

**Кадры будущего для регионов  
Тюменская область  
Модуль № 2**

**2021 г.**

# Кадры будущего для региона



## План работы:

1. «Вспомнить всё»
2. Аудит команды
3. Заполнение паспорта проекта

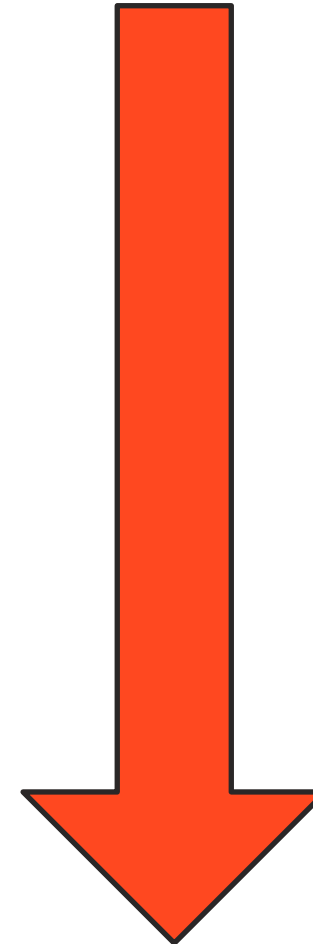
# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результаты
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - Источники финансирования
10. Риски
11. Перспективы



**ТОМАТ**

Тюменская областная молодежная ассоциация тренеров



# Кадры будущего для региона

## 1. Проблема ↔ Идея

2. Продуктовый результат:

- Уникальность предложения/продукта
- Целевая аудитория

3. Цель

4. Задачи

5. Информирование

6. Календарный план

7. Образ будущего/Результаты

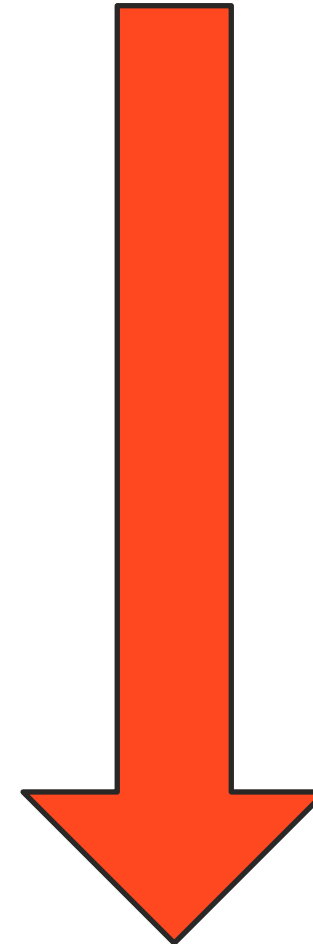
8. Технический райдер

9. Бюджет:

