

«Френдли»

Веб-сервис для поиска единомышленников

Команда проекта



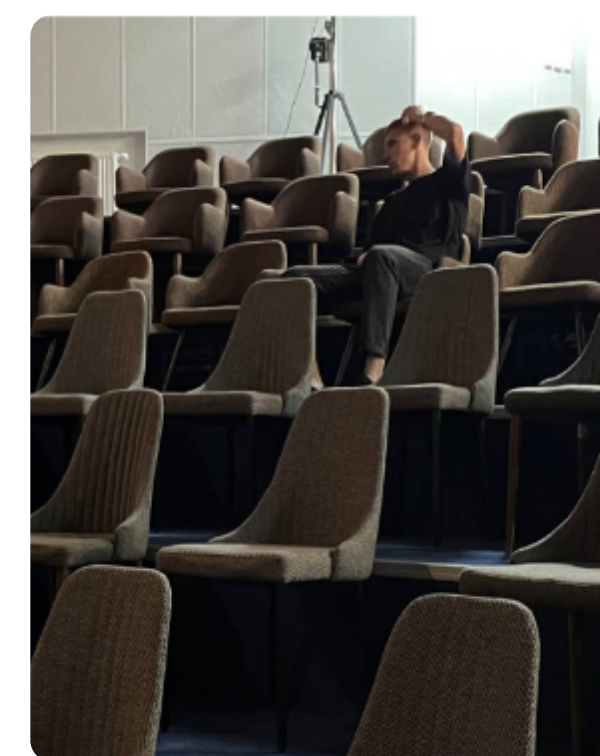
Лидер команды
Чумичев Егор



Аналитик
Белобородов
Егор



Копирайтер
Мельник
Владислава



Маркетолог
Кременцов
Антон



Проблема



Многие студенты испытывают трудности с поиском единомышленников в той или иной деятельности, которая им нравится.

Учебные заведения уже выявили эту проблему и пытаются её решать путём проведения особых студенческих мероприятий, но этот способ малоэффективен по ряду причин:

