

# **БИЗНЕС – ПЛАН**

## **Модуль 2 Целевая аудитория**

# **Общественная зарядка**

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

Руководитель: Сазанова Илона Евгеньевна

## Сегментация рынка «Общественная зарядка»

B2C	B2B	B2G
Женщины и мужчины в возрасте от 14 до 65 лет (ядро)	Торговые центры, Рестораны, частные заведения	Аэропорт, ЖД вокзал, общественный транспорт

# Планируемая прибыль

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

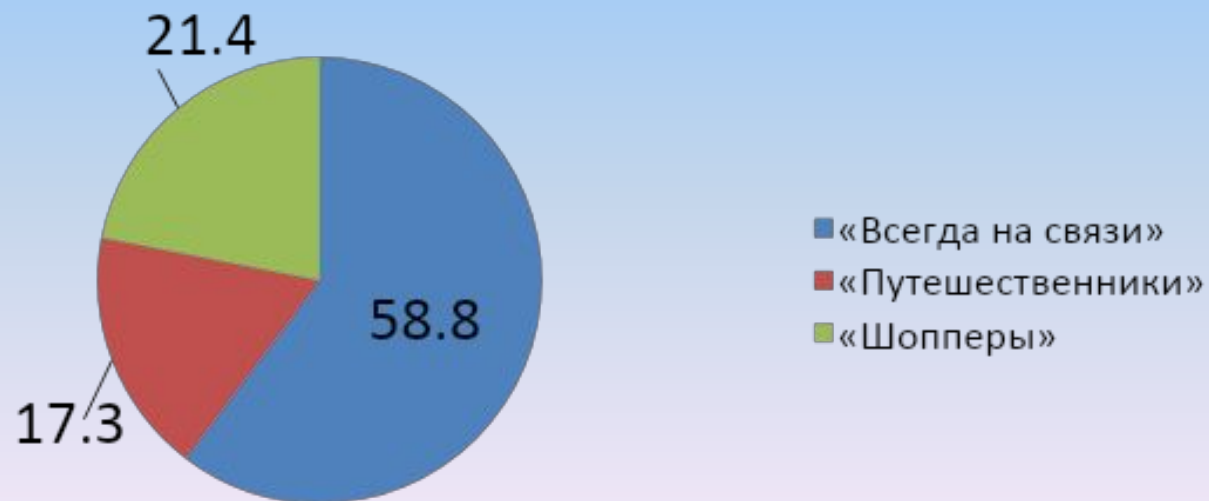
	Городское население	
	мужчины	женщины
<b>Всего</b>	<b>1147819</b>	<b>1389563</b>
15-19	58770	54964
20-24	57083	52186
25-29	81987	79847
30-34	111058	112331
35-39	102094	108876
40-44	90645	103406
45-49	83605	96860
50-54	68802	82467
55-59	74027	99422
60-64	68559	104191

Таким образом, всего в городе Самара в 2021 г людей в возрасте от 15 до 65 лет 1691180 и если 1% из них наши потенциальные клиенты это 169118 человек

Средний чек нашей продукта 50. Планируемая прибыль составляет  $169118 * 100 = 1691180$  рублей.

# Сегментация целевой аудитории по потребностям

Потребитель и	Характеристика целевой аудитории	Доля рынка, %
«Всегда на связи»	Активные пользователи гаджетов	58,8
«Путешественники»	Нуждаются в зарядке телефона в дороге	17,3
«Шопперы»	Необходимо зарядить телефон в ТЦ	21,4



# Сегментация целевого рынка по методике 5 W


Вопрос	B2C	B2B	B2G
What?/ Что?	Зарядка телефона	Реклама на вейдинговом автомате	Общественная, экономическая и экологическая полезность
Who?/ Кто?	Мужчины и женщины от 15 до 65	Юридические лица, администраторы, владельцы ТЦ, ресторанов,	Жд, аэропорт, ГБУЗ, ГБПОУ
Why?/ Почему?	Желание быть всегда на связи	Желание рекламировать продукта, удержать Клиента, получить больший чек	Снизить нагрузку на транспорт, улучшить экологию
When?/ Когда?	Круглогодичный бизнес	Часы работы заведения	24/7/365

## Покупатели и потребители услуг «Общественная зарядка»

	Покупатели продукта	Потребители продукта
B2C	Мужчины и женщины в возрасте от 18 до 60 лет.	Мужчины и женщины в возрасте от 15 до 60 лет.
B2B	Владельцы ТЦ , рестораны	Посетители, Гости
B2G	Аэропорт, жд	Путешественники, встречающие

# Маркетинговые исследования

Вопросы | Ответы | 36



## Опрос от компании ООО "Общественная зарядка"

Описание


36 ОТВЕТОВ

Принимать ответы

Сводка | Вопрос | Отдельный пользователь

Пользуетесь ли вы гаджетами?

36 ответов



- да
- Нет

Какая операционная система установлена на вашем телефоне?

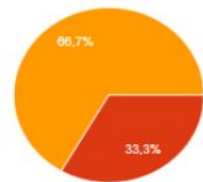
36 ответов



- android
- windows
- Kai OS
- IOS
- Андроид

Что вы делаете, если разрядился телефон?

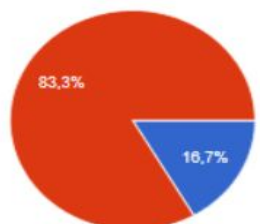
36 ответов



- Останусь без связи
- У меня есть POWER BANK
- экономию зарядку, включаю экономный режим
- Ставлю телефон в место, где только можно зарядить

На какое время хватает зарядное устройство на вашем телефоне

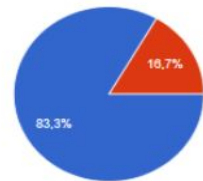
36 ответов



- пол дня
- сутки
- 2-е суток

Как вам нравится идея "общественная зарядка" в общественном транспорте, в учебном заведении

36 ответов



- Супер! Воспользуюсь
- Подумаю, это не опасно?
- Не буду пользоваться

## Портрет потребителя для рынка B2C

Показатель	Значение
<b>Географический</b>	
Место проживания	г.о. Самара
<b>Социально-демографический</b>	
Возраст/пол	М.Ж. от 15 до 65
Гендерный признак	Мужчины и женщины
Уровень дохода	Уровень дохода родителей свыше 20000,00
<b>Психографический</b>	
Образ жизни	активный
Тип личности	Увлекающаяся натура
<b>Поведенческий</b>	
Повод для использования продукта	Зарядить телефон
Интересы	Интернет, фото, видео, общение
Принцип выбора продукта	Инновации, реклама, рекомендации, традиции
Типичные проблемы, которые может решить товар	Разрядился телефон

## Портрет потребителя для рынка B2B

Признак сегментирования	Значение
<b>Географический</b>	
География бизнеса	Самарская обл., г.о. Самара
География деятельности	Локальный рынок
<b>Демографический</b>	
Тип рынка	коммерческий
Размер бизнеса	Малый, средний
<b>Микро сегментация</b>	
Вид деятельности	торговля
Назначение покупки	потребности бизнеса, удержать клиента
Структура покупки	централизованная
Решение о покупке	Желание создать комфорт