

АКСЕЛЕРАТОР СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

СОДЕРЖАНИЕ

СУРДО-ОНЛАЙН	4
ГОЛОВА («GOLOVA»).....	6
ТРЕНАЖЕР ДЛЯ ГЛАЗ «ЛЕЧИ-ИГРАЙ»	8
ИНКЛЮЗИВНЫЙ ТАНЕЦ	10
ЗНАЮ. ЛЮБЛЮ	12
ЭКОСАДИК-ЭКОКЛУБ «РАЗУМЕЙКА»	14
«ЛИСТИК».....	16
ШКОЛА ПРОФОРИЕНТАЦИИ ДЛЯ ПОДРОСТКОВ UPGRADE	18
БИТВА ДРОНОВ.....	20
КУБОК ЕГЭ	22
РАЗВИВАЮЩИЙ ЦЕНТР «МУМИВИЛЛЬ»	24
ВОЛШЕБНЫЙ БАТУТ.....	26
АУДИОТАКТИЛЬНЫЙ ПЛАНШЕТ	28
ЛАМПА.Ю	30
БЕЗГРАНИЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ.....	32
БИЛИМ	34
ДЕТСКИЙ ЦЕНТР «САВА»	36
ZELFI.....	38
СПЕКТАКЛЬ В КОРОБКЕ.....	40
ЦЕНТР ДОМАШНЕГО ОБУЧЕНИЯ.....	42
MEDISENSUM — ПОДДЕРЖКА ВРАЧА И КОНТРОЛЬ ЛЕЧЕНИЯ.....	44
ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ДЕТСКИЙ САД САВА.....	44
ИНТЕРАКТИВНЫЕ СКАЗКИ НА ЖЕСТОВОМ ЯЗЫКЕ В APPSTORE	44
УМНЫЕ ОЧКИ ДЛЯ НЕВИДЯЩИХ «ISEE GLASSES»	44
ДИСПЕТЧЕРСКИЕ СЛУЖБЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ ПО СЛУХУ	44

АКСЕЛЕРАТОР СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ИНФРАСТРУКТУРНОГО ПРОЕКТА «АКСЕЛЕРАТОР СОЦИАЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ» АГЕНТСТВО СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ ЗАПУСТИЛО ПИЛОТНЫЙ АКСЕЛЕРАТОР ДЛЯ ПРОЕКТОВ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ.

Акселератор нацелен на формирование у лидеров социальных проектов новых предпринимательских компетенций и «упаковку» проектов в социальной сфере для привлечения финансирования. В ходе Акселератора участники вместе с опытными бизнес-тренерами работали над развитием своих проектов и искали новые подходы для их успешного продвижения.

В Акселераторе приняло участие 50 проектов, работающих в сфере образования, здравоохранения, социального обслуживания, культуры и спорта. Проекты были отобраны из более чем 800 поступивших заявок.

Акселератор включал в себя несколько блоков.

Теоретический

Участники прошли комплексный набор тренингов, в том числе по темам стратегического и операционного планирования, разработки маркетинговой стратегии, расчета ключевых метрик и анализа социального воздействия проектов.

Практический

При поддержке опытных бизнес-тренеров участники провели исследование рынков, рассчитали социальные эффекты, разработали самоокупаемые и финансово устойчивые бизнес-модели своих проектов.

Также участники прошли практические курсы, посвященные продвижению проектов и привлечению финансирования на краудфандинговой платформе, а также подготовке презентаций и развитию навыков выступления перед инвесторами.

Презентационный

С целью формирования партнерских отношений и получения поддержки для проектов участники Акселератора разработали презентационные материалы для потенциальных партнеров и инвесторов и приняли участие в Demo Day (презентация и очная встреча с потенциальными партнерами и инвесторами).

Программа акселерации проведена совместно с Фондом развития интернет-инициатив, Российским экономическим университетом им. Плеханова и краудфандинговой платформой Planeta.ru.

СУРДО-ОНЛАЙН / SURDO-ONLINE.RU



Основатель **Алексей МЕЛЬНИК**

Команда:

Алексей Мельник

Директор и совладелец ООО «Фьюжн», 10 лет опыта разработки IT-продуктов.

Сергей Махашев

Председатель Общества инвалидов афганцев, 12 лет социального предпринимательства.

Иван Карпушкин

Директор «Центра Столыпина», опыт системной интеграции, прямых продаж и взаимодействия с органами власти более 14 лет.

Контакты:



**Мельник
Алексей Михайлович,**
генеральный директор



a.melnik@efusion.ru



+7 (977) 413-94-03

Описание компании

СУРДО-ОНЛАЙН — ЭТО СЕРВИС ДИСТАНЦИОННОГО СУРДОПЕРЕВОДА, КОТОРЫЙ ПОЗВОЛЯЕТ ОРГАНИЗАЦИЯМ ОБЕСПЕЧИВАТЬ ДОСТУПНУЮ СРЕДУ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ ПО СЛУХУ С МИНИМАЛЬНЫМИ ЗАТРАТАМИ, А ГЛУХИМ — ПОЛУЧИТЬ ДОСТУП К КОММУНИКАЦИЯМ НАРАВНЕ СО ВСЕМИ.

Клиент

Все организации, которые по ФЗ 181 (Статья 16) должны обеспечивать доступную среду.

В частности:

- Государственные учреждения. Центры обслуживания населения.
- Предприятия транспортного обслуживания.
- Сетевые компании с количеством клиентских офисов от 10.
- Банки и страховые компании.
- Объекты культуры: музеи, галереи.

Проблема (потребность потребителя)

В соответствии с законодательством (СНГ, Восточная Европа, Китай) любая организация обязана предоставить возможность самостоятельного доступа к получению своих услуг людям с ограниченными возможностями.

Государственные учреждения выполняют также указания Министерства труда и социальной защиты РФ.

Частные компании ищут варианты избежать административной ответственности, а также ущерба собственному имиджу.

Социально ответственные компании реализуют программы корпоративной социальной ответственности.

Организация собственного сурдо-сервиса в любой организации стоит от 100 000 рублей за одно рабочее место.

Инвалидам по слуху выделяется 40 часов сурдоперевода, чего недостаточно для активной жизни. По факту они не могут их использовать из-за недоступности сурдопереводчиков.

Рынок

Сурдо-онлайн уже запущен в Казахстане (около 400 точек обслуживания) и разворачивается в России. Перспективными рынками являются страны СНГ и Восточной Европы, а также Китай.

175 000 организаций только в России (средний чек 2250 рублей/организацию).

Решение

Сервис Сурдо-онлайн позволяет оснастить любую организацию, обслуживающую население, возможностью предоставлять услуги инвалидам по слуху.

Сервис предоставляется в режиме реального времени 24/7.

Гибкая тарификация по точкам обслуживания.

Эффективность б.

Проект развернут в Казахстане и пилотируется в России.

Как работает бизнес (use case)

- Организация заключает договор на обслуживание точек обслуживания.
- Одно из окон обслуживания организации оснащается планшетом с камерой и вывеской: «Доступно для инвалидов по слуху».
- При обслуживании посетителя — инвалида по слуху сотрудник организации запускает систему (1 кнопкой), и в течение 1 минуты к нему подключается сурдопереводчик через видеосвязь.
- Сотрудник говорит голосом, сурдопереводчик осуществляет перевод жестами и наоборот.
- По окончании консультации посетитель может оценить качество обслуживания.
- Списание производится в соответствии с тарифным планом, вплоть до 1 минуты.

Модель монетизации

- Для каждого конечного устройства предусмотрено два варианта монетизации:
 - Абонентская плата (от 1000 рублей /устройство)
 - Оплата фактически оказанных услуг (70 рублей/минута, от 700 рублей/час).
- Продажи ведутся собственным отделом продаж и через партнерскую сеть.
- Выход проекта на безубыточность — от 120 подключенных точек.
- Средняя выручка с каждого устройства в месяц: 2250 рублей.

- Стоимость продажи одной точки: 500 рублей. Подключение оплачивает заказчик.
- Партнерские программы на целевое финансирование сурдоперевода на территории социальных объектов (музеи, театры, вокзалы, аэропорты, вузы, детские дома и другие).

Конкуренты

Прямые конкуренты:

- 1) CloudInterpreter.
- 2) SpeakUs.

Косвенные:

- 1) Всероссийское общество глухих.
- 2) Яндекс.Разговор.
- 3) СурдоФон.
- 4) Ассоциация Профессиональных Сурдопереводчиков.

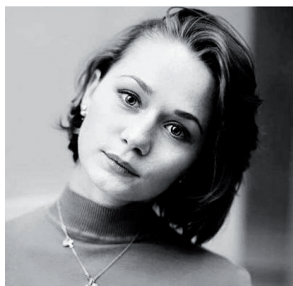
Сурдо-онлайн — единственный сервис, обеспечивающий поминутную тарификацию, собирающий данные для обучения нейронной сети, что позволит к середине 2018 года создать систему автоматизированного перевода.

План развития: по продукту и по финансам

- На сегодняшний день выручка в месяц: 150 000 рублей.
- С июня 2017 года выручка (с учетом текущих контрактов): 800 000 рублей/месяц.
- Выход проекта на операционную безубыточность: до конца 2017 года.
- Доработка технологической платформы и мобильного приложения, которое позволит внедрить франчайзинговую модель развития: 12.2017. Объем инвестиций: 6 млн рублей.
- Создание автоматического сурдопереводчика и выход с ним на рынок: 06.2018. Объем инвестиций: 7 млн рублей.
- Разработка сервисов для слепых и других нозологий на базе сурдопереводчиков: 06.2018. Объем инвестиций: 7 млн рублей.

Что требуется:

13 000 000 рублей инвестиций на развитие технологической платформы, франчайзинговой модели, запуск маркетинговой кампании.



Основатель **Юлия СКИДАН**

Команда:

Юлия Скидан

Основатель и лидер.

Анастасия Чавкина

Менеджер по продажам.

Ольга Раточка

Менеджер производства.

Наталья Красильникова

Логистика.

Контакты:



**Скидан
Юлия Кирилловна,**
основатель



Yu.skidan@gmail.com



+7 (926) 140-98-89

Описание компании

КОМПАНИЯ "GOLOVA" ПРОИЗВОДИТ И РЕАЛИЗУЕТ ТРИКОТАЖНЫЕ ГОЛОВНЫЕ УБОРЫ ДЛЯ ЖЕНЩИН, ПРОХОДЯЩИХ ХИМИОТЕРАПИЮ, ЧТОБЫ ОНИ МОГЛИ ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ В ПРОЦЕССЕ ЛЕЧЕНИЯ И РЕАБИЛИТАЦИИ. РЕАЛИЗАЦИЯ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ И СНГ (РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ, АЗЕРБАЙДЖАН, КАЗАХСТАН И ДР.) ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН И ШОУ-РУМ, А ТАКЖЕ ПАРТНЕРСКИЕ ТОЧКИ ПРОДАЖ.

Клиент

Физические лица – онкопациенты:

- женщины от 18 до 80 лет, проходящие химио- и лучевую терапию;
- люди, столкнувшиеся с медицинской потерей волос: операции на голове, алопеция и др.

· Юридические лица – точки розничных продаж:

- владельцы магазинов париков, маммологических товаров и ортопедии;
- благотворительные фонды;
- ассоциации пациентов.

Проблема (потребность потребителя)

- Стресс от потери волос в ходе лечения, потеря привычного внешнего вида и желание выглядеть привлекательно.

Рынок

- Российская Федерация и страны СНГ.
- 1,6 млн онкопациенток в России.
- 200 маммологических салонов в России.

Решение

- Трикотажные головные уборы – практичное, бюджетное решение.
- Трикотажные головные уборы из качественных материалов, разработанные с учетом особенностей клиентов, помогают в преодолении стрессовой/сложной жизненной ситуации. Доставка по всей России и СНГ. Пошив и разработка эстетичных решений для покупателей, удобный/понятный интернет-магазин с доставкой до двери. Психологическая и информационная поддержка, благотворительность.
- Социальная значимость: информационная, психологическая поддержка онкопациентов.

Как работает бизнес (use case)

- Покупатель заходит в интернет-магазин go-lova.ru., оформляет заказ. Оплачивает и получает головной убор удобным способом.
- Покупатель заходит в шоу-рум "Golova" или партнерскую точку продаж и совершает покупку.
- Юридическое лицо может оформить заказ по оптовому прайсу через менеджера и оплатить заказ по счету.

Модель монетизации

- Розница: средний чек – 2 000 рублей, себестоимость – 313 рублей, реализация в месяц – 180 головных уборов.

Стоимость привлечения пользователя-клиента 27 рублей, количество покупок 1 клиентом – 2 раза. Прибыль – 235 рублей с 1 головного убора.

- Опт: средний чек – 20 000 рублей, себестоимость – 264 рубля, реализация в месяц – 220 головных уборов.

Стоимость привлечения пользователя-клиента 7 000 рублей, количество покупок – каждый квартал.

Прибыль – 200 рублей с 1 головного убора.

