Б+С

Добрый день, уважаемые эксперты. Наша команда называется Амбианс, Москва, Политех.

Прежде чем раскрывать суть бизнес-идеи, скажем пару слов о команде:

Якушина Анастасия - инициативная и исполнительная, генератор творческих идей, ответственная за маркетинг.

Слепчук Максим - строгий и пунктуальный, следит за соблюдением дедлайнов, главный финансист проекта.

Эффективность работы команды обусловлена:

- демократией (мы принимаем решения коллективно)
- синергией (вместе, мы продуктивнее)
- самоотдачей (потому, что мы искренне верим в нашу идею)

Good afternoon Ladies & gentlemen, let me introduce u to the members of our team:

Anastasia Yakushina is our creativity factory, responsible for marketing

Maxim Slepchuk - keeps the work in time frames, responsible for financial part

Мы использовали 3 метода поиска идеи: ловушка идей и мозговой штурм и метод фокальных объектов. Решения принимались методом **деструкции** идей. Контроль в группе бил текущий, выполнялся в ходе всей работы.

To find the ides we used ideas trap & brainstorm.

Наша идея заключается в создании агентства, предоставляющего консультационные услуги в сфере личностного развития, иными словами - лайф коучинг. **Звучит скучно? Но поняв суть идеи, вы и сами захотите стать нашим клиентом.**

Our idea is to make an agency, that provides consulting services in the field of personal development. Soon u'll see that it's not as boring as it seems like.

Лайф коучинг давно популярен в америке и европе, но в россии мало кто имеет о ней представление. По прогнозам аналитиков к 2019 году так или иначе рынок получит крупных игроков, либо это будут американские компании, (пауза...выразительное лицо) ...либо мы.

Life coaching came to Russia not long time ago and it's very perspective now.

Наш продукт это пакет занятий - от 5 до 15 индивидуальных коуч сессий длительностью один час, В ходе в ходе которых клиент наводит порядок в своих мыслях и получает мотивацию.

Коуч-сессия проходит в форме личной **беседы 1 на 1**, коуч **задает вопросы** и слушает ответы и направляет поток сознания клиента в нужное русло.. Принцип заключается в том, что клиент сам находит решения существующих проблем.

[Our main stuff are coaches, which work with ppl's problems by asking questions to the client individually.](#)

10. Уникальность нашего предложения для клиента в том, что:

1. у нас нет почасовой оплаты (т.е наши коучи не будут пытаться тянуть время, увеличивая личную выгоду)
2. наша услуга комплексна (мы предоставляем прочих необходимых специалистов)
3. стоимость услуг наших коучей на 25% ниже средней на рынке

[Our service is not hourly paid, it's fuller than usual and also cheaper](#)

Мы работаем в сегменте B2C, с перспективой развития B2B направления в дальнейшем.

М - Есть ли в России рынок лайф коучинга? На миллион населения нашей страны приходится около десятитысячной доли коуча. Потенциал роста рынка огромен. Мы составили пест, свот анализы рынка лайф-коучинга.

На основании покупательских поисковых запросов и опросов коучей мы можем приблизительно определить объем рынка (по Москве) около 35млн в год, при выручке в бмлн, мы имеем около 17% доли рынка.

В целом конкурентов можно разделить на 2 категории: сайты или центры, предоставляющие услуги коучей, и индивидуальные специалисты.

Н - На карте красными точками отмечены города, которые являются наиболее перспективными для открытия такого бизнеса, а желтыми - возможности для расширения в новые регионы.

Н - Для сегментации ЦА мы использовали анализ поисковых запросов, социальных сетей, а также опросы, в том числе и опрос практикующих коучей.

М - Возрастной анализ показал, что 47% потенциальной ЦА возраста 26-35 лет

Н - Стоит отметить, что мужчины чаще чем женщины склонны справляться со своими психологическими проблемами самостоятельно.

М - Анализ социальных сетей показал что 82 тысячи потенциальных клиентов проживают в странах россии и снг,, которые ищут, искали или заинтересованы в круче. 9000 из которых проживают в Москве.

Н - Ядро ЦА составляют женщины от 26 до 35 лет, проживающие в Москве, со средним и выше доходом, стремящиеся к самореализации, уверенные в том, что могут получить от жизни больше, они требовательны к себе.

М - Для большей упорядоченности, мы составили 5W анализ и дифференцировали целевую аудиторию на 3 группы, которые вы можете видеть на экране. Так как проблемы, с которыми они будут обращаться к коучам различны.

