



HSUP 1PAGER WORKSHOP

2022-11-03

Workshop tartalma

a onepager kötelező elemei

a HSUP saját követelményei

mitől lesz kiemelkedő egy onepager

az elbírálás folyamata

példák

zsoltgemesi 2022



IWI - Invisible Water Index
Láthatatlan (ipari és mezőgazdasági) relatív vízfelhasználást minősítő rendszer. A víztakarékos gyártóknak versenyelőnyt kínáló védjegy, melynek célja a globális szintű tömeges vízspórolás.

Probléma



11%
Háztartások
vízfogyasztása



89%
Ipar és mezőgazd.
vízfogyasztása

A láthatatlan vízfogyasztás, ami nem a csapon folyik ki majdnem 10-szer annyi, mint a látható. Ez egyre növekszik és már olyan mértékű, ami kezdi felülmúlni a víz megújulási sebességét és így lokálisan időszakos vízhiányok léptek fel a világ egyes pontjain.

A víz ára nagyon alacsony, nem ösztönöz a fogyasztás csökkentésére, nem térülne meg a takarékosabb technológiák alkalmazása.

A vásárlók számára pedig nem látható, hogy melyik áruk előállításánál alkalmaznak víztakarékosabb megoldást, így ők sem tudják döntéseikkel befolyásolni a termelőket.

USP

Vizsgálva a piacot látható, hogy több kezdeményezést is van már ezen a téren. Sok vízlábnyom adattal találkozhatunk egyes termékekre átlagolva. Ez egy lehetséges első lépés ahhoz, hogy az embereknek bemutassuk a probléma súlyát, ugyanakkor ezek a kimutatások önmagukban csak adatok, nincsen hatásuk a vízfelhasználásra. Az IWI ebben határozottan eltér ezen kezdeményezésektől. Nem csak a probléma megmutása a cél, hanem változtatás is.

Megoldás

Egy olyan index létrehozása, ami a vásárlók számára egyértelműen jelzi, hogy az adott terméket víztakarékosan állították elő.

Az Invisible Water Index (IWI) a vásárlókon keresztül egy új megközelítésbe helyezi a víztakarékos technológiai beruházásokat. A megtérülés során új tényezőket vehet figyelembe a gyártó, mint az esetleges magasabb árazás vagy éppen a növekvő eladások száma, nem beszélve a brand értékének a növekedéséről.

Business Model



Egyszeri audit díj



Termékenkénti éves
licensedíj

A védjegy megjelenése a termékeken



Eddig elért eredmények

Aquathon 2020: I. helyezés
Red Bull Basement Hungary 2020: I. helyezés
Red Bull Basement Global 2020: TOP10

Az IWI projekt célja, hogy hozzájáruljunk a fenntartható mértékű ipari és mezőgazdasági vízfogyasztás kialakulásához. Ehhez egy olyan brandet hozunk létre, amin keresztül a környezettudatos vásárlóknak lehetősége nyílik víztakarékos megoldások irányába terelni a vállalatokat.

1Pager

A vállalkozási ötlet bemutatása egy sorban/mondatban (one-liner)

A probléma bemutatása, amire megoldást nyújt az ötlet

A megoldás bemutatása

A piac bemutatása ahol a vállalkozási ötlet működne

Versenytársak és ezekhez képest a bemutatott vállalkozás előnyei

A vállalkozási ötlet üzleti modelljének bevételei

A csapat bemutatása



BRUSHY THE TOOTHBRUSH THAT ENTERTAINS

LET'S BRING FUN
INTO TOOTH BRUSHING

Help your kids finding fun in tooth brushing, solve the problem of everyday nag and raise them to be adults with healthy teeth.

EDIT BOLDIZSAR | DEVELOPER

ABOUT US

OUR BUSINESS PLAN

BRUSHY is a revolutionary electric toothbrush designed to get your kids fall in love with tooth brushing and make you free from trouble once and for all. BRUSHY has various functions that makes tooth brushing fun, while encouraging your kids to do the job. BRUSHY activates its functions while it is used. BRUSHY sings your kids favourite songs, it starts to flash different colors of lights and even changes its own color while kiddos hold it in their hand. An average time of a healthy toothbrushing is 2 minutes. BRUSHY has entertainment for 10X.



PROBLEMS_

- Kids dont like to brushing teeth
- This cost lot of energy and nerves for parents
- Dental medical cost a lot.
- 9 out of 10 people has dental problems due to lack of conscious dental hygiene
- Teeth are for life unless bad habits make them fall, thats why we should take care of them.



SOLUTION_

- Bringing fun into tooth brushing so kids gonna love which creates healthy habits for life
- Bring entertainment into dental hygiene
- Bring design and joy into caring for teeth
- Make parents feel in charge and happy about the health of their kids.



