

# **БИЗНЕС – ПЛАН**

## **Модуль 3 Маркетинг**

# **Общественная зарядка**

Авторы проекта: Сапукова А.Р.,  
Воробьева З.А.

Руководитель: Сазанова Илона Евгеньевна

## Задачи проекта

Краткосрочные	Среднесрочные	Долгосрочные
Запустить бизнес Достигнуть выручку 300 000 рублей в месяц Государственный контракт, заявка на субсидии Реклама на всех площадках ( личный сайт, соц сети, Яндекс- продукта.).	расширение территории бизнеса увеличить штат сотрудников до 20 человек Повышение квалификации сотрудников Увеличить выручку на 30 % в месяц	Открыть филиал в других городах России от 500 тыс. чел. (Уфа)

**4.5. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ  
ПО СОСТОЯНИЮ на 1 января 2021 г.<sup>1)</sup>**  
(человек)

	Городское население	
	мужчины	женщины
<b>Всего</b>	<b>1147819</b>	<b>1389563</b>
15-19	58770	54964
20-24	57083	52186
25-29	81987	79847
30-34	111058	112331
35-39	102094	108876
40-44	90645	103406
45-49	83605	96860
50-54	68802	82467
55-59	74027	99422
60-64	68559	104191

# Рекламная модель AIDA

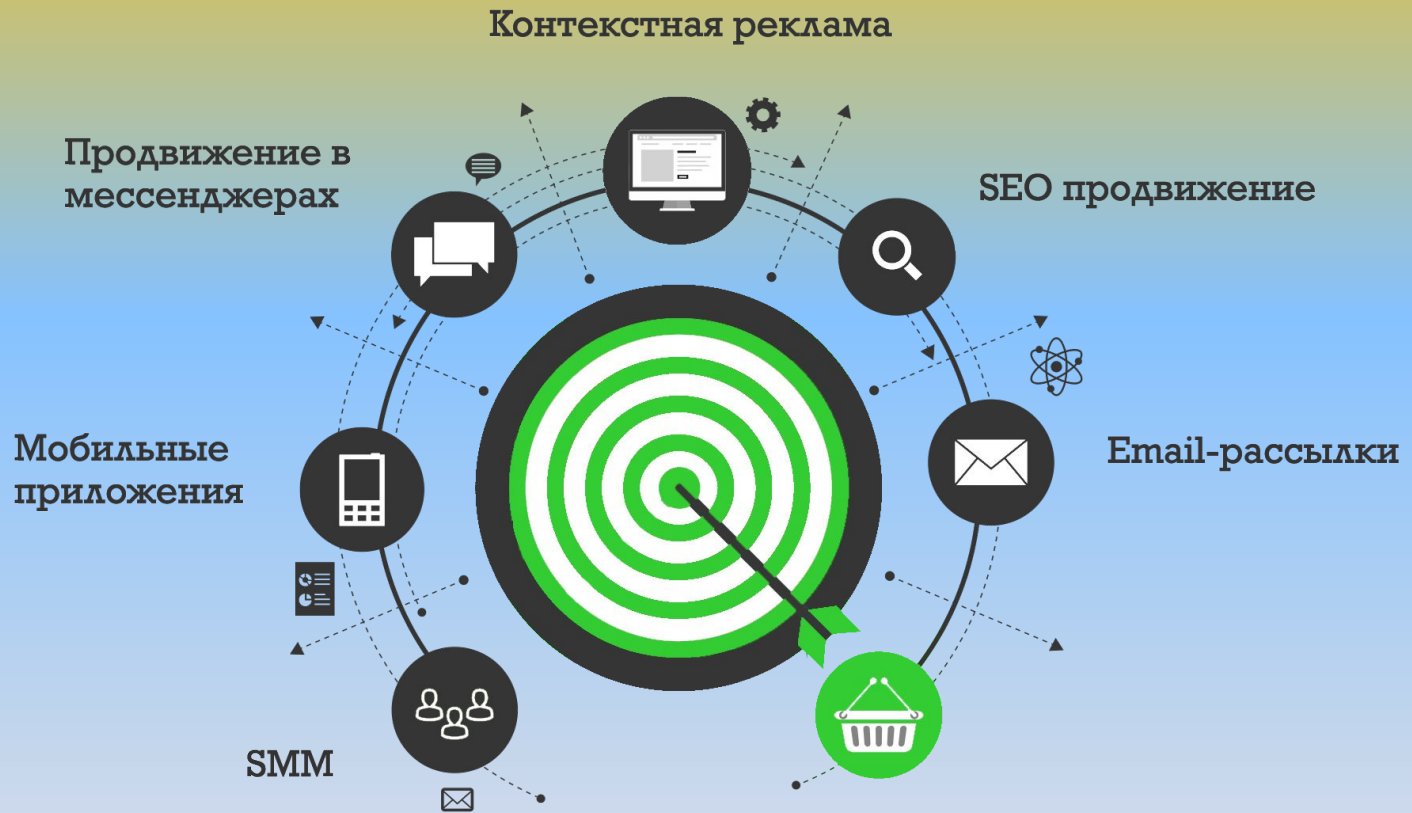
A = внимание: рекламный баннер, наружная реклама, группы в соц. сетях и красочный плакат привлечет внимание потенциальных клиентов.

