

<p>● Key partners</p> <ul style="list-style-type: none"> • sklepy ogrodnicze • sprzedawcy roślin • producenci i dystrybutorzy środków do pielęgnacji roślin 	<p>● Key activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • dostarczanie rzetelnej wiedzy ogrodniczej • kampania w sklepach ogrodniczych i SM • budowanie relacji z biznesem ogrodniczym 	<p>● Value propositions</p> <p style="text-align: center;">ścieżka do sukcesu uprawy na bazie kompleksowej i rzetelnej wiedzy o pielęgnacji roślin</p>	<p>● Customer relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> • kompleksowe wskazówki nad pielęgnacją rośliny • zindywidualizowane komunikaty • nagradzanie i wzmacnianie nawyków 	<p>● Customer segments</p> <p>amatorzy ogrodnictwa domowego:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trendspotters wielbiciele trendów nastawieni na estetykę swojego otoczenia • Eco-freaks wielbiciele natury zatroskani losem planety
<p>● Key resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • baza wiedzy o ogrodnictwie • baza kontaktów z potencjalnymi partnerami • siatka kontaktów • zespół 			<p>● Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • aplikacja bloom!, • kampanie w social mediach influencerzy • sezonowe kampanie w sklepach 	
<p>● Cost structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • wynagrodzenie zespołu • serwery i oprogramowanie • eksperckie konsultacje bazy wiedzy • kampanie promocyjne, reklama • networking na wydarzeniach branżowych 		<p>● Revenue streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • model freemium <ul style="list-style-type: none"> ◦ ograniczenia w liczbie roślin, półek, roślin leczonych w tym samym czasie • reklamodawcy (smart banner, reklama natywna) <ul style="list-style-type: none"> ◦ lista zakupów i pogotowie jako miejsce na reklamę natywną 		