

МИНОБРНАУКИ  
РОССИИ



**БГТУ**  
им. В. Г. Шухова



Акселератор  
Хоومنет

МЕЖВУЗОВСКАЯ АКСЕЛЕРАЦИОННАЯ ПРОГРАММА  
АКСЕЛЕРАТОР ХОУМНЕТ

# АРТ-АТЕЛЬЕ ДИЗАЙНА ПРОСТРАНСТВ



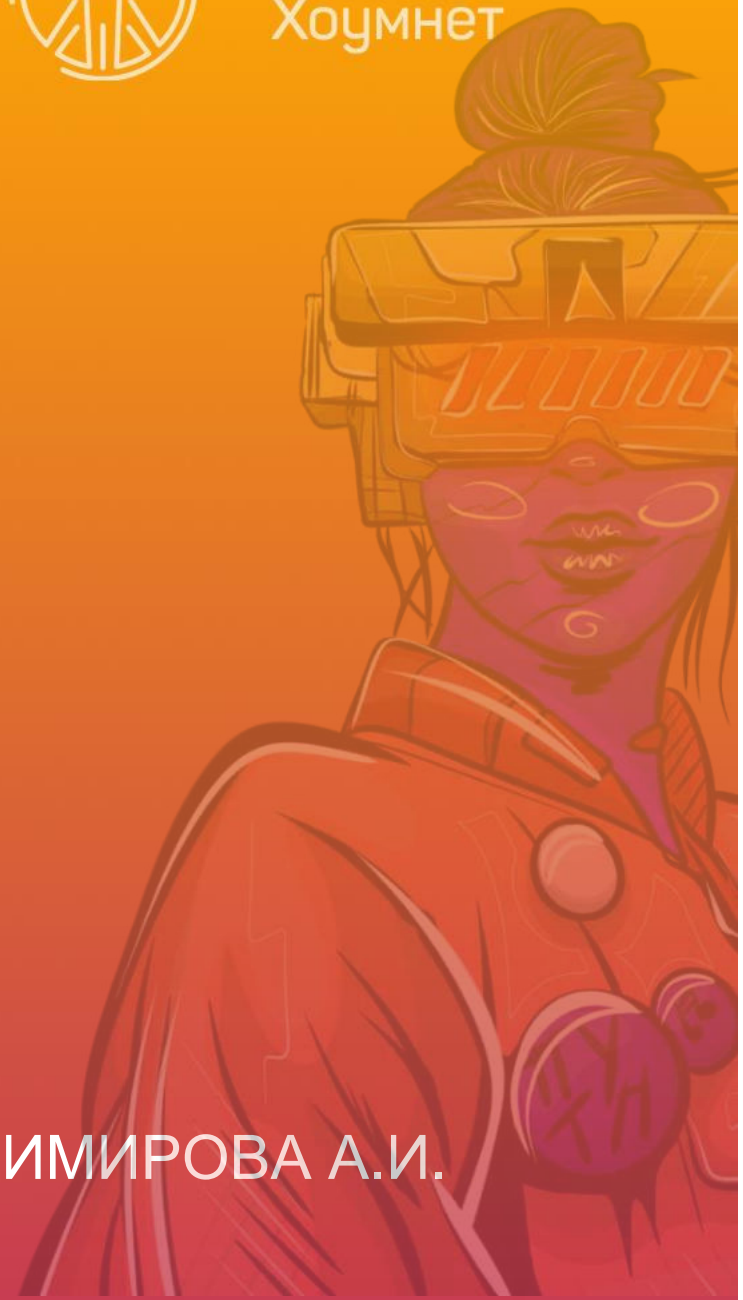
АРТ-АТЕЛЬЕ ДИЗАЙНА ПРОСТРАНСТВ

МЫ НАПОЛНИМ СМЫСЛОМ ЛЮБОЕ ПРОСТРАНСТВО

НАСТАВНИК КОМАНДЫ: ТИКУНОВА С.В

ЛИДЕР КОМАНДЫ: ФИРОНОВА А.С.

