



Web 2.0 проект в период кризиса

Краткая история

- Запуск: декабрь 2007 года.
- Цель: быстрый рост и последующая продажа компании.

Продвижение

- Бесплатный шлюз в локальную сеть КПИ, расклейка объявлений по КПИ.
- Продвижение по студенческим форумам. Поиск активных личностей.
- Конкурсы по привлечению пользователей.
- Баннерная и контекстная реклама.

Попытка продажи

- Выбор покупателя.
- Процедура «Due Diligence».
- Отказ, финансовый кризис, смена стратегии.

Уменьшение расходов

- Сокращение технического штата.
- Ликвидирование команды модераторов и маркетинга.
- Сокращение к минимуму расходов на маркетинг.
- Перевод продажи рекламы на процентное вознаграждение.
- Уменьшение расходов на дата-центр.
- Сокращение расходов на офис.
- Фиксация всех платежей в гривне.
- Оптимизация серверной части.
- Аутсорсинг или перевод на part-time дизайнера, администратора и бухгалтера.
- Выполнение консультативных услуг.
- Бартерные схемы: оплата услуг рекламой.

Увеличение доходов

- Расширение линейки рекламных продуктов.
- Пакетная продажа рекламы вместе с другими игроками рынка.
- Расширение ассортимента платных сервисов.
- Формирование отдела прямых продаж.
- Подключение партнерских разделов, которые позволяют зарабатывать: аукцион, казуальные игры, карты, интернет-магазины.
- Продажа свободных мест в стойке.
- Медиа-поддержка.
- Бартерные схемы продажи рекламы.

В настоящее время мы ищем и другие возможности увеличения доходов и рентабельности бизнеса.

Планы на будущее

- Вводить новые сервисы (интересные и монетизируемые).
- Наращивать аудиторию.
- Уходить от прямой конкуренции с ВКонтакте и Одноклассниками.
- Искать еще более выгодные схемы монетизации.

Вместо итогов

- Если проявить гибкость, социальная сеть может быть прибыльным бизнесом, как и любой другой интернет проект.
- В условиях кризиса меняется отношение к интернет-стартапам: теперь всем интересна проверенная и масштабируемая бизнес-модель, а не быстронадуваемый проект.

Визитница

www.Vizitnica.net

Менеджер контактов и онлайн-визитка.

Решаемые проблемы

Визитница

1. Все контакты в одном месте.
2. Синхронизация и доступность из любого средства коммуникации.
3. Простота интерфейса. Быстрый поиск нужного контакта.
4. Виртуальная визитка, которая позволяет легко обмениваться контактами и контролировать доступ к ним.

1. Контекстная и баннерная реклама (15%)
2. Платные сервисы для пользователей (30%)
3. Платные сервисы для компаний (35%)
4. Платные сервисы для рекрутинга (10%)
5. Печать и доставка визиток. (10%)

Сергей Коркин

+38 091 300 0 309

SergeySergey@Sergey@KorkinSergey@Korkin.Sergey@Korkin.com