**ETAP 1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Grupa projektowa** | |
| **Członkowie zespołu projektowego**: | Róża Wójcicka, Matylda Frątczak, Dominik Bełza, Mateusz Firkowski, Adam Jacheć |
| **Nazwa Projektu** | |
| **Tytuł Projektu:** | Kawiarnia i sklep z włóczkami  ***Dziergaj ziarno*** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ogólny opis** | |
| **Krótki opis pomysłu:** | Kawiarnia z nazwanymi tematycznie kawami i herbatami, sklep z włóczkami, miejsce, w którym można szydełkować, robić na drutach, spotkać się z innymi pasjonatami, zainspirować się. Organizacja warsztatów z szydełkowania i dziergania - wspólne robienie projektów dla początkujących, zaawansowanych albo warsztaty z czytania wzorów. [Wzory dodawane do kawy, dni tematyczne - muzyka] |
| **Cel projektu:** | Naszym celem promowanie rękodzieła, stworzenie spokojnego miejsca dla pasjonatów, rozwój kreatywności, dobra kawa plus hobby, promowanie zdrowia psychicznego, rozpowszechnianie świadomości konsumenckiej |
| **Grupa docelowa:** | Pasjonaci szydełkowania i dziergania w każdym wieku, osoby, które potrzebują wyciszenia, odpoczynku, miejsce dla ludzi lubiących kawę, herbatę i dobre ciasta |

**ETAP 2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Wstępna analiza rynku** | |
| **Opis rynku:** | Rozwijająca się popularność szydełkowania i dziergania jest widoczna nie tylko w danych z Google Trends, ale także na platformach społecznościowych, gdzie profile związane z tym hobby zgromadziły kilka tysięcy obserwujących w Polsce, a w Stanach nawet kilkaset tysięcy. Ostatnia akcja promocyjna sieci McDonald’s, w której to cała restauracja została pokryta włóczką oraz organizowane targi włóczek świadczą o rosnącym zainteresowaniu tej aktywności. Pojawiają się również nowe książki poświęcone sztuce szydełkowania, co dodatkowo podkreśla dynamikę tego trendu, szczególnie w okresie jesienno-zimowym.  Dodatkowo, zauważalny jest znaczący wzrost zainteresowania trendami związanymi z rękodziełem i eko. Coraz więcej osób jest gotowych dopłacić za produkty typu “handmade”, takie jak ubrania, co odzwierciedla rosnącą świadomość konsumentów dotyczącą tego, co kupują.  Rynek włóczkarski we Wrocławiu jest stosunkowo niewielki, lecz posiada potencjał do rozwoju. Wśród kilku mniejszych sklepów z włóczką można wyróżnić dwa świeżo otwarte, co wskazuje na pewne dynamiczne zmiany i wzrastającą popularność aktywności jaką jest szydełkowanie  Z kolei rynek kawiarniany charakteryzuje się obecnością wielu sieciówek oraz rosnącym zainteresowaniem kawiarniami tematycznymi, czego przykładem może być otwarta niedawno kawiarnia z książkami, która zdobyła znaczną popularność, przyciągając licznych klientów. Ponadto, miejsca o atrakcyjnym wystroju i unikalnych elementach wyróżniających się również cieszą się dobrą frekwencją |
| **Istniejący problem lub potrzeba adresów projektu:** | Ludzie mogą się w tym miejscu spotkać z innymi ludźmi o tej samej pasji, mogą się od nich wiele nauczyć, pasjonaci szydełkowania lub dziergania często są osobami wycofanymi lub ludźmi, dla których to jest sposób na odpoczynek i odcięcie się od codziennego stresu, tutaj będą mogli wypocząć i skupić się na swojej pasji, zasięgnąć porad, zainspirować się |
