



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

Nazwa działania/nazwa rozwiązania/strategii Desire
Imię i nazwisko autora/autorów Daria Nosko, Żaneta Ziemińska
Uczelnia, Wydział, Specjalność Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, Zarządzanie.
Przedsiębiorstwo lub branża, dla których dedykowane jest rozwiązanie/strategia Branża kosmetyczna.
Opis rozwiązania/strategii: <ul style="list-style-type: none"> 1. <i>problem, na który odpowiada rozwiązanie/strategia</i> Kobiety posiadają bardzo dużo kosmetyków, wiele pomadek o różnych, odcieniach kolorach. W obecnych czasach kobiety są bardzo zapracowane, pochłonięte karierą zawodową i nie mają czasu na zwykłe zakupy lub na odwiedzanie drogerii kosmetycznych. Wizyty w salonach kosmetycznych są dość kosztowne i trudno umówić na odpowiedni termin z kosmetyczką. Obecna płęć piękna pragnie zawsze wspaniale wyglądać. Jest to utrudnione przez częste podróżowanie lub wyjazdy służbowe czasem kilkudniowe. Kobieta w takich sytuacjach jest zmuszona do noszenia ogromnego bagażu kosmetyków. W domu trudno utrzymać porządek, ponieważ owe produkty są zazwyczaj małe i ciężko je ustawić na półce. W torebkach i kosmetyczkach trudno znaleźć potrzebną pomadkę, wśród wielu innych, bardzo podobnych kształtem i wielkością. 2. <i>podstawowy cel realizacji</i> Podstawowym celem produktu jest rozwiązanie problemów współczesnych kobiet przez ułatwienie im życia. Zakup jednej szminki pozwoli na zastąpienie wielu innych pomadek. Wynika to z faktu, iż jest to produkt innowacyjny pozwalający na dobór odpowiedniego koloru do każdej sytuacji. Dzięki jej ogromnym możliwościom kobieta będzie mogła się cieszyć szeroką gamą kolorów od beżu przez róż do głębokiej czerwieni, będąc w posiadaniu tylko jednego produktu. Pomadka również oprócz szerokiej palety barw łączy w sobie właściwości nawilżające chroniące usta podczas siarczystego mrozu czy upalnego lata. Kolor jest trwały pozostaje na ustach przez wiele godzin. Dodatkowo elegancki wygląd sprawi, że każda koleżanka będzie zazdrościła tego produktu. Jest mała, zgrabna przez co zmieści się do każdej torebki, nawet najmniejszej. Można ją zabrać wszędzie ze sobą, co czyni ją bardzo uniwersalną i wszechstronną idealną dla kobiet żyjących pełnią życia.





Elementy innowacyjne rozwiązania/strategii (jeśli istnieją)

Elementem innowacyjnym w produkcji jest atomizer, system 3 komór. W pierwszym pojemniku znajduje się naturalny barwnik, w drugim pigment a w trzecim następuje mieszanie się substancji. Wszystko zgodnie z dozowaną ilością pigmentu. Posiadacz produktu według własnych upodobań wybiera odcień nakładanej szminki na usta. Pomadka ma nie ograniczony zasób kolorów mieszających się we wspomnianych gamach koloru.

Spodziewane korzyści dla przedsiębiorstwa wdrażającego rozwiązanie/strategię

Przedsiębiorstwo, które wprowadzi produkt na rynek, będzie czerpać z tego pomysłu, bardzo dużo zysków. Szminka będzie pragnieniem każdej kobiety która ma mało czasu dla siebie a także chętnie kupowaną nowinką po którą sięgną podążające za moda kobiety. Ilość nabywców, będzie ogromna. Obecnie na rynku nie ma podobnej pomadki, jest to produkt rewolucjonistyczny. Przedsiębiorstwo które wdroży rozwiązanie, będzie w posiadaniu na wyłączność tego produktu, przez co będzie postawiony na bardzo dobrej pozycji, gdyż dowolnie będzie mógł kształtować cenę na produkt. Szminka jest produktem, bez której nie obędzie się żadna kobieta, tak więc zawsze będzie posiadał szerokie grono chętnych kupujących. Firma podejmująca się wprowadzenia szminki na rynek, będzie bez konkurencyjna, ponieważ tak jak już wcześniej wspomniano nie ma jeszcze takiego produktu.

