

# Ищем Работу. Вместе



## Что?

Наша команда **кратко** опишет будущий проект.

## 02

## Кому?

Найдем **участников** проекта, визуализируем **карту эмпатии**, а также опишем **5F потребителей**.

## 03

## Как?

Поговорим о **способах реализации** и планируемых **результатах** проекта, а также опишем **4P маркетинга**.



Веб-сервис!

04

Команда

### За сколько?

Подведем итоги по **доходам и расходам**, а также расскажем об **источниках финансирования** нашего проекта. Выведем **модель монетизации**.

### В нашем составе

Анатолий Оленников, Александр Третьяк, Владислав Самусенко, Федор Янчев, Ярослав Щенцов, Дмитрий Шахов.



# Описание проекта

Проект «Ищем Работу.Вместе» поможет студентам и выпускникам, которые **заинтересованы** в том, чтобы **найти** себе **работу**, а также работодателям, которые ищут перспективных и амбициозных работников.

## Взаимодействие



Мы **решим** проблему взаимодействия между студентами/выпускниками и работодателями при помощи **веб-сервиса** за счет предоставленных от студентов и выпускников **резюме** и представленных **вакансий** работодателями.

## Информация



**Данные** о студентах будут формироваться не только при помощи заполненных резюме, но и **предоставляться** их **вузом**.

# Проблемы

5 **проблем**, которые до сих пор существуют:

- ❖ Неудобное расписание
- ❖ Сложно найти подработку/место стажировки
- ❖ Невнятные сайты ВУЗов
- ❖ Люди, не соблюдающие масочный режим
- ❖ Отсутствие единой системы учета выпускников у ВУЗов

**Поэтому** студенты либо **ничего** не делают, либо **тратят** много времени на поиск заработка, а бывает и **отчисляются** из-за нехватки времени, пока пытаются **заработать** себе на жизнь.



# Целевая Аудитория

Это аудитория **потенциальных потребителей** какого-либо товара или услуги. Задача маркетинга — повлиять на неё с целью **побудить** к покупке. Иными словами, это тот круг потребителей, физических лиц или компаний, на который этот продукт рассчитан и которым он может быть **интересен**.



## ВУЗ

- Заинтересован в трудоустройстве своих студентов
- Потребность в привлечении абитуриентов к себе

## Работодатели

- Заинтересованы в найме амбициозных сотрудников
- Боятся остаться без кадров

## Студенты

- В возрасте от 18 лет
- Заинтересованы в получении опыта и денежных средств
- Потребность в получении работы/подработки/стажировки
- Боятся остаться без средств существования, опыта работы
- Зарабатывают недостаточно средств или не зарабатывают вообще

# Customer Journey Map

Переводится «Customer Journey Map» как **карта пути клиента**. Это **таблица** или **инфографика**, которая показывает все **точки контакта** потребителя с продуктом с момента первого соприкосновения.

Этапы	Поиск	Выбор	Резюме	Удержание
Цель	Найти хороший веб-сервис для нахождения работы	Выбрать сервис на котором тебя точно заметит работодатель	Начать получать первые отклики работодателей	Убедиться, что сервис продвигает твое резюме
Вопросы	Что может решить мою проблему?	На каком сервисе быстрее всего откликаются работодатели?	Как скоро я смогу найти работодателя?	Как добиться продвижения твоего резюме?
Точки сопри-я	<ul style="list-style-type: none"> <li>Браузер</li> <li>Универ</li> <li>Соц. сети</li> </ul>	Форум	<ul style="list-style-type: none"> <li>Сайт</li> <li>Call-центр</li> </ul>	FAQ
Решения	<ul style="list-style-type: none"> <li>SEO</li> <li>Партнерство с универом</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Кол-во работодателей</li> <li>Отзывы</li> </ul>	Быстрый ответ оператора	Рекомендация универа
Решения	<ul style="list-style-type: none"> <li>Универом</li> <li>Партнерство с SEO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Отзывы работодателей</li> <li>Кол-во</li> </ul>	оператора быстрый ответ	универа рекомендация

# Карта Эмпатии

Карта эмпатии **собирает** и **визуализирует** глубинные характеристики **целевой аудитории**: потребности, мотивы, ценности, проблемы и другое. К заполненной карте можно обращаться каждый раз, когда нужно **понять точку зрения** клиента относительно возникших вопросов.