Конкуренты

- Российские и международные компании — производители головных уборов.
- Наши преимущества: объединение необходимых свойств в одном изделии, широкий модельный ряд, низкая стоимость при высоком качестве, социальная и благотворительная активность.
- Как альтернатива существуют: парик – дорого и неудобно, платок – нужно уметь завязывать, подходят не все.

План развития: по продукту и по финансам

Текущее состояние: выручка за март 2017 – 272 000 рублей; расходы за март 2017 – 200 000 рублей (выручка – март 2016 – 100 000 рублей, расходы – 70 000 рублей).

Бизнес находится на этапе масштабирования производства с 400 головных уборов в месяц до превышающего 1000 штук, планируются 2 стадии:

1. 6 месяцев – выход на производственную мощность в 1000 головных уборов в месяц – инвестиции 550 000 рублей; увеличение чистой прибыли в месяц до 200 000 рублей. Срок возврата инвестиций 12 месяцев;

2. 6 месяцев – запуск отдельного производства свыше 1000 ГУ в месяц – 750 000 рублей. Увеличение чистой прибыли до 300 000 рублей в месяц. Срок возврата инвестиций 12 месяцев.

Что требуется

- Требуется инвестор – партнер с экспертизой в продажах.
- Инвестиции: 1,3 млн рублей.

Цели: оптовая закупка ткани, организация производства, доработка мобильной версии, реклама. Доля в компании (1–5%).

ТРЕНАЖЕР ДЛЯ ГЛАЗ «ЛЕЧИ – ИГРАЙ»

WWW.DIVAORA.COM



Руководитель проекта
Ольга ОШУРКОВА

Команда:

Ольга Ошуркова

Руководитель проекта.

Серийный предприниматель, изобретатель. Опыт разработки и коммерциализации технических проектов.

Операционное управление, производство, контроль качества, концепция продукта, работа с кадрами, закупки, обучение партнеров, стратегическое развитие, поиск инвестиций.

Количество сотрудников – 15, в том числе сборщиков – 2, швей – 2, финансовый директор – 1, технический директор – 1, уборщица – 1, менеджер по продажам – 5, разнорабочий – 1, контролер – 1, помощник директора – 1.

Контакты:



Ошуркова

Ольга Николаевна

Основатель, директор



O.n.oshurkova@gmail.com



+7 (992) 004-06-53

Описание компании

КОМПАНИЯ ООО «ДИВАОРА ГРУПП»

СОЗДАНА ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В СФЕРЕ ЗДОРОВЬЯ, ЗАНИМАЕТСЯ ПРОИЗВОДСТВОМ И ОПТОВЫМИ ПРОДАЖАМИ ТРЕНАЖЕРОВ ДЛЯ ГЛАЗ, ЧТОБЫ ПОМОЧЬ ЛЮДЯМ, ИМЕЮЩИМ НАРУШЕНИЕ ЗРЕНИЯ, В ЛЕЧЕНИИ ЗАБОЛЕВАНИЙ ОФТАЛЬМОЛОГИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ (КОСОГЛАЗИЕ, БЛИЗОРУКОСТЬ, ДАЛЬНОЗОРКОСТЬ, ПОСТТРАВМАТИЧЕСКАЯ И ПОСТОПЕРАЦИОННАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ И ДР.).

Клиент

- Лица пожилого возраста, страдающие потерей зрения.
- Родители детей школьного возраста, которые хотят сохранить зрение своим детям.
- Люди с офтальмологическими заболеваниями.
- Родители детей, страдающих косоглазием, травмами глаз.

Проблема (потребность потребителя)

- Стационарные приборы используются только в медицинских кабинетах.
- Детям неинтересно и тяжело заниматься в зафиксированной позе.
- Мало кабинетов охраны зрения.
- Высокая стоимость лечения и большие временные затраты.
- Лечение от 40 000 рублей в год (10 сеансов, 4 курса).

Рынок

- Люди с офтальмологическими заболеваниями 207 000 млн рублей.
- Родители детей, страдающих косоглазием, травмами глаз 745 200 млн рублей.

- Родители детей школьного возраста, которые хотят сохранить зрение своим детям, 107 640 млн рублей.
- Лица пожилого возраста, страдающие потерей зрения, 99 360 млн рублей.
- SAM проекта: 1 159 200 млн рублей в год.
- SOM проекта: 162 288 млн рублей в год.

Так как прямых конкурентов нет, планируем занять долю рынка 14%–30%.

*Данные приведены с учетом использования данных с сайта министерства здравоохранения и РОССТАТ.

Решение

- Продукт «Тренажер для глаз». Базовая модель.
- Прибор универсален, безоперационный метод, игровые технологии лечения, возможность применения дома.
- Социальный эффект: снижение заболеваемости детей, страдающих косоглазием; повышение доступности и эффективности лечения, сохранение возможности к самообслуживанию пожилых людей.
- Прошел медицинскую апробацию и подтвержден учреждениями «Центр офтальмологии и педиатрии», «Микрохирургия глаза», «Радугаздрав».

Как работает бизнес (use case)

- Сети магазинов оптики, аптеки покупают у нас продукцию оптом и продают в собственных магазинах в розницу со своей наценкой.
- Розничные продажи с сайта компании и на выставках.

Модель монетизации

- Мы производим тренажеры и продаем оптом магазинам оптики, кабинетам охраны зрения, которые рекомендуют своим пациентам использовать тренажеры; аптекам, магазинам медицинской техники, больницам.

- Розничные продажи через сайт компании, выставки и профильные мероприятия.
- Себестоимость единицы продукции ~ 1000 рублей, затраты на продажу 1 ед. продукции ~ 500 рублей. Оптовая цена 3500 рублей, розничная цена 5865 – 6900 рублей.

Конкуренты

У потенциальных клиентов есть выбор:

- лечение в кабинетах охраны зрения на стационарном оборудовании «Плеопор», «Ручеек»;
- отказ от лечения и ношение очков или линз;
- операция.

Прямых конкурентов нет.

План развития: по продукту и по финансам

- Сейчас мы производим (ручная сборка) и продаем оптом до 100 штук. Компания уже сейчас приносит прибыль и выплачивает дивиденды учредителю. Сейчас выручка составляет до 350 000 рублей в месяц.
- К концу 2017 года планируем увеличить выручку в 10 раз (3,5 млн рублей в месяц).
- В 2018 году планируем увеличить выручку в 10 раз по отношению к 2017 году за счет экспорта (от 35 млн рублей в месяц).

Что требуется: инвестиции

- Сумма 25 млн рублей – для масштабирования бизнеса в России, перехода производства от ручного к промышленному, для маркетинга.
- Сумма 50 млн рублей для масштабирования бизнеса в России, перехода от ручного производства к промышленному, для маркетинга, создания представительств и вывода продукции на рынки США (проведена серия встреч, ведутся переговоры) и Ирана (проведена встреча, ведутся переговоры).
- Доля в компании (оговаривается).

INDANCE

WWW.INCLUSIVE-DANCE.RU



InDance



Основатель проекта
Леонид ТАРАСОВ

Команда:

Леонид Тарасов

Основатель проекта, 15 лет опыт руководства организацией, создатель Международного фестиваля «Inclusive Dance», член президиума Всемирной ассоциации инклюзивного танца.

Инна Тарасова

Сооснователь проекта, финансовый и технический директор.

Контакты:



Тарасов
Леонид Викторович,
директор



info@oduhotvorenje.com



+7 (926) 816-84-87

Описание компании

КОМПАНИЯ "INDANCE" ОРГАНИЗУЕТ ИНКЛЮЗИВНЫЕ ТАНЦЕВАЛЬНЫЕ ШОУ, ЧТОБЫ РЕАБИЛИТИРОВАТЬ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И СДЕЛАТЬ ИХ УСПЕШНЫМИ.

Клиент

- Компании, которые реализуют программы в рамках корпоративной социальной ответственности.
- Государственные организации, реализующие программы для людей с инвалидностью.
- Крупные некоммерческие организации и фонды.

Проблема (потребность потребителя)

- Недостаток ярких культурно-массовых мероприятий с активным участием инвалидов в городах России.
- Малое количество организаций, умеющих организовывать системные программы реабилитации людей с инвалидностью.

Рынок

- Рынок госзакупок для некоммерческого сектора в России оценивается в 70 млрд рублей.
- Рынок бюджетов КСО крупнейших компаний России оценивается в 30 млрд рублей.

Решение

Система развития программ реабилитации инвалидов через танец в разных городах России через организацию интерактивных программ и инклюзивных танцевальных концертов (шоу).

Как работает бизнес (use case)

Компания «ОК РУСАЛ» реализует благотворительные программы в городах присутствия компании. Мы договариваемся сейчас с данной компанией о проведении в городе присутствия компании (в Красноярске) двухдневной обучающей программы и инклюзивного концерта (шоу).

Модель монетизации

- Организация инклюзивного танцевального шоу «InDance» в городе присутствия компании – 500 000 рублей.
- Проведение двухдневной реабилитационной программы для инвалидов с концертной программой «InDance» – 200 000 рублей.
- Выступления артистов «InDance» на мероприятиях компаний – 50 000 рублей.

Конкуренты

основные конкуренты:

- театры для людей с инвалидностью;
- Федерация спортивных бальных танцев на колясках.

Наши конкурентные преимущества:

- поддержка со стороны государственных министерств и ведомств;
- включение инвалидов всех возрастов и ограничений по здоровью, использование всех танцевальных направлений;
- возможность организации яркого мероприятия в любом городе России.

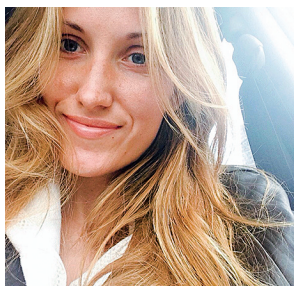
План развития: по продукту и по финансам

- Компания увеличила доход по проекту в 2016 году на 33%: с 3,3 млн в 2015 году до 4 млн рублей в 2016 году.
- На первое полугодие 2017 года наша компания заключила сделки по проекту на 3 млн рублей, что уже составило 75% от суммы годового дохода проекта в 2016 году.

Что требуется

Требуется 5 млн рублей для оплаты штата необходимых специалистов (продюсер, пиарщик, smm-менеджер) и оплаты аренды репетиционной базы на 1 год, что приведет к увеличению дохода еще в 2 раза до 12 млн рублей в 2018 году.

ЗНАЮ. ЛЮБЛЮ WWW.ZNAULUBLU.RU



Основатель проекта
Анна БУЛОЧНИКОВА

Команда:

Анна Булочникова

Основатель, общее руководство, развитие К.г.н., директор по развитию всероссийской благотворительной программы.

Юлия Сухова

Разработка контента, работа с педагогами
6 лет работы в детских образовательных проектах.

Елена Булочникова

Фин.-юридическое сопровождение, общая координация.
15 лет руководства продюсерской компанией.

Контакты:



Анна Булочникова,
основатель



znau.lublu@gmail.com



+7 (926) 600-43-32

Описание компании

ПРОЕКТ «ЗНАЮ. ЛЮБЛЮ» ФОРМИРУЕТ В ДЕТЯХ ИНТЕРЕС К ПОЗНАНИЮ РОССИИ ПУТЕМ СОЗДАНИЯ У КАЖДОГО РЕБЕНКА ЛИЧНОГО ОПЫТА ПОГРУЖЕНИЯ В ИСТОРИЮ, ПРИРОДУ, КУЛЬТУРУ РОДНОЙ СТРАНЫ.

Клиент

1. B2C. Родители (как правило, мамы), активно занимающиеся дополнительным образованием детей 7–11 лет.
2. B2B. Российские компании, в задачи которых входит социальное развитие регионов своего присутствия (Абрау-Дюрсо, Роза Хутор и др.).

Проблема (потребность потребителя)

1. Главная задача начальной школы – гражданское и духовно-нравственное развитие детей. Традиционный формат подачи материала для современного ребенка дает мало результатов. Родители вынуждены самостоятельно заниматься организацией качественного внеурочного образования. При этом для выезда классов за пределы школы с каждым годом необходимо все больше временных и финансовых ресурсов родителей.
2. Повышение привлекательности регионов присутствия бизнеса компании для молодежной аудитории.

Рынок

B2C. В РФ – 240 тыс. начальных классов. 70 тыс. классов – в городах с населением более 1 млн человек (26 тыс. – Москва), в каждом из этих классов ежегодно проходит от 4 внеклассных занятий. Через 3 года мы планируем занять 15% рынка Москвы и 10% рынка крупных городов, что составит: Москва – 54,6 млн рублей, регионы – 49 млн рублей.

Решение

- Интерактивные программы по истории, культуре, географии России, которые проходят на территории школ или компаний заказчика. В ходе программ участники своими руками «создают» историческую или современную реальность страны: строят города, исследуют природу регионов, разрабатывают стратегии военных операций и т.д.
- 44% участников программ захотели узнать больше о национальном наследии России.

Как работает бизнес (use case)

- Активные родители через маркетинговые инструменты находят сайт, заказывают выезд наших педагогов в школу.
- Компании заказывают разработку и/или проведение индивидуальных программ.