Очное проведение

Отсутствие разнообразия

Отсутствие осведомлённости

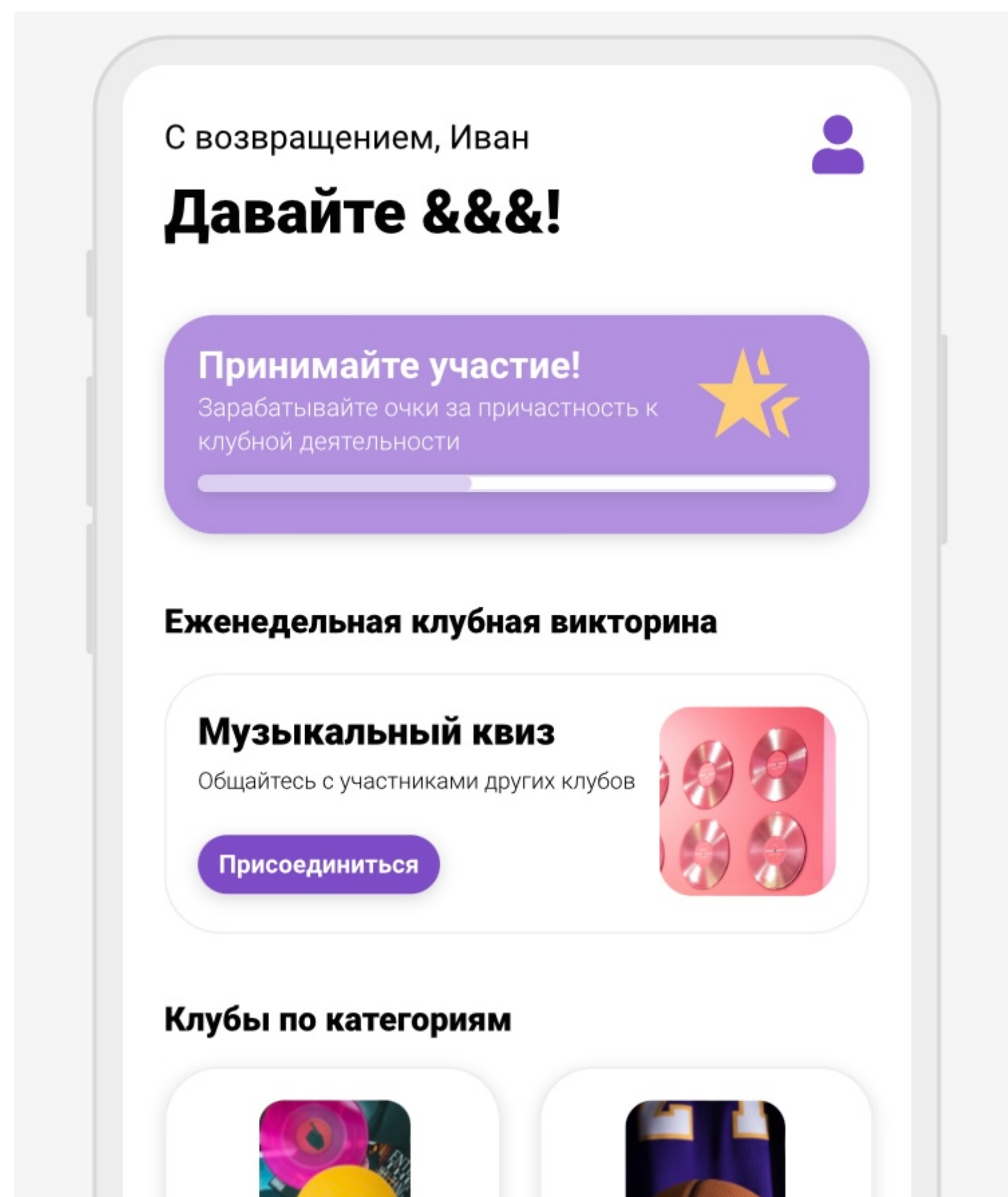
Целевая аудитория

Проблема объединения по интересам чаще всего касается школьников и студентов в возрасте от 16 до 24 лет, которые имеют творческие, научные, спортивные или какие-либо другие увлечения.

Фотография из сообщества ТюмГУ



Идея проекта



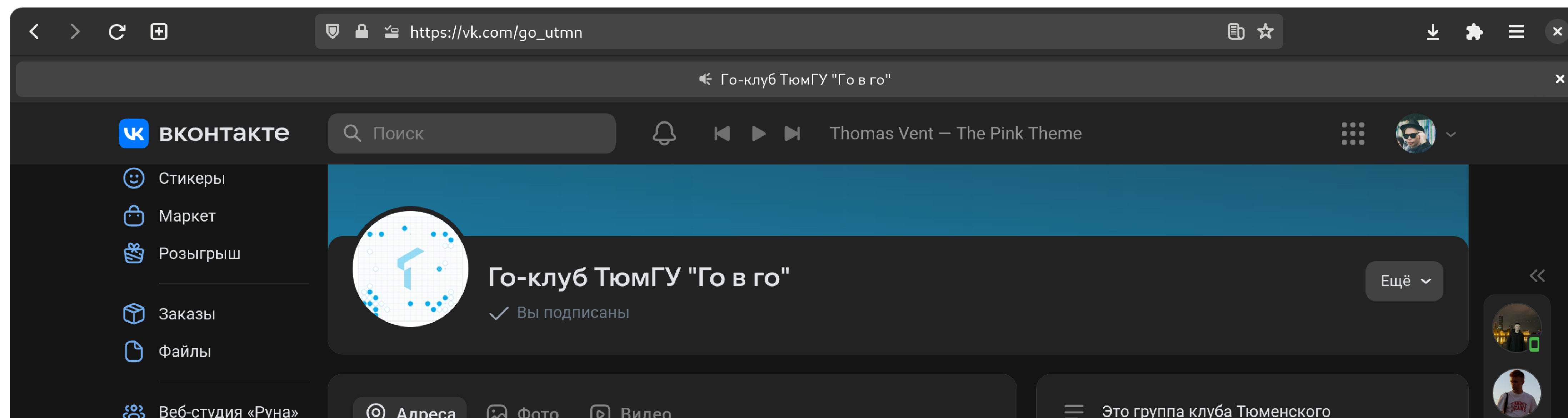
Идея, предлагаемая нашей командой для решения выявленной проблемы, заключается в создании способа быстро и удобно находить необходимую информацию о студенческих объединениях.

Так как же это реализовать?

Фотография из сообщества ТюмГУ

Продукт проекта

Итоговым продуктом, который мы собираемся реализовать, будет веб-сервис. Он позволит быстро наладить контакт между управленцами студенческих клубов и желающими в них состоять.



Технология



Проект реализуется за счёт основных инструментов для веб-разработки. Кроме того, проект задействует сторонние библиотеки и фреймворки для ускорения и упрощения процесса разработки сервиса.

В проекте определены целевые области применения инструментов и критические элементы для их использования. Уровень готовности по TRL - 2.

Интернет

HTML, CSS, JavaScript

SQLite, Nuxt.js

Конкуренты

Главным целевым конкурентом для

«Френдли» будут только

социальные сети.

