|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Key partners**Aktør-netværk****Virksomheder i detail branchen med størrelse til idriftsætning af egne produkter** **Elever på Ungdoms uddannelser****Ungdomsuddannelserne****opfinder rådgivningen, Teknologisk institut****Patent og varemærke styrelsen****Sponsorer****National, Regional og Lokal****Iværksætter støtte****fonde** | Key activities**Nøgleaktiviteter**Salg af produkt-ideer til virksomhederFormidling af projekter fra virksomheder til skoler Foredrag / Inspiration / konsulent bistand Formidling af kontakt mellem virksomheder og elever  | Value Propersition**Virksomhedens ”tilbud”**Formidling af produkter fra elever til virksomheder.Forhandling af kontrakter for eleverInspirations foredrag for eleverOpfinderdage for uddannelses institutioner i samarbejde med teknologisk institut og patent og varemærkestyrelsen.omFormidling af projekter/opgaver fra virksomheder til erhvervsskoler | Costomer relationships**Virksomhedens interaktion med kunden**Adresseret markedsføring til kunde segment Telefon opfølgning på adresseret markedsføringBesøg hos kunder og potentielle kunderOplæg om opfinderi Direkte kontakt til virksomheder angående samarbejdeWebsite med Database | Costummer segments**Målgruppe/Kundesegment**Leverandører af ideer og produkter.Unge mellem 16 og 25Aftagere af ideer og Produkter.Detail-virksomheder der indgår i udvikling og fremstilling af egne produkter I praksis vil det betyde virksomheder som:Bilka/CoopIde-møbler / Meka-møblerImerko / InspirationBauhouse / Silvan |
| Key resoursePersonlige evner og kompetancerNetværkDatabasePræsentations Magasin Viden Kompetanser | Channels**Salgs kanaler**Personligt mødeNetværk / Erfa grupperTelefon møder Internet via hjemmesideGratis ungdomsblad |
| Cost structure / **Omkostningsstruktur**Omkostningsstrukturen beskriver alle omkostninger til at drive virksomheden.Fokuser her på de største omkostninger Omkostningsstyret (easyJet, og Ryanair) / Værdibaseret (hilton) | Revenue streams**Andel af formidlede salg****Indtægter fra foredrag** **Fonts bidrag fra**  |

# Keypartners:

## Leverandører

Eleverne på de danske erhvervsskoler er vores leverandører, det er vigtigt at eleverne holdes orienteret løbende, om produkter der er solgt og om priserne de er solgt for. Vi vil i første omgang tage rundt til erhvervsskolerne og informerer om hvad vi tilbyder, og hvordan man deltager, når vi får solgt produkter, vil vi annoncerer i erhvervsskoleaviser, gratismagasiner for unge, og på vores egen hjemmeside.

Undersøgelser blandt vore leverandører viser, at der er stor interesse for at udvikle produkter, selv ved chancen for en relativt lille gevinst.

## Ungdomsuddannelserne:

Ungdomsuddannelserne søger altid efter måder at inspirere eleverne i projekter med virkelighedsnære problemstillinger. Der er mange former for konkurrencer der skal inspirere de unge, men fælles for dem er at der kun er op til 3 vindere, og altså rigtig mange tabere. Når DDS kommer ind som formidler mellem de unge og virksomhederne vil vi kunne formidle salg af kvalificerede ideer og i en del tilfælde forbedrings forslag. Skolerne vil således få fornyet engagement hos eleverne for hvert nyt salg. Det vil måske oven i købet være muligt for de lærere der underviser i fagene på skolerne at få elever til at korrigerer en ide for at give den nyhedsværdi.

## Opfinder rådgivningen (Teknologisk Institut)

Opfinder rådgivningen har til opgave at fremme produktionen af nye innovative tiltag i danmark. I dag der propertionalitet mellem alder og sandsynligheden for, at få registret opfindelser. Men en almindelig opfattelse af, at det er de unge der får mange af de sjove ideer. Man ved positivt at der ligger et meget stort antal opfindelser og designs i folks hjem. DDS og Opfinderrådgivningen vil har en fælles opgave i at bringe disse ideer frem i lyset og vi har haft flere samtaler om samarbejde med Steen Mandsfelt Eriksen.

## Sponsorer

Danmark satser en del på innovation, der er sat mange penge af til støtte af innovation, vi håber at kunne søge støtte til en del af driften af DDS i opstarts perioden, her vil vi i første omgang satse på de mere generelle fonde, fordi de midler der i øjeblikket er sat af specifikt til innovation, er meget specialiserede.

DDS er i gang med at søge fonde om støtte til den nonkommercielle del af arbejdet, det vil sige bevægelsen af projekterne fra eleverne ud imod virksomhederne, Inspirations besøg på erhvervsskoler, opbygning af produkt database, Fremstilling af produkt præsentations magasin.

Key activities **Nøgleaktiviteter**

## Salg af produkt ideer til virksomheder

DDS mest direkte nøgleaktivitet er salg af produkter, fra unge på erhvervsskoler til interesserede erhvervsvirksomheder der kan udnytte produkterne kommercielt. De solgte produkter skal kunne give virksomhederne nye indput i udviklings processen eller produkter til nye nicher hvor der kan skabes omsætning.