Модель монетизации

1. B2C. Каналы продаж: тематические фестивали, сайты детского досуга, SMM, таргетинговая реклама, рассылки. Средний чек: класс – 7000 рублей. Стоимость привлечения клиента – 1000 рублей.

2. B2B. Каналы продаж: выставки, конференции, прямые продажи. Средний чек – 300 тыс. рублей.

Конкуренция

1. B2C. Выездные программы музеев, туристические агентства, шоу-программы. Наши преимущества – сами приезжаем в школу, интерактивный формат, темы дополняют школьную программу.
2. B2B. Event-агентства, тематические фонды. Наши преимущества – узкая тематика, новые форматы.

План развития

2016 год: оборот – 3 млн рублей.

2017 год: выход на самоокупаемость, 5% рынка Москвы, оборот 18 млн рублей.

2018 год: 10% рынка Москвы, старт продаж в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, оборот 39 млн рублей.

2019 год: 15% рынка Москвы, старт продаж еще в 13 городах, оборот 70 млн рублей.

Что требуется

Инвестиции 5–7 млн рублей на 1 год для:

- расширения линейки программ;
- увеличения доли рынка Москвы до 7%;
- запуска продаж в 2 крупных городах.

ЭКОСАДИК-ЭКОКЛУБ «РАЗУМЕЙКА» WWW.RAZOOMEIKA.RU



Основатель проекта
Анна БУЛОЧНИКОВА

Команда:

Штайдо Татьяна
Руководитель.

Жидов Андрей
Продажи.

Людмила Петрунькова
HR.

Хирный Максим
АХО.

Контакты:



**Штайдо
Татьяна Сергеевна,**
руководитель



г-2563102@yandex.ru



+7 (988) 990-71-71

Описание компании

«РАЗУМЕЙКА» — СЕТЬ ЧАСТНЫХ ДЕТСКИХ САДОВ В Г. РОСТОВ-НА-ДОНУ. БЛАГОДАРЯ ВНЕДРЕНИЮ УНИКАЛЬНОЙ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «БУДЬ ЗДОРОВ, МАЛЫШ» НАШИ ДЕТИ:

- В 3 РАЗА МЕНЬШЕ БОЛЕЮТ
- ЧАЩЕ ПОСЕЩАЮТ ЗАНЯТИЯ
- БЫСТРЕЕ И КАЧЕСТВЕННЕЕ РАЗВИВАЮТСЯ
- ИМЕЮТ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ПОДГОТОВКИ К НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

ПРОГНОЗ ВЫРУЧКИ НА 2017 ГОД -15 МЛН РУБЛЕЙ
ЗАТРАТЫ – 11 МЛН РУБЛЕЙ
ИНВЕСТИЦИИ – 20 МЛН РУБЛЕЙ

Клиент

- Родители детей 1,5–7 лет.

Специфические черты

- Часто болеющие дети.
- Нарушение осанки, плоскостопие, сколиоз.
- Аллергия, сниженный иммунитет.
- Нарушение/задержка речи.

Проблема

- Неудовлетворительный уход.
- Невнимательное отношение.
- Низкокачественное развитие.
- Непрофессиональное воспитание, обучение.
- Однообразное/одинаковое для всех питание.
- Отсутствие оздоровления.
- Частые болезни.
- Частые больничные.
- Расходы на лечение.
- Расходы на дополнительное образование.
- Потеря времени.

Рынок

- На 1 января 2016 год в России 12 млн детей 1,5–7 лет, в Ростове 107 тыс.
- Посещают частные сады России – 98 000 (1,4%) – 385 млн \$/год, Ростова – 2 500 (2,3%) – 15 млн \$/год, (нижняя граница).
- Количество частных садов России увеличилось за 4 года в 3,2 раза, Ростова за 5 лет в 5 раз с 1,3 до 15 млн \$/год.
- Количество детей, которые могут посещать частные детсады России: 800 т = 3,1 млрд \$/год, Ростова 20 т = 80 млн \$/год (верхняя граница).

- <http://msh.rk.gov.ru/rus/file/gosudarstvennyj-doklad-o-polozhenii-detej-i-semej-imeyushhikh-detej-v-rossijskoj-federacii-za-2015-god.pdf>
- do.edu.ru/mrsdo/indicators/form/30/2015-12-01/default/
- rostov.gks.ru
- det-sad.net
- средний чек 18 000 рублей.

Решение

Оздоровительный детсад 7 дней в неделю, пребывание:
- 12 часов - 4 часа - 24 часа

Оздоровительная программа

- Монтессори;
- подготовка к школе;
- английский язык;
- логопед;
- психолог.

Суть компании

Дети в «Разумейке» наряду с самым современным воспитанием, обучением и развитием проходят оздоровительную программу, поэтому в 3 раза меньше болеют, чем в других садах, посещают 90% всех рабочих дней, гораздо быстрее развиваются и имеют более высокий уровень подготовки к начальной школе.

Стадия

Работающая, стабильная, доходная модель, 4 филиала.

Социальный эффект

- Родители экономят силы, время и деньги на лечении, обучении, оздоровлении своего ребенка (80-100 тыс. рублей/год).
- В 3 раза реже берут больничные и более эффективно работают (2 месяца/год).
- Ребенок растет здоровым, всесторонне развитым, воспитанным и образованным.
- У ребенка сформированы правильные привычки здорового образа жизни, коммуникации и поведения – залог здоровья и благополучия в будущем.

Как работает бизнес

Оплата производится родителями ежемесячно в кассу.

Модель монетизации

- Контекст – сайт – звонок/заявка – телефонная продажа.
- Встреча/показ/личная продажа.
- Пробное посещение/психолог – постоянное посещение.

Каналы продаж

- Контекст – сайт – сарафанное радио – СМИ.

Средний чек: 19 000 рублей/месяц.
Прогнозная рентабельность: 25%.
DAU (daily active users): 64.
LT (User Lifetime): 37 месяцев.
CAC (Customer acquisition cost): 1833.
LTV (User Lifetime Value): 703 000 рублей (37*19 000 рублей).
ARPU (Average revenue per user): 5 920 рублей (ARPPU 592 000 рублей*1%).

Конкуренты

Частные сады Ростова.

Наше конкурентное преимущество:

- уникальная оздоровительная программа;
- физиотерапевтическое оборудование;
- высокотехнологичное оборудование для обучения/развития;
- новейшие обучающие/развивающие программы;
- экологическая среда (мебель из натурального дерева, естественное освещение, вентиляция, обеззараживание, увлажнение).

Альтернативные решения:

- муниципальные детсады;
- бабушки, няни, неработающие мамы.

План развития: по продукту и по финансам

- Строительство «Идеального» детсада в Ростове.
- 1-й раунд: покупка земли, 10 млн рублей (2 месяца).
- 2-й раунд: строительство, 5 млн рублей (6 месяцев).
- 3-й раунд: ремонт/оборудование/маркетинг, 5 млн рублей (6 месяцев).
- Выручка:
1-й год: 14,5 млн рублей.
2-й год: 24 млн рублей.
3-й год: 26 млн рублей (полный возврат инвестиций).

- Франшиза (собственные средства): создание (1 млн рублей), продажа (500 тыс. рублей), построение сети.

Что требуется

20–25 млн рублей для строительства детского сада на 100 детей.

«ЛИСТИК»

VK.COM/LISTIKARHANGELSK



Основатели проекта
Ксения МАТВЕЕВА
Мargarита КУЗНЕЦОВА

Команда:

Ксения Матвеева

Сооснователь.
Директор ООО «Листик».
В проекте руководит направлениями:
финансы, логистика.

Мargarита Кузнецова

Сооснователь.
В проекте руководит направлениями:
продажи, маркетинг, производство.

Контакты:



Кузнецова
Мargarита Викторовна,
Сооснователь



mkuznetsova76@gmail.com



+7 (911) 597-74-47

Описание компании

КОМПАНИЯ ООО «ЛИСТИК» ЗАНИМАЕТСЯ ПРОДАЖЕЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ НЕДОНОШЕННЫХ МАЛЫШЕЙ И НОВОРОЖДЕННЫХ С 2014 ГОДА.

Клиент

- Семьи с недоношенными и маловесными малышами.
- Отделения больниц, магазины для новорожденных.

Проблема (потребность потребителя)

Каждый седьмой ребенок в РФ рождается недоношенным или маловесным. Проблема заключается в низкой доступности специализированной одежды и средств для ухода, которая критически необходима этим детям.

Рынок

Потенциальный объем рынка в РФ – 57, 47 млн руб.

Планируемая доля рынка ООО «Листик» – 8,4 млн рублей.

Решение

Мы можем делать одежду, которая будет комфортна малышу, удобна для медицинского персонала и красива и доступна по цене для родителей.

Ожидаемый социальный результат

- Минимизация проблемы, во что одеть ребенка.
- Создание 7 рабочих мест, в том числе для людей из социальной группы.

- Привлечение внимания общественности к проблеме недоношенных детей.
- Развитие и психологическая поддержка сообщества родителей недоношенных детей.

Как работает бизнес (use case)



Модель монетизации

Производство планируется в ассортименте: одежда и аксессуары. Продажи для рынка B2B и B2C с маржинальностью от 20% до 40% в зависимости от сегмента.

Каналы продаж:

- развитие розницы;
- оптовые продажи в больницы и клиники;
- продажи через собственный интернет – магазин.

Конкуренты

Производители: ТОП-3 – ООО «Мини Ми», ООО «Белый Лепесток», ООО «Фрешстайл».

Интернет-магазины:
www.littlebloom.ru, www.little-angel.ru и www.papitto.ru.

План развития

май 2017 года –
дооснащение и запуск основного производства;

2017–2018 год –
открыть 5 точек продаж (в районах областных роддомов, площадь одной ТТ 10-15 м²).

Что требуется

Требуется финансирование на развитие – 2,15 млн рублей:

- докупить швейное оборудование;
- получить дополнительные сертификаты;
- нанять дополнительных сотрудников;
- доработать интернет-магазин.

Необходимы помощь в запуске интернет-магазина, взаимодействие с медицинскими учреждениями.

Выход на точку безубыточности – конец 2018 года.

Что сделано:

- с 2014 года продаем одежду через интернет и в розницу;
- ежемесячный оборот – 250 тыс. рублей;
- средний чек – 600 рублей (B2C), 7500 рублей (B2B);
- стоимость привлечения клиента – до 70 рублей;
- закуплена часть оборудования и разработаны лекала.

UPGRADE UPGRADESCHOOL.RU



Основатель проекта
Ирина БАУТДИНОВА

Команда:

Ирина Баутдинова

CEO, основатель проекта
Опыт работы: развитие бизнеса, организация и проведение мероприятий, бизнес-тренингов, лагерей.

Дарья Кочетова

COO, основатель проекта
Опыт работы: венчурные инвестиции, финансовый анализ, профориентационная работа со школьниками, организация языкового лагеря.

Анастасия Медведева

Sales&Marketing
Опыт работы: телевидение, международные проекты, социальная работа, сотрудничество с международными организациями.

Контакты:



Баутдинова
Ирина,
Основатель



i.bautdinova@gmail.com



+7 (916) 119-49-48

Описание компании

АКАДЕМИЯ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ UPGRADE ПОМОГАЕТ ПОДРОСТКАМ 13–18 ЛЕТ РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ ПРИ ПОМОЩИ ПОГРУЖЕНИЯ В МИР СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ ПУТЕМ ИГРОВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ.

Клиент

B2C

Родитель (35–50 лет) подростка, средний доход которого от 60 000 руб., озадаченный проблемой выбора специальности для ребенка.

B2B

Среднеобразовательные школы Москвы, у которых профориентационные мероприятия внесены в учебный план, но не реализуются.

Проблема (потребность потребителя)

Проблема для подростка:

- выбор профессии и вуза в 17–18 лет;
- влияние родителей и учителей на выбор подростка без учета особенности личности: 50% выпускников вузов работают не по специальности.

Стоимость проблемы для подростка:

- 2 года на подготовку к ЕГЭ;
- 4–6 лет обучения в вузе;
- получение последующего образования.

Проблема для родителя:

- не мотивированный к обучению подросток ввиду отсутствия профессионального самоопределения;
- необходимость принятия решения за подростка о выборе направления обучения;
- отсутствие решений проблемы профориентации (тесты и дни открытых дверей в университетах не снимают боль).

Стоимость проблемы для родителя:

- стоимость подготовки к ЕГЭ (курсы, репетиторы) от 200 тыс. рублей в год;
- стоимость обучения в университете от 180 тыс. рублей в год.

Рынок

- Средний чек – 30 000 рублей (10 000 рублей x 3 месяца), 294 тыс. школьников в Москве в возрасте

13–17 лет: верхняя граница рынка – 8,82 млрд рублей. Из них 47,8% (140,5 тыс. детей) из семей с доходом средним и выше среднего. При 25% (35,1 тыс. школьников), задумывающихся о будущей профессии и потенциально интересующихся курсами выбора профессии, объем достижимого рынка составляет 1,05 млрд рублей.

Решение

- подросткам предлагается пройти программы по нескольким профессиям до поступления в университет: отработать характерные кейсы и задачи, прожить рядовые ситуации в ролевых играх. Преподаватели – только эксперты-практики. Направления: экономика, маркетинг, PR, управление проектами, дипломатия, журналистика, дизайн, фотография.