- Источники финансирования

10. Риски

11. Перспективы



# ОТКУДА ВЗЯТЬ ИДЕЮ?

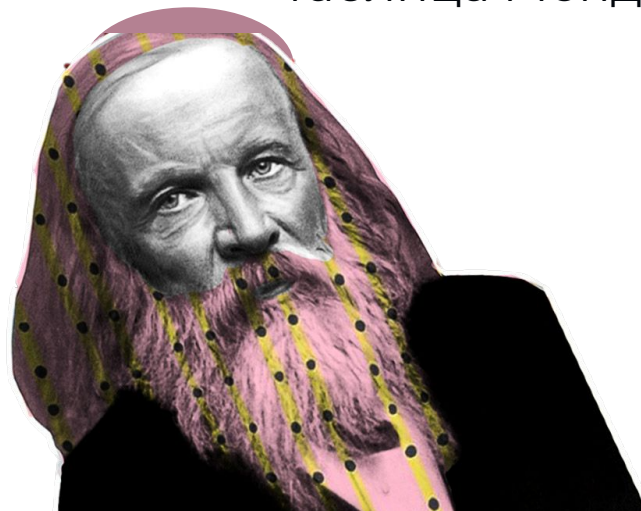


## НОВАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ

Например:  
появление технологий  
VR / AR,  
освоение космоса

## ГЕНИАЛЬНАЯ ИДЕЯ

Например:  
таблица Менделеева



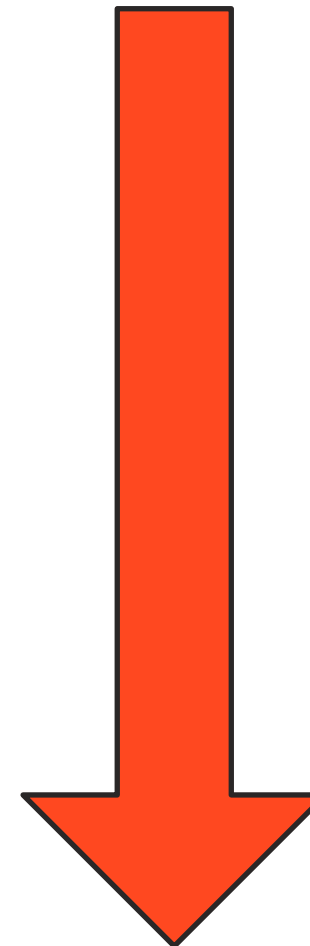
## ПРОБЛЕМА

- Кто-то еще подтверждает, что такая проблема есть.
- Вы можете решить эту проблему в рамках своего проекта.
- Проблема должна носить конкретный, а не глобальный характер.



# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
- 2. Продуктовый результат:**
  - **Уникальность предложения/продукта**
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результаты
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - Источники финансирования
10. Риски
11. Перспективы



# Кадры будущего для региона



## Сравнительный анализ конкурентов

№	Наименование	Параметр 1	Параметр 2	Параметр 3	Параметр...
1					
...					



## Сравнительный анализ конкурентов

\*Пример

№	Наименование	Удобство использования	Система мотивации	Качество товаров/ качество доставки	Параметр...
1	ООО «Ромашка» Интернет Магазин	+	-	+/-	
2	Розничный магазин «Футболка»	+ -	+	+	
3	Наш магазин	+	+	+	

## Сравнительный анализ конкурентов

\*Пример

№	Наименование	Цена за ед. (руб.)	Цена за м <sup>2</sup> (руб.)	Состав	Оптимальный температурный диапазон
1	Тротуарная плитка № 1	31	340	Цемент: 75% Полимер: 25%	-30/+40
2	Тротуарная плитка № 2	21	143	Цемент: 50% Полимер: 50%	-40/+40
3	Тротуарная плитка № 3	34	260	Цемент: 100%	-20/+25

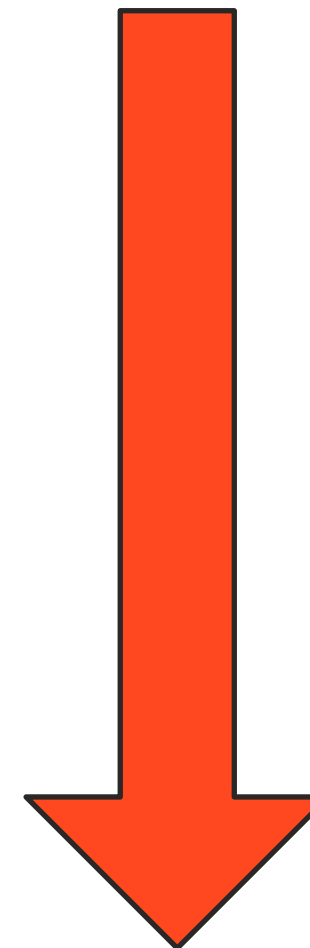
## Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - **Целевая аудитория**
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результаты
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - Источники финансирования
10. Риски
11. Перспективы



