevcut pazar internet erişimi olan ve projenin hizmet bölgelerinde yaşayan kişilerin toplamıdır. Erişilebilir mevcut pazar, internet erişimi olan ve projenin hizmet bölgelerinde yaşayan ancak online platformlardan alışveriş yapmak konusunda çekimser olan, yakın çevresinden uygulamayı kullanan kişilerden olumlu etkilenen kişilerdir. İlk hedef pazar ise internet erişimi olan ve projenin hizmet bölgelerinde yaşayan kişilerdir. Genelde bu ürünleri alacak kişiler Y kuşağıdır. Türkiye nüfusunun %29,76'sı Y kuşağıdır.

Online alışverişte = $\%29,76 * 81.000.000 = 24.105.600$ kişi

Gebze mağazasından = $\%29,76 * 400.000 = 119.040$ kişi

Müşteri Yapısı

Türkiye’ de yaşayan, online alışveriş yapabilen veya Gebze lokasyonuna gelebilecek herkes uygulamamızdan faydalanabilmektedir. Geri dönüşüme önem veren gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırakmak isteyen, dünyamızın kıt kaynaklarını israf etmeden kullanılmasına fayda sağlayacak insanlardır.



Paydařlar

ebebek 

JACK&JONES

NAUTICA


new balance

JIMMY KEY

BOYNER


LACOSTE

morhipo
.com

DECATHLON

KOTON

Finansal Model (OPEX)

Projenin gerçekleşmesi için; geri dönüşüm tesisi kurulması için 2.200.000 TL, yazılım ve ekipmanlar için 800.000 TL, personel gideri için (aylık) 500.000 TL

Riskler

- ▶ Firmaların ürün vermemesi.
- ▶ İnsanların kullanmadıkları ürünleri vermemesi.
- ▶ İnsanların dolaşıma kazandırılmış ürünleri satın almaması.

Çıkış Stratejisi

Global üretim yapan bir firmanın yenileme ve geri dönüşüm fabrikası için devredilmesi.

TEŞEKKÜRLER...

İBRAHİM EMİN ÜÇER