I = интерес: группа в соц. сетях подогревает интерес целевой аудитории. Отталкиваясь от проблемы наш заголовок «Будь всегда на связи», он подогревает интерес наше УТП «инновационные технологии, позволяют тебе брать больше возможностей»

D = желание: попробуй новое, не ограничивай себя в общении

A = действие: Заряди свой телефон

# Продвижение Рекламных компании



# Каналы сбыта

Торговый центр, аэропорт, жд вокзал,  
общественный транспорт



Потребитель



# Стратегия маркетинга

Товар/рынок	Старый товар	Новый товар
Старый рынок	Проникновение на рынок	<b>Развитие товара</b>
Новый рынок	Развитие рынка	Диверсификация

# Бюджет маркетинговых мероприятий

Статьи расходов	Июнь - Август 2021 года	На этапе развития (кв. / 2021 год)			
		сентябрь	Октябрь	ноябрь	Декаб рь
Наружная реклама	30000	10000	10000	10000	10000
Флаейры	6000	2000	2000	2000	2000
Настройка рекламы на сайт	6000	2000	2000	2000	2000
Итого	42000	14000	14000	14000	14000



## Модель комплекса маркетинга 4Р для «Общественная зарядка»

Продукт (Product)	«Общественная зарядка»– инновационное оборудование для зарядки телефонов
Цена (Price)	1 минута – 5 рублей
Местопрода жи (Place)	В ТЦ, жд вокзалы, аэропорты
Продвижени е (Promotion)	Продвижение продукции осуществляется с помощью инструментов: соц. сети (VK: таргетинг и реклама в сообществах, Instagram). Сайт «Общественная зарядка», рекомендации известных блогеров
Люди (People)	Наши сотрудники имеют высоко технологическую специализацию

## Бизнес модель Остервальдера ИП «Общественная зарядка»

<p><b>ПАРТНЕРЫ</b>  <u>ТЦ Аврора</u>, <u>ТЦ МЕГА</u>, <u>ТЦ Гудок</u>, <u>ЖД вокзал</u>, <u>Аэропорт</u>, <u>Автовокзал</u>, <u>Общественный транспорт</u> (автобусы, трамваи, троллейбусы)          Корпоративная связь (Мегафон, МТС) Интернет провайдер (<u>Дом.ру</u>),  <u>Коммунальные поставщики</u> (Самараэнерго, гор. водоканал, Межрегион газ), <u>Типография</u> (печать баннера, визиток, флаеров), <u>«Дядя Федор»</u>, <u>Рекламное агентство «Вывеска»</u>, услуги пусконаладочных работ, государственной структуры – ИКАСО, Заявка на тендер</p>	<p><b>ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>          Предоставление продукта, вешинговые зарядное устройство, на котором размещена реклама</p> <p><b>РЕСУРСЫ:</b>          Материальные ресурсы (Помещение, столы, стулья, шкафы, компьютеры, принтер, аппаратура для проведения шоу)          Персонал (директор, менеджеры, установщики, операторы водители, составители рекламных текстов),          Финансы (тендер и личные средства основателя ИП)</p>	<p><b>ПРОДУКТ</b>          Вешинговый аппарат с телефонными зарядками для различных гаджетов</p>	<p><b>ЦЕННОСТИ:</b> Дает возможность всегда оставаться на связи (сотовая связь и интернет пространство)</p> <p><b>КАНАЛЫ СВЯЗИ</b>          Наружная реклама, телевидение, СМИ, всплывающая реклама в браузере сайт «Общественная зарядка», телеграмм канал, WhatsApp, Viber. Электронная почта.</p>	<p><b>СЕКМЕНТЫ КЛИЕНТОВ</b>          B2C Мужчины, женщины – заряжающие свои устройства</p> <p>B2B руководители <u>ТЦ</u>, <u>ЖД</u>, авто вокзалов.</p>
<p><b>РАСХОДЫ:</b> закупка и установка оборудования, Открытие ИП, составление договоров на аренду, обслуживание автоматов, ремонт в случае поломки, зарплата сотрудникам, отчисление в ПФР, ФСС, уплата налогов, аренда, расходы на телефонную связь, интернет, GSM, амортизацию, продвижение бизнеса (реклама, ведение соцсетей).</p>			<p><b>ДОХОДЫ:</b> Выручка от предоставления аппарата в аренду, выручка от рекламодателей.</p>	