**ТОМАТ**

Тюменская областная молодежная ассоциация тренеров



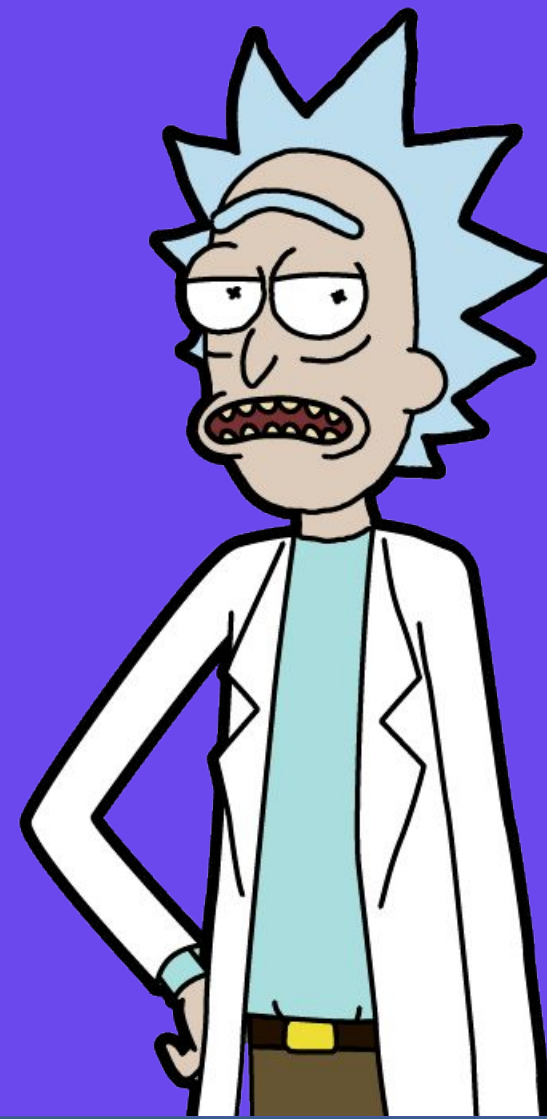
«Наш продукт нужен всем»

- один недальновидный стартапер



# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

1. Возраст
2. Интересы
3. Какие у них потребности?
4. Чего они боятся?
5. Как выбирают продукты?
6. Сколько зарабатывают?
7. Как они относятся к инновациям?
8. Как проводят досуг?
9. Какие у них ценности?
10. Что они не любят делать?



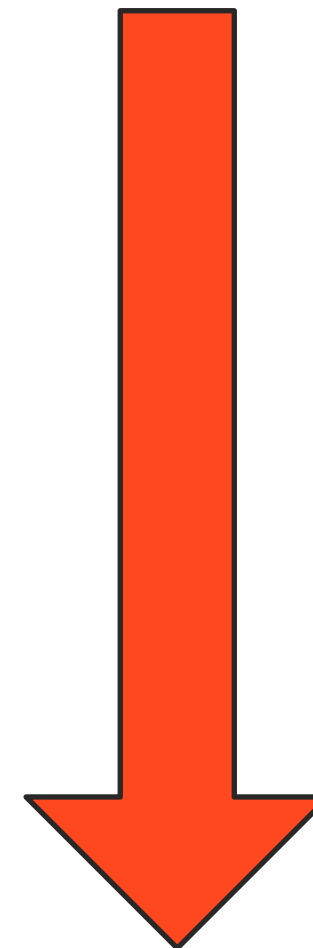
# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
- 3. Цель**
- 4. Задачи**
5. Информирование
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результаты
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - Источники финансирования
10. Риски
11. Перспективы