Иные конкуренты не предоставляют

возможности просматривать клубы

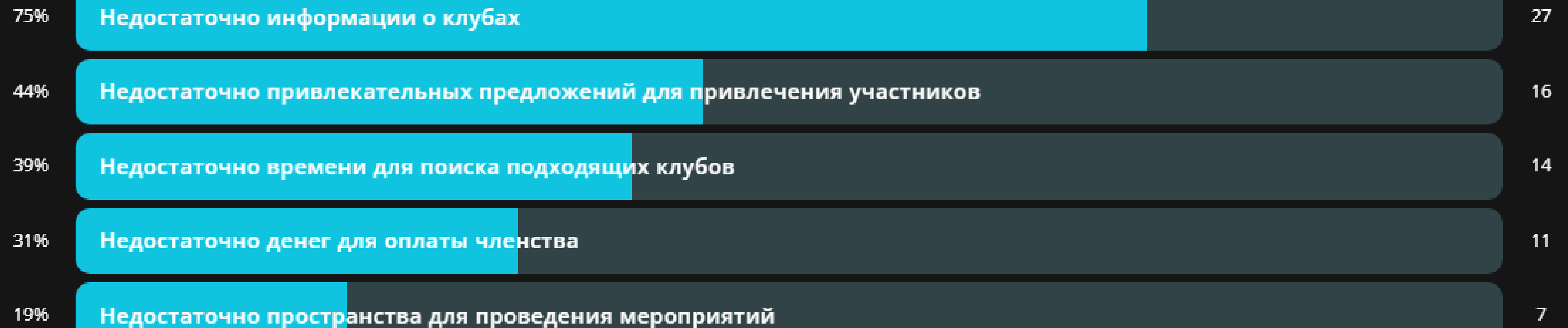
онлайн.

Критерии	Френдли	Университеты (проводимые мероприятия)	Социальные сети (группы во ВКонтакте, Телеграмме и т. п.)	Коммерческие организации (фитнес-клубы, школы и т. п.)	Общественные события (фестивали, концерты, ярмарки и т. п.)
Доступность	Доступен из любой точки мира в любое время.	Мероприятия проводятся очно в определённое время, что не всегда удобно.	Доступны из любой точки мира в любое время.	Доступны в определённом месте в запланированное расписанием время.	Проводятся в ограниченном количестве, зачастую только в больших городах.
Разнообразие	Позволяет найти сообщество по любым интересам.	Позволяет найти сообщество только в ограниченном множестве интересов, что не даёт большого выбора.	Позволяет найти сообщество по любым интересам.	Каждая организация имеет свою главную деятельность, что позволяет найти сообщество по интересующей теме.	Проводятся только в ограниченном множестве тем, что не даёт большого выбора.
Информативность	Хранит огромный список сообществ с полной информацией о деятельности каждой.	Чаще всего даётся только тема, время и место проведения планируемого мероприятия.	Содержит личные страницы сообществ с основной информацией о них.	Информацию об организациях необходимо искать самостоятельно, так как нет общего ресурса, где можно посмотреть их все.	Информацию о сообществах можно получить только очно на событии. В ином случае только тему события, время и место проведения.
Стоимость	Условно бесплатное использование.	Полностью бесплатное использование.	Полностью бесплатное использование.	Только платное использование.	Как платное, так и бесплатное использование, в зависимости от типа события.
Функционал	Продвинутые технологии поиска сообществ, ведение личных страниц клубов и календаря событий.	Цифровой продукт отсутствует.	Базовые технологии поиска и вступления в сообщество.	Цифровой продукт отсутствует.	Цифровой продукт отсутствует.

Гипотеза

70% студентов испытывают трудности с поиском единомышленников в интересующей области и не находят необходимую информацию о существующих сообществах.

✓ Каковы основные трудности, с которыми вы сталкиваетесь при поиске и записи в студенческие клубы? (36)



Объём рынка

Рынок потребителей за период с 2018 по 2023 гг. показывает рост в 3 раза!

Главным конкурентом на рынке является социальная сеть ВКонтакте, позволяющая создавать и управлять сообществами по интересам.

Мы планируем занять 10% рынка за счет нашего сервиса.



Бизнес-модель



Мы предоставляем уникальную возможность клубам и организаторам особых мероприятий размещать свою рекламу на нашей платформе на определенный период времени.

Использование сервиса будет бесплатно, но появится платная подписка для отключения рекламы.

Виды затрат	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Далее
Доходы									
Выручка			10000	10000	25000	40000	80000	150000	150000
Инвестиции								50000	
Расходы									
Зарботная плата	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000
Оборудование	5000	5000	5000	25000	5000	25000	25000	25000	25000
Используемое ПО	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
Продвижение			15000		15000	50000	50000	25000	25000
Итого (руб.)	-55000	-55000	-60000	-65000	-45000	-85000	-45000	100000	50000

Планируемые результаты

Количественные результаты:

- 2000 зарегистрированных пользователей;
- 100 привлечённых рекламодателей;
- 2000 показов рекламных объявлений внутри сервиса;
- Охват не менее 50% студенческих клубов в ТюмГУ и более 10% в других ВУЗах.

Качественные результаты:

- Продукт будет пользоваться спросом у инициативных студентов для создания клубов;
- Возрастет уровень информирования студентов о планируемых мероприятиях.

Выводы

Проект направлен на:

- Активных студентов, инициативных в создании клубов;
- Увеличение уровня информирования студентов о мероприятиях;
- Охват достаточно большого количества студенческих клубов.

В долгосрочной перспективе планируется:

- Расширение функциональности и дополнительных возможностей продукта.
- Углубление сотрудничества с ВУЗами и сторонними студенческими клубами.
- Расширение рекламной базы и монетизации проекта.

Спасибо за внимание!

Мы готовы ответить на ваши вопросы!