Социальный эффект

- Увеличение процента людей, работающих по полученной специальности. Повышение эффективности трудовой деятельности, рост зарплаты, увеличение налоговых выплат в государственную казну, рост ВВП.
- Увеличение количества удовлетворенных работой специалистов, рост их творческого потенциала и трудовой мотивации.

Как работает бизнес (use case)

- Ребенок (пользователь) или родитель (клиент) оставляет заявку на сайте на конкретную программу, или ребенок приглашается на бесплатную очную консультацию для определения направления обучения. Родитель оплачивает 10 000 рублей за 1 месяц обучения по одной специальности (4 занятия + 1 деловая игра). По окончании курса можно продолжить обучение на программах других профессий.

Модель монетизации

- Школы: прямые продажи.
- Родители: прямые продажи, реклама в интернете (facebook.ru, контекстная реклама).
- LTV = 30 000 рублей.
- Прогнозная выручка на май 2018 года – 1 млн рублей, прогнозная рентабельность – 30%.
- Стоимость привлечения клиента – 40 рублей.

Конкуренты

- Центр «Гуманитарные технологии» – профориентационные тесты, профлагеря.
- Образ жизни – 2- и 5-дневные каникулярные программы в городе.
- Smart Course – тренинги осознанного выбора, Уикенд профессий.
- Кодабра – школа цифрового творчества.
- Школа профессий будущего КрашПро – курсы по дизайну, программированию.

Конкурентные преимущества:

программы проходят в течение учебного года, курсы ведут эксперты выбранной отрасли, погружение ребенка в мир профессий с помощью кейсов и деловых игр.

План развития: по продукту и по финансам

- 1-я стадия (05.2017–08.2017) – набор в первую группу (8 продаж), разработка новых направлений, аренда, обустройство собственного помещения, привлечение клиентов на следующий учебный год. Инвестиции – 2 млн рублей.
- 2-я стадия (09.2017–05.2018) – рост продаж до 1 млн рублей в месяц (8 групп).
- 3-я стадия – проведение летних выездов и мастер-классов на 70 детей. Выручка за 3 месяца – 3,15 млн рублей.
- 4-я стадия (сентябрь 2018 – май 2019) – аренда и обустройство второго офиса, увеличение продаж до 2 млн рублей в месяц.

Что требуется

Инвестиции: 1,9 млн рублей на 2 года на:

- маркетинговое продвижение – 500 тыс. рублей;
- аренда и ремонт помещения, закупка техники и оборудования для проведения курсов – 1 млн рублей;
- разработка новых программ – 400 тыс. рублей;
- успешные представители разных сфер для разработки программ и ведения курсов.

БИТВА ДРОНОВ BITVADRONOV.COM



Руководитель **Ирина ГРАБ**

Команда:

Ирина Граб

Руководитель. Топ-100 инновационных лидеров России (Ассоциация менеджеров), Инженер года (Администрация Липецкой области), участник Фулбрайт (ВШЭ + Университет Вашингтона), участник форума «Открытые инновации», платформы Leader-ID, спикер форума «Образование для будущего НТИ» Томского государственного университета.

Жанна Корнева

GR-связи, стратегирование, HR. 8 лет в области управления R&D, экспертизы в образовательной деятельности, GR, разработки стратегий развития предприятий, юридический консалтинг в сфере образования.

Александр Румянцев

IT и CEO. IT сопровождение проекта.

Контакты:



**Граб
Ирина Сергеевна,**
Руководитель



ac234@mail.ru



+7 (915) 552-55-72

Описание компании

«БИТВА ДРОНОВ» — ПРОЕКТ, ПОМОГАЮЩИЙ ДЕТЯМ, ПОДРОСТКАМ, МОЛОДЕЖИ, А ТАКЖЕ СПЕЦИАЛИСТАМ, В ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОТОРЫХ ВВОДИТСЯ ПРИМЕНЕНИЕ БПЛА, РЕШАТЬ ПРОБЛЕМЫ ПОЛУЧЕНИЯ НАВЫКОВ УПРАВЛЕНИЯ БПЛА ПРИ ПОМОЩИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-ИГРОВОЙ ПЛОЩАДКИ И НЕОБХОДИМОГО ОБОРУДОВАНИЯ, ПРИГОДНЫХ В ТОМ ЧИСЛЕ ДЛЯ ТЕСТИРОВАНИЯ И АКСЕЛЕРАЦИИ ПРОДУКТОВ ДЕТСКОГО R&D.

Клиент

Липецкая область.

- 35 тыс. школьников в возрасте 12–16 лет.
- 30 тыс. взрослых любой возрастной категории со средним заработком более 30 тыс. рублей.
- 25 предприятий, внедряющих в практическую деятельность БПЛА.

Проблема (потребность потребителя)

В настоящее время отсутствуют образовательные площадки для масс-сегмента, позволяющие получить начальные профессиональные навыки в сфере управления БПЛА и предоставляющие необходимые ресурсы для разработки, тестирования и акселерации продуктов детского инженерного творчества в сфере БПЛА.

Рынок

SAM Проекта в РФ – 394,28 млн рублей в год.

SOM Проекта в РФ – 19,71 млн рублей в год.

Мы считаем, что управление БПЛА будет являться одним из надпрофессиональных навыков, которыми захочет овладеть любой человек, точно так же как научиться работе на компьютере, робототехнике, языкам.

Решение

Создание образовательно-игровой площадки для масс-сегмента позволяет обучать начальным профессиональным навыкам управления БПЛА всех желающих от 4 лет и старше. Проект не устанавливает возрастных ограничений, обучение могут проходить люди с ограниченной возможностью (кроме ограничений по зрению). Получение навыков управления БПЛА на площадке проекта позволяет получить необходимые навыки как уже работающим специалистам, так и находящимся в поиске, тем самым повышая их конкурентоспособность на рынке труда.

Как работает бизнес (use case)

Клиент (физическое лицо) в качестве дополнительного обучения выбирает работу с БПЛА. Регистрируется на сайте. Бронирует время и дату посещения пилотажной площадки (при желании оплачивает посещение онлайн). Проходит тест на знание основ пилотирования БПЛА. Приходит на пилотажную площадку, оплачивает время обучения (или предоставляет подтверждение онлайн-оплаты), проходит инструктаж по технике безопасности, допускается к полетам под контролем инструктора. При желании приобретает месячные абонементы на обучение пилотированию БПЛА или сборку и тестирование собственной модели БПЛА.

Клиент (юридическое лицо). Перед юридическим лицом встает вопрос о необходимости внедрения БПЛА в деятельность организации. Юридическое лицо обращается в «Битву дронов» с соответствующим запросом (тех. заданием). «Битва дронов» направляет коммерческое предложение на оказание соответствующих услуг. После подписания договора и согласования тех. задания необходимый перечень услуг оказывается в полном объеме.

Модель монетизации

1. Прямые продажи на рынке B2C – продажа разовых кратковременных услуг по обучению и пилотированию БПЛА, продажа образовательных курсов продолжительностью до 1 месяца по обучению пилотированию БПЛА, конструированию, сборке.

2. Продажи услуг на рынке B2B – обучение сотрудников предприятий пилотированию БПЛА с целью внедрения технических средств в их профессиональную деятельность, сборка и поставка профессиональных БПЛА под требования индивидуального заказчика.

3. Средний чек – 420 рублей.

4. Каналы продаж:

- все виды маркетинга в сети Интернет: подъем сайта, директ-маркетинг, вирусный маркетинг, SMM;
- мастер-классы в школах, образовательных организациях среднего профессионального образования, ТВ.

Конкуренты

Кванториум, Центр дополнительного образования – реализация образовательных программ для детей по направлению «БПЛА».

План развития: по продукту и по финансам

План развития проекта (без инвестиций) – выручка 8,4 млн рублей в год, затраты – 3,0 млн рублей в год. Точка достижения прибыли в 30 млн рублей в год без инвестиций – 43 месяца (3 года и 7 месяцев).

План развития проекта (при привлечении инвестиций в 15 млн рублей) – выручка 29 млн рублей в год, затраты – 16 млн рублей в год.

Точка достижения прибыли в 30 млн рублей в год при привлечении необходимого объема инвестиций – 14 месяцев (1 год и 2 месяца).

Что требуется

15 млн рублей для увеличения числа образовательно-игровых площадок до 4 ед., числа клиентов до 86 тыс. человек в месяц, выручки в 3,6 раза (с 8 млн рублей в год до 29 млн рублей).

КУБОК ЕГЭ



Руководитель и сооснователь
Кирилл СИВАКОВСКИЙ

Команда:

Кирилл Сиваковский

Руководитель проекта, сооснователь. Имеет опыт ведения бизнеса, работы со школами и школьниками, работы в игровом образовании, разработки настольных игр.

Иван Моручков

Разработка образовательного контента, связи с партнерами в сфере образования, сооснователь. Имеет опыт работы в бизнесе, 10-летний педагогический стаж.

Даниил Соловьев

Проведение интервью с ЦА. Студент первого курса ВШЭ, обширные связи со школьниками, понимание психологии современного школьника.

Контакты:



Сиваковский
Кирилл,

Руководитель и сооснователь



ksivakovskiy@mail.ru



+7 (916) 678-32-35

Описание компании

«КУБОК ЕГЭ» — ЭТО ПРИЛОЖЕНИЕ, ПОЗВОЛЯЮЩЕЕ ОСВАИВАТЬ ШКОЛЬНУЮ ПРОГРАММУ И ГОТОВИТЬСЯ К ЭКЗАМЕНАМ В ИГРОВОЙ ФОРМЕ.

Клиент

Целевые сегменты ЦА:

школьники 10–11 классов (готовятся к ЕГЭ), школьники 6–9 классов (готовятся к ОГЭ).

Потенциальные сегменты ЦА:

школьники стран СНГ со схожей системой образования.

Проблема (потребность потребителя)

Школьник находится под прессом образовательной системы и родителей из-за учебы и необходимости готовиться к экзаменам. Он устает от традиционных методов подготовки. Большинство методов подготовки к экзаменам не подразумевает игровых методик, хотя в этом возрасте такой подход показывает наибольшую эффективность.

Рынок

Потенциальный рынок – 202 млн рублей.

Всего школьников в России 14 млн человек (статистика Минобрнауки 2014 г.), школьников, готовящихся к сдаче ЕГЭ и ОГЭ, – 6 млн человек (статистика Минобрнауки – 2014 г.). Мы ожидаем, что приложение может распространиться среди 50%. Платить за него будут 450 000 человек, каждый примерно по 150 рублей в месяц, при 3 месяцах использования. Это 202 млн рублей в год.

Решение

- Мы предлагаем дать школьнику возможность играть и при этом готовиться к экзаменам.
- Вовлекаясь, школьники обучаются, а также налаживают коммуникацию и соревнуются с другими учащимися их школы. Таким образом, игра способствует снижению стресса и дает образовательный результат.
- Приложение уже есть в Google Play. Готовится публикация в Appstore.
- Незнайка. Наши преимущества: игровой подход, налаженная работа со школами.
- Экзамер. Наши преимущества: игровой подход, налаженная работа со школами.
- Альтернативные решения проблемы: Репетиторы, курсы ЕГЭ.

Как работает бизнес (use case)

- Пользователь скачивает приложение бесплатно. Ему требуется несколько минут, чтобы понять, как играть и найти соперника. В процессе игры ему потребуется внутриигровая валюта – золотые монетки. Они облегчают игру и делают ее увлекательнее. Реализована возможность докупать игровую валюту за реальные деньги, так как ее будет не хватать.

Модель монетизации

- Условно бесплатная модель. Приложение скачивается бесплатно, но содержит платные внутренние покупки.
- В среднем школьник готовится к ЕГЭ в течение 6 месяцев. Время пользования нашим приложением составит в среднем 3 месяца. Платящих будет около 7%. Каждый заплатит в среднем 150 рублей в месяц. Мы ожидаем, что нам удастся обеспечить стоимость привлечения ниже 20 рублей. Доход с одного привлеченного пользователя составит 11,5 рублей.

Конкуренты

- ЕГЭ Батл. Наши преимущества: налаженная работа со школами, более актуальная для нашей ЦА модель игрофикации.

План развития: по продукту и по финансам

- До конца 2017 года – мы привлечем 150 000 пользователей. Школьники 10–11 классов, преимущественно москвичи. Для этого необходимо нанять собственную команду разработчиков вместо аутсорсной. Выручка составит 5 млн рублей/ нам требуется: 5 млн рублей.
- До середины 2018 года – выход на самоокупаемость. Выпуск версии для школьников 6–9 классов. Для этого потребуется 250 000 пользователей. Выручка составит около 8 млн рублей/ нам требуется: 2 млн рублей.
- До конца 2018 года – увеличение доли школьников 10–11 классов до 350 000, а школьников 6–9 классов до 250 000. Выручка составит 19 млн рублей.