MARKET_

Electric tooth brush market is a 2.4 Billion dollar business where the online store segment is the fastest growing with the share of 48.34%. 1/3 of the total business is related to products for children. It's still a huge potential on the market espetially in this segment.



COMPETITORS_

The major competitors are Oral-B, Colgate, Sonicare, Philips, Sinbrush, Foreo



COMPETITIVE EDGE_

Unlike many electric toothbrush for kids on the market BRUSHY is not targeting the design but bringing joyous user experience into the act of tooth brushing. BRUSHY is an intelligent toothbrush. BRUSHY with its features encourages kids to stay in front of the mirror and do brush their teeth.



BUSINESS MODEL_

Targeting the market of oral care and marketing the product at toy stores where toothbrush has never been sold before. As BRUSHY looks like a toy and can be dressed in many merchands we would like to spread the message of having fun while brushing teeth.

Mitől jó?

Flow

Történet

Harmónia - szöveg, képek, abrák

A kulcsüzenet és annak

kommunikálása végig van gondolva

Van benne munka

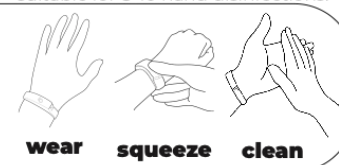
zsoltgemesi 2022



kleen-wear

Unique, refillable
hand sanitising band
designed to keep your hands
clean throughout the day.

suitable for 8-10 hand disinfections.



Problem: global pandemic, the spread of virus and bacteria

Solution: we want to give a solution to prevent the spread of germs and bacteria.

Aim: to encourage people to regularly sanitise to keep away germs.

Funding:
entire project is self funding

Target group:
the target group is around 20-40 year old women, online shoppers, who care about their health and hygiene.

Market strategy:
Brand awareness and consideration through social media platforms.
Conservation rate enhancing by content, community, influencer marketing.

info@kleen-wear.com



Want to know more?
Visit our website to know more about Kleen and hand hygiene. Follow us on our social media where you can share your thoughts and get updated.

www.kleen-wear.com



kleen-wear
kleen-wear



Every detail is precisely created and designed for your comfort.

Members:

Design and marketing manager: Ábrahám Viktória
CEO: Ábrahám Balázs
Lead engineer: Gerber Gordon



Market strategy:

Brand awareness and consideration through social media platforms.
Conservation rate enhancing by content, community, influencer marketing.

Income source:

Webshop purchases and social media purchases.
Medical appliance manufacturers and provider, clothing and accessory companies.

Key milestones:

Create a finished and functional product.
Brand awareness: get more followers on social media platforms
Prototyping and mass manufacture funding income source.



white black mint pink

Értékelés

1. Csak az elsődleges célt teljesíti

A hallgató által beküldött ötlet a onepager struktúrának többnyire megfelel, mutatja, hogy a hallgató foglalkozott a tananyaggal azonban a vállalkozási ötlet nem elég innovatív, megvalósításra nem alkalmas, vagy egyéb indok miatt további munkára, ösztöndíj-támogatásra nem javasolt.

2. A másodlagos célt is teljesíti

A hallgató által beküldött ötlet a onepager struktúrának megfelel és innováció tartalom, értéket teremtő újdonság is felfedezhető benne. További, részletesebb értékelésre is érdemes vagy **a megadott szempontok, vagy az egyetem saját értékelési rendszere szerint**. Potenciálisan javasolható ösztöndíj-támogatásra.

Javasolt kérdések az értékeléshez

A problémás kérdés | a probléma bemutatása

Valós kihívást vázolt fel a hallgató? Feltételezhetően érti a problémát, amit bemutat?

A fortély kérdés | a megoldás bemutatása

A hallgató által felvázolt vállalkozási ötlet valóban megoldást nyújt a problémára? Elég kidolgozott és átgondolt a megoldás?

A titkos kérdés | innovativitás

Van-e a vállalkozási ötletben értéket jelentő újdonság?

Javasolt kérdések az értékeléshez

A mérnöki kérdés | technológia

A vállalkozási ötlet megvalósítására a hallgató felvázolta-e a szükséges technológiát, ezt rövid távon képes-e megszerezni/megvalósítani?

Az időzítés kérdése | aktualitás

Aktuális-e a vállalkozási ötlet megvalósítása? Hosszabb távon is releváns-e vagy csak egy időszakos helyzetre nyújt választ?

A csapat kérdés | szükséges kompetenciák

Bár a hallgató a képzés ezen pontján még nem rendelkezik csapattal, de pozitív, ha a tananyagban olvasottaknak megfelelően felvázolta az ötlet megvalósításhoz szükséges kompetenciákat.

Zsolt Gémesi
Rainmaker

zsoltgemesi@gmail.com

+36 20 339 4760

