

Key Partners

Målet med Chariport är att vi ska kunna täcka så stor del av världen som möjligt och det ska gå att välja med precision ett specifikt område som man vill hjälpa. Detta kräver dock enorma resurser för att kunna säkerställa hur mycket av pengarna som faktiskt går fram samt att organisationerna vi donerar pengar till verkligen är välgörenhetsorganisationer. För att undvika dessa problem kommer vi därför i början strikt arbeta med organisationer med 90-konton. Detta innebär att de övervakas av svensk insamlings koll och det finns ett sedan innan uppsatt regelverk de måste följa. Så fort vi har kompetensen och resurserna vill vi utöka detta.

Key Activities

Det vi måste göra för att kunna leverera vår value proposition är att skapa ett transaktionssystem som kostnadseffektivt kan överföra pengar, men även att bygga en mobilanpassad hemsida, genom React samt ReactNative frameworket. Detta för att se till att denna överföring sker så säkert och effektivt som möjligt.

Key Resources

De kritiska resurserna som är nödvändiga för företagets framgång är finansiella, mänskliga och relationsbundna. För att komma igång är vi i beroende av riskkapital, detta riskkapital ska användas till utveckling av hemsidan, transaktionssystemet samt drift av systemet innan verksamheten är självgående. De mänskliga resurserna är teamet bakom Chariport, vi besitter tillsammans kompetensen som krävs för att sätta igång bolaget samt ta fram en prototyp men vi är beroende av hela teamet för att detta ska fungera. Den sista resursen är relationsbaserad, vårt mål är att arbeta med samtliga svenska organisationer med ett 90-konto. Dessa samarbeten är kritiska för företagets framgång och för att dessa samarbeten och därmed affärsmodellen ska fungera så är vi beroende av att skapa en god relation till dessa de svenska aktörerna med 90-konton.

Value Propositions

Användarna får tillgång till en plattform som använder sig av ny teknologi som är säker för hantering av transaktioner och uppgifter. Detta för att lättare hålla koll på företaget men även användarna och transaktionerna.

Under användarkontot kommer man även se en sammanställning om statistik, exempelvis totalt donerade pengar, hur många procent som har kommit fram samt när möjligt vad de används till.

Customer Relationships

Våra kunder och partners kan redan i tidigt skede förvänta sig en stark relation med mycket kontakt. Detta då säkerhet samt tillit är något vi på Chariport verkligen vill satsa på. Denna kundrelation kommer i början ske både online men även personligen. Detta då vi vill bygga en säker och trygg grund från första början. De facto att dessa organisationer också tillhör 90-konton gör denna process både mer säker men även lättare.

Channels

Vi kommer endast använda oss av en hemsida för att förmedla vår value-proposition. Användarna skapar sina portföljer via vår hemsida, genomför donationerna samt tar del av tillgänglig feedback. En webbaserad tjänst är både det enklaste och det självklara valet av kanal utifrån ett kostnads, transparens och logistikperspektiv.

Customer Segments

Vi kommer endast använda oss av en hemsida för att förmedla vår value-proposition. Användarna skapar sina portföljer via vår hemsida, genomför donationerna samt tar del av tillgänglig feedback. En webbaserad tjänst är både det enklaste och det självklara valet av kanal utifrån ett kostnads, transparens och logistikperspektiv.

Cost Structure

Då vårt företag är verksam inom välgörandehetsindustrin så är det en självklarhet för oss att alltid minimera våra kostnader. Minimeringen av kostnaderna måste dock vara relativ till de transparens och säkerhetskrav som vi ställer på oss själva. Så kostnadsstrukturen sammanfattad blir att minimera kostnaderna men det får inte gå ut över bolagets transparens och säkerhet i betalningssystemet.

Revenue Streams

Till en början har vi planerat att finansiera vår verksamhet genom att ta en andel av det donerade beloppet (då vi fungerar som en mellanhand). Då vi verkar inom välgörandehet är detta inte en ideal lösning och vi vill därför i framtiden undersöka möjligheten att finansiera verksamheten till större del via sponsring eller genom en marknadsföringsdriven inkomstmodell.