| **Konkurencja na rynku:** | * 3 lokalizacje w Krakowie z jednej marki – “Knitted Coffe”  [najpopularniejsza i prawdopodobnie jedyna kawiarnia w Polsce, której tematem przewodnim jest szydełkowanie]  (posiadają stronę internetową, na której można zakupić zestawy/instrukcje do szydełkowania, kawy typu “speciality”; social media: Facebook [9 tys. obserwujących i 8,7 tys. polubień, ocena 4,9 na podstawie 202 opinii; Youtube [5,22 tys. Subskrybentów i 689 568 wyświetleń - kanał od 2022]; Instagram [13,8 tys. obserwujących]; organizują eventy takie jak “wspólne szydełkowanie”  i warsztaty; na mapach Google opinie to 4,7 – 4,8 /5 na podstawie ok. 600 opinii dla najpopularniejszej lokalizacji) * 2 w Poznaniu - “Małe Fusy” (rodzinna kawiarnia, szydełkowanie nie jest tematem przewodnim, organizowane są w niej warsztaty dziergania we współpracy z prowadzącą z zewnątrz; Social media: FB – 6,5 tys. Polubień, 7 tys. Obserwacji;  IG 1929 obserwujących, posiadają stronę internetową) oraz “Tekstura Cafe” również szydełkowanie w formie warsztatów * 1 w Warszawie - “La Lucy” (jak wyżej szydełkowanie nie jest tematem przewodnim, występuje w formie warsztatów - współorganizatorzy, finalista w konkursie kategorii “Debiut Konceptu”, opinia 4,6/5 w mapach na ok. 2 tys. Opinii, posiadają str. internetową) * 1 podobna w Trójmieście - w Gdyni “Ciuciubabka” (?)  szydełkowanie jak wyżej w formie warsztatów (Social media: FB – ok. 10 tys. polubień i obserwujących, IG – ok. 2 tys. obserwacji) * Klasyczne kawiarnie/ inne kawiarnie tematyczne i lokale gastronomiczne * Kawiarnie ściśle tego typu występują bardziej za granicą niż w Polsce   Dane liczbowe świadczą o zainteresowaniu i pozytywnym odbiorze przez konsumentów oryginalnej koncepcji łączącej kawiarnię z szydełkowaniem. Jednocześnie można wysunąć wniosek, że jest to wciąż nowy rodzaj lokali w Polsce, co przekłada się na niższą barierę wejścia i mniejszą konkurencję na rynku w stosunku do klasycznych kawiarni. |
| **Unikalna propozycja wartości projektu:** | *(osobny szablon)* |

**ETAP 3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Model biznesowy** | |
| **Szacowana metoda generowania przychodów:** | Przychody z prowadzenia działalności będziemy generować za pomocą następujących usług (szczegółowo rozpisane w pliku Excel):   * Sprzedaż kawy, herbaty, kawałków ciasta, zestawów śniadaniowych * Sprzedaż artykułów do szydełkowania: włóczki oraz zestawów szydełek * Prowadzenie warsztatów z szydełkowania * Udostępnianie lokalu pod eventy specjalne |
| **Szacunkowe koszty eksploatacji:** | Szacunkowe koszty miesięczne obejmujące eksploatację lokalu oraz koszty zaopatrzeniowe prezentują się następująco (szczegółowo rozpisane w pliku Excel):   * **Wynajmowanie lokalu** - 7000 zł/mc * **Rachunki** – 3600 zł/mc   + Prąd - 3000 zł/mc   + Woda – 500 zł/mc   + Internet – 100 zł/mc * **Artykuły gastronomiczne** – 2235 zł/mc   + Zakup kawy – 1125 zł/mc   + Zakup zestawu herbat – 300 zł/mc   + Zakup mleka – 60 zł/mc   + Zakup syropów do kaw – 150 zł/mc   + Zakup pozostałych artykułów (papierowe kubki) i napoje – 600 zł/mc * **Wypłata wynagrodzeń** (5 pracowników) - 21000 zł/mc   + Miesięczna wypłata brutto – 4200 zł/mc * **Opłata miesięcznej raty kredytu** – 1493,33 zł/mc   + Kredyt: 80 000 złotych na 5 lat z RRSO 12% * **Opłata za catering i gotowe wypieki** – 5100 zł/mc   Dodatkowe roczne koszty:   * **Ubezpieczenie lokalu na rok** – 800 zł * **Kapitał zapasowy przeznaczony na utrzymanie i naprawę sprzętu** - 5000 zł * **KOSZTY MIESIĘCZNE: 46 378 ZŁ** * **DODATKOWE ROCZNE KOSZTY: 5800 ZŁ** * **CAŁOROCZNE KOSZTY DZIAŁALNOŚCI: 562 340 ZŁ** |