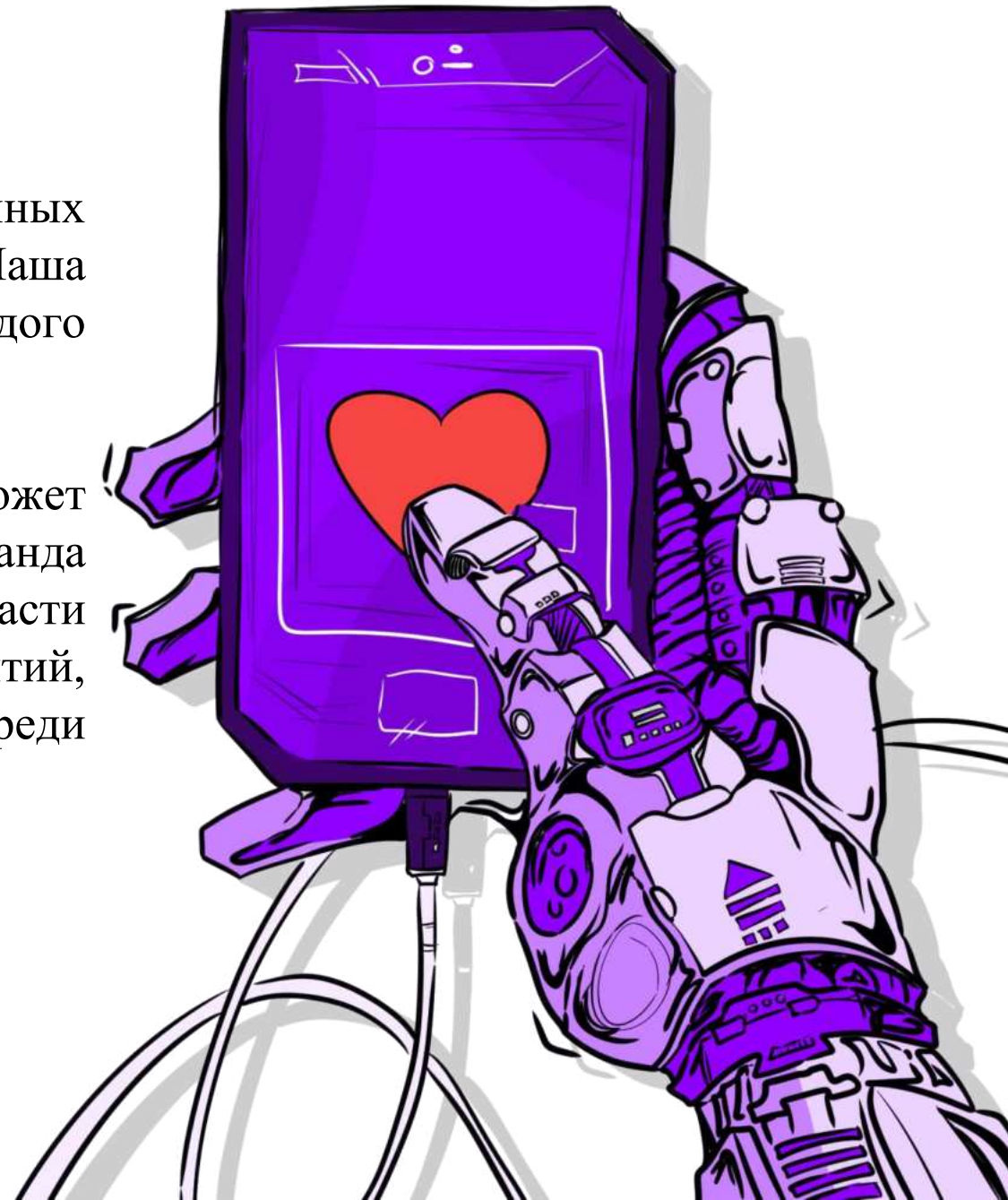
УЧАСТНИКИ: КРАМЧАНИНОВА А.В., ШАРАПОВА Е.А., ВЛАДИМИРОВА А.И.



## ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДМЕТНУЮ ОБЛАСТЬ

Мы занимаемся ребрендингом производственных предприятий и формированием их имиджа как бизнеса. Наша цель – создать уникальную айдентику для каждого предприятия и наполнить его пространство смыслом.

Для этого мы разрабатываем арт-ателье, которое поможет создать уникальную среду описания. Наша команда разрабатывает фирменный стиль, работает в области графического дизайна, брендинга и айдентики предприятий, наполняя их идентичностью и узнаваемостью среди аналогичных компаний в данной отрасли.



## АКТУАЛЬНОСТЬ

Актуальность такого бизнеса обусловлена ростом интереса людей к индивидуальным и творческим решениям в уникальном оформлении и лидерских позициях среди аналогичных компаний. Всё больше клиентов ценят оригинальный дизайн, который отражает их личность и создаёт уникальную атмосферу, философию компании. Мы хотим помочь клиентам воплотить в жизнь их идеи и создать бренд, соответствующий их образу жизни и эстетическим предпочтениям.

Шоколадная фабрика «Россия» (ныне — самарский филиал компании «Нестле Россия»).



1920 год

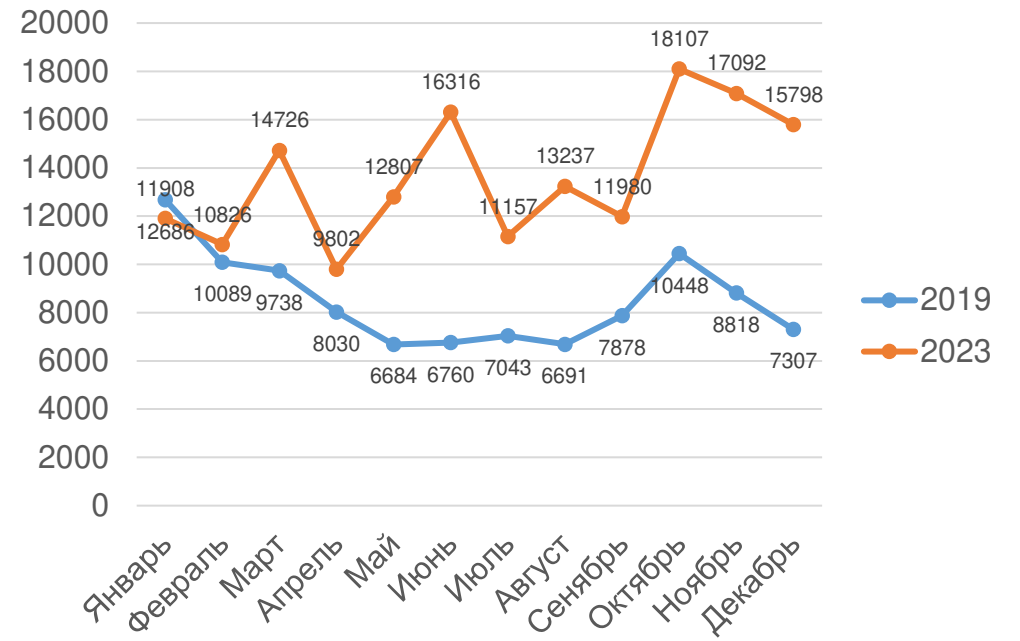


1991 год



2023 год

### Динамика спроса на дизайнерские услуги



# ПРОБЛЕМА

Потеря узнаваемости и доверия потребителей к новому бренду



Мы можем предоставить качественный продукт и обслуживание: уделять особое внимание качеству продукции и сервису, чтобы создать у потребителей положительный опыт от взаимодействия с брендом. Брендová идентичность: разработать уникальный идентичный стиль, логотип, дизайн упаковки, что позволяет быстро узнать и запомнить бренд.

Отсутствие гарантии успешности ребрендинга и его влияния на продажи и репутацию компании.



