

# 1 הבעיה

המנעולים הקיימים בשירותים ציבוריים, לא תמיד תקינים או קיימים ותחושת הביטחון של המשתמש מתערערת. בנוסף, אם כבר קיים מנעול הוא אינו סטרילי ומזהם. כשתחושת הביטחון מתערערת ולאדם יש רתיעה מחוסר היגיינה וחוסר ביטחון, הדבר עלול לגרום לחשש אצל קהל היעד שלנו.

# 4 מתחרים

DoorJammer: מנעול גדול ומגושם, הנועד לחסימת הדלת. המנעול פועל על לחץ אוויר ועיקר השימוש שלו הוא נגד פריצות או מניעת כניסת אנשים לחדרים בבית מלון.

# 3 קהל יעד

קהל היעד הראשוני שלנו הוא תלמידים בבתי הספר. רוב המנעולים בשירותים הציבוריים בבתי הספר אינם תקינים וקיימת תחושת חוסר ביטחון מתמדת בעת השימוש בהם בקרב תלמידים.

# 6 מודל פיננסי

על פי התחזית הפיננסית, בשנת 2023 נגיע להכנסה של \$100,000 באמצעות מכירה של 35,000 יחידות.

# 5 ייחודיות

המוצר שלנו ייחודי לסביבה, קל משקל וקומפקטי. השימוש במוצר בימי הקורונה, בהם היגיינה וסטריליות הכרחיים למניעת הדבקה, חשוב ומשמעותי. המוצר יהיה זול וקל לנשיאה בכל עת בהשוואה למתחרים שלנו.

# 7 מודל עסקי

המוצר יימכר בשני ערוצי מכירה: 1. מכירה לרשתות שיווק כגון "מקסטוק" או חנויות למכשירי כתיבה וציוד משרדי במודל B2B- 2. מכירה באמצעות שיווק ישיר ללקוח ע"י אתר אינטרנט של החברה במודל B2C-

# 2 הפתרון

מנעול נייד, קל וקומפקטי שיהיה ניתן לנשיאה בכל עת. המנעול ישמש כבטחון לכל דלת ובכך יספק למשתמש בו חוויה מוגנת וסטרילית בעת שימוש בשירותים ציבוריים. המנעול יורכב משלושה חלקים עיקריים: וואקום שייצמד לדלת, מחסום עשוי פלסטיק קשיח וכן התקן שבאמצעותו יהיה ניתן להצמיד את המנעול לדלת בחוזקה.

# 9 דרכי הפצה וקידום מכירות

קידום המוצר יבוצע באמצעות דוכני מכירה שיציעו מבצעים לקונים בבתי הספר. בעתיד נשקול מכירות בצמוד לרכישת ילקוט בית ספר או מוצרים דומים. כמו כן, תוצע הנחה לרכישת כמות מוצרים.

# 8 מודל שיווקי

המוצר יפורסם ברשתות חברתיות כגון: Facebook, Instagram. כמו כן, סרטון התדמית שלנו יסייע לשיווק המוצר באמצעות פרסום בYoutube.

שם החברה:

Uniqey

לוגו החברה:



שם המוצר:

My-Lock