## Formidling af kontakt mellem virksomhed og elev

Som en direkte konsekvens af salg af produkter og Koncepter, formidler DDS kontakten mellem den Køberen (erhvervsvirksomheden) og sælgeren (erhvervsskoleeleven)

## Formidling af projekter fra virksomheder til skoler

DDS udspringer af erhvervsskolerne og har et indgående kendskab til fag som Teknologi, Teknikfag, Innovation, Erhvervsøkonomi og design.

DDS er i stand til, i samarbejde med erhvervsvirksomheder, at skabe projekter, baseret på virksomhedernes ønsker men tilpasset fag planerne i de enkelte fag.

##  Foredrag / Inspiration / konsulent bistand

DDS vil fra starten tage ud og lave inspirations oplæg på ungdomsuddannelser, dels for at skabe grobund for bedre salgsbare projekter, dels for at gøre opmærksomme på de allerede solgte projekter, og gøre de unge opmærksomme på at det rent faktisk er muligt at tjene penge på projekterne.

# Key resourse

## Personlige evner og kompetencer

Susannes, annes og steens kompetancer

## Netværk

Susanne har et stort netværk blandt vore kunder, og vi har alle gennem vores lære gerning en bred tilgang til erhvervsskole undervisere over hele landet et netværk vi går ud fra vil brede sig yderligere ud i takt med at vi får formidlet produkter til virksomheder

## Databasen

Databasen over elev produkter, er en af vore hovedresurser, og den egentlige rygrad i vores service virksomhed, Den indeholder alle projekter. Databasen er tilgængelig fra internettet, dels for elever dels for virksomheder.

## Databasen/Hjemmesiden har et antal niveauer

1. Alle kan se de
	1. Generelle oplysninger om DDS og hvad vi tilbyder
	2. Kontakt oplysninger til Danish Design Spot
	3. Elevprodukter i rene overskrifter (ingen billeder eller uddybende tekst
	4. Oversigt over solgte produkter (hvis Køber/sælger giver lov)
	5. Søge felt (problemstilling, kunde segment, materialer, processer)
	6. Annoncer fra abonnement virksomheder
2. elever kan som elever kun indtaste projekter
	1. De indtastede oplysninger skal kvalitets godkendes før de kan vises
3. Virksomheder med abonnement kan se
	1. Beskrivelser
	2. Billede af produkt/løsningsforslag
	3. Problem stilling
	4. Materialer
	5. Kundesegment´
4. Virksomheder der udfylder hemmeligholdelses erklæring
	1. Alt hvad der er indtastet i databasen
5. Virksomheder der indgår en købsaftale
	1. Kontakt oplysninger
	2. Elevens rapport med fuld dokumentation

## Præsentations E-Magasin

Udgives 4 gange årligt

Præsentations magasinet sendes til vore abonnementer, her er tale om en udskrift af databasen, i et format der er nemt at kikke igennem.

Magasinet er mere en præsentation af hvor bredt udbuddet af ideer er, end en egentlig brochure over produkter vi har til salg. Magasinet skal være interessant at kikke i, ikke mindst for gæster hos abonnenten.

# Hard back bog

Udgives 1 gang årligt og udsendes til abonementer

Formålet med bogen er at vise hvad Danish Design Spot kan, der er derfor kun tale om et udpluk af de bedste 20 solgte ideer

Bogen er opstillet Grafisk appetitligt og i hårdt omslag

**Albani Fonden** Hensigt at virke for almenytte formål af enhvert art. Primært i det syddanske område såsom støtte til ungdomsarbejde gennem eksempelvis spejderbevægelsen og sportsklubber, støtte til almene kunstneriske, kulturelle og historiske formål samt tillige støtte til humanitære formål, til forskning eller til beskyttlese af naturmiljøet

**Carlsberg Idé-legat** Carlsbergs Idé-legat uddeles hvert andet år. Modtagerne er kreative talenter, der udøver, skaber eller igangsætter aktiviteter inden for kultur- og fritidslivet i hele landet.

**GN Store Nord Fondet** Det er fondets formål at yde støtte til sådanne videnskabelige, tekniske, nationale, almengørende og humane formål, som det efter bestyrelsens skøn må anses samfundsmæssigt betydningsfuldt at bidrage til.

**Nykredits Fond** Fondens formål er at yde støtte til fremme af initiativer inden for dansk erhvervsliv, især med tilknytning til byggesektoren samt andre formål med tilknytning til Nykredits virksomhed. Endvidere yder fonden økonomisk støtte til initiativer af forskningsmæssig og kulturel art samt almennyttig karakter. Projekter med relation til byggesektoren prioriteres højst.

**Ole Kirks Fond** Støtter humanitære, kirkelige, kulturelle, lokale, sociale og uddannelsesmæssige initiativer og projekter. Vi lægger vægt på, at de støttede projekter fremmer værdier som kvalitet, glæde, fantasi, læring og kreativitet. Projekter rettet mod børn, unge og familien som institution prioriteres højt.

**8 november næste møde**

**16 november opgave afleveres**

**29 november eksamen**

4P -- Product, Place, Pris, promotion

5K -- Kunder, koncept, kanal, kompetence, kapital

Pain – Jury (de der bestemmer) – value proporsition (de værdier, produktet inderholder)

Nytte værdi

Kvalifikationer i teamet

**Til næste gang**

**Susanne Ringer til DI**

**Steen Laver et spørge skema 50%**

**Markedet** hvad vil markedet give, **omkostning** hvad kan vi producerer og sælge for, **Konkurrent** positionerer efter konkurrenter.

Telefon til australien 3øre reel pris 5 kr. det kan vi tage.

Kotler købs beslutnings model