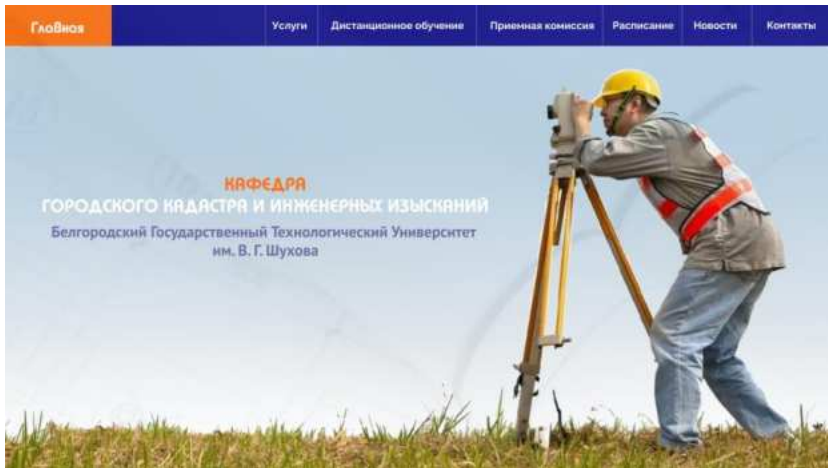
Создать маркетинговую кампанию: разработать план продвижения нового бренда, провести рекламные акции, использовать различные каналы коммуникации. Оценить результаты: регулярно отслеживать эффективность ребрендинга, проводить анализ продаж и отзывов клиентов, корректировать стратегию при необходимости.

Риск изменения позиционирования на рынке и потери конкурентоспособности.



На основе анализа рынка и конкурентов разрабатываем редизайн фирм: следует постоянно отслеживать изменения на рынке, изучать действия конкурентов и анализировать их стратегии. Это позволит компании быть информированной и принимать актуальные решения. Инновации: постоянное внедрение новых технологий и продуктов поможет компании оставаться конкурентоспособной и привлекать новых клиентов.

# ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА И ТЕХНОЛОГИИ



### О КАФЕДРЕ

На данный момент за кафедрой ГКИИ закреплено 96 дисциплин, в т.ч. инженерная геодезия, геодезия, инженерная геология, механика грунтов, основания и фундаменты, аэрофотогеодезия, высшая геодезия и другие. Преподаваемые дисциплины ведутся у студентов 10 направлений в архитектурном, инженерно-строительном, транспортно-технологическом институтах, а также в институтах технологического оборудования и машиностроения, строительного материаловедения и техносферной безопасности, заочного обучения, магистратуры. Все дисциплины, закрепленные за кафедрой, обеспечены необходимой учебной и методической литературой. Ежегодно кафедра издает учебные пособия и методические указания в соответствии с перспективным планом издания учебной и учебно-методической литературы.

Обучение студентов проводится в специализированных аудиториях по инженерной геодезии, механике грунтов и инженерной геологии, оснащенных всем необходимым приборным оборудованием и учебно-методическими материалами, что обеспечивает высокий уровень их преподавания, несмотря на изменяющиеся условия ведения дисциплин.

**Заведующая кафедрой**

Ширяко Наталья Владимировна  
к.т.н., доцент  
707 ГК, Тел.: 30-99-01 доб. 14-96



**Bauhaus LT**  
Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм  
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ  
Ъъ Ъъ Ъъ Ээ Юю Яя

**PT Sans**  
Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм  
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ  
Ъъ Ъъ Ъъ Ээ Юю Яя

### Направления и специальности

Бакалавриат	21.03.02 Землеустройство и кадастры	Профиль Кадастра застроенных территорий	очная (4 года) заочная (5 лет)
Специалитет	21.05.01 Прикладная геодезия	Специализация Инженерная геодезия	очная (5 лет)
Магистратура	21.04.02 Землеустройство и кадастры	Направленности Кадастр застроенных территорий	очная (2 года) заочная (3 года)

