



Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2017 – 2020, 1. odpiranje, za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

1. Polni naslov projekta: Biorazgradljivi izdelki, ki naravi niso v breme-novi izzivi in priložnosti za proizvajalce in kupce

- V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovo (neustrezno področje izbrišite):

- 0 - Splošne izobraževalne aktivnosti/izidi
- 1 - Izobraževalne vede in izobraževanje učiteljev
- 2 - Umetnost in humanistika
- 3 - Družbene, poslovne, upravne in pravne vede**
- 4 - Naravoslovje, matematika in računalništvo
- 5 - Tehnika, proizvodne tehnologije in gradbeništvo
- 6 - Kmetijstvo, gozdarstvo, ribištvo, veterinarstvo
- 7 - Zdravstvo in sociala
- 8 - Storitve
- 9 - Neopredeljeno po širokem področju

2. V sodelovanju z: (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partner/ja – podjetje/ji oz. organizacija, ki je/sta bilo/i vključeno/i v projekt)

UNIVERZA NA PRIMORSKEM FAKULTETA ZA MANAGEMENT

3. Besedilo:

- Opredelite problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

Ključni problem, ki se je razreševal v projektu je bila izgradnja in opredelitev marketinško-poslovnega modela za biorazgradljivi izdelek – lonček, ki naravi ni v breme in prinaša nove izzive in priložnosti tako za proizvajalce in tudi kupce. Opredeljene so bile ključne vsebine marketinškega spleta in marketinško-poslovne aktivnosti ter strategija marketinga in poslovanja za nov, biorazgradljiv izdelek z lasno blagovno znamko, ki prinaša na trg inovativno in inovativno rešitev tako za proizvajalce, kupce in tudi širše naravno okolje.

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

Izvajanje projekta je potekalo v Celju – v obliki osebnih stikov v obliki sestankov in srečanj članov projektne skupine (prostori UP Fakulteta za management, ŠS Celje) ter preko mentoriranja, koordiniranja, komunikacije in usmerjanja projektnih delovnih aktivnosti na daljavo (telefon, skype, e-mail komunikacija). Izveden je bil tudi obisk zunanjega partnerja – podjetja Navodnik – podjetja, ki je odgovorno za razvoj proteinskega materiala, skratka materiala iz katerega v proizvodnji podjetje Bokri, d.o.o. izdeluje v naravi razgradljive eko

lončke, ki so hkrati gnojilo in zaščita pred zajedavci. Aktivnosti so bile primarno usmerjene v pripravo osnovnega poslovnega marketinškega načrta in strategije marketinga in poslovanja za nov, biorazgradljiv izdelek z lastno blagovno znamko.

- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

V okviru projekta se je izdelal:

- Celosten marketinško poslovni načrt za izdelek.
- Nov logotip Evegreen, ki je hkrati osnova za novo blagovno znamko izdelka (brand) (do sedaj smo imeli problem, ker je bil logotip v celoti v rjavi barvi in so nas ljudje prepoznavali kot Evergreen, brand, ki je v svetu že leta prepoznan - in ne kot Evegreen – to je rešil študent, z zelo domiselno rešitvijo in sicer je del besede prebarval z zeleno barvo - in nihče več nas ne zamenjuje z drugimi brandi).
- CGP (celostna grafična podoba) izdelka
- Marketinški načrt za izdelek z vsemi ključnimi vsebinami in elementi izdelka
- Strategija marketinga in tržnega pozicioniranja izdelka
- Poslovno- prodajni načrt, ki vsebuje prenovljeno ponudbo osnovnim šolam za izvedbo tehnično/naravoslovnih dni ter dobavo proteinskih lončkov za potrebe izvedbe delavnic. Osnovna šola Mislinja se je že odzvala na našo ponudbo.
- Predstavitveni letak v angleškem ter slovenskem jeziku. Ker smo v mesecu septembru izbrani med MOSove podjetne talente, bodo letaki resnično pripomogli k boljši prepoznavnosti.
- Pridobitev aktualnih ponudb s strani primernih certifikacijskih organov.

Ključni doprinos projekta k družbeni koristnosti je v novem, inovativnem izdelku, ki je biorazgradljiv in naravi ter kupcu prijazen, hkrati prinaša nove izzive in poslovne priložnosti za slovenska podjetja in kupcem nudi nov način reševanja okolje vasrtvene problematike, saj zmanjšuje in odpravlja prekomerno zasičenost okolja in narave s plastičnimi (PVC) izdelki in ima tako več pomensko vsebino.

4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).

Slikovnega materiala s študenti pri delu, ni.