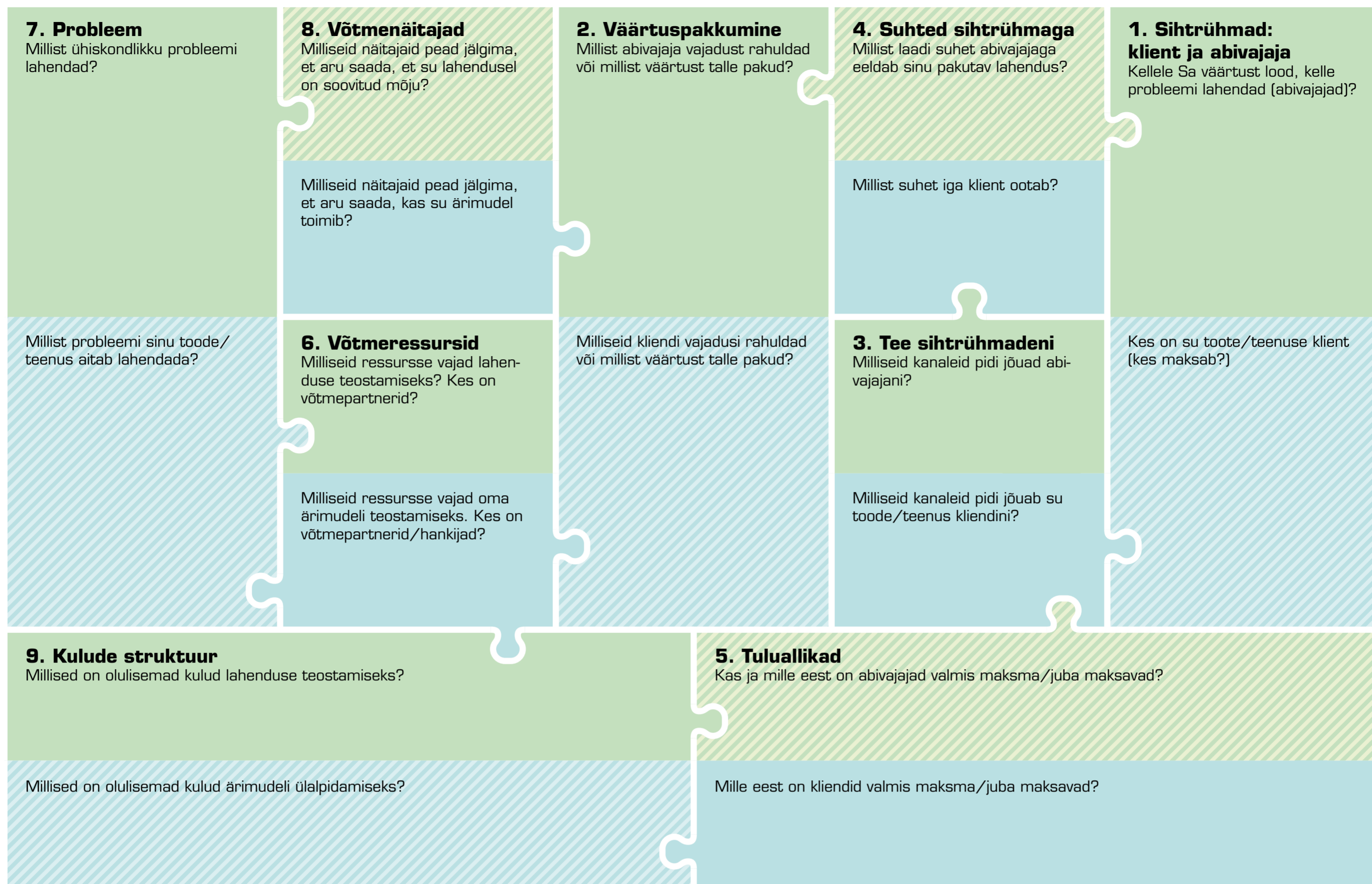


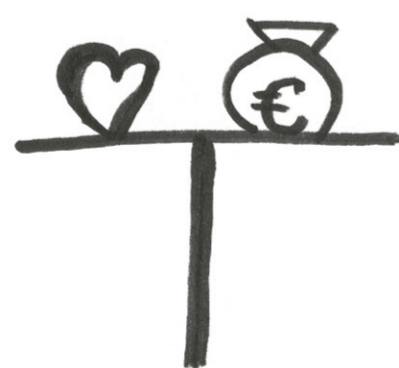
SOTSIAALSE ETTEVÖTTE ÄRIMUDELI LÕUEND



1. Klient:	Tasub sõnastada võimalikult detailselt, ühe inimese näitel (sugu, vanus, eelistused), iga kliendigrupi kohta eraldi.
2. Väärtuspakkumine:	Kõige kasulikum sõnastada nii nagu klient sõnastaks – mida näeb tema enda jaoks põhikasuna?
3. Tee sihtrühmani:	Nii parimad turunduskanalid kui ka vajadusel füüsiline koht, kus toodet/teenust osta saab.
4. Suhe sihtrühmaga:	Mis on just sellele kliendile kõige olulisem, millist klienditeenindust on vaja?
5. Tuluallikad:	Mille eest klient realselt maksab? Siia konkreetsed tooted-teenused, vajadusel täienda väärtuspakkumise lahtrit.
6. Võtmeressursid:	Mida on just lõuendis kirjeldatud idee teostamiseks vaja?
7. Probleem:	Kuidas äriidee on seotud ühiskondliku eesmärgi saavutamisega?
8. Võtmenäitajad:	Oluline mõõta äriidee edukust, leida parim võimalik mõõdik. Ühiskondliku poole peal on seotud mõju hindamisega.
9. Kulude struktuur:	Lähtub võtmeressurssidest, just selle äriideega seotud kulud.



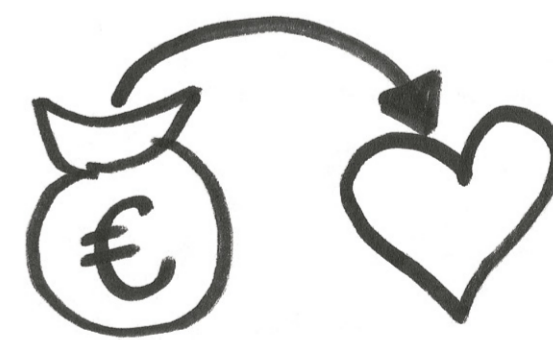
Ärimudel on vahend ettevõtte loomiseks ja arendamiseks. See võtab lühidalt kokku „kellele“ ja „kuidas“ luuakse väärtust. Sotsiaalsete ettevõtete puhul on ärimudel kahekihiline: maksvale kliendile lisandub abisaaja vaade (lähtuvalt ühiskondlikust eesmärgist).



