INSPIRING BY UKRAINE

2021

КОНЦЕПЦИЯ САЙТА

- Миссия: рассказать и показать иностранцам уникальные и красивые места в Украине, тем самым помочь туристу спланировать свою поездку
- Задача: увеличить туристический поток в Украину, повысить узнаваемость Украины
- Цель: заинтересовать туриста приехать и продать ему страховой полис для въезда в Украину

Боль клиента, которую может решить сайт - УТП:

Поскольку иностранец ничего не знает в Украине, ему нужно помочь – на сайте будет целая галерея инста-плейсов со всей Украины и их координаты, так же будет перечень наших рекомендаций - по типу отели, рестораны, магазины и т.д.

Таким образом турист с помощью сайта уже будет ознакомлен с возможностями и местами Украины, и в моменте просмотра локаций и рекомендаций на пиковой точки заинтересованности – он сможет купить себе страховой полис.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

На сайте будет доступен следующий функционал:

- Галерея инста-плейсов Украины и их координаты
- Продажа страховых полисов – по формату Хотлайн, а именно подбор самого оптимального варианта по цене для туриста
- Перечень наших рекомендаций (отели, трансфер, рестораны, магазины и т.д)

С выбранными локациями можно сотрудничать в разрезе скидок для наших туристов – а для туристов ставить условие, что данная скидка действует только при покупке полиса.

Фотографии для инста-плейсов можно брать:

- Свободный доступ с указанием авторства
- Коллаборация с фотографами
- Покупка фото
- Открытая форма для фотографов, куда они могут отправлять свои фото

Целевая аудитория:

Люди от 18 до 50 лет, которые едут в Украину к родственникам, по частной цели, туристическая цель

SWOT-АНАЛИЗ

Сильные стороны	**Слабые стороны**
- Уникальность сайта на украинском рынке - Работа с главным лид-магнитом – локацией (инста-плейс) - Качественные страховые компании с продуктом по низкой цене - Скидки на заведения обслуживания	- Бизнес-модель зависит от “человеческого фактора” и заинтересованности - Сезонность - Акцент на локацию, а не на страховку
Возможности	Угрозы
- Повысить узнаваемость Украины - Популярность путешествий неизвестными локациями - Продажа страховых полисов	- Конкуренты в Телеграмме и Инстаграмме - Страховые компании сначала могут не дать низкую стоимость - Сильная зависимость от людей (клиент может посмотреть локацию и уйти с сайта) - Политическая зависимость и уровень заболеваемости Covid-19 и новыми вирусами

ИНВЕСТИЦИИ НА ПРОЕКТ

Первоначальные инвестиции:	**Сумма:**
- Разработка сайта - Рекламная кампания - Регистрация, покупка доменного имени, хостинга - Оплата специалистов и консультантов - Прочее - ИТОГО	200 000 100 000 50 000 50 000 30 000 **430 000 грн.**
Вторичные инвестиции (разовые):	Сумма:
- Оплата копирайтера по сайту - Оплата дизайнера - Оплата маркетологу - Оплата SMM - Тех поддержка - ИТОГО	30 000 40 000 40 000 20 000 30 000 **160 000 грн.**

ВТОРИЧНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ (МНОГОРАЗОВЫЕ)

- **Маркетинг**

- Контекст и таргет – 50 000 грн/месяц.
- Наружная реклама – 30 000 грн/месяц.

- **Штат**

- Маркетолог – 20 000 грн/месяц
- SMM – 15 000 грн/месяц
- Дизайнер – 10 000 грн/месяц

ИТОГО 125 000/месяц

ПЛАН ЗАТРАТ НА 6 МЕСЯЦЕВ

- 590 000 первоначальный бюджет
- 750 000 вторичный бюджет (многоразовый на пол года)
- ИТОГО 1 340 000 грн.

СРОК ОКУПАЕМОСТИ

- Средняя цена страховки – 20 грн/день
- Среднее к-во дней пребывания туриста в Украине – 3 дня
- 20*3=60 грн./одна покупка
- В день среднее к-во продаж – 50, 50*60=3000 грн в день. (на начальном этапе 2-3 месяца)
- 10% от 3000 грн = 300 грн.
- Средний чистый доход в месяц – 9300
- 9300 * 182 (дня) – 1 692 600 грн.

ИТОГО СРОК ОКУПАЕМОСТИ :

1 340 000 =9300*182=1 692 600

Или

182 дня=1 340 000/1 692 600