| **Źródła finansowania:** | 2   * Wewnętrzne źródła finansowania (własne oszczędności) - zaoszczędzone wcześniej pieniądze pozwolą nam na pokrycie części wstępnych kosztów i pomogą w rozpoczęciu działalności, nie będą jednak stanowić nasze główne źródło finasowania. Bedą stanowić kapitał zapasowy. (ok. 25 000 zł) * Zewnętrzne źródła finansowania (główne źródło finansowania) - wzięcie pożyczki w banku na kwotę ok. 80 000 zł z RRSO (Rzeczywista roczna stopa oprocentowania) wynoszącym ok. 12% dla większości banków. Pozwoli nam to na zakup wyposażenia do lokalu i opłacenie kosztów działalności (KREDYT NA 5 LAT) * Dotacja (ok. 40 000 zł) [inicjatywa JEREMIE Unii Europejskiej lub finansowanie z Polskiego Funduszu Rozwoju] * Prywatny inwestor |

|  |  |
| --- | --- |
| **Rozwój produktu/rozwiązania cyfrowego** | |
| **Opis produktu/usługi:** | *(Opisz swój produkt lub usługę i opisz dokładnie, z czego będzie się składał)*  Kawiarnia o tematyce szydełkowania to pomysł zbudowany na podstawie rosnącej popularności tej aktywności. Będzie nosić nazwę “Dziergaj ziarno”, co idealnie opisuje dwa aspekty tego miejsca. Jest to lokal stworzony dla pasjonatów “robienia na drutach” i nie tylko. W środku możliwe będzie napicie się dobrej kawy, zjedzenie deseru i odpoczynek, realizując swoje hobby w postaci szydełkowania. Kawiarnia będzie oferować artykuły do pracy w postaci różnorodzajowych włóczek wysokiej jakości oraz przyrządów do szydełkowania. W ramach zakupu kawy lub ciasta klient będzie otrzymywał zniżkę na produkty do dziergania. Oprócz samych produktów, w kawiarni, w specjalnie stworzonej do tego strefie, będą organizowane comiesięczne warsztaty dla pasjonatów oraz osób, które chcą nauczyć się umiejętności szydełkowania. Jest to miejsce idealne do relaksu, dające możliwość nauki, rozwoju kreatywności oraz poznania nowych osób o podobnych zainteresowanych. |
| **Technologie lub narzędzia do wdrożenia:** | *(Z jakiej technologii będziesz korzystać? Czy będzie to proces cyfrowy? Czy będziesz używać do dystrybucji witryn internetowych? Wskaż przynajmniej jeden element cyfrowy w swoim modelu)*  Ze względu na to, że prowadzenie kawiarni jest dość klasycznym modelem działalności gospodarczej, nie będziemy korzystać z wielu nowoczesnych technologii. Oprócz laptopa biurowego, będziemy się posługiwać profesjonalnym ekspresem do kawy.  Jednym z elementów cyfrowych naszej działalności będzie prowadzenie strony internetowej, na której znajdować się będą informacje o godzinach otwarcia, menu lokalu oraz lokalizacja kawiarni zintegrowana z aplikacją Google Maps. Na stronie będą publikowane wszystkie najnowsze informacje dotyczące kawiarni - wyjątkowa zmiana godzin otwarcia oraz zamknięcie kawiarni na okres urlopu. Przedstawiane będą również informacje o zmianie w produktach oraz wprowadzenie specjalnej oferty ograniczonej czasowo. W ramach oferty na stronie będzie można otrzymać część wzoru do wyszydełkowania.  W planie mamy również poszerzenie naszej strony o sklep internetowy. Po nawiązaniu współpracy z popularnymi markami, klienci mogliby zamawiać kawę oraz wysokiej jakości włóczki, które byłyby sprzedawane pod naszym logiem. |