Что требуется

Инвестиции:

сумма 7 млн рублей;

цели: максимально быстрое привлечение не менее 75% московских школьников к концу 2017 года, достижение выручки 20 млн рублей к концу 2018 года, масштабирование на 6–9 классы и на все города России.

МУМИВИЛЛЬ / MUMIVILLE.RU



Директор, владелец
Сергей НАГИН

Команда:

Сергей Нагин

Директор, владелец. Стратегия, маркетинг и продажи, финансы. Более 7 лет успешно развивал наземную филиальную сеть крупной компании. Был членом Попечительского совета частного детского сада в Дании. Знаком с услугами детских садов в Дании и на Кипре. Образование: MBA (Copenhagen Business School).

Ольга Бутина

Методист. Программный директор Российского фонда по развитию образования (РФРО) «Сообщество». Определение перспективных зон развития ребенка.

Надежда Запевалова

Управляющий. Операционная работа. Более 4 лет опыта работы в управлении частными детскими садами в Санкт-Петербурге. Профессиональное знание рынка, умение выстраивать работу детского сада с нуля.

Контакты:



Нагин Сергей,
директор, владелец



naginsergey@gmail.com



+7 (911) 258-47-88

Описание компании

«МУМИВИЛЛЬ» — УСЛУГИ ДЕТСКОГО САДА И РАЗВИТИЯ ДЕТЕЙ 1,5–7 ЛЕТ
НАШИ СЕКРЕТНЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ – ТЕПЛО И ЗАБОТА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КОМФОРТ И БЕРЕЖНУЮ АДАПТАЦИЮ, ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ, ТВОРЧЕСКОЕ И ФИЗИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ДЕТЕЙ С КОНТРОЛЕМ И ЗАМЕРОМ РЕЗУЛЬТАТОВ.

Клиент

Мамы детей 1,5–7 лет, которые уделяют внимание развитию детей и имеют платежеспособность выше среднего. Удовлетворяют потребность в осознании успешности ребенка и высвобождают свободное время для других дел. Заинтересованные компании, где работает большое количество молодых мам.

Проблема (потребность потребителя)

К 2–3 годам ребенка мамы понимают, что настала пора поручить его развитие педагогам.

Потребность высвободить личное время мам.

Желание клиента выявить таланты ребенка.

Собственных навыков родителей не хватает, нужны профессиональные педагоги-наставники.

Рынок

Детский сад:

в городах РФ живет 5,5 млн. детей от 2,5 до 7 лет. 15% населения имеет доход на семью от 150 тыс. рублей в месяц;

15% от 5,5 млн – 825 000 детей;

средний чек: 20 000 рублей в месяц;

общий объем рынка ~ 198 млрд рублей;

объем достижимого рынка составляет 0,5% ~ 990 млн рублей.

Решение

Организация групп детсада с опцией дополнительных занятий в вечернее время.

Ежемесячное получение оцифрованных показателей достижений ребенка и планов ближайшего развития (над чем будут работать педагоги).

Социальный эффект:

- раскрытие талантов и способностей ребенка через широкий выбор занятий по открытому абонементу;
- создание и улучшение инфраструктуры для новых или работающих производств;
- мы готовы создавать детсады под ТЗ заказчика в любой точке России.

Как работает бизнес

Родитель оставляет ребенка в детском саду на полный или неполный день.

Оплата производится авансом. Есть возможность бесплатного ознакомления (пробные занятия).

Ежемесячно родители получают отчет о достижениях ребенка.

Модель монетизации

Подписка с авансовой оплатой.

Средний чек (детский сад): 16 000 рублей.

Средний чек (открытый абонемент): 5 500 рублей.

Цена привлечения: 1 200 рублей.

Средний срок жизни клиента: 6 месяцев.

Конкуренты

- Сады Монтессори, языковые и т.д.
- Государственные детсады.
- Няни, бабушки.

Наши преимущества:

- Мы находим сильные стороны ребенка и стимулируем их развитие. На цифрах показываем, как ребенок развивается.

· Мы готовы удовлетворить запрос двух типажей родителей: готовых участвовать в развитии ребенка и тех, кто ожидает этого от профессионалов.

· Открытый абонемент (25 посещений любых занятий в месяц). Цена ниже, чем у конкурентов.

· Техническая оснащенность, способствующая комфорту детей.

План развития: по продукту и по финансам

Экономия за счет масштабирования модели в Санкт-Петербурге или городах-миллионниках. От 5 до 20 точек.

Выручка за первый год работы:
 $5 \cdot 400000 \cdot 12 = 24$ млн рублей.

Рентабельность: ~ 7–15%.

Срок окупаемости инвестиций: 6–7 лет.

Открытие 5 точек: 20 млн рублей.

Наем продвигенца: 100 тыс. рублей * 6 месяцев = 600 тыс. рублей до конца года.

Наем IT-специалиста: 100 тыс. рублей * 6 месяцев = 600 тыс. рублей до конца года.

Командировки: 250 тыс. рублей.

Документация: 150 тыс. рублей.

Резерв на непредвиденные расходы: 400 тыс. рублей.

Итого до конца 2017 года потребность в инвестициях: ~22 млн. рублей.

Что требуется

Инвестиции в сумме 22 млн. рублей на масштабирование.

Ключевые сотрудники:

- продвигенец;
- IT-специалист для оцифровки прогресса ребенка и каналов коммуникаций с родителями.

Условия – доля в компании.

ВОЛШЕБНЫЙ БАТУТ

VK.COM/MAGIC_TRAMPOLINE



Руководитель проекта
Гульнара ПРАДЕДОВА

Команда:

Гульнара Прадедова

Руководитель проекта, общественный деятель в сфере защиты прав детей и материнства.

Антон Совков

Ведущий тренер АФК.

Антон Звидрин

Тренер АФК.

Екатерина Мещерякова

Администратор проекта.

Контакты:



Прадедова
Гульнара Алимовна,
Руководитель проекта



gulnara-zs@yandex.ru



+7 (912) 927-77-99

Описание компании

АНО «БОЛЬШИЕ НАДЕЖДЫ»

НАПРАВЛЕНИЯ:

- ИНФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВА О ПРОБЛЕМАХ ДЕТЕЙ-ИНВАЛИДОВ;
- ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА РОДИТЕЛЕЙ;
- СОЗДАНИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ СПОРТИВНЫХ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ МЕТОДИК РАБОТЫ.

Клиент

Занятия ведутся с детьми по диагнозам – аутизм, дцп, алалия, зпр, зрр, тотально незрячие и слабовидящие детки, с нарушением слуха, дети с ментальными и сенсорными нарушениями от легкой до тяжелой степени тяжести.

23 млн детского населения в России

605 000 диагностированных детей-инвалидов с нарушениями развития,

33 000 – Москва, 1960 – Екатеринбург, 980 – Тюмень).

Проблема (потребность потребителя)

- Все дети-инвалиды имеют проблемы с ощущением своего тела в пространстве.
- Высокая стоимость эффективных сенсорных реабилитационных программ для особых детей, в основном вывозят детей в зарубежные центры.
- Дефицит специалистов, работающих с помощью спорта по развитию сенсорных и физических возможностей ребенка.
- Минимальная стоимость проблемы для семьи от 20 000 рублей в месяц на 1 особого ребенка.

Рынок

- Регион реализации проекта: Тюмень, Екатеринбург, Москва (первый этап), Россия, крупные города (второй этап).
- 55, 176 млрд рублей в год (верх.) = 1 ребенок-инвалид проходит нейрореабилитацию по 2 раза в неделю, 950 рублей (занятие) x 8 в месяц = 7 600 x 12 месяцев = 91 200 x 605 тыс. по статистике детей с инвалидностью в стране.
- 684 млн рублей в год (ниж.) = по минимуму 100 центров, 1 центр способен эффективно обслуживать порядка 75 детей (5 тренеров) в месяц, 600 занятий в месяц, 900 детей в год. Что позволит создать поток денежных средств в размере 570 000 рублей ежемесячно. Умножаем на 12 месяцев = 6,84 млн рублей x 100 центров = 684 млн рублей в год.

Решение

- Социальная франшиза «Волшебный батут» направлена на социализацию и спортивную реабилитацию детей с аутизмом, ДЦП, ментальными и сенсорными нарушениями развития, в том числе с проблемами слуха и зрения. В основе уникальной технологии применяются нейродинамические индивидуальные упражнения с ребенком на батуте.
- Социальный эффект, улучшаем состояние детей, социализация и реабилитация.

Как работает бизнес (use case)

1. Родители детей с инвалидностью узнают о программе, обращаются к администратору, который предлагает удобный способ оплаты (перевод на расчетный счет, наличный расчет). Возможны оплата за разовое посещение либо приобретение абонемента на несколько занятий.
2. Для приобретения социальной франшизы клиент вносит предоплату на расчетный счет (70%), окончательный расчет производится после окончания обучения. Далее методика «Волшебный батут» внедряется в любой батутный центр в стране, делая центр инклюзивным и доступным для реабилитации ребенка с особыми потребностями с любой степенью тяжести диагноза.

Модель монетизации

1. Оказание услуг по реабилитации.
 2. Франчайзинговая деятельность, в которой основным доходом является паушальный взнос за программу «Волшебный батут» и стоимость обучения тренеров, а расходы – затраты на регистрацию франшизы и ЗП преподавателей.
 3. Развитие собственной сети «Волшебный батут» – прибыль формируется из выручки за проданные абонементы за минусом расходов на операционную деятельность (ЗП тренеров и администратора, аренда батутного парка, тренеров и пр.).
- Прямые продажи, соц. сети и медийная реклама.
 - Размер паушального взноса – 300 тыс. рублей, стоимость абонемента – 950 рублей / 1 занятие. Совокупная выручка за 2017 год 8 485 тыс. рублей, рентабельность – 23,6%.
 - Расходы на маркетинг ориентировочно за 2017 год составят 500 тыс. рублей.

Конкуренты

- Государственные и частные центры реабилитации
- Похожий проект «Лыжи мечты», но он дорогой в запуске, сезонный, зависит от природного ландшафта. Малый охват детей.

Наши преимущества:

- Нет зависимости от погодных условий, круглогодично и всесезонно.
- Стоимость внедрения в десятки раз ниже, равна стоимости обучения тренера и инвентаря для ЛФК.
- Экономия времени родителей, всего 1 час занятий в черте города, возможность пройти несколько занятий по развитию другой направленности в этот же день.

План развития: по продукту и по финансам

1. Апрель-май – привлечение инвестиций в размере 2000 тыс. рублей для начала оперативной регистрации прав на программу (возврат предполагается в срок до 30.06.2018) Убыток на 31.05.2017 – 445 тыс. рублей.
2. Май-июль – обучение 4 тренеров и привлечение новых батутных площадок, расширение клиентской базы для полной загрузки тренеров до 70–90 посетителей при 2–3-разовом посещении в неделю. Это позволит увеличить выручку собственной сети в 3 раза (с 228 тыс. рублей до 752 тыс. рублей) и с октября выйти на безубыточную деятельность. Прибыль на 31.10.2017 – 1 573 тыс. рублей.
3. Август – декабрь – проведение активной маркетинговой кампании для формирования устойчивого спроса на программу «ВБ» и привлечения еще 30–50 посетителей, а также начала продаж соц. франшизы.
4. Сентябрь – начало продаж социальной франшизы «Волшебный батут», дополнительный размер выручки от ее реализации до конца 2017 года составит 4 200 тыс. рублей. Выручка по двум видам деятельности за 2017 год составит 8 185 тыс. рублей, прибыль – 1 935 тыс. рублей.

Что требуется

Требуются инвестиции.

- 2 млн рублей на 18 месяцев.
- Финансирование требуется на оперативное оформление необходимых документов, регистрацию прав, обучение тренеров, аренду батутных парков, маркетинговую кампанию.

АУДИОТАКТИЛЬНЫЙ ПЛАНШЕТ TTMAP.RU



АУДИО-ТАКТИЛЬНЫЙ
ПЛАНШЕТ



Руководитель проекта
Матвей БОРОВЕЦ

Команда:

Матвей Боровец

Руководитель проекта. Маркетинг и продажи.
Краткое резюме: менеджмент проектов в разных областях (it, event, advertising, b2b услуги) 6 лет.

Михаил Богданов

Разработка ПО. Директор ООО «Мой Стенд». Краткое резюме: разработка сложных IT-проектов 7 лет.

Илья Латыпов

Дизайнер.
Краткое резюме: опыт в разработке интерфейсов и дизайне 5 лет.

Контакты:



**Боровец
Матвей Викторович,**
руководитель проекта



borovetcm@gmail.com



+7 (912) 282-50-35

Описание компании

АУДИОТАКТИЛЬНЫЙ ПЛАНШЕТ — УСТРОЙСТВО, КОТОРОЕ ПОМОГАЕТ НЕЗРЯЧИМ ЛЮДЯМ ИЗУЧАТЬ КАРТЫ, СХЕМЫ, РИСУНКИ ПРИ ПОМОЩИ КОМБИНИРОВАНИЯ ЗВУКОВОЙ И ТАКТИЛЬНОЙ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ.

