**Бизнес-модель. Профориентация молодежи и взрослых**

[**1.**](https://cf.ppt-online.org/files/slide/v/VsgiFn5x9ZoT7t4DBjL1EkyXW0ArY6aJwlpcGI/slide-0.jpg)**Профориентация молодежи и взрослых.**

[**2.**](https://cf.ppt-online.org/files/slide/v/VsgiFn5x9ZoT7t4DBjL1EkyXW0ArY6aJwlpcGI/slide-1.jpg)**Социальная проблема**

• Более 76% взрослых людей страдают от жестокого чувства нереализованности.  
• Семья в 50% случаев решает за молодого человека, его судьбу.  
• Государство несет затраты на повторное обучение и на профессиональную переподготовку.

[**3.**](https://cf.ppt-online.org/files/slide/v/VsgiFn5x9ZoT7t4DBjL1EkyXW0ArY6aJwlpcGI/slide-2.jpg)**Миссия**

Создать условия для каждого человека осознать свои способности, склонности и профессиональные интересы. Понять личностные потребности в выборе профессии через систему высокопрофессиональной  
профориентации для молодежи и взрослых.

[**4.**](https://cf.ppt-online.org/files/slide/v/VsgiFn5x9ZoT7t4DBjL1EkyXW0ArY6aJwlpcGI/slide-3.jpg)**Новизна**

1. Комплексный метод, сочетающий в себе лучшие качества многих теорий и методик профориентации.  
2. Дальнейшее развитие личностных компетенций.  
3. Пост-сопровождение до года.

[**5.**](https://cf.ppt-online.org/files/slide/v/VsgiFn5x9ZoT7t4DBjL1EkyXW0ArY6aJwlpcGI/slide-4.jpg)**Бизнес модель**

Ключевые партнеры  
• Образовательные учреждения  
• Органы власти  
• Службы занятости  
• Корпорации, фирмы, предприятия  
• Социальные службы  
• Поставщики программ и методик

Ключевые действия  
• Организация круглых столов  
• Проведение опросов  
• Заключение долгосрочных партнерских договоров  
• Продвижение в социальных сетях  
• Подбор квалифицированного персонала для СП  
• Реклама  
• Проводить тесты и тренинги  
• Поддержка выпускников

[**6.**](https://cf.ppt-online.org/files/slide/v/VsgiFn5x9ZoT7t4DBjL1EkyXW0ArY6aJwlpcGI/slide-5.jpg) **Бизнес модель**.

Ключевые ресурсы  
• Персонал высокой квалификации  
• База потенциальных клиентов  
• Личные связи с ключевыми людьми  
• Методики профориентации привлекательные для молодежи  
• Помещения для занятий  
• Компьютерное оборудование  
Каналы продвижения  
• Реклама  
• Сайт, социальные сети  
• Презентации, мастерклассы  
• Организация мероприятий по профориентации молодёжи совместно с Департаментом образования и  
молодежной политики

[**7.**](https://cf.ppt-online.org/files/slide/v/VsgiFn5x9ZoT7t4DBjL1EkyXW0ArY6aJwlpcGI/slide-6.jpg)**Целевые потребители**

1. Школьники 14 – 18 лет  
2. Студенты ВУЗов и колледжей  
3. Люди, заинтересованные в саморазвитии  
4. Собственники бизнеса, руководители и сотрудники предприятий  
5. Социальные группы  
Дети из малообеспеченных семей  
Инвалиды  
Дети, проживающие в детских домах  
Многодетные семьи

[**8.**](https://cf.ppt-online.org/files/slide/v/VsgiFn5x9ZoT7t4DBjL1EkyXW0ArY6aJwlpcGI/slide-7.jpg)**Бизнес модель**

Отношения с клиентами  
• Работа в группах  
• Индивидуальные консультации  
• Групповые долгосрочные программы  
• Индивидуальный подход к рекомендациям  
• Участие в конкурсах и мероприятиях в рамках направления  
• Мастер классы,  
Презентации

[**9.**](https://cf.ppt-online.org/files/slide/v/VsgiFn5x9ZoT7t4DBjL1EkyXW0ArY6aJwlpcGI/slide-8.jpg)**Бизнес модель**

Создаваемая стоимость  
• Новые традиции при выборе профессии  
• Отношение к работе, качество и стиль жизни молодежи и взрослых  
• Ценовая Доступность услуги  
• Личностное развитие и самореализация  
Социальное воздействие