

Создайте сайт с WIX!

# ШКОЛА ЛИДЕРСТВА

СТАНЬ ЛИДЕРОМ ВМЕСТЕ С НАМИ!

8 (7182) 89-34-56

Присоединяйтесь

Этот сайт был создан с помощью WIX.com. Создайте БЕСПЛАТНЫЙ сайт >>

Адрес сайта <http://lyazzatkassayeva.wixsite.com/schoolofleadership>

## КАТЕГОРИЯ/

## БИЗНЕС МОДЕЛЬ

- Тип проекта: услуги
- Рыночная ниша/Индустрия: Образование
- Клиенты: учащиеся старших классов, абитуриенты, студенты
- Модель монетизации - что продаем: допуск на курс
- Ценообразование: от 15000 до 20000 тенге./мес

## ГЕОГРАФИЯ РЫНКА

- Текущая: Казахстан, г.Павлодар
- Через 3-5 лет: Казахстан полностью.

## ОБЪЕМ И ДОЛЯ РЫНКА

- Текущий объем рынка 40000
- Годовой темп роста рынка
- Планируемая через 3 года доля рынка: в % и в денежном выражении, к примеру 5% рынка, за 3 года

планируем продать на 20 млн. долларов с маржой в 35% - ради чего битва

СТАДИЯ

# Команда

## Основатель



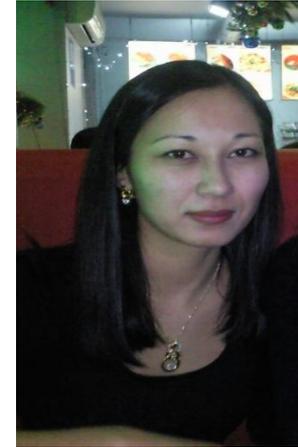
Ляззат Апсалямова  
Лидер команды, автор  
идеи  
Студент 1 курса ПГУ,  
гр.МП-12н  
Факультет ФГУБиП  
Отвечает за  
продвижение идеи  
23 года, замужем, 1  
ребенок  
Образование: ЕНУ,  
политология.

## Ключевой сотрудник



Ботагоз Карменова  
Студент ИнЕУ  
Отвечает за  
маркетинг и продажи.  
24 года, замужем, 1  
ребенок  
Образование: ЕНУ,  
филология.  
Опыт: менеджер  
дома отдыха

## Ментор



Айжан Касаева  
Выпускник ПГУ  
Отвечает за  
коммуникации и  
привлечение  
клиентов.  
26 лет  
Опыт:  
администратор  
клуба семейного  
отдыха.

# Идея

- Наша команда планирует запустить курсы критического мышления.
- Услуги/ продукты будут востребованы среди учащихся старших классов школ, абитуриентов и студентов
- Так как решит проблему поступления большого объема информации путем анализа и отбора необходимой из нее.
- Потребители получают наши услуги платно в рамках образовательного центра. (плюс в дальнейшем планируется модернизация в виде вебинаров).

# Ключевые слова

Проблемы	Частота упоминаний	Решения	Частота упоминаний	Рынок	Частота упоминаний
Отбор информации	3267	критическое мышление	19667	старшеклассники	158566
Критерии отбора информации	743	технология критического мышления	6295	учащиеся старших классов	4233
методы отбора информации	657	развитие критического мышления	5263	выпускники школ	66375
процесс отбора информации	215	приемы критического мышления	1461	абитуриенты	146345
поток информации	7734	обучение критическому мышлению	1088	поступающие	1222861
объем информации	39604	критическое мышление учащихся	1023	школьники	2740787
анализ информации	28815	курсы критического мышления	120		
много информации	25837	саморазвитие	73046		
подготовка к экзаменам	49447	методы анализа информации	3019		
подготовка к ент	1847	анализ информации	28815		

# Клиенты проекта и рыночная ниша

Возрастная группа **15-21 год**

Где живут? **Павлодар**

Статус, чем занимаются? **Чем**

интересуются? **Школьники старших классов**

Чего хотят? К чему стремятся? Мечты. **Стремятся  
быть разносторонними**

Как измениться жизнь клиента, если он воспользуется

Вашим решением? **Улучшится подготовка к  
экзаменам и в дальнейшем поможет в жизни при  
получении большого объема информации**

Уровень платежеспособности – **средний и высокий**

Примерно число клиентов в городе **5000 человек.**

Насколько легко добраться/достучаться до Вашего  
потребителя? **Средний уровень 3**