Клиент

1. Учреждения, которые занимаются обучением незрячих. Например, школы для незрячих, вузы, организации по реабилитации и обучению незрячих и т.д.
2. Учреждения, которым важно обеспечить доступную среду в силу того, что они работают или обслуживают в том числе незрячих. Например, больницы или общественные пространства.
3. Музеи и выставки (можем делать картины для незрячих).

Проблема (потребность потребителя)

Огромный массив информации представлен в графическом виде, и поэтому незрячим тяжело узнать новое, обучаться, получать квалификацию.

Это приводит к тому, что незрячие слабо вовлечены в общественную жизнь, не могут найти работу.

Сейчас эта проблема решается с помощью мнемосхем и специальных учебников с использованием шрифта Брайля, который знают всего 10–15% незрячих.

Рынок

- Регион реализации проекта – пока что Россия.
- Объем рынка: от 1,8 млрд до 8,5 млрд рублей.

Разброс большой, поскольку не тестировали продажу устройства в качестве альтернативы мнемосхем в государственные учреждения (больницы и т.д.).

Решение

- Планшет размером 100x100 см с сенсорной рамкой. Подложкой служит рельефное изображение (мнемосхема). При прикосновении к любому из объектов – устройство озвучивает информацию о нем.
- Стадия: есть продажи (1 млн рублей в 2016 году).
- Устройство позволяет незрячим людям воспринимать и изучать сложную графическую информацию: карты городов и зданий, картины, схемы и т.д.

Как работает бизнес (use case)

Процесс производства устройства:

- рабочая группа специалистов определяет перечень объектов для размещения на тактильном слое;
- дизайн макета и печать;
- сбор устройства;
- наполнение контентом (озвучка) и адаптация программного обеспечения.

Модель монетизации

- Монетизация: продажа устройства, разработка новых тактильных слоев.
- Средний чек: 250 000 рублей.

Конкуренты

- Talking Tactile Tablet 2 (TTT).
- ClickAndGo.
- Тактильный атлас.
- Мнемосхемы.

Преимущества:

работает без подключения к компьютеру, может работать от сети 220 В, от внешнего аккумулятора, легкая смена подложки и программного обеспечения, поддерживает несколько языков.

План развития: по продукту и по финансам

Разработка программного обеспечения:

- редактор для рисования подложек;
- создание единой библиотеки подложек.

Разработка настольной версии планшета формата А3 для комфортной работы в классе.

Разработка образовательного курса на базе устройства.

Защита интеллектуальной собственности:

- патент на изобретение;
- патент на промышленный образец;
- регистрация товарного знака.

Маркетинг и продажи:

- участие в профильных мероприятиях;
- организация дистрибьюторской сети;
- создание интернет-магазина.

Что требуется

Требуется экспертиза в маркетинге соц. проектов инвестиции:

- 3–4 млн рублей;
- на задачи из пункта «План развития».

LAMPA / LAMPA.IO



Основатель **Анастасия ЗОТОВА**

Команда:

Анастасия Зотова

Анастасия также является сооснователем образовательного проекта bitclass.ru. Она руководила проектами по разработке стратегии и повышению операционной эффективности в консалтинговой компании McKinsey & Company, а также работала в Google на позиции Product Support Manager. Программирует на JavaScript и Python, но ищет технического сооснователя.

Контакты:



Зотова Анастасия Александровна,
основатель и CEO



azotova@gmail.com



+7 (903) 504-08-36

Описание компании

LAMPA.IO — ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМА, КОТОРАЯ ПОМОГАЕТ СТАРШЕКЛАССНИКАМ ПОДГОТОВИТЬСЯ К ЕГЭ ПРИ ПОМОЩИ ИНТЕРАКТИВНЫХ УЧЕБНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ДОСТУПНЫХ ЗАНЯТИЙ С РЕПЕТИТОРАМИ ИЗ ЧИСЛА СТУДЕНТОВ И ШКОЛЬНИКОВ.

Клиент

- 750 000 человек ежегодно сдают ЕГЭ.
- По разным оценкам 40–70% выпускников не занимаются с репетиторами, хотя индивидуальные занятия помогают хорошо подготовиться к экзамену.
- Наш сервис предназначен для учеников из семей с невысоким уровнем дохода, которые учатся в обычных школах и хотят поступить в вуз на бюджетной основе.

Проблема (потребность потребителя)

- Поступление в вуз полностью зависит от результатов ЕГЭ.
- Хотя в интернете есть бесплатные учебные материалы для подготовки к ЕГЭ, их недостаточно для тех школьников, кто не может самостоятельно разработать учебный план, разобраться в сложных темах и заставить себя заниматься регулярно.
- Занятия с репетитором помогли бы справиться с этой проблемой, но многие школьники не могут себе позволить индивидуальные занятия.

Рынок

- 750 000 человек ежегодно сдают ЕГЭ, из них 30–60% занимаются с репетитором.
- Рынок подготовки к ЕГЭ оценивается в 8–15 млрд рублей.
- Сервисы по подбору репетиторов получают долю, равную ~5% от объема рынка, т.е. 400–750 млн. рублей.

- Наша цель – не столько занять долю существующего рынка, сколько предоставлять услуги тем, для кого существующие решения недоступны из-за высокой цены.

Решение

- Мы создаем платформу, на которой школьники могут как подготовиться к ЕГЭ самостоятельно, так и найти репетитора, который проведет индивидуальное занятие по доступной цене.
- Стоимость индивидуальных занятий снижается за счет того, что их будут проводить не опытные репетиторы, а школьники-отличники и студенты младших курсов.
- Школьники, которые сами готовятся к ЕГЭ, смогут быть хорошими преподавателями, потому что они прекрасно знают требования экзамена и легко найдут общий язык с учениками.

Как работает бизнес (use case)

- Ученик самостоятельно готовится к ЕГЭ на нашем сайте с помощью интерактивных образовательных материалов. Если при этом выявляются пробелы в знаниях, он получает предложение заниматься индивидуально с репетитором.
- Мы подберем ему репетитора среди других пользователей сайта, которые продемонстрировали высокий уровень подготовки.
- Ученик и репетитор занимаются по скайпу.

Модель монетизации

- Выручка – комиссия за подбор репетитора в размере стоимости одного занятия (~250 рублей).
- Каналы привлечения: органический трафик (в том числе из поиска) за счет размещения на сайте качественных учебных материалов; платное продвижение в социальных сетях, реклама на dnevnik.ru.
- Средняя стоимость привлечения 3 рубля/пользователя, конверсия в платящих пользователей 5%.
- Для выхода на самоокупаемость необходимо совершить 25 000 транзакций в год. В этом случае выручка составит 4,75 млн. рублей.

Конкуренты

Основные способы подготовки к ЕГЭ:

- занятия с опытным репетитором – это хорошее решение, но оно не всем доступно;
- самоподготовка с помощью книг и онлайн-каталогов задач – этот вариант подходит только очень дисциплинированным школьникам.

План развития: по продукту и по финансам

- Май 2017 года – тестирование бизнес-модели, первые продажи.
- Лето 2017 года – доработка функционала сайта, привлечение репетиторов из числа студентов, публикация новых учебных материалов.
- 2017–2018 учебный год – выход на самоокупаемость в сегменте ЕГЭ.
- 2018–2019 учебный год – освоение новых сегментов рынка (ОГЭ, помощь школьникам среднего возраста силами старшеклассников) и путей монетизации.

Что требуется

С ИЮНЯ 2017 ГОДА ПОТРЕБУЮТСЯ ИНВЕСТИЦИИ В 1,5–2 МЛН РУБЛЕЙ ЗА ДОЛЮ В КОМПАНИИ 10–15%.

Основные направления

- Создание учебных материалов, которые позволят снизить стоимость привлечения пользователя и проверять уровень навыков как учеников, так и потенциальных репетиторов.
- Привлечение пользователей.
- Заработная плата.

Также проект ищет ментора.



Руководитель проекта
Софья ПАК

Команда:

Софья Пак

Руководитель проекта.
Бизнес-тренер. Опыт проведения тренингов/ мастер-классов, семинаров для бизнеса по вопросам трудоустройства людей с инвалидностью, их адаптации на рабочем месте и создания специальных условий труда.

Ольга Лоева

Директор Фонда.
Руководитель программы наставничества для молодежи с инвалидностью «Шаг в профессию». Член рабочей группы по дополнительному правовому регулированию деятельности СО НКО при Администрации Президента РФ. Лауреат премии РБК-2016 в номинации «Благотворитель года».

Контакты:



Пак Софья,
руководитель проекта



+7 (916) 631-91-56



s.park@fond-deystvuy.ru

Описание компании

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД «ДЕЙСТВУЙ!»

ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПРОДУКТ – ИНКЛЮЗИВНЫЙ КВЕСТ «БЕЗГРАНИЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ», КОТОРЫЙ ПОМОЖЕТ КОМПАНИЯМ, ПЛАНИРУЮЩИМ НАНИМАТЬ СОТРУДНИКОВ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ, А ТАКЖЕ КОМПАНИЯМ ИЗ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ, ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМ В УЛУЧШЕНИИ СЕРВИСА И УСЛУГ ДЛЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ КЛИЕНТОВ, ПОДГОТОВИТЬ ПЕРСОНАЛ ДЛЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С СОТРУДНИКАМИ/КЛИЕНТАМИ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ.

Клиент

Наш продукт ориентирован на:

- социально ответственные компании с численностью сотрудников от 100 человек;
- компании секторов HoReCa, ритейл, банки с численностью сотрудников от 100 человек.

Проблема (потребность потребителя)

- Выполнение законодательства о квотировании и доступности социальной инфраструктуры.
- Адаптация сотрудников с инвалидностью в коллективе.
- Отсутствие знаний в области обслуживания клиентов с инвалидностью, этикета в отношениях с такими клиентами.
- Необходимость создания условий для доступа к услугам таким категориям клиентов.

Рынок

- По данным сайта hh.ru количество наших потенциальных клиентов из секторов HoReCa, ритейл и банки в Москве и МО составляет 9 490 компаний.
- При охвате рынка 100% наш доход по верхней границе составит 569 400 000 рублей.
 - При охвате рынка в 20% по нижней границе 113 880 000 рублей.

Благотворительный бюджет крупных социально ориентированных компаний по данным фонда САФ в 2016 г. составил от 2 млн до 2 млрд рублей.

- При освоении данного сектора по верхней границе в 5% сумма дохода составит 100 млн рублей.
- При охвате рынка по нижней границе в 5% сумма составит 100 000 рублей.

Решение

Наш инклюзивный квест – это:

- инструмент для знакомства компании с темой инвалидности;
- практическое знакомство с этикетом в отношениях с людьми с инвалидностью;

- обучение сотрудников компании предоставлению сервиса для клиентов с инвалидностью;
- аудит на доступность здания и услуг компании.

Каждый 11-й гражданин РФ имеет инвалидность. Улучшая возможности обслуживания людей с инвалидностью, компания привлекает в качестве потенциальных клиентов и членов их семей, друзей, знакомых и делает услуги доступными и удобными для всех категорий клиентов, а в сумме это не менее 25% от общего числа населения РФ.

Как работает бизнес (use case)

- Компании, заинтересованные в трудоустройстве и адаптации своих сервисов и услуг для клиентов/сотрудников с инвалидностью, обращаются по рекомендации, либо оставляют заявку на сайте.
- После контакта с клиентом по его желанию проводится презентация, далее заключается договор и производится оплата в течение 5 дней.

Модель монетизации

- Основные каналы привлечения клиентов – холодные продажи и заполнение заявки на сайте.
- Далее идут работа с контактом, встреча, презентация продукта и закрытие сделки.
- Прямая продажа B2B малому и среднему бизнесу.
- Стоимость привлечения клиента равна оплате услуг менеджера по продажам.
- Средний чек – 60 000 рублей.

Конкуренты

Основные наши конкуренты – это:

- НКО, деятельность которых направлена на обучение бизнеса взаимодействию с клиентами/сотрудниками с инвалидностью – РООИ «Перспектива», РООИ «САМИ», ВОИ, ВОГ, ВОС;
- государственные структуры – Центры занятости населения;
- HR-специалисты и HR-сообщества;
- методические пособия, брошюры, статьи и специализированная литература;
- альтернатива – тренинги об этикете обслуживания клиентов с инвалидностью.

Наши преимущества:

- интерактивный подход к обучению (обучение на практике в реальной рабочей среде);
- ведущие квеста – эксперты с инвалидностью, что позволяет получить непосредственный опыт общения и узнать всё из первых уст;
- экономия времени компании;
- минимум теории – максимум практики.

План развития: по продукту и по финансам

Первый этап (2017–2018 годы)

- Доработка продукта.
- Расширение отдела продаж.
- Вовлечение активных компаний.
- Выход на оборот 240 000 рублей в месяц /4 клиента – прибыль 2 880 000 рублей в год.

Второй этап (2018–2019 годы)

- Рост клиентской базы за счет масштабирования.
- Выход на окупаемость и оборот 480 000 рублей в месяц / 8 клиентов – прибыль 5 760 000 рублей в год.

Третий этап (2019-2020 годы)

- Расширение штата сотрудников – ведущих квеста и штата сотрудников по их подготовке.
- Выход на оборот 900 000 рублей в месяц – 15 клиентов – прибыль 10 800 000 рублей в год.