Материально-техническое обеспечение

Учебно-методическое обеспечение

Телефон 30-99-01,  
доб. 18-18

Email  
gkidastr@mail.ru

Корпоративная почта  
gkii@bstu.ru



Разрабатываем фирменный стиль для кафедры ГКИИ

## АНАЛИЗ РЫНКА И КОНКУРЕНТЫ

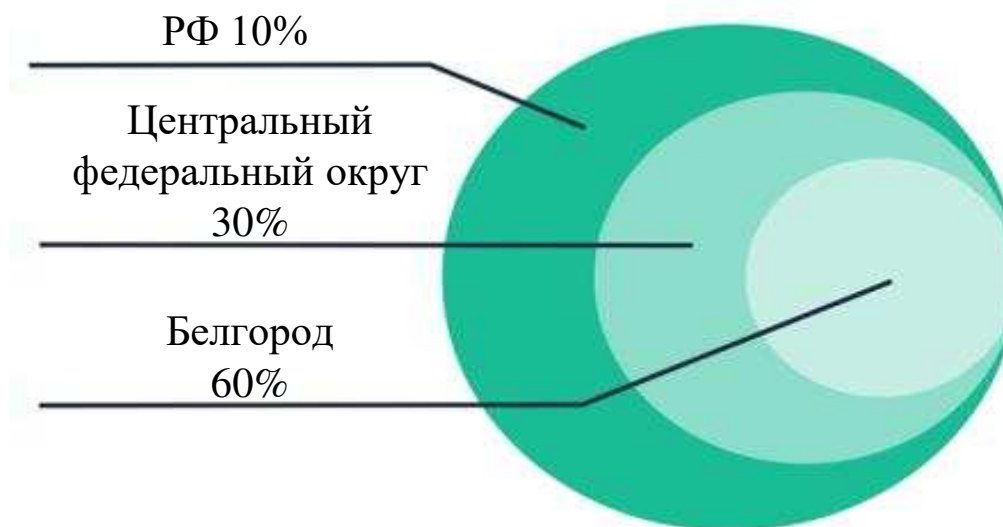
Оценка анализа рынка была произведена по 5 - балльной системе, где 1 - плохо, 5 – хорошо.

	Студии «Кит и Кот»	Арт-ателье дизайна пространств	Дизайн-студия M207
Цена	5	5	3
Качество	3	5	2
Скорость выполнения работы	3	4	1
Узнаваемость бренда	4	3	2
Итого	3,75	4,25	2

Общий объем целевого рынка

Доступный объем рынка

Реально достижимый объем рынка



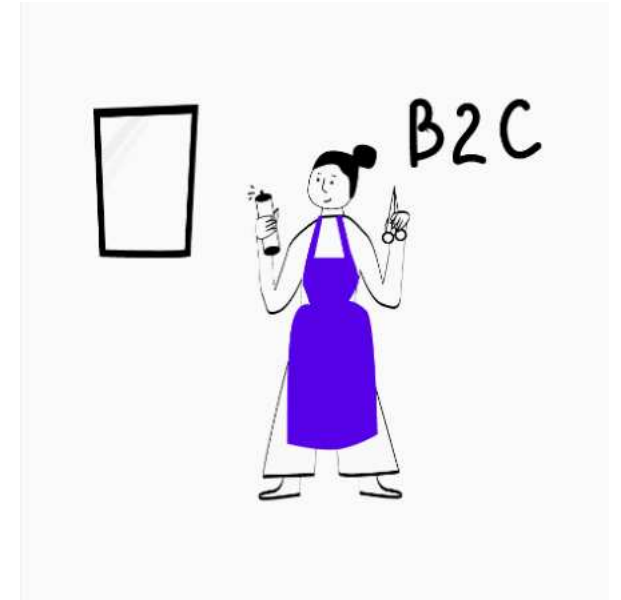
## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Мы предлагаем услуги в области графического дизайна и ребрендинга для корпоративных клиентов. Компания работает в сфере B2C (business-to-consumer), взаимодействие бизнеса с конечными потребителями, при которой компания продаёт товары или услуги напрямую физическим лицам для личного использования.