# Потребности и проблемы

- Позитивные потребности и проблемы хотят научиться анализировать и отбирать информацию.
- Негативные потребности и проблемы отсутствие достаточной информации о сущности курсов, недостаточность времени
- Какие неприятности грозят Вашему потребителю - если не решить проблему? Не поступит в университет
- Почему до сих пор не нашел решения своей проблемы? Неумение отсеивать ненужную информацию
- Если нашел альтернативное решение - в чем оно? Как он решает свои проблемы? Как пытается добиться своей цели? Курсы критического мышления
- Что не получается? Что не устраивает его в том как он пытается решить проблему? В том какими способами он пытается добиваться своего? В чем главный недостаток этих способов? Не получается самостоятельно решить эту проблему
- Какова реальная причина проблемы? Большой поток и объем информации
- Проблема регулярная или периодическая? Периодическая
- Каков уровень боли его проблемы от 1 до 5? 5
- Каков уровень СРОЧНОСТИ его проблемы от 1 до 5? 3

# Основные гипотезы, проблемы и потребности клиентов

- Я предполагаю, что мой клиент - **Родители ребенка**
- Что Ваш клиент хочет, но не может получить? - **клиент хочет быть образованным**
- В чем причина? - **нехватка финансов**
- Что Ваш клиент использует сейчас, чтобы решить проблему? - **усердно работает**
- Что ему не нравится в том, как он сейчас решает проблему? - **то, что он работает на кого-то**
- Как оплачивает существующее решение? - **Единовременно**

# Ключевые конкуренты и аналоги

Университет КИМЭП

Тариф 1: min 47900 тенге, max 47900 тенге

+ статус организации

<http://www.kimep.kz>

Угроза конкурента 4/5

Школа лидерства

Тариф 2: min 5000 рублей, max 10000 рублей

+ индивидуальный коучинг , лендинг

<http://leader-school.com/>

Угроза конкурента 4/5

Caspian Training Group

Тариф 2: min 36000 тенге, max 54000 тенге

+ многофункциональный образовательный центр

<http://ctgroup.kz/>

Угроза конкурента 2/5

Международная школа лидерства

Тариф 2: min 5000 рублей, max 10000 рублей

+ несколько филиалов по России, возраст от 3-х лет

<http://jlider.ru/>

Угроза конкурента 4/5

# Ключевое решение

- Проблема, которую мы решаем? **неумение правильно, быстро и четко отбирать необходимую информацию и знания**
- Важнейшее отличие от всего, что есть на рынке? **с помощью нашего решения клиент научится анализировать и отбирать необходимую информацию**
- Ключевые выгоды по сравнению с конкурентами? **В чем основное преимущество? Цена, высококвалифицированные преподаватели, удобное расположение офиса на начальной стадии, с дальнейшим открытием филиалов по городу для большей доступности. Скидки и акции различного рода.**
- Новые возможности? **клиент получает возможность полезного использования информации, применения ее на практике**
- Как меняется повседневная жизнь клиента? **Что в нее добавляется или что исчезает? Оптимизирует процессы и делает жизнь легче**

# Решение

- **Суть.** Создание образовательного центра на основе Гарвардского метода, с использованием новой техники ведения занятий в виде "никакой теории".
- **Ключевая инновация.** В Павлодаре на данный момент нет курсов подобного рода, и поэтому новизна проявляется в первопроходстве.
- **Что может стать объектом патентования?**  
**Программа курса**
- **Что труднее всего скопировать в вашем решении?** **программа**

# Конкурентные преимущества

- 1) Отсутствие конкурентов в г.Павлодар.
- 2) Лендинг
- 3) Цена
- 4) Акции и скидки
- 5) Высококвалифицированный состав преподавателей.

# Бизнес-модель

- Продукт: Что конкретно Вы будете продавать? Какая продуктовая линейка? **Допуск к курсу**
- • Ценообразование? Комиссия, фиксированная цена?  
**Фиксированная цена**
- • Если комиссия, то какая от какой базы? Если фиксированная цена, то
- какова? **13629**
- • Маржа в %? 100%
- • Период оплаты (сразу, постоплата через 60-90 дней)? **Сразу авансом 100%**
- • Ожидаемая конверсия в платящего клиента относительно входящего
- трафика лидов
- • Разовый клиент или постоянный? **разовый**
- • Если постоянный клиент, то каков его срок жизни клиента? Сколько
- периодов он будет Вам платить в месяцах? **2 недели - 1 месяц**