Что требуется

1-й вариант. Инвестиции в объеме 8 570 496 рублей на 2 года

Средства необходимы на:

- закупку оборудования (инвалидные коляски, трости, специальные очки, перчатки и т.д.) – 300 000 рублей;
- содержание основной команды квеста – 3 984 096 рублей;
- расширение команды (наем менеджера по продажам, PR-менеджера) – 1 896 000 рублей;
- оплата услуг сторонних исполнителей: дизайн, печатные материалы, рекламные продукты; транспорт – 1 872 000 рублей;
- налоги – 518 400 рублей.

2-й вариант. Инвестиции в объеме 14 309 056 рублей на 3 года

Средства необходимы на:

- закупку 3 комплектов оборудования (инвалидные коляски, трости, специальные очки, перчатки и т.д.) – 900 000 рублей;
- содержание трех команд квеста – 7 474 656 рублей;
- расширение команды (наем менеджера по продажам, PR-менеджера) – 1 896 000 рублей;
- оплата услуг сторонних исполнителей: дизайн, печатные материалы, рекламные продукты; транспорт – 2 872 000 рублей;
- налоги – 1 166 400 рублей.

А также нам необходимы:

- партнеры с большой базой контактов в соответствующих сегментах (социально ответственный бизнес, HoReCa, ритейл, банки);
- экспертиза.
- сотрудники (менеджер по продажам, PR-менеджер);
- информационная поддержка.

БИЛИМ / OK.RU/CLUBBILIM



Основатель
Максатбек АБДУНАЗАР

Команда:

Максатбек Абдуназар

Основатель.
Предприниматель, малый бизнес.

Азиза Аширалиева

Маркетинг, сотрудничество с партнерами.
Специалист по международным отношениям.

Алексия Блок

Консультант по адаптации мигрантов, доктор социальных наук.
15-летний преподавательский и исследовательский стаж в Университет Британской Колумбии.

Контакты:



Абдуназар
уулу Максатбек,
учредитель



maksatbeck@mail.ru



+7 (926) 436-57-95

Описание компании

БИЛИМ – ОФФЛАЙН ПРОЕКТ, ПОМОГАЮЩИЙ ТРУДОВЫМ МИГРАНТАМ И ИХ ДЕТАМ УСТРАИВАТЬСЯ НА РАБОТУ И ШКОЛУ.

Клиент

Мигранты из стран СНГ (Кыргызстан и Узбекистан)

- Возраст 25–35 лет.
- Работают в сфере обслуживания.

Дети в возрасте от 5 лет

- Группа дошкольной подготовки.
- Группы подготовки к школе детей-подростков.

Проблема (потребность потребителя)

- Мигранты не могут устроиться на работу из-за незнания языка.
- Дети мигрантов не знают русский язык.
- Более 100 тыс. не ходят в школу – это приведёт к негативным последствиям для общества.
- Мигрант без знания языка получает 20–25 тыс. рублей.
- После нашего курса повышение по должности и зарплаты 30–45 тыс. рублей.

Рынок

- Москва.
- TAM 900 тыс. граждан Кыргызстана, Узбекистана.
- SAM 540 тыс. клиентов.
- SOM 360 тыс. клиентов Билима.

Решение

Для детей-мигрантов:

- курсы по русскому языку, математике;
- походы в музеи, выставки;
- участие на интеллектуальных и спортивных турнирах (шахматы, шашки, футбол, «Знаем русский»);
- тренинги.

Для взрослых:

- курсы по русскому языку;
- курсы повышения компьютерной грамотности;
- правовые курсы.

Клуб работает и сам себя окупает 2 года, находится на стадии масштабирования.

Социальный эффект

- Дети мигрантов в будущем внесут вклад в развитие общества в виде повышения ВВП.
- По исследованиям PISA дети мигрантов – инноваторы, следовательно, в России появится ещё больше инноваций.

Как работает бизнес (use case)

- Для взрослых оплата за месяц 6000 рублей, доход с одного клиента 18000–24000 рублей (3–4 месяца).
- Для детей оплата за месяц 5000 рублей, доход с одного ученика 15000 рублей (3 месяца).

Модель монетизации

Каналы продаж

- Социальные сети (Одноклассники, Вконтакте).
- Доска бесплатных объявлений для мигрантов.
- Средний чек 5000 рублей.
- 3–4 месяца срок жизни платящего клиента.
- Прибыль 50 тыс. рублей в месяц.
- 250 тыс. рублей выручка за месяц на одной площадке.
- 200 тыс. рублей расходы за месяц.
- Стоимость привлечения пользователя-клиента 0 рублей.

Конкуренты

Образовательные клубы, репетиторы.

- В отличие от конкурентов у нас двуязычное преподавание.
- Мы работаем с 2015 года.

- Занятия в группе.
- Комплексность решения проблем клиента.
- Цена ниже.

План развития: по продукту и по финансам

Открытие нескольких площадок в районах Москвы:

- Люблино;
- Первомайское;
- Юго-Западная;
- Молодежная;
- Сходненская;
- Коньково.

Что требуется

Инвестиции (вариант 1):

- 400 покупателей в год;
- 800 тыс. рублей, на 10 месяцев;
- открытие Билима на Первомайской;
- 480 тыс. рублей 3 месяца за аренду помещения и зарплату персонала, 320 тыс. рублей оборудование;
- 250 тыс. рублей доход за месяц;
- 90 тыс. рублей прибыль;
- За 10 месяцев площадка окупит свои вложения.

Инвестиции (вариант 2): 1600 покупателей в год:

- 5 млн рублей, на 10 месяцев;
- открытие Билима на 6 площадках в Москве;
- 3,6 млн рублей 3 месяца за аренду помещения и зарплату персонала, 2,4 млн рублей оборудование;
- 1,5 млн рублей доход за месяц;
- 540 тыс. рублей прибыль в месяц;
- за 10 месяцев площадки окупят свои вложения.

ДЕТСКИЙ ЦЕНТР «САВА»

WWW.SABA-DETI.RU



Руководитель
Анна СОВЕЛЬЕВА

Команда:

Анна Совельева
Поведенческий аналитик.

Елена Ганичева
Клинический психолог, нейропсихолог, специалист по раннему развитию.

Елена Косякова
Логопед-дефектолог, специалист по комплексной реабилитации с детьми инвалидами.

Контакты:



Совельева
Анна Васильевна
руководитель центра



asoveleva@yandex.ru



+7 (919) 779-13-50

Описание компании

ДЕТСКИЙ ЦЕНТР «САВА» ПРЕДОСТАВЛЯЕТ УСЛУГИ РЕАБИЛИТАЦИИ И АДАПТАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ЖИЗНИ ДЕТЕЙ С ДИАГНОЗОМ АУТИЗМ (РАС) ПРИ ПОМОЩИ АВА-ТЕРАПИИ*.

Клиент

Родители детей с нежелательным поведением.

- 600 000 диагностированных детей-инвалидов с нарушениями.
- 35 000 – Москва.
- 1700 – Красноярск.
- 1500 – Иркутск.
- Недиагностированных в 3 раза больше.

Проблема (потребность потребителя)

- Ребенок не готов к детскому саду.
- Семья не может посещать общественные места досуга.
- Коррекция саморазрушающего поведения (различные формы поведения человека, целью которых не является добровольная смерть, но ведущие к социальной, психологической и физической дезадаптации).

*АВА – терапия, коррекция поведения, она определяет, как факторы окружающей среды влияют на поведение и как можно, изменяя факторы, изменить само поведение.

Рынок

г. Красноярск , г. Иркутск.

Один центр (площадью 120 кв.м) эффективно обслуживает 50 детей, в среднем абонемент на реабилитацию 25 000 рублей ежемесячно.

Что получаем за месяц 1 250 000 рублей, за год 15 млн рублей.

На города-миллионники необходимо минимум по 4 центра в городе.

Решение

- Масштабирование центров помощи детям.
- Социальный эффект: улучшаем состояние детей, социализируем и адаптируем детей к посещению садов.

Работа центра в г. Мытищи за полгода:

2 ребенка смогли посещать обычный детский сад;

3 ребенка посещают коррекционный сад;

2 ребенка 6 лет запустили речевые навыки.

Как работает бизнес (use case)

- Родители обращаются в центр с запросом ИП (индивидуальная программа) для ребенка. Ребенок тестируется, определяется количество часов каждого педагога (АВА-терапевта, логопеда, нейропсихолога, дефектолога). После 3 месяцев занятий ребенок повторно тестируется, на основе этих данных корректируется ИП.
- Родители оплачивают абонемент занятий на месяц по ИП ребенка, примерно от 20000 рублей – 40000 рублей в зависимости от количества занятий.

Модель монетизации

- Оказание услуг по реабилитации.
- Развитие собственной сети в Сибири.

Конкуренты

- Центры, предоставляющие услуги логопедии.
- Наше преимущество: нет обученных АВА-терапевтов в этих городах.

План развития: по продукту и по финансам

- Май-июнь – Привлечение инвестиций в размере 2,5–3 млн рублей для начала оснащения центров.
- Июнь-июль – Обучение педагогов и привлечение клиентской базы родителей, что позволит с ноября выйти на безубыточную деятельность.
- Август-январь – Проведение маркетинговых мероприятий, направленных на информирование потенциальных клиентов и привлечение новых.

Что требуется

- Требуются инвестиции 2,5–3 млн рублей на открытие 2 центров в Сибири сроком на 2 года.
- Старт – июнь 2017 года.
- Размер выручки к концу 2017 года – 25 семей * 8000 рублей/месяц * 4 месяца работы = 800000 рублей.
- Размер выручки к концу 2018 года – 35 семей * 8000 рублей/месяц * 12 месяцев = 3,4 млн рублей.



Руководитель
Мурат ДИМИТРОВ

Команда:

Мурат Димитров

Руководитель проекта, студент-магистр, советник председателя Молодежного Правительства РТ, автор и руководитель проекта «Зеленый Фитнес». Опыт соц.бизнеса более 3 лет.

Дмитрий Панин

Product-менеджер, студент-магистр, навыки backend и работы с IT-проектами.

Егор Рафиков

Пиар-менеджер. студент-магистр менеджмент в спорте, лауреат премии «Серебряный Лучник». Журналистика, SMM.

Михаил Ульянов

Фандрайзер, опыт работы в коммерческих отделах более 6 лет.

Контакты:



Димитров Мурат Русланович,
руководитель проекта



promo.zf@gmail.com



+7 (917) 291-58-23

Описание компании

ZELFI — СЕРВИС ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ СПОРТИВНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ. ОН ПОМОЖЕТ СОЗДАТЬ НАСТРАИВАЕМЫЙ ПРОФИЛЬ СОБЫТИЯ, ПОЛУЧАТЬ СТАТИСТИКУ, ПРОДАВАТЬ БИЛЕТЫ ОНЛАЙН И СОБИРАТЬ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ ОТ УЧАСТНИКОВ.

Клиент

Малый и средний бизнес в Республике Татарстан - Организатор платных культурных, спортивных, образовательных и бизнес-мероприятий. Аудитория нашего клиента - интернет-пользователи.

Проблема (потребность потребителя)

Сложность привлечения целевой аудитории на мероприятия.

Из-за недостаточного продвижения у организатора возникает недобор участников, и мероприятие становится экономически невыгодным.

Рынок

- Республика Татарстан.
- По оценке экспертов, 20, 5 млн \$ - объем рынка электронных билетов в РТ, 4,5% от рынка электронных билетов России.

Мы планируем захватить 70% рынка электронных билетов в РТ, наша комиссия - 2%, таким образом, объем нашего рынка составит 287 000 \$.

Решение

Marketplace, где организатор и участник объединены на одной площадке:

- организатор использует систему лояльности сервиса, повышая посещаемость мероприятий;
- система подсказок по продвижению мероприятий.

Организатор продает билеты онлайн:

- организатор повышает свой рейтинг и собирает отзывы;
- краудфандинг – организатор получает donation от своих участников.

Соц. эффект:

Обучение начинающих организаторов, насыщение города мероприятиями, повышение интереса к конкретным сферам (например, культура).

Как работает бизнес (use case)

- Пользователь через сервис покупает билет, сумма платежа переводится на наш счет, с которой удерживается комиссия, а далее переводится организатору мероприятия.

Модель монетизации

- Комиссия с продажи билетов, пакеты продвижения, комиссия с пожертвований, реклама (дайджест событий).
- Оффлайн-мероприятия (выставки, конференции, промо-акции), ресурсы проекта «Зеленый Фитнес», прямые продажи, сайты и сообщества-партнеры.
- Средний чек 500 рублей, выручка 200 тыс. рублей в месяц, 1-й год – рентабельность 8%, 2-й год – 66%, 3-й год – 200%.

Конкуренты

- KudaGo, Timepad, Eventmag – высокая стоимость размещения, малая социальная направленность, отсутствие личного кабинета, нет акцента на участнике.

Наши преимущества:

продвижение мероприятия до, во время и после, система рейтинга, возможность у каждого человека создавать свои мероприятия, синтез афиши + билетный оператор + регистратора.