## Делает

- Усердно учится
- Стараются **подрабатывать**
- **Ищет работу** по специальности
- Распределяет своё время



## Говорит

- В интернете старается правильно **общаться** с работодателями
- Говорит, что **тратит много времени** на требовательных работодателей



## Чувствует

- Боится не набрать **требуемого опыта** к моменту окончания учебы
- В недоумении, откуда работодатели берут такие **большие цифры** в требовании «стаж»



## Думает

- Думает, что можно **намного удобнее** искать работу
- Считает, что практика в его сфере играет **важную роль**

#### Функции:

- ❖ Удобный поиск работы/стажировки для студентов
- ❖ Предоставление обширной базы молодых и перспективных специалистов, для работодателей

#### Финансы:

- ❖ Студенты будут экономить большое количество времени, которое они затрачивают на поиск работы
- ❖ Аналогично для работодателей, с поиском молодых специалистов
- ❖ Также, студенты смогут улучшить свое финансовое состояние, одновременно повышая свои профессиональные навыки и получая опыт работы
- ❖ ВУЗы - партнеры будут гораздо более перспективными

#### Свобода:

- ❖ Студентам будет просто составлять резюме, ведь большая его часть будет предоставлена университетом
- ❖ Благодаря простому и удобному дизайну пользователи не будут испытывать дискомфорт при использовании нашего сервиса
- ❖ У всех участников освободится большое количество времени, которое они тратят на поиск работы/сотрудников

#### Чувства:

- ❖ Данный сервис будет выступать в роли друга, помощника, который сделает все, чтобы помочь студенту и работодателю найти друг друга

#### Будущее:

- ❖ Студенты, которые смогут найти работу по специальности и улучшить свое финансовое состояние, будут рекомендовать данный сервис друзьям
- ❖ Работодатели, увидят огромное количество молодых специалистов
- ❖ ВУЗы увидят перспективу в сотрудничестве с данным сервисом

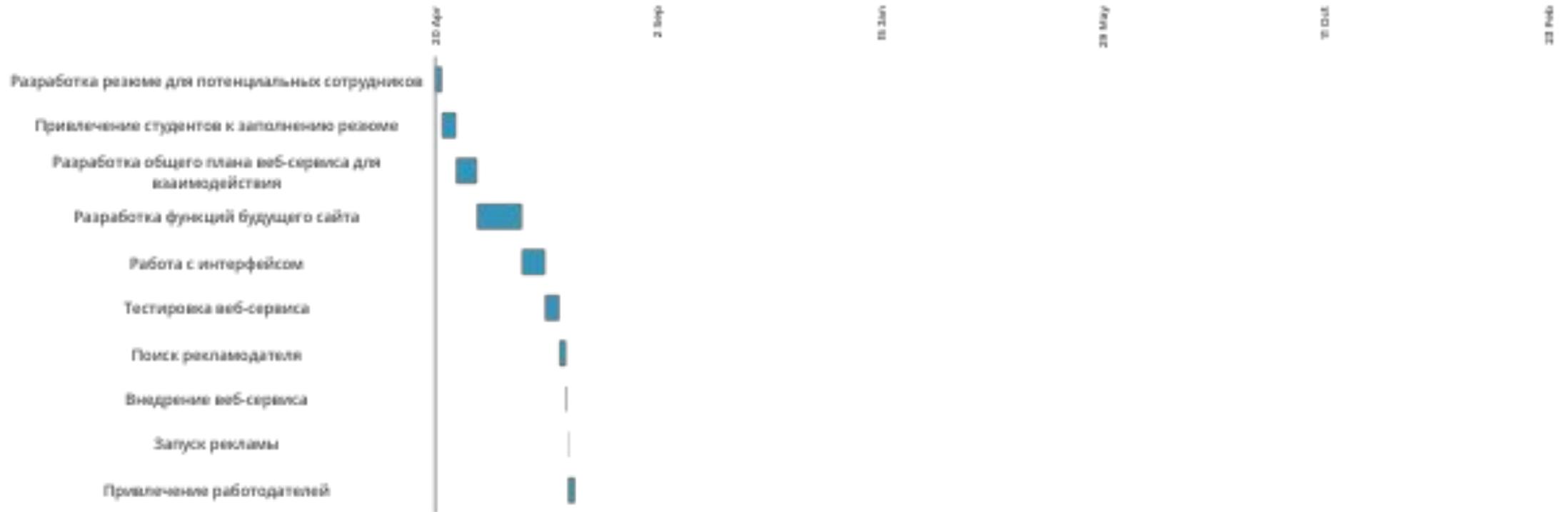
# 5F Потребителя

«Пять F» потребителя – это и есть ничто иное, как **5 желаний потребителя**.