Sotsiaalsete ettevõtete **väljakutseks** on ärilise ja ühiskondliku poole tasakaalustamine: inimeste aitamiseks on vaja teenida tulu, kuid inimeste aitamine ei tohi jääda äriiga tegelemise varju. Sotsiaalsete ettevõtete ärimudelid võib jagada kaheks, võttes aluseks **ärimudeli ja ühiskondliku eesmärgi kattumise**.



„Kattuva“ mudeli korral aitab raha teenimine otseselt ühiskondlikku eesmärki täita. Nt kui eesmärgiks on erivajadustega inimeste tööle aitamine, siis teenust osutavadki need abivajajad.



„Mittekattuva“ mudeli puhul ettevõtetulustulu teenimine ei aita otseselt ühiskondlikku eesmärki saavutada, tuleb eraldi tegevusi teha ühiskondliku eesmärgi saavutamiseks. Nt ruumide rendist saadud tulu investeeritakse noortele suunatud arenguprogrammi.



Materjali koostasid Aune Lillemets ja Toomas Roolaid. Kontakt: aune@sev.ee ja toomas@strateegialabor.ee. Aluseks on kasutatud Alex Osterwalder'i ärimudeli lõuendit (<http://www.businessmodelgeneration.com/>) ja Lean Business model'i lõuendit (<http://leancanvas.com/>). Teil on õigus materjali jagada ja töödelda, kui viitate autoritele, ei kasuta tulemust kommertslikel eesmärkidel ja jagate tuletatud teost antuga samadel tingimustel.