**ТОМАТ**

Тюменская областная молодежная ассоциация тренеров



# ЦЕЛИ

S

**Конкретный (Specific)**  
Чего конкретно необходимо достигнуть?

M

**Измеримый (Measurable)**  
Чем будет измеряться результат?

A

**Достижимый (Achievable)**  
Достижима ли цель?

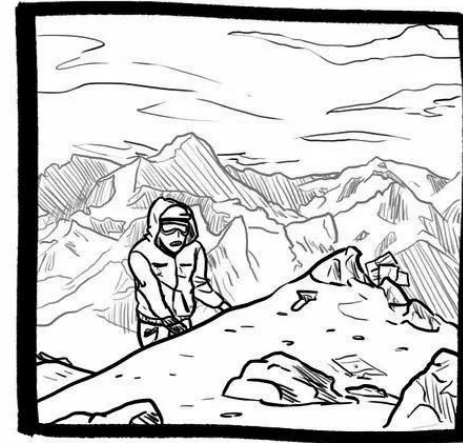
R

**Актуальный (Relevant)**  
Цели проекта согласованы с общими целями?

T

**Ограниченный во времени (Time-bound)**  
Сколько времени это займет?

КАК ДОСТИГАТЬ СВОИХ ЦЕЛЕЙ



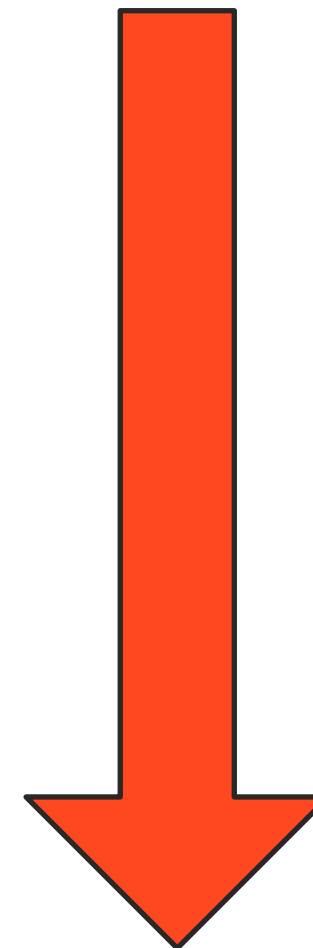
# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
- 5. Информирование**
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результаты
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - Источники финансирования
10. Риски
11. Перспективы



**ТОМАТ**

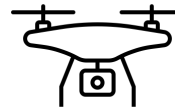
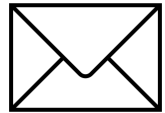
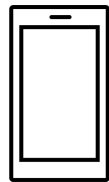
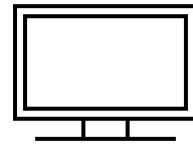
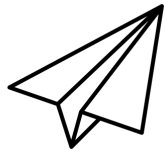
Томская областная молодежная ассоциация тренеров





