

Denumirea activității

Mycreativeplace, Luka-Szabo Katalin Noemi PFA



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)

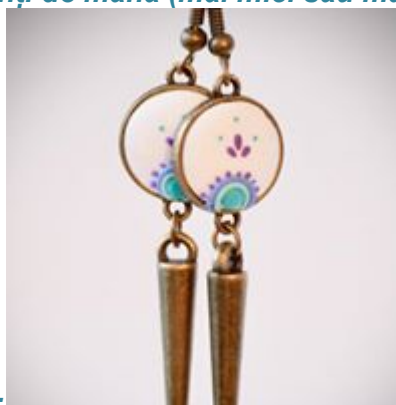
Mycreativeplace activează în sectorul meșteșugăresc și produce bijuterii și accesorii realizate manual pentru cei interesați de Miercurea Ciuc, un oraș situat în zona rurală a părții centrale a României, în Transilvania. Proprietarul acestei mici afaceri, practică activități meșteșugărești de când avea 10 ani, dar a reușit să-și înființeze afacerea abia acum 5 ani.

Obiectiv

Obiectivul afacerii poate fi identificat ca "realizarea visului".

Servicii/Produse

Bijuterii realizate manual (cercei, coliere, inele, brățări) din lut sau plastilină. În plus, sunt produse diferite tipuri de accesorii, cum ar fi geți de mână (mai mici sau mai



mari), portmonee, decorațiuni, cadouri personalizate.





Clienții vizați

Clienții vizați de Mycreativeplace sunt toți aceia care prețuiesc produsele fabricate manual, le place calitatea, articolele unice, nu produsele produse la scară largă.



Modelul de afaceri / Inovarea

În timp ce afacerea era inițiată, a fost pusă în aplicare doar o strategie de marketing cu scopul de a face ca ideea să ajungă la cât mai mulți oameni posibil, făcând produsele cunoscute pe scară largă pentru eventualii cumpărători. Profitul nu a fost luat în considerare, ideea de a crea ceva valoros și durabil pentru oameni a fost ideea principală.

Finanțarea, tipurile de finanțare

Proprietara acestei mici afaceri, Kata, conduce "micul vis" ca o afacere auto-finanțată. Ea și-a înființat afacerea din resurse proprii, puțin câte puțin. Singura investiție principală la începutul afacerii a fost o mașină de cusut, pentru care a folosit banii pe care-i câștigase la nunta ei cu "dansul miresei" ...

Mycreativeplace este o afacere de o singură persoană, prin urmare Kata, proprietara, încearcă de fapt să se susțină din veniturile pe care le realizează din vânzarea produselor sale. Prin urmare, participă activ la diferite târguri la nivel local, regional și național, unde este singura persoană responsabilă de tot, începând cu designul standului, producția de articole vândute, transport și logistică.

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.)

Întrebată fiind despre începutul călătoriei antreprenoriale, Kata spune că, la început,



meșteșugurile reprezentau doar un hobby pentru ea. "Crearea" produselor sale o ajutau prin perioade dificile și decizii care trebuiau luate în viața ei. După un timp, și-a dat seama că ar vrea să arate lumii ideea pe care o avea în mintea ei.

Odată cu trecerea timpului, a început să vadă că sunt oameni interesați de produsele ei. Acesta a fost momentul în care a început să meargă la târguri și să-și înregistreze afacerea.

Ideea mai există și astăzi, dar au apărut noi accesorii utile, care sunt bine primite de clienții lui Kata.



Ca și obstacol se poate menționa că, din momentul în care afacerea a început, în 2013, au apărut multe afaceri similare în ultimii ani. Acest lucru ar fi putut duce la o scădere a comenzilor și a vânzării, dar, din fericire, celor cărora le plac produsele Mycreativeplace se vor întoarce întotdeauna și vor rămâne loiali lui Kata. Este totuși o provocare menținerea afacerii în rândul "concurenților", astfel încât creativitatea să nu dispară, să se asigure fundamentele financiare și să se păstreze standardul "Mycreativeplace".

2) Impactul

Provocări (preocupări care au apărut, perspective diferite)

Companiile concurente, mai mulți producători pe piață. O cale lungă de parcurs până când fondul financiar va fi asigurat de afacere. Venitul este reinvestit în mod constant.

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

Este mai degrabă o situație inversă, deoarece Kata și produsele sale se găsesc în cadrul diferitelor târguri. Social media este de mare ajutor, care a fost, de asemenea, parte din strategia de marketing inițială a afacerii. Ea păstrează legătura, preia comenzile și prezintă noile sale produse pe FB și Instagramm.

Un magazin on-line este în curs de dezvoltare.

Impactul social (dacă este cazul)

Fiind o afacere de o persoană, nu este cazul.

3) Soluții

Lecții învățate

Urmează-ți visul și nu renunța niciodată.

Soluții**NA****Referințe**

Fotografii folosite de pe pagina de FB a Mycreativeplace FB, de la următorul link:

<https://www.facebook.com/Mycreativeplace-451709014895990/>



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.