| **Etapy rozwoju produktu/usługi:** | *(Czy planujesz później rozwijać swój produkt lub usługę? Jakie inne ścieżki późniejszego rozwoju widzisz?)*   * Współpraca z dobrymi markami produkującymi włóczki * Współpraca z popularnymi markami kaw * Stworzenie lokali w innych miastach (np. Kraków, Warszawa) * Stworzenie w przyszłości dedykowanej aplikacji * Dodatkowe eventy - własne bądź we współpracy na zasadzie wynajmu lokalu dla kontrahentów |

**ETAP 4**

|  |  |
| --- | --- |
| **Finanse i budżet** | |
| **Szacunkowy koszt opracowania projektu:** | *(*Jak w modelu biznesowym\**)*    Koszty prowadzenia działalności (szczegółowo rozpisane w pliku Excel):   * Koszty początkowe, do których należy zakup mebli, ekspresu do kawy, kasy fiskalnej, laptopa biurowego oraz opłacenie początkowej promocji i reklamy wynoszą szacunkowo: **74 131 ZŁ** * Koszty miesięczne, w których skład wchodzi wynajem lokalu, rachunki, artykuły gastronomiczne, artykuły do szydełkowania, opłacenie personelu, spłata raty kredytu oraz opłata cateringu za wypieki do kawiarni wynoszą szacunkowo: **46 378 ZŁ** * Dodatkowe koszty całoroczne, do których należy ubezpieczenie lokalu oraz pieniądze przeznaczone na utrzymanie i możliwą naprawę sprzętu szacunkowo wynoszą: **5 800 ZŁ** * Całoroczne koszty działalności (koszty miesięczne pomnożone przez 12 + dodatkowe koszty całoroczne) wynoszą szacunkowo: **562 340 ZŁ** |
| **Planowane źródła finansowania:** | *(*Jak w modelu biznesowym\**)*   * Nasz budżet na start będzie obejmował pieniądze z kredytu o wartości 80 000 złotych oraz wkład własny wynoszący szacunkowo 25 000 złotych. Razem daje nam to wartość 105 000 złotych, która całkowicie pokryje koszt początkowy rozpoczęcia działalności (74 131 zł). Reszta pieniędzy pozwoli nam na opłacenie możliwych strat po otwarciu kawiarni. Przed rozpoczęciem działalności mamy również w planie skorzystać z dofinansowań dla małych przedsiębiorstw, gdzie w przypadku otrzymania dofinansowania uzyskane pieniądze chcemy wykorzystać zamiast wkładu własnego. * Po otwarciu firmy comiesięczne koszty prowadzenia kawiarni będą opłacane za pomocą generowanych przychodów, w których wkład wchodzi:   + Sprzedaż artykułów gastronomicznych (kaw, herbat, ciast)   + Sprzedaż włóczek oraz przyrządów do szydełkowania   + Prowadzenie warsztatów z szydełkowania   + Udostępnianie lokalu pod eventy specjalne |
| **Prognoza przychodów i zysków:** | *(*Jak w modelu biznesowym\**)*    Zakładamy dwa scenariusze miesięcznych przychodów i zysków (szczegółowo rozpisane w pliku Excel):   * Scenariusz pesymistyczny   + Szacunkowe przychody: **47 370 ZŁ**   + Szacunkowy zysk: **45 ZŁ**   + OPIS: Scenariusz zakłada, że nasza kawiarnia będzie generowała przychody mogące jedynie pokryć nasze koszty miesięczne, a uzyskany zysk będzie niewielki. Przedstawione w tym scenariuszu liczby są zaniżone i odbiegają od możliwych rzeczywistych wartości. Przykładem jest szacunkowa suma klientów w ciągu dnia, która jest niższa od średniej liczby klientów w ciągu dnia w dobrze działającej kawiarni (50-70 klientów). Scenariusz również zakłada, że nie sprzedamy całej miesięcznej liczby włóczek i akcesorii do szydełkowania, w ciągu miesiąca odbędzie się tylko jeden event specjalny, a na warsztaty z szydełkowania przyjdzie niepełna liczba