Команда стремится создать уникальный бренд который, которой будет соответствовать потребностям клиента и его целевой аудитории полностью отображая философию и ценности компании.

Для продвижения своих услуг компания может использовать различные каналы коммуникации: сайт, социальные сети, участие в выставках и конференциях, сотрудничество с партнёрами и т. д.

При разработке маркетинговых материалов необходимо учитывать целевую аудиторию. Разные аудитории имеют разные предпочтения и реагируют на разные визуальные стимулы. Дизайнерам необходимо понимать свою целевую аудиторию и создавать графику с учетом ее вкусов и предпочтений.



# БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

## 1 ПС

### Потребительские сегменты

Коммерческие клиенты  
Строительные компании

## 2 ЦП

### Ценностное предложение

Мы предлагаем уникальный  
фирменный стиль  
Наш опыт в сфере дизайна  
Ребрендинг

## 3 КС

### Каналы сбыта

Сайт  
Соц. Сети  
Выставки  
Открытые мероприятия

## 4 ВК

### Взаимоотношения с клиентом

Качество услуг  
Программа лояльности

## 5 ПД

### Потоки поступления доходов

Фиксированная оплата за проект  
Продажа шаблонов и готовых  
решений

## 6 КР

### Ключевые ресурсы

Человеческие ресурсы  
Репутация и бренд  
Материальные ресурсы  
Информационные ресурсы

## 7 КД

### Ключевые виды деятельности

Анализ потребностей клиента  
Разработка дизайн-проекта  
Подбор материалов

## 8 КП

### Ключевые партнеры

Строительные компании (ООО  
"Эльбрус")  
IT-компании  
Агентства недвижимости

## 9 СТ

### Структура издержек

Заработная плата сотрудников  
Материалы и фурнитура  
Маркетинг и продвижение  
Программное обеспечение



## БЮДЖЕТ И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Для создания минимального жизнеспособного продукта мы включаем основные идеи и концепции, перед тем как вкладывать значительные ресурсы в развитие проекта.

Для реализации MVP нам потребуется приблизительно 51 000 рублей.