Приток клиентов и доходы		месц 1	месц 2	месц 3	месц 4	месц 5	месц 6	месц 7	месц 8	месц 9	месц 10	месц 11	месц 12	
<b>Число сделок</b>														
Курс критического мышления		50	50	54	58	60	72	80	88	94	108	112	120	Реальное число сделок, когда Вам заплатили
<b>Цена</b>														
Курс критического мышления		\$13 629	\$13 629	\$13 629	\$13 629	\$20 000	\$20 000	\$20 000	\$20 000	\$20 000	\$20 000	\$20 000	\$20 000	Цены на продукты/услуги
<b>Валовой доход/Объем продаж</b>														
Курс критического мышления		\$681 450	\$681 450	\$735 966	\$817 740	\$1 320 000	\$1 440 000	\$1 600 000	\$1 760 000	\$1 920 000	\$2 120 000	\$2 340 000	\$2 560 000	Это выручка, сколько денег пришло в кассу
Общий объем продаж, итого		\$681 450	\$681 450	\$735 966	\$817 740	\$1 320 000	\$1 440 000	\$1 600 000	\$1 760 000	\$1 920 000	\$2 120 000	\$2 340 000	\$2 560 000	

Прямые расходы - возникают только когда есть продажи/сделки		месц 1	месц 2	месц 3	месц 4	месц 5	месц 6	месц 7	месц 8	месц 9	месц 10	месц 11	месц 12	
Курс критического мышления	40%	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	Это все деньги, которые уходят на привлечение клиентов. Чем меньше бюджет и лучше метрики, тем БОЛЬШЕ надо платить маркетингу. Если бюджет большой, а клиентов нет, маркетинга на выход с кассацией.
Итого		\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	\$4 543	

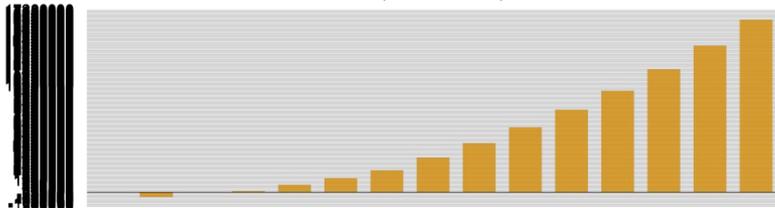
Валовая прибыль (маржа) по продуктам		месц 1	месц 2	месц 3	месц 4	месц 5	месц 6	месц 7	месц 8	месц 9	месц 10	месц 11	месц 12	
Курс критического мышления		\$676 907	\$676 907	\$731 423	\$813 197	\$1 315 457	\$1 435 457	\$1 605 457	\$1 755 457	\$1 915 457	\$2 115 457	\$2 335 457	\$2 555 457	Показывает сколько вы реально зарабатываете, а главное - на каком продуктах прибыль, а на каком убыток, соответственно выводить их из ассортимента.
Итоговая валовая прибыль		\$676 907	\$676 907	\$731 423	\$813 197	\$1 315 457	\$1 435 457	\$1 605 457	\$1 755 457	\$1 915 457	\$2 115 457	\$2 335 457	\$2 555 457	

Общие расходы/существуют в независимости от сделок		месц 1	месц 2	месц 3	месц 4	месц 5	месц 6	месц 7	месц 8	месц 9	месц 10	месц 11	месц 12	
Общие расходы		\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	Куча всяких расходов, которые существуют просто потому, что Вы живете и пытаетесь что-то делать. В независимости от наличие операционной деятельности.
Итого общие расходы		\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	\$89 600	

Расходы = Прямые + Общие		месц 1	месц 2	месц 3	месц 4	месц 5	месц 6	месц 7	месц 8	месц 9	месц 10	месц 11	месц 12	
<b>Чистая прибыль до налогов (EBITDA) = Валовой доход - Общие расходы</b>														
EBITDA		\$587 307	\$587 307	\$641 823	\$723 597	\$1 225 857	\$1 345 857	\$1 505 857	\$1 665 857	\$1 825 857	\$2 025 857	\$2 245 857	\$2 465 857	Это то, ради чего Вы работаете в материальном плане и то, что любят акционеры и инвесторы
Итого за период													\$16 846 890	

Прибыль инвестора		месц 1	месц 2	месц 3	месц 4	месц 5	месц 6	месц 7	месц 8	месц 9	месц 10	месц 11	месц 12	
EBITDA		\$587 307	\$587 307	\$641 823	\$723 597	\$1 225 857	\$1 345 857	\$1 505 857	\$1 665 857	\$1 825 857	\$2 025 857	\$2 245 857	\$2 465 857	Это то, ради чего Вы работаете в материальном плане и то, что любят акционеры и инвесторы
Подготовительные/инвестиционные затраты	-\$451 000													
Прибыль инвестора	-\$451 000	\$136 307	\$723 014	\$1 365 437	\$2 089 034	\$3 314 897	\$4 660 748	\$6 168 608	\$7 832 408	\$9 658 318	\$11 684 178	\$13 930 038	\$16 395 898	

■ Прибыль инвестора



■ Чистая прибыль до налогов