План развития: по продукту и по финансам?

- Первое полугодие 2017 года – 3,5 млн рублей на разработку сайта, Android, IOS-приложения, тестовый выход на рынок.
- Второе полугодие 2017 года – 3,5 млн рублей на доработку продукта, маркетинг и выход на рынок в полном объеме. Первый год работы выручка – 289 тыс. рублей.
- 2018 год – появление билетов в кино и театры, лента интересных мест. Выручка за 2018 г. – 2,3 млн рублей.
- Окупаемость наступит на 4-й год – более 6 млн рублей.

10. Что требуется

Требуются инвестиции:

- 3,5 млн рублей – 7 млн рублей;
- Разработка продукта (сайт, мобильное приложение на IOS, Android), продвижение.

СПЕКТАКЛЬ В КОРОБКЕ SHOW-INBOX.RU



Руководитель
Ксения БИРЖЕВАЯ

Команда:

Ксения Биржевая

Основатель проекта (руководитель).
Художественная и театральная школа искусств,
организатор городских праздников, победитель
федерального проекта МАМА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ
2017.

Мария Потемкина

Режиссер-сценарист.
Состоит в совете союза писателей России.

Анфиса Антипова

Рабочий по дереву и художник-оформитель. Вла-
делец мастерской деревянных изделий, дизайнер.

Ольга Ильченко

Дизайнер и швея.

Контакты:



Биржевая Ксения,
руководитель проекта



89020000084@mail.ru



+7 (902) 000-00-84

Описание компании

«СПЕКТАКЛЬ В КОРОБКЕ» — АРЕНДА
ГОТОВЫХ ТЕАТРАЛЬНЫХ КОМПЛЕКТОВ
ДЛЯ ДЕТСКОГО СПЕКТАКЛЯ, ПОМОЩЬ
В ПРОВЕДЕНИИ ПРАЗДНИКА ПЕДАГОГАМ
И РОДИТЕЛЯМ.

Клиент

- Родители детей возрастом 4–11 лет.
- Воспитатели, художественные руководители детских садов.
- Учителя начальных классов.
- Владельцы частных детских садов и начальных школ.
- Владельцы летних лагерей, предусматривающие младшую детскую группу (4–11 лет).

Проблема (потребность потребителя)

- Низкий уровень культуры у детей младшего возраста из-за малой заинтересованности к развлекательной программе, которая не обновляется годами.
- Социальное неравенство детей на праздниках (отличительное качество костюмов).
- Нерациональное использование денежных средств родителей (покупка, пошив одноразовых, дорогих костюмов).
- Недостаточное количество времени родителей, на подготовку ребенка к концерту.
- Недостаточное количество ресурсов у педагогов для проведения яркого представления.
- Ухудшение работоспособности учителя начальных классов по причине повышенной нагрузки из-за организации детского концерта.

На региональном уровне (Ульяновский регион)

- Школы 81 240 000 рублей (677 школ, в среднем 12 классов в одной школе, средний чек — 10 000 рублей).
- Детские сады 20 400 000 рублей (510 детских садов, в среднем 5 групп в одном детском саду, средний чек 10 000 рублей).
- Детские лагеря 900 000 рублей (15 детских лагерей, в среднем 6 смен за 1 сезон, средний чек 10 000 рублей).

Аренда готовых театральных комплектов для детского спектакля

- Безопасные и мобильные декорации.
- Костюмы универсального размера.
- Сценарий, адаптированный под разные возрастные группы.
- Музыкальное сопровождение, реквизит.

Состояние на апрель месяц: готов 1 театральный комплект, 1 комплект на стадии доработки.

Как работает бизнес (use case)

- Клиент – родители. Собирается полная сумма со всей группы родителей, составляется договор, перечисляются денежные средства.

Модель монетизации

Ключевые процессы бизнеса

- Производство комплектов (себестоимость 1 комплекта 35 000 рублей).
1. Производство декораций.
 2. Производство костюмов.
 3. Составление сценария.
 4. Подбор музыкального сопровождения.

Маркетинг и продажи

Предоставление комплектов в аренду. Цена (от) 10 000 рублей. Срок аренды 2 недели. 1 комплект приходит в негодность через 20 раз обслуживания.

На 4-ю сдачу комплекта мы начинаем получать прибыль.

На конец службы 1-ого комплекта мы получаем 125 000 рублей (вычтено техническое обслуживание комплекта 2000 рублей*20 продаж).

- Сайт, личные встречи, министерство образования, выставки.
- Средний чек 10 000 рублей. Сезонность присутствует (15–20 праздников в год). В летний сезон продажи в летние детские лагеря.

Конкуренты

Альтернативные решения

- Анимационное шоу.
- Магазины детских костюмов.

План развития: по продукту и по финансам

- Изготовление новых комплектов – 10–20 шт. (потребуется 350 000 – 700 000 рублей).
- Выручка 1 250 000 – 2 500 000 рублей.

Что требуется

Требуются инвестиции / менеджер по продажам

- 700 тыс. – 1 млн рублей.
- На изготовление новых комплектов и продвижение проекта в другие города.

ЦЕНТР ДОМАШНЕГО ОБУЧЕНИЯ «ИГРИК»



Руководитель
Никита УЧАНОВ

Команда:

Никита Учанов
Владелец детского центра «Бережок» (club-berezhok.com).

Валерий Губанов
Президент строительной компании «Prime Estate Development», автор «Поселка Включенных Людей» (pvl.world), на территории которого планируется первое здание Центра «Игрик».

Иван Моручков
Владелец детского клуба @igrokids (igrokids.com), руководитель компании «Игротехник».

Станислав Дульянинов
Педагог-психолог.

Денис Надсонов
Архитектор.

Людмила Моручкова
Блогер, автор концепции «Поселка Включенных Людей», сооснователь клуба @igrokids.

Контакты:



Учанов Никита Сергеевич,
руководитель проекта



oocha@yandex.ru



+7 (910) 491-93-85

Описание компании

«ЗАГОРОДНЫЙ ЦЕНТР ДОМАШНЕГО ОБУЧЕНИЯ» — ЭТО СЕТЕВОЙ ЦЕНТР, РАБОТАЮЩИЙ В СФЕРЕ ДОШКОЛЬНОГО И ШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ, А ТАКЖЕ ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИЙ КОМПЛЕКС УСЛУГ СЕГМЕНТА «ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ».

Клиент

Наши клиенты – это семьи со средним достатком, проживающие в коттеджных поселках. Это люди, недовольные государственными и частными школами их региона. На первом месте для них семейные ценности и здоровье детей.

Проблема (потребность потребителя)

Жители загородных коттеджных поселков сталкиваются с проблемой выбора учреждения дошкольного, начального и среднего образования. Ни государственные, ни большинство частных школ не обеспечивают ребенку индивидуально-го подхода. Их атмосфера психологически некомфортна для детей. Стоимость услуг частных школ очень высока.

Рынок

Рынок частных образовательных услуг в России составляет 35 млрд рублей. Из них на Москву и Московскую область приходится 2/3 всего рынка. Московская область – самый быстро развивающийся регион Центральной части России с наибольшим приростом населения, следовательно, рынок будет расти.

Решение

- В наших центрах стоимость обучения будет значительно ниже средней стоимости таких услуг по району.
- Мы создаем атмосферу «семейственности», в том числе за счет создания разновозрастных групп.
- Мы обеспечиваем индивидуальный подход к каждому ребенку и отталкиваемся от его личных интересов.

- В основе концепции обучения лежат уникальная методика проектного обучения и методика погружений, разработанные и реализованные известными отечественными и зарубежными педагогами.

Как работает бизнес (use case)

Наши центры предлагают комплексные услуги по развитию детей, в которые входят:

- обучение в малых разновозрастных группах;
- индивидуальная модель обучения;
- проектная деятельность («сквозное» изучение темы на разных учебных предметах). Для «погружений» и проектной деятельности привлекаются не постоянные кадры, а приглашенные специалисты;
- спорт;
- творчество;
- комфортная и современная среда обучения.

Ребенок пребывает в центре с 9.00 до 19.00.

Для сдачи ежегодных экзаменов ребенок прикрепляется к обычной школе и числится в статусе «Домашнее обучение».

В центре могут обучаться одновременно до 70 человек, которые работают по индивидуальному плану обучения в разновозрастных группах.

Модель монетизации

- Средняя плата за обучение ребенка в Центре – 35 000. Данная сумма является гарантией быстрого набора группы, а также привлечения сегмента «среднего класса».
- Общая затратная часть на группу в 70 человек – 1 млн рублей. Выручка – 1,8–2,3 млн рублей в месяц. Таким образом, в сжатые сроки одна точка может приносить прибыль от 500 до 800 тыс. рублей в месяц (с учетом затрат на развитие).

Конкуренты

Наши конкуренты – это государственные школы, домашнее обучение и частные школы полного дня, стоимость обучения в которых высока.

Школа «Президент», Павловская Гимназия, Школа «Лидер», Лицей «Ковчег XXI век», Школа «Гусенок». Стоимость обучения в этих школах от 67 000 до 210 000 рублей.

За эти деньги школы предлагают обучение, соответствующее образовательному стандарту, и ряд дополнительных занятий (при этом в некоторых школах часть дополнительных занятий проводится за отдельную плату).

План развития: по продукту и по финансам

На данный момент в сети имеется 2 центра: начиная с сентября 2016 года многие желающие не имеют возможности обучаться в Центре из-за нехватки мест, поэтому наша команда заложила базу для развития нового здания: приобретен участок на Новорижском шоссе, начато строительство (ведутся проектные работы). Мы видим следующий план развития.

2017 год. Открытие 3-й точки сети: завершение строительства здания, запуск.

Март 2018 года. Выход нового центра на точку безубыточности.

2018 год. Старт запуска франшизного продукта. Начало развития сети.

Что требуется

Требуются инвестиции в размере 25 млн рублей на развитие Центра, а именно: завершение строительства уникального здания Центра (начато март 2017 года), маркетинговый и рекламный бюджет, закупка оборудования для работы нового центра. Все это позволит запустить новое здание центра и привлечь потенциальных клиентов для продажи франшизы Центра. Срок возврата вложенных средств – 5–7 лет.

**mediSensum —
поддержка
врача и контроль
лечения**

Мы делаем проект «mediSensum», который помогает врачу проводить правильное лечение пациента (поиск нужной информации, предупреждение при потенциально некорректных назначениях) и вести историю болезни за счет комплексной системы поддержки принятия врачебного решения и контроля качества лечения. Система помогает эксперту выявлять случаи некачественного лечения, выбирая подозрительные записи из электронной истории болезни. Интегрируется практически в любое программное обеспечение.

Савочкин Кирилл
+7 (910) 425-30-35
savochkin@medisensum.ru

**Интеграцион-
ный детский
сад СаВа**

Мы делаем проект детский сад СаВа, где дети беженцев и дети с особенностями развития играют и общаются с русскоязычными сверстниками за счет создания открытого пространства, методик работы педагога, психолога и волонтеров. Детский сад без границ, где рады каждому ребенку независимо от его происхождения, языка, возможностей здоровья.

Кокорина Катя
+7 (916) 712-92-56
kokorina@gmail.com

**Интерактивные
сказки на же-
стовом языке
в AppStore**

Наш проект – интерактивное приложение для изучения жестового языка и повышения грамотности у детей. Мы делаем проект «Интерактивные сказки на жестовом языке», который повышает грамотность у детей за счет того, что в лёгкой и увлекательной форме позволяет учить жестовый язык и заинтересовать своим понятным интерфейсом не только глухих, но и слышащих пользователей. Таким образом, людей, владеющих жестовым языком, будет больше, что приведет к созданию безбарьерной среды и глухие люди будут чувствовать себя комфортно.

Маллабиу Алла
+7 (911) 282-48-55
info@ihearyou.ru

**Умные очки
для невидящих
«iSee glasses»**

Мы делаем проект «Умные очки» для невидящих «iSee glasses», которые упрощают процесс ориентирования и передвижения невидящих и слабовидящих людей в пространстве с помощью ультразвуковых волн и индивидуальных настроек. Прибор оснащен массой индивидуальных настроек: регулировка расстояния замера, выбор тональности сигнала, регулировка громкости, звуковое определение заряда аккумулятора и др. Внедряется возможность голосовой GPS-навигации, онлайн-видео-трансляции через интернет-сервер, синхронизация со смартфоном.

Филиппова Ангелина
+7 (922) 625-20-99
www.kalypso-09@rambler.ru

**Диспетчер-
ские службы
для инвалидов
по слуху**

Круглосуточная городская телефонная диспетчерская служба для инвалидов по слуху с использованием новейших способов видеосвязи в Москве, Московской области, республике Башкортостан. Инвалиды по слуху посредством единой такой службы смогут получать бесплатно, в любое время суток, предоставление сервисных услуг различными информационно-справочными службами не только у себя в регионе, но и связавшись с другими регионами, обращаться за вызовом служб экстренного реагирования, в том числе скорой помощи, службы спасения, полиции и т.д.

Ионичевская Лилия
+7 (985) 180-68-80
goo-orgy@mail.ru