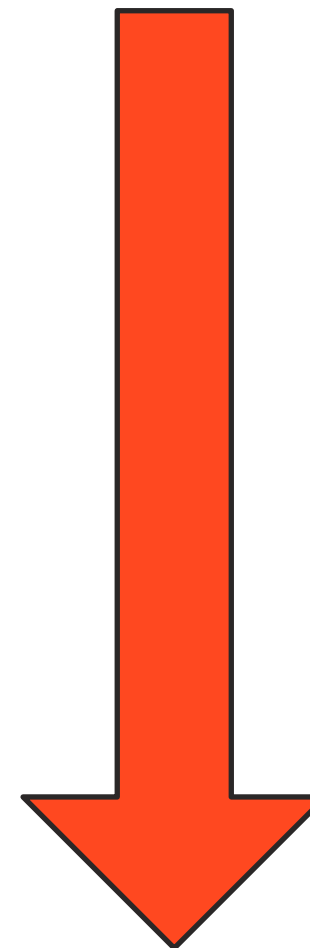
# Проектное управление

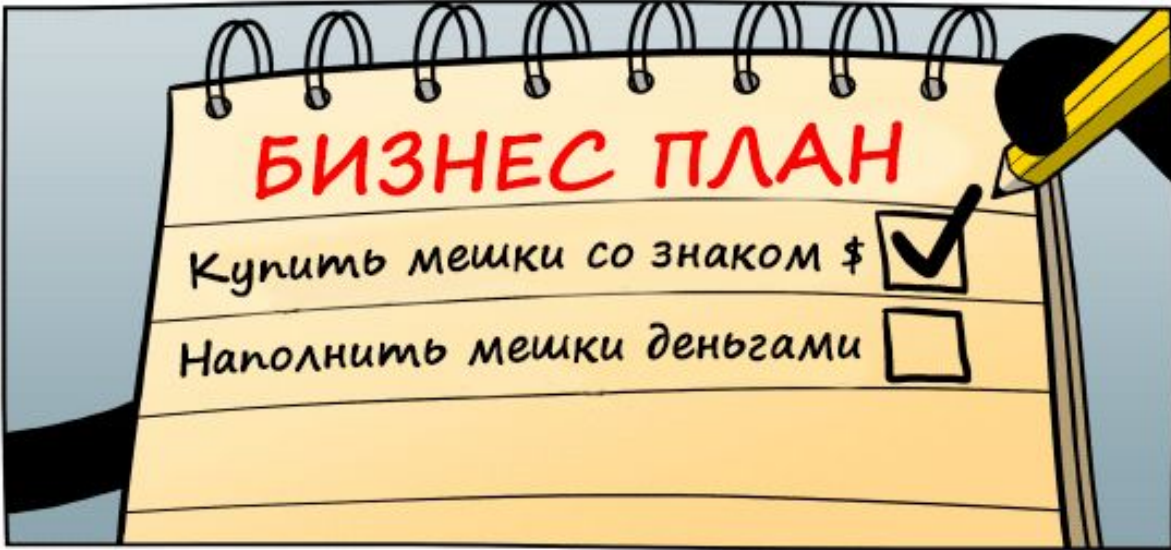
## Каналы коммуникации с пользователями



# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
- 6. Календарный план**
7. Образ будущего/Результаты
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - Источники финансирования
10. Риски
11. Перспективы



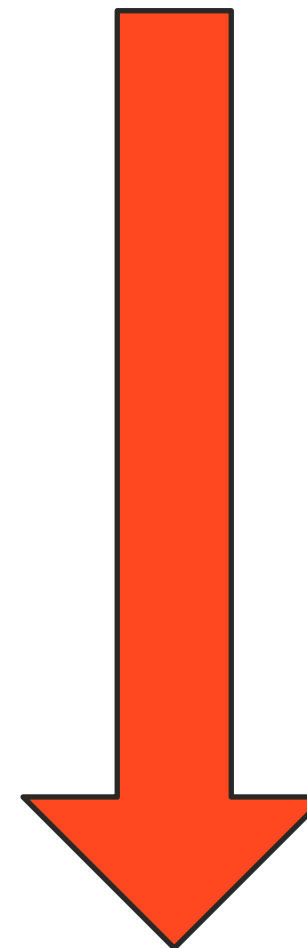


## Календарный план

№	Дата и время	Мероприятие	Ответственный	Результаты
1	01.01. 2020 г.	Обзвон участников форума «Крапива»	Иванов Иван Иванович, +7(999)000-0000, i.i.Ivanov@mail.ru	Привлечены 15 волонтеров; Обзвонены 800 участников; Составлен список ответов на популярные вопросы (FAQ)
...				

# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
6. Календарный план
- 7. Образ будущего/Результаты**
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - Источники финансирования
10. Риски
11. Перспективы



- Пойти работать в пиццерию
- Делать презентации на заказ
- Расстаться с девушкой на недельку

Иде  
и  
Мости  
к



Что есть  
сейчас

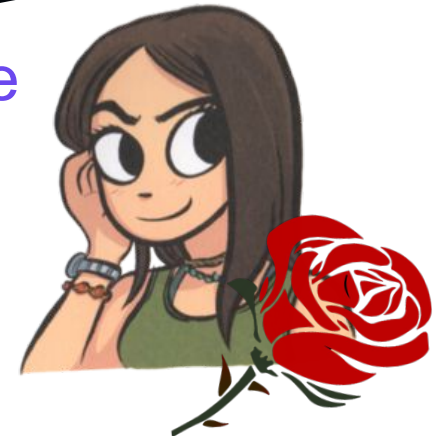


Что должно  
быть

Текущая  
ситуация

Будущее

**! ПРОБЛЕМА / БОЛЬ !**  
У Димы нет денег на  
букет

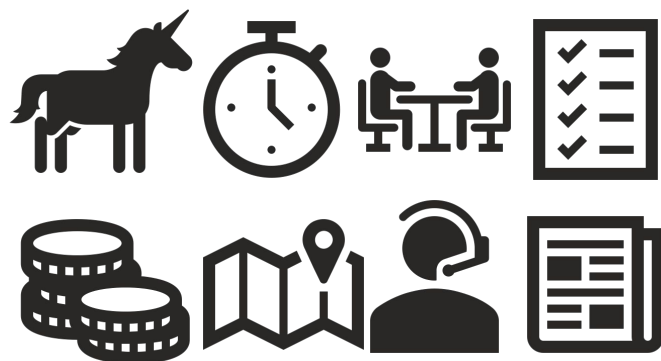


# Кадры будущего для региона

## Результат



Количество

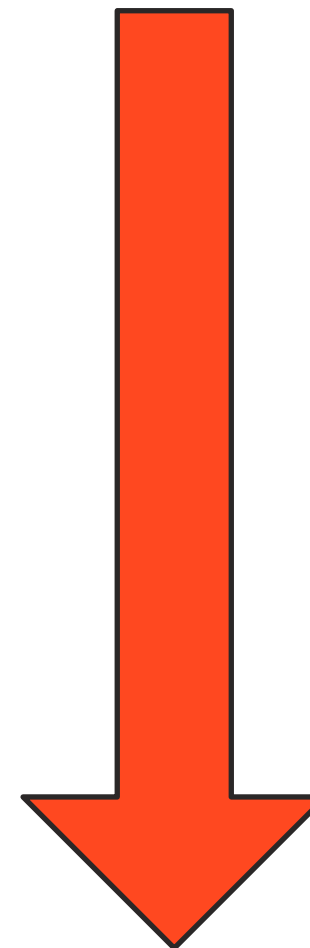


Качество



# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результаты
- 8. Технический райдер**
9. Бюджет:
  - Источники финансирования
10. Риски
11. Перспективы



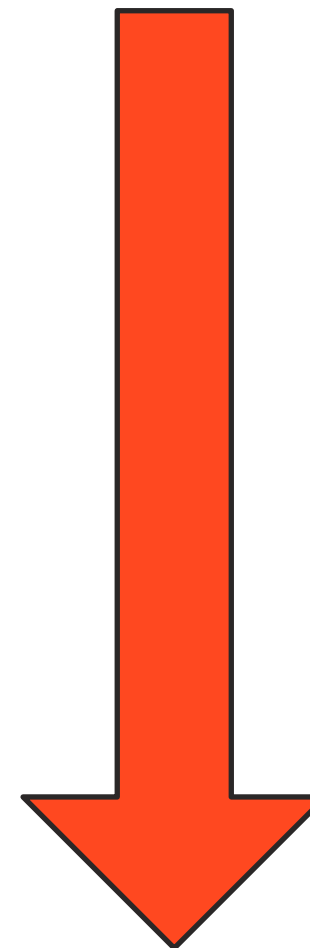


## Технический райдер

№	Позиция	ТТХ	Количество
1	Мяч футбольный	Материал покрышки: Синтетическая кожа Материал камеры: Резина Способ соединения панелей: Машинная сшивка Количество панелей: 32 Вес, кг: 0,320 - 0,360 Размер: 4	12
2	Специалист по разработке образовательной программы	Опыт работы в сфере образования: 3 года и более; Высшее образование; Научная степень по педагогике или социологии.	1

# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результаты
8. Технический райдер
- 9. Бюджет:**
  - Источники финансирования
10. Риски
11. Перспективы



# Кадры будущего для региона

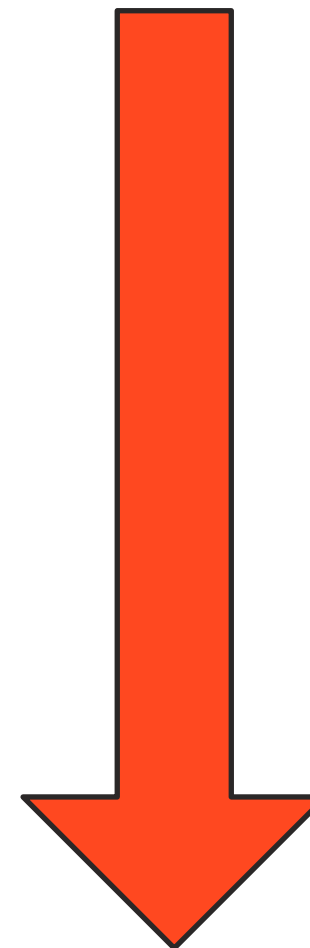


## Бюджет (он же Смета)

№	Статья	Стоимость за ед.	Кол-во	Сумма
1	Мяч футбольный	1 500,00	12 шт.	18 000,00
2	Специалист по разработке образовательной программы	5 000,00	1 чел/час	5 000,00
3	Аренда помещения (предоставляется партнером)	7 000,00	3 часа	0
<b>ИТОГО:</b>				23 000,00
<b>Софинансирование:</b>				21 000,00

# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результаты
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - **Источники финансирования**
10. Риски
11. Перспективы



# ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ



Партнёры



Спонсоры



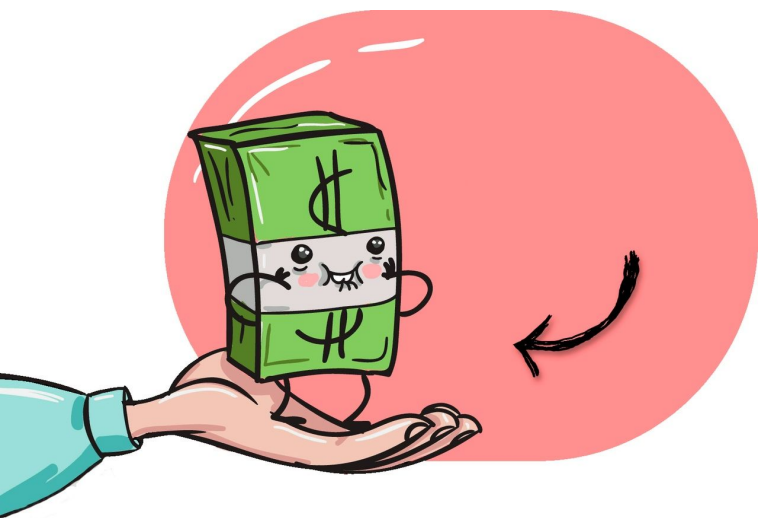
Инвесторы



Гранты



Краудфандинг

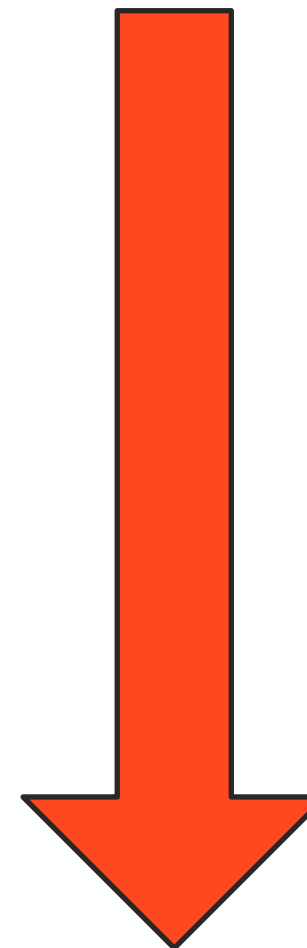


4F

FAMILY  
FRIENDS  
FUNDS  
FOOLS

# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результаты
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - Источники финансирования
- 10. Риски**
11. Перспективы



# Кадры будущего для региона



**ТОМАТ**  
Томская областная молодежная ассоциация тренеров

## Риски

№	Риск	Антикризисные мероприятия
1	Отсутствие покупателей/участников /пользователей	Запуск активной (агрессивной) рекламной кампании
2	Испортилась погода	Проводить проект рядом с «резервным» помещением
3	Отключили электричество	Иметь бензиновый генератор, много удлинителей и 10 литров бензина
...		

\*Чем больше рисков вы проработаете – тем больше вы будете готовы ко всему

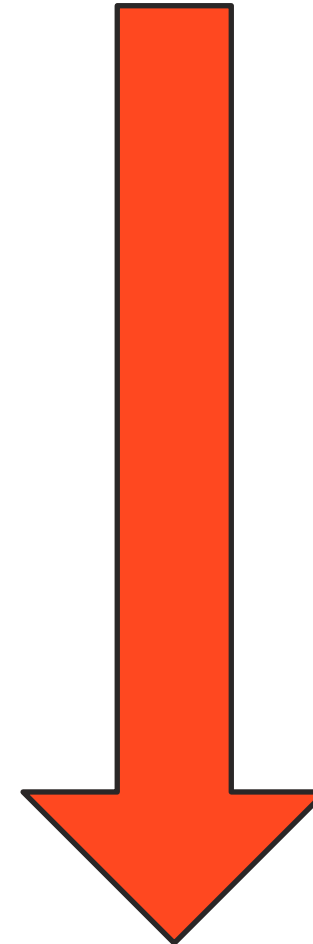
# Кадры будущего для региона

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результаты
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - Источники финансирования
10. Риски
- 11. Перспективы**



**ТОМАТ**

Томская областная молодежная ассоциация тренеров





## 10. Перспективы



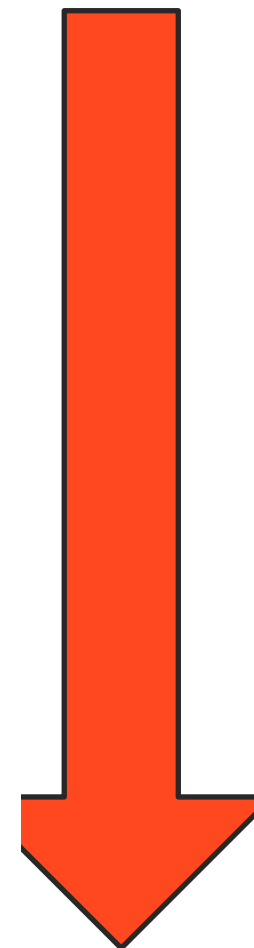
# Кадры будущего для региона



**ТОМАТ**

Томская областная молодежная ассоциация тренеров

1. Проблема ↔ Идея
2. Продуктовый результат:
  - Уникальность предложения/продукта
  - Целевая аудитория
3. Цель
4. Задачи
5. Информирование
6. Календарный план
7. Образ будущего/Результат
8. Технический райдер
9. Бюджет:
  - Источники финансир
10. Риски
11. Перспективы





**Кадры будущего для регионов  
Тюменская область  
Модуль № 2**

**2021 г.**