

«Тайм-клуб: молодежь в свободном пространстве»

ТРЕК: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ

РУКОВОДИТЕЛЬ: СЕРГЕЕВА Т.Л.

ПЛАТФОРМА
УНИВЕРСИТЕТСКОГО
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



КОМАНДА



Беляева Анастасия

Лидер



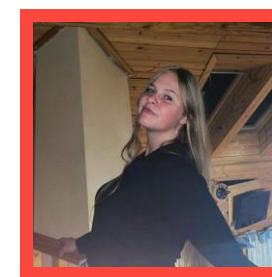
Григорьева Дарья

Презентация



Косурова Евгения

Конкуренты и аналоги



Карелина Валерия

Бюджет и доход



Павлова Татьяна

Спикер



Тихомирова Диана

Спикер



Шишков Никита

Бизнес-модель



Юрьевская Ксения

Опрос

ПРОБЛЕМА

Современная молодежь испытывает нехватку общения дома и на работе, ведь интернет и социальные сети не могут заменить реального, живого общения и дружеских непринужденных посиделок по интересам. Достаточно проблематично найти место с творческой или развлекательной атмосферой, где можно интересно и весело провести свободное время. В современных городах возникла потребность в новых публичных местах, где бы молодые люди реально общались и могли найти друзей и единомышленников, заняться чем-то увлекательным.



РЕШЕНИЕ

С помощью нашего проекта «Тайм-клуб: молодежь в свободном пространстве» у них появится возможность реализовать себя в определенных зонах:

1. Зона с проектором для просмотра фильмов с подпиской на киносервисы;
2. Зона настольных игр;
3. Зона компьютерных игр;
4. Зона-коворкинг;
5. Лаунж-зона;
6. Зона караоке.

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

Разработать бизнес-модель тайм-клуба в Великом Новгороде.

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА

Создание тайм-клуба в Великом Новгороде может стать важным элементом в жизни молодежи, способствуя их личностному и социальному развитию:

- формирование новых знакомств и укрепление социальных связей среди молодёжи;
- место для обсуждения проблем и поиска поддержки;
- развитие навыков, благодаря мастер-классам и тренингам.

ЗАДАЧИ

1. Улучшить самочувствие участников мероприятия, благодаря позитивным эмоциям и радостным моментам.
2. Создать сообщество поддержки и взаимопонимания: проект может объединить людей и способствовать формированию дружественных отношений.
3. Повысить общественную благополучность: распространение позитива и радости в обществе может способствовать улучшению атмосферