



**Opis strategii wdrożenia osiągnięć naukowych opracowanych przez studenta/ów
w ramach projektu *Partnerski Związek Nauki i Postępu***

Nazwa działania/nazwa rozwiązania/strategii „BIO-MASKA”
Imię i nazwisko autora/autorów Karolina Nowak i Olga Szymańska
Uczelnia, Wydział, Specjalność Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, Kierunek: Zarządzanie.
Przedsiębiorstwo lub branża, dla których dedykowane jest rozwiązanie/strategia „BIO-MASKA” to produkt ekologiczny przeznaczony zarówno dla branży profesjonalnej (salony fryzjerskie) oraz pojedynczych konsumentów (kobiety w wieku 15-55 lat).
Opis rozwiązania/strategii: <ol style="list-style-type: none">1. <i>problem, na który odpowiada rozwiązanie/strategia</i>2. <i>podstawowy cel realizacji</i> <p>1. Niejedna kobieta często stoi przed trudnym wyborem: jak efektywnie zaplanować swój czas? Z czego zrezygnować? Czas jest dzisiaj wyjątkowo cenny, wystarczająco pochłaniają go korki, praca i kolejki w sklepach, gdy wracamy do domu chcemy odetchnąć i poświęcić czas rodzinie. Ponadto ciągłe podwyżki cen za energię i wodę skłaniają kobiety do pewnych oszczędności. Także warunki atmosferyczne wpływają na częstotliwość mycia włosów przez kobiety, oczywiste jest, że w trakcie zimy kobiety noszą czapki jednocześnie narażając się na szybsze przetłuszczanie włosów. W przypadku ważnego wystąpienia może być to krępujące.</p> <p>Nasz produkt to maska w postaci czepka nakładana na głowę, która oczyszcza oraz pielęgnuje skórę głowy i włosy. Działanie produktu oparte jest na powolnym uwalnianiu substancji pod wpływem temperatury ciała. Jej waga jest znikoma dlatego jest idealnym uzupełnieniem każdej damskiej torebki. Jest rozwiązaniem dla wszystkich kobiet oczekujących nowego, idealnego produktu. Jego aplikacja następuje bez użycia wody, jest szybka w użyciu (10 min) wygodna, zaprojektowana w trzech odcieniach tak by dopasowała się do koloru włosów, dzięki temu jej użycie nie komplikuje nam wykonywania innych czynności, możemy jej używać w miejscach publicznych wykorzystując czas jej stosowania na inne cele. Nasz produkt stwarza możliwości osiągnięcia natychmiastowego efektu świeżości.</p> <p>2. Nasz produkt stwarza możliwości zaoszczędzenia przez kobiety czasu, pieniędzy oraz zdrowia (nie będą narażały się na przeziębienia). Firma kosmetyczna L’Oreal osiągnie przychody jednocześnie oddziaływające na hipermarkety, drogerie, salony fryzjerskie. Celem realizacji strategii jest osiągnięcie zysku przez naszą firmę, jednocześnie dotarcia do jak największej liczby konsumentek oraz odpowiedź na potrzeby klientek i rynku.</p>



Elementy innowacyjne rozwiązania/strategii (jeśli istnieją)

Innowacyjne rozwiązanie opierać się będzie głównie na sposobie dozowania produktu. Jednorazowe czepki wyścielone będą opatentowaną substancją oczyszczająco – regenerującą, w skład której wchodzić także będą witaminy oraz inne substancje odżywcze. W ofercie wystąpią 3 rodzaje czepków (dostosowane do trzech głównych odcieni włosów: ciemny, blond oraz rudy), które dopasowywać się będą idealnie do struktury i koloru włosów konsumentek. Czas użytkowania będzie krótki (jedynie 10 minut) zwłaszcza biorąc pod uwagę kobiety z długimi włosami, którym mycie, odżywianie oraz suszenie włosów zajmuje bardzo dużo czasu. Warto dodać, że, by maska działała prawidłowo wystarczy umieścić wszystkie włosy pod jego warstwą (nie trzeba niszczyć fryzury, by odświeżyć włosy) – delikatna gumka, która znajdywać się będzie w otocze czepka zapobiegnie przypadkowemu wydostaniu się włosa spod czepka. Substancje uwalniane będą przez pory umieszczone w cieniutkiej siateczce wypełniającej całą powierzchnię czepka w wyniku działania normalnej temperatury ciała. Aplikacja substancji bez użycia wody to oszczędność pieniędzy i czasu. Produkt zapewnia 100% poczucie elegancji i komfortu.

Spodziewane korzyści dla przedsiębiorstwa wdrażającego rozwiązanie/strategię

Szczególnie przedsiębiorstwa kosmetyczne (salony fryzjerskie) odczują korzyści wdrożenia „BIO-MASKI” na rynek. Usprawni to szybkość usług, a także pozwoli zaoszczędzić na środkach do pielęgnacji włosów czy na rachunkach za wodę i energię. Przedsiębiorstwa kosmetyczne będą prowadzi także sprzedaż detaliczną naszego produktu, dzięki czemu zwiększą swoje dochody. Korzyści mogą także odczuwać drogerie, w których sprzedawany będzie nasz produkt. Mogą one liczyć na wzrost sprzedaży oraz zwiększenie liczby potencjalnych klientek. Profity z wprowadzenia naszego czepka na rynek mogą czerpać również sklepy survivalowe, oferujące różnorodność produktów, które pomagają przetrwać w trudnych warunkach lub w sytuacjach gdzie dostęp do wody jest utrudniony (np. biwak w lesie pod namiotem).