Подводя итоги,

Наш проект перспективен потому что:

1. нацелен на получение высоких доходов и прибыли
2. на текущий момент на рынке пока нет лидеров, но он быстро развивается
3. имеет социальную значимость

Д+Е

М - Команда Амбианс, Москва, Политех.

Н - Диаграмму Гантта мы использовали для планирования времени на проект, иллюстрируя план графика работ.

М - Мы расписали бизнес процессы как 0 так и 1 уровня.
Но сейчас мы посмотрим на процесс глазами клиента.
потенциальный клиент, допустим Настя, звонит либо пишет в агентство

Н - уточняются детали, а затем производится запись на установочную сессию

М - в процессе установочной встречи Настя общается с психологом до 30 минут, он определяет подходит ли Насте услуга, а также определяет необходимую специализацию коуча.

Н - За это время я получаю полную информацию о получаемой услуге уже изнутри,

Ну и первые положительные впечатления, так как работа начинается уже на этой бесплатной установочной сессии, независимо от того, стану ли я приобретать услугу или нет.

М - Затем происходит выбор того или иного пакета программы, уточняется расписание и длительность перерывов между сессиями - промежуток между встречами может составлять 1 неделя или же 2 месяца

Н - приятным бонусом для меня будет возможность получить разовую услугу персонального имиджмейкера или, скажем, фитнес-тренера, если мои цели имеют к этому отношение

М - Кстати Настя всегда может связаться с менеджером или коучем для уточнения каких-то задач или в случае затруднения с их реализацией.

Н - В схеме организационной структуры мы отразили первичную стадию, т.е на этапе запуска бизнеса (т.е. сокращенный штат), а так же и расширенную схему, с полноценным штатом, на этапе расширения компании.

Разработку сайта, юридическую поддержку, услуги СЕО выносим на аутсорсинг, для сокращения издержек.

Также мы составили штатное расписание

М - Позитивный план развития бизнеса подразумевает расширение клиентской базы, увеличение штата сотрудников, формирование положительного образа агентства и открытие филиалов в других регионах

Н - антикризисный план базируется на угрозах, выявленных в ходе swot и pest анализов. Например в случае сокращения количества клиентов возможна разработка предложений для с целью повторного обращения в агентство или система вознаграждений за привлечение своих знакомых.

М - Для реализации стратегии лидерства в нише (по Портеру) сформулированы следующие цели маркетинговой стратегии: повышение узнаваемости и лояльности к продукту.

Н - Коммуникативные цели (или задачи на год):
формирования положительного отношения к товару по таким характеристикам как: надежность, профессионализм, полезность, эффективность.

Каждый пятый представитель целевой аудитории после контакта с рекламным сообщением должен подумать о покупке продукта

М - Все цели были проверены методом smart (измеримость, достижимость, значимость, сроки)

Н - Мы составили список критериев для определения конкурентоспособности нашей бизнес идеи по методу 5 сил Портера, среди которых, например, уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль, готовность существующих игроков к снижению цен, чувствительность к цене и так далее. Полученные данные вы можете видеть на экране.

М - 7P анализ достаточно объемный, поэтому мы обратим ваше внимание лишь на **некоторые** его составляющие:

Н. - Place - то есть место. Офис агентства должен быть расположен в центре Москвы, вблизи от метро и крупных дорог. Мы выбрали помещение в бизнес-центре площадью 51 кв.м. у ТТК и станции метро Марьяна Роща.

Предоставление услуги будет осуществляться как очно так и заочно. Мы предоставляем кабинет для очных встреч клиента с коучем, а также возможность заочно получать услугу по Skype и телефону, так как уважаем рабочее и личное время клиентов.

М - Политика ценообразования основана на покупательской способности клиентов

и расценок конкурентов. Себестоимость одного минимального пакета составляет 15873 рубля. Минимальная цена одного пакета исходя из наценки в 35% составляет 21000 рублей . У конкурентов 26.500.

Н - Мы хотим сделать услугу максимально доступной, поэтому разработали три варианта пакетов, доступные разным сегментам целевой аудитории, которые вы также можете видеть на экране.

М - Канал сбыта у нас нулевого уровня, то есть от производителя к потребителю.

Н - Мы будем использовать такие инструменты маркетинга как:

1. Реклама, контекстная и таргетированная, рекламные посты в популярных тематических группах "ВКонтакте"
2. PR посредством продвижения через лидеров мнений (YouTube блогеры), создания и ведения собственного YouTube канала, ведение страниц в социальных сетях, а также проведение конкурсов для подписчиков,
3. Стимулирование сбыта посредством периодических акций.

Особое внимание следует уделять контент-маркетингу, так как наша ключевая цель - лояльность к услуге.