### Основные идеи для развития MVP

Услуги по ребрендингу

Лендинг

Портфолио

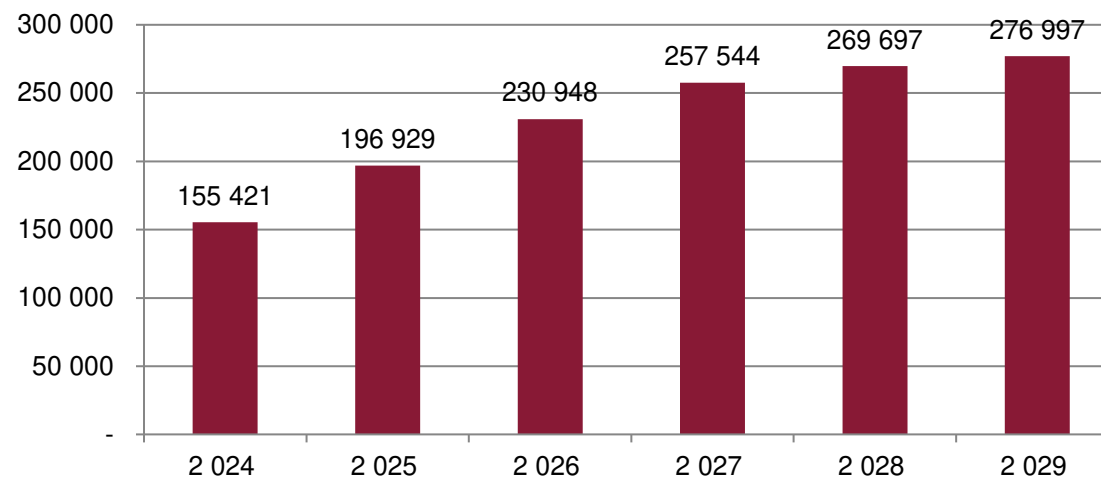
Социальные сети

Сотрудничество с другими дизайнерами

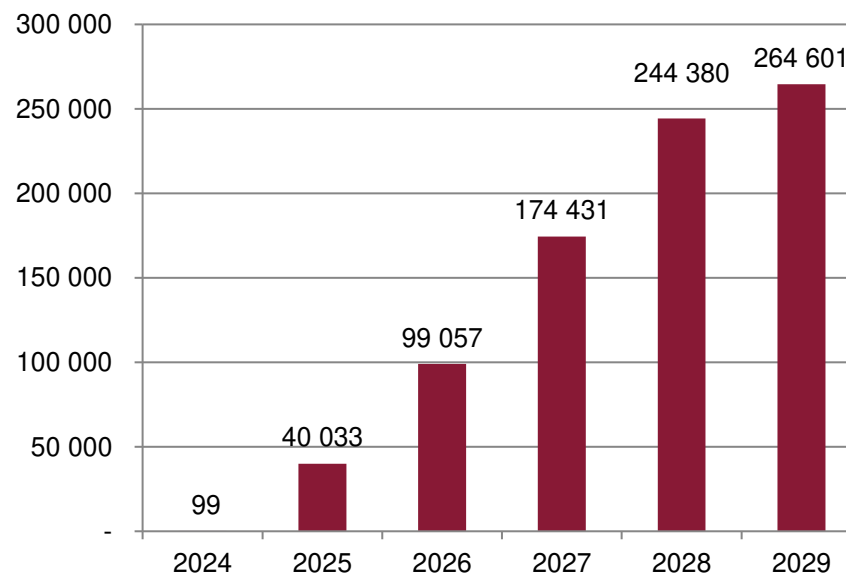
# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Показатели эффективности Проекта	
NPV Проекта	116 567
IRR Проекта, годовых	87%
PBP, лет	3,31
DPBP, лет	3,70
IRR XXX, годовых	96%
ROI XXX	6,4x
EV/Sales	1,26