zainteresowanych. * Scenariusz optymistyczny   + Szacunkowe przychody: **65 660 ZŁ**   + Szacunkowy zysk: **16 253 ZŁ**   + OPIS: Scenariusz zakłada, że nasza kawiarnia będzie generowała bardzo dobre przychody. Będą one w stanie pokryć nasze koszty miesięczne, a uzyskany zysk będzie zadowalający. Przedstawione w tym scenariuszu liczby są optymistyczne i opisują stan, w którym kawiarnia bardzo dobrze by funkcjonowała. Średnia liczba klientów w ciągu dnia byłaby wysoka, sprzedalibyśmy całą szacunkową liczbę włóczek oraz akcesorii do szydełkowania, w ciągu miesiąca odbyłyby się przynajmniej dwa eventy specjalne, a lista szacunkowych zainteresowanych warsztatami byłaby pełna. |

**ETAP 5**

|  |  |
| --- | --- |
| **Założenia wstępne dotyczące marketingu i promocji** | |
| **Strategia marketingowa:** | *(Opisz swój plan marketingowy i kanały, których chcesz użyć do promowania swojej firmy i produktu/usługi. Czy będą to kanały internetowe, czy może tradycyjne, jak telewizja?)*  “Dziergaj ziarno” jest jednym z wielu dostępnych na rynku lokali gastronomicznych zajmujących się sprzedażą kawy. Cechą wyróżniającą jest tematyczność tego miejsca, którą jest szydełkowanie. Mała liczba miejsc o podobnej tematyce, rosnąca popularność aktywności jaką jest dzierganie oraz duże zainteresowanie “tematycznymi lokalami” wśród ludności, w szczególności młodej, sprawia, że nasza firma ma szansę zdobyć duże grono klientów.  W ramach promocji i popularyzacji tego miejsca zamierzamy posługiwać się głównie kanałami internetowymi. Zakładając, że większość naszych klientów to będą osoby młode to jako głównymi aplikacjami do promocji będzie Tik Tok, Instagram oraz Facebook. Pozwolą nam one dotrzeć do dużej liczby odbiorców, z których część na pewno zainteresuje się naszym projektem i go sprawdzi.  Naszym głównym celem jest stworzenie współdziałającej małej społeczności dzielącej zainteresowanie szydełkowaniem. Nasz lokal ma pomóc nam w realizacji tego celu. Będzie to miejsce idealne do relaksu, dające możliwość nauki i rozwoju swojej kreatywności oraz poznania nowych osób. Dzięki stworzeniu własnej społeczności będziemy w stanie utrzymywać stałych klientów co pozwoli nam na osiągnięcie dużych zysków. Osiągnięty zysk mamy w planie wykorzystać do ekspansji po nowe lokale w innych miastach. |
| **Plan promocji i reklamy:** | *(Wypisz w punktach, co chcesz zrobić i jakich kanałów promocji użyć, aby promować swoją firmę lub produkt/usługę. Jeśli chcesz, możesz także opisać plan marketingowy)*  Plan Marketingowy  Budżet:  - Kapitał startowy: 5000 zł  - Miesięczne koszty marketingu: 4000 zł    Kampania Marketingowa:  Nasz plan marketingowy opiera się na wykorzystaniu potencjału mediów społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram i TikTok. Te platformy oferują różnorodne funkcje, z których skorzystamy, korzystając np. z narzędzi takich jak Facebook Ads Manager. Planujemy również publikacje treści z wyprzedzeniem, dostosowując harmonogram do danych oferowanych przez płatne usługi tych aplikacji.    TikTok:  Na TikToku skupimy się na tworzeniu kreatywnych treści w postaci krótkich filmików. Naszym celem jest przyciągnięcie uwagi młodszej demografii poprzez trendy i nawiązania do popkultury, łączone z naszym produktem.    