

Denumirea activității *Femina Faber Ltd.*

1)

Contextul

Țara de origine a afacerii: Romania

Sectorul de activitate (arhitectură, artă și cultură, meserii, design și arte vizuale, media, publicitate, multimedia, jocuri online, divertisment, tipărire și publicare, traducere și interpretare, muzică și spectacole, film & tv & radio)

Meșteșuguri

Obiectiv

După cum am aflat de la proprietarul Femina Faber, obiectivele principale ale afacerii sunt următoarele:

- Păstrarea și conservarea tehnicilor tradiționale
- Utilizarea lor pentru a crea articole unice și rezistente
- Protejarea mediului prin utilizarea materialelor ecologice
- Învățarea generațiilor noi care lucrează manual

Servicii/Produse

Ca activitate principală se poate spune că Femina Faber se ocupă cu producția de articole din piele realizată manual.



Clienții vizați

Clienții țintă ai afacerii individuale Femina Faber au fost identificați de către proprietarul Judit Szasz ca fiind adulții.



Modelul de afaceri / Inovarea

Nu a fost urmat niciun model de afaceri și nu au fost introduse inovații, afirmă Judit. Următoarele propoziții descriu cel mai bine afacerea ei și relația ei cu aceasta: "Aceasta este ceea ce pot face cel mai bine", "Ceea ce fac este hobby-ul meu, așa că sunt mulțumită".

Finanțarea, tipurile de finanțare

Scurtă descriere a cazului:

Cum s-a născut ideea, motivația pentru înființarea afacerii, planificarea timpului pentru implementarea ideii, mediul extern și factorii care influențează (de ex. Programele de sprijin extern, criza, schimbările în legislație, localizarea geografică, cererea, originalitatea ideii etc.)

2) Impactul

Provocări (preocupări care au apărut, perspective diferite)

Judit nu dorește să vorbească despre provocările cu care se confruntă. Ceea ce face este hobby-ul ei, spune ea, prin urmare, ceea ce îi oferă satisfacția în viața ei de zi cu zi, este că poate face ce-i place cel mai mult.

Cum se identifică clienții (tehnici creative folosite de strategia de marketing)

Relațiile personale sunt cele mai bune PR pentru Judit, spune ea, deci, se poate concluziona că nicio tehnică specifică nu este folosită de companie, nicio strategie de marketing nu a fost urmată.

Participarea la târgurile locale, regionale și naționale este o modalitate de a se apropia și de a construi relații cu clienții.

Impactul social (dacă este cazul)

Fiind o afacere de o persoană, nu este cazul.

3) Soluții

Lecții învățate

În acest moment, se poate spune că există doar un singur lucru în munca lui Judit... pasiunea ei. În timp ce își rezumă realizările, lecțiile învățate a spus doar: "Ceea ce fac este hobby-ul meu, așa că sunt mulțumită"

Soluții

N/A

Referințe

Fotografiile au fost folosite de pe pagina de FB a Femina faber, de la următorul link:

<https://www.facebook.com/judit.szasz.58>



Erasmus+

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.