### Стоимость проекта

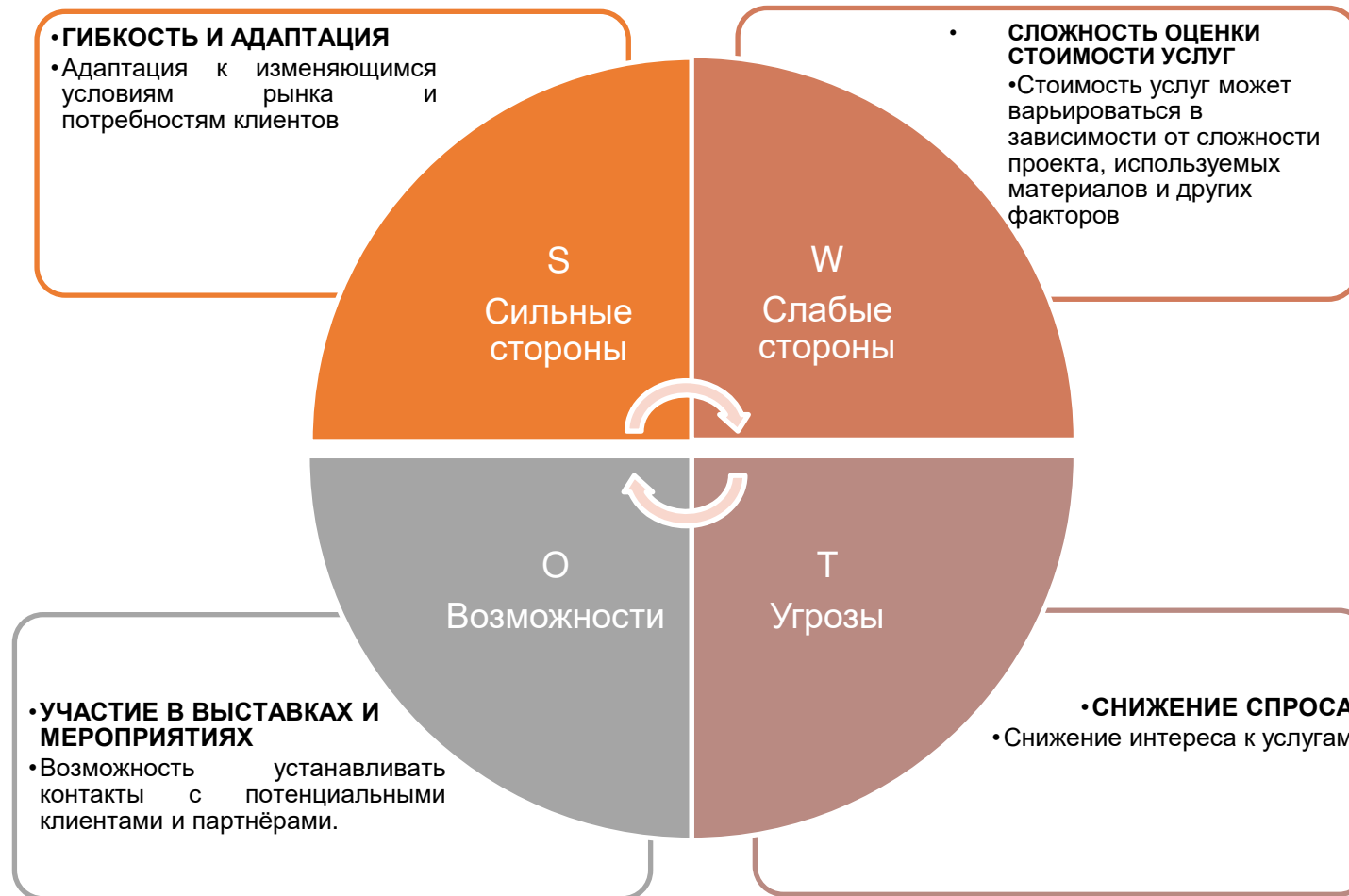


### Выручка проекта



# ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ

Для анализа возможностей и рисков мы используем систему SWOT



## ЗАПРОСЫ К ПАРТНЕРАМ

На схемы представлены запросы, которые необходимы для развития проекта

### Сотрудничество в области дизайна

- Партнёры могут предоставлять услуги по проектированию

### Реклама и продвижение

- Партнёры могут помочь в продвижении услуг арт-ателье через свои каналы коммуникации, такие как социальные сети, сайты, блоги и другие платформы.

### Целевая группа для проведения кастдева

- Партнеры помогут провести интервью, чтобы протестировать жизнеспособность будущего проекта на потенциальных клиентах.

### Обмен опытом и знаниями

- Партнёры могут делиться своими наработками, идеями и опытом в области интерьера, что поможет развиваться и совершенствовать свои услуги.

### Консультация профильных специалистов

- Партнёры могут оказывать техническую поддержку, консультации и помощь в решении сложных вопросов, возникающих при реализации проектов.

# КОМАНДА



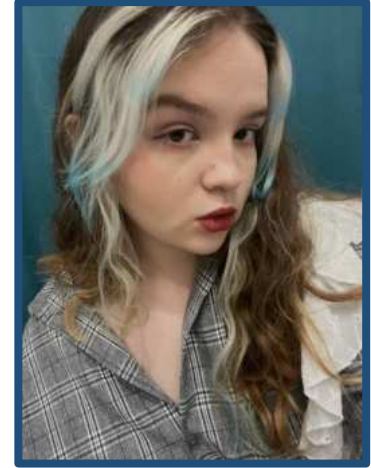
**Фиринова  
Анна  
Сергеевна**

**Лидер**



**Тикунова Светлана  
Владимировна**

**Наставник**



**Владиминова  
Анастасия Игоревна**

**Участник**



**Шарапова Елизавета  
Алексеевна**

**Участник**



**Крамчанинова  
Анастасия  
Владимировна**

**Участник**

# КОНТАКТЫ



@ВКонтакте



@Telegram



anna311203@mail.ru



+7 (932)-424-66-11