Promocja na TikToku:  Wykorzystamy TikTok Ads do płatnej promocji treści, korzystając z możliwości precyzyjnego targetowania grupy docelowej, formatu reklamy i planowania emisji. Zainwestujemy głównie na tej platformie, kierując większość budżetu w celu osiągnięcia zamierzonego efektu.    Koszty TikToka:  - Promocja w TikTok Ads – 80 zł/dzień (5 razy w tygodniu) – 1600 zł/miesiąc  - Tworzenie filmików – 3/tydzień (12 w miesiącu) – 800 zł dla pracownika    Instagram i Facebook:  Platformy te, należące do tej samej korporacji - Meta, umożliwiają nam dotarcie do różnych grup docelowych. Na Instagramie skoncentrujemy się na młodzieży, a na Facebooku na bardziej zróżnicowanej publiczności. Obie platformy posiadają rozbudowaną i precyzyjną bazę analityczną, co pomoże zoptymalizować naszą strategię marketingową.    Promocja na Instagramie i Facebooku:  Skorzystamy z Konta Biznesowego połączonego z obiema aplikacjami. Dzięki danym analitycznym będziemy efektywnie monitorować naszą kampanię, dostosowując ją do potrzeb klientów.    Koszty Promocji:  - Instagram (CPC – Cost per click) Tysiąc wyświetleń = 10 zł - 690 zł/miesięcznie  - Facebook (CPC – Cost per click) Tysiąc wyświetleń = 10 zł - 310 zł/miesięcznie  - Pracownik (12 postów w miesiącu + Reelsy(TikTok) + Stories) - 600 zł    Nasz plan marketingowy opiera się na efektywnym wykorzystaniu różnorodnych mediów społecznościowych, aby dotrzeć do różnych grup docelowych. Przeznaczamy nasz budżet z rozwagą, kładąc nacisk na kreatywne treści, precyzyjne targetowanie oraz analizę danych analitycznych, co pozwoli nam skutecznie osiągnąć nasze cele marketingowe. W dodatku, planujemy marketing również w bardziej namacalnej formie, nie opierając się wyłącznie na elektronice – Ulotki, gazetki czy eventy znajdą się w naszym repertuarze, gdyż uważamy, że bliższy kontakt z naszymi klientami jest kluczowy w tworzeniu dziergającej społeczności jak i budowaniu reputacji marki. |

**ETAP 6**

|  |  |
| --- | --- |
| **Ryzyka i Plan Zarządzania Ryzykiem** | |
| **Główne ryzyka projektu:** | *(Wskaż, jakie ryzyka widzisz przy tworzeniu takiego biznesu? Wymień. Możesz użyć SWOT-a)*    Analiza SWOT (czynniki weaknesses i threats)  >Słabe strony   * Wejście na rynek gastronomiczny i handlowy, które są wysoko konkurencyjne, zatem naszym głównym atutem jest oryginalność (charakter rynków) * Wysokie koszty początkowe oraz wzrost kosztu materiałów - prowadzenia działalności (głównie wynajmu lokalu) oraz konieczność wzięcia kredytu (zobowiązanie na 5 lat) * Skład pracowniczy ograniczony do właścicieli w celu oszczędności (duża liczba godzin pracy, na które składa się prowadzenie lokalu w godz. i poza godz. pracy) * Konieczność stałego dostosowywania oferty i wprowadzania innowacji   >Zagrożenia   * Zmiana trendu i spadek popularności, w tym przypadku na szydełkowanie, co może prowadzić do stracenia pozycji rynkowej * Nieuzyskanie potrzebnego rozgłosu (co poskutkowałoby małą ilością klientów = brakiem rentowności w stosunku do kosztów) * Rozwój konkurencji (pojawienie się nowego oryginalnego lokalu, lub większej ilości lokali w temacie przewodnim naszego projektu) * Wypalenie zawodowe oraz przepracowanie (ok. 6h dziennie 7 razy w tygodniu) |
