**创业管理作业**

1. **场景描述/想法起源：**

一般出去旅游的时候，对于有宠物的家庭来说可能需要将宠物寄养到宠物店或者朋友家，但对于在宠物店寄养来说，一个比较大的顾虑点在于宠物店的寄养一般都是笼养，宠物活动的空间十分有限，而且店员同时照看许多宠物，难免精力有限。故而对于爱宠人士而言，如何在寄养宠物的时候保证宠物仍然能有一个舒适安全的寄养环境可能就成为了一个在较大程度上尚未被满足的需求。

而通过一次偶尔的机会得知，在新加坡存在这样一个为爱宠人士服务的公司，与提供民宿的爱彼迎类似，其也提供了一个平台，连接愿意提供“宠物寄送家庭”的人士以及有相关需求的爱宠人士，在国内或许也可推广。

1. **服务：**

提供的服务主要是建立一个对接平台，为宠物找到一个寄养家庭/非笼养环境，并保证能获得较多的关注；平台也可以提供一些其他的相关服务，如帮助遛狗、宠物美容、宠物接送等等。

1. **目标客户：**有一定消费能力的爱宠人士
2. **创造了什么新的价值：**

如果该模式确实能成功商业化，其商业战略在于“差异化”，亦即相较于市面上已有的寄养服务，希望提供更好的、更定制化的服务体验，以此收取一定溢价。

**5. 实施中的关键问题/风险**

（1）市场规模

一般首先需要考虑的问题在于，目标客户群体的规模有多大。从个人经验以及观察出发，一线城市的养宠人士确实会认为目前宠物店提供的寄养服务有所不足，对宠物而言的寄养体验较差。但对于二三线城市的养宠人士，以及年龄再稍大一些的养宠人士而言，其付费意愿究竟有多强仍然有待考虑。

（2）安全问题

另外一个对商业模式能否成功可谓“性命攸关”的问题则在于安全问题，必须防范恶性事件的发生。那么首先需要做到的肯定是对愿意提供寄养场地者的背景调查，以确保是宠物友善人士，可能前期的投入成本就较高；另外也需要考虑提供保险服务，以防范意外的发生；还可以考虑的措施在于建立7/24的应急相应团队，以处理突发事件。但这些配套措施的进行可能都意味着成本的进一步提高，会导致终端收费的进一步上升。