- **Функции.** Как товар или услуга удовлетворяют конкретные потребности?
- **Финансы.** Как покупка повлияет на общее финансовое положение потребителя?
- **Свобода.** Насколько удобно потребителю покупать товар, не сталкивается ли он с трудностями при его использовании?
- **Чувства.** Какие чувства вызывает у потребителей товар или услуга? Как это влияет на их представление о себе?
- **Будущее.** Как потребители будут относиться к товару или услуге и компании через некоторое время?

# Диаграмма Ганта

**Диаграмма Ганта** — один из самых популярных инструментов любого руководителя проекта, а именно – **способ представления** календарного плана проекта в виде горизонтальной гистограммы, где по вертикальной оси располагаются **задачи**, а по горизонтальной – **даты**.



# 4P Маркетинга

Концепция 4P — **маркетинговая теория**, основанная на четырёх основных «**координатах**» маркетингового планирования:

**Product** (продукт) — товар или услуга, ассортимент, качество, свойства товара, дизайн и эргономика

**Price** (цена) — цена, наценки, скидки

**Place** (место продажи) — дистрибуция, месторасположения торговой точки, каналы распределения, персонал продавца

**Promotion** (продвижение) — продвижение, реклама, стимулирование сбыта



## Продукт:

- ❖ Веб-сервис для взаимодействия студентов и работодателей, отвечающий всем **современным технологиям** и стандартам **UX** и **UI** дизайна

## Цена:

- ❖ **Минимальная** цена для выхода на рынок - 350 тыс. руб.
- ❖ Цена **после** выхода на рынок - 50 тыс. руб.

## Место продажи:

- ❖ **Интернет**

## Продвижение:

- ❖ Покупка **рекламы**, направленная как на студентов, так и на работодателей
- ❖ Агитация студентов внутри вузов

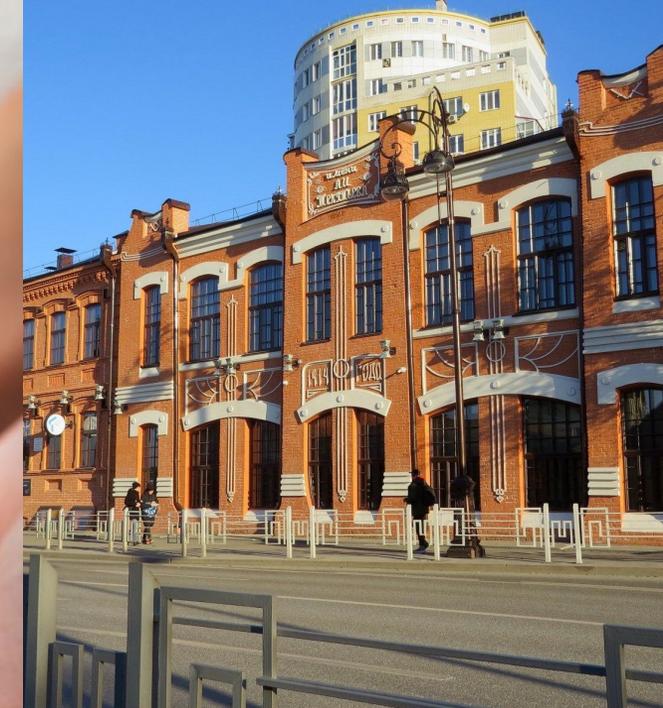
# Источники Финансирования

**Внешние** источники финансирования:

- ❖ Партнерство с ТюмГУ
- ❖ Пожертвования от работодателей, студентов

**Внутренние** источники финансирования:

- ❖ Продажа дополнительного функционала на сайте



# Финансовый План

Финансовый план – это часть **бизнес-плана**, отвечающая за **финансовое подкрепление** остальных разделов. Финансовый план **определяет**, на какие средства будет **реализован** каждый из пунктов бизнес-плана.