| **Plan działania w przypadku wystąpienia ryzyka:** | *(Zapisz możliwe rozwiązania powyższych zagrożeń (1:1))*    Rozwiązania dla słabych stron:  - Wysokokonkurencyjny rynek: skoncentrujemy się na unikalnych wartościach naszej kawiarni, takich jak specjalne wydarzenia tematyczne i warsztaty szydełkowania oraz budowaniu wspólnoty lojalnych klientów  - Wysokie koszty początkowe oraz wzrost kosztu materiałów: będziemy poszukiwać alternatywnych źródeł finansowania [crowdfunding wśród bliskich znajomych, zdobycie większej liczba inwestorów (np. “aniołowie biznesu”, którzy zainwestowaliby w nasz start-up]  - Ograniczony skład pracowniczy: rozważymy rekrutację większej ilości pracowników na niepełny etat  - Konieczność dostosowywania oferty i innowacji: stałe doskonalenie naszego planu biznesowego (elastyczność), będziemy regularnie zbierać feedback klientów, na podstawie ich opinii i rekomendacji będziemy gotowi do wprowadzania przyciągających uwagę zmian i nowych produktów.  Rozwiązania dla zagrożeń:  - Zmiana trendów i spadek popularności: monitorowanie przez nas trendów w branży rękodzieła, rozważymy współpracę z osobami publicznymi powiązanymi z branżą gastronomiczną/rękodzielnictwa w celu utrzymania zainteresowania kawiarnią i zwiększenia zasięgu w social mediach  - Brak rozgłosu: zainwestujemy w skuteczną kampanię marketingową, będziemy promować naszą kawiarnię na wydarzeniach lokalnych (festiwale itp.) i w mediach cyfrowych, strona internetowa będzie poprzez wygodę w użytkowaniu i atrakcyjny wygląd zachęcać do korzystania z naszych usług. - Rozwój konkurencji: poprzez obserwowanie konkurentów i dostosowywanie w przyszłości naszej oferty na podstawie zmian na rynku, np. wyjątkowe promocje takie jak kupony, które zapewnią nam przewagę pod względem ofert innych lokali - Wypalenie zawodowe: zadbamy o nasze zdrowie fizyczne i psychiczne, wykorzystamy elastyczny grafik pracy, rotację obowiązków i pracowników, stworzymy przyjazne miejsce pracy oparte na wzajemnym szacunku i współpracy. |

**ETAP 7**

|  |  |
| --- | --- |
| **Harmonogram** | |
| **Wyznacz cele i kamienie milowe:** | *(wskaż przynajmniej 3 kluczowe momenty dla Twojego projektu. Na przykład, jeśli używasz aplikacji lub witryny internetowej do dystrybucji, możesz wskazać, że kluczowym kamieniem milowym będzie: Utworzenie witryny internetowej/aplikacji)*    - udzielenie kredytu  - wynajęcie lokalu w centrum  - założenie kont na mediach społecznościowych (reklama)  - zakończenie prac wykończeniowych  - otwarcie kawiarni  - otwarcie strony internetowej  - zaczynamy czerpać zyski  - rozpoczęcie akcji lojalnościowej  - otwarcie sklepu internetowego  - zatrudnienie dodatkowego pracownika  - zatrudnienie kolejnego pracownika  - zakończenie spłaty kredytu  - otwarcie kolejnego lokalu |
| **Terminy realizacji:** | *(Zapisz, ile czasu potencjalnie zajmie Ci zaprojektowanie Twojego biznesu od momentu planowania do momentu wdrożenia. Oszacuj to realistycznie.)*    01.02.2024 - udzielenie kredytu  01.03.2024 - wynajęcie lokalu w centrum  15.03.2024 - założenie kont na mediach społecznościowych (reklama)  22.03.2024 - zakończenie prac wykończeniowych  01.04.2024 - otwarcie kawiarni  15.04.2024 - otwarcie strony internetowej  01.07.2024 - zaczynamy czerpać zyski  01.08.2024 - rozpoczęcie akcji lojalnościowej  01.02.2025 - otwarcie sklepu internetowego  01.07.2025 - zatrudnienie dodatkowego pracownika  01.02.2026 - zatrudnienie kolejnego pracownika  01.02.2029 - zakończenie spłaty kredytu  01.02.2030 - otwarcie kolejnego lokalu |