₽ **540000.00**

Финансирование проекта

		Месяц												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого
Расходы	Создание сайта разработчиком						322 000 ₽							
	Бюджет на продвижение проекта							20 000 ₽	20 000 ₽	20 000				
	Аренда серверов						7 000 ₽	7 000 ₽	7 000 ₽	7 000				
	Аренда хостинга						7 000 ₽	7 000 ₽	7 000 ₽	7 000				
Доходы	Финансирование вуза	45 000 ₽	45 000 ₽	45 000 ₽	45 000 ₽	45 000 ₽	45 000 ₽	45 000 ₽	45 000 ₽	45 000 ₽	45 000 ₽	45 000 ₽	45 000 ₽	<b>540 000 ₽</b>



Проект профинансирован!  
Достижение получено.

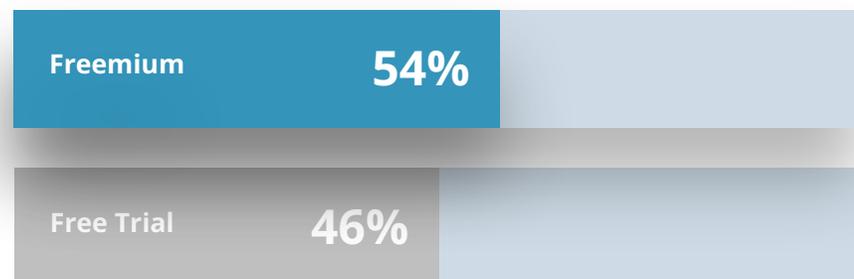
- Доходы полностью и в нуль покрывают расходы.
- Доход только на расход и никуда больше!

# Модель Монетизации

Структура бизнес-модели:

- ❖ Дизайнеры, инвестиции, программисты
- ❖ ТюмГУ, партнеры, маркетологи
- ❖ Дополнительные функции (выборка лучших кандидатов)

Наиболее **подходящей** бизнес-моделью для нашего проекта является **Freemium** бизнес-модель. Наш проект будет предоставлять **бесплатный** доступ к **неограниченному** использованию базовых функций и предполагает **плату** только для клиентов, которым нужна **дополнительная функциональность**.



# Конкурентный Анализ

**Конкурентный анализ** – это совокупность инструментов, помогающих изучить и понять **цели конкурирующих фирм** и выявить свои **слабые** и **сильные** места относительно них. Анализ конкурентной среды позволяет построить стратегию компании таким образом, чтобы максимально использовать свои **сильные стороны** и существующие возможности и в то же время снизить риски и ослабить существующие угрозы со стороны конкурентов.



## Центр развития карьеры ТюмГУ

- Сколько вложили? М?
- Какие доходы? А?
- Карьерный маркетплейс | ТюмГУ



**Ярослав Шенцов**  
Аналитик



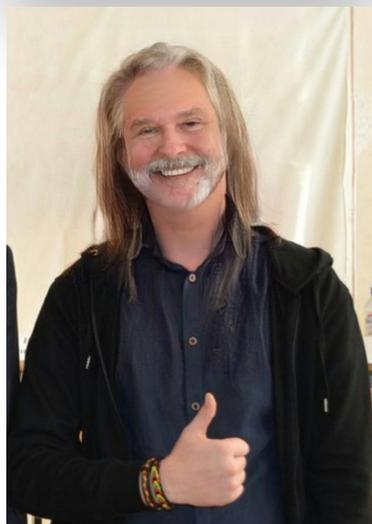
**Анатолий Оленников**  
Руководитель проекта



**Владислав Самусенко**  
Визуализатор



**Александр Третьяк**  
Копирайтер



**Дмитрий Шахов**  
Гуглер (не старый)



**Фёдор Янчев**  
Гуглер

# Наша Команда

**Правильно распределяя** наши ресурсы и роли, мы смогли быстро углубиться в наш проект и понять, что и как мы можем реализовать. Каждый отработал по **максимуму**.

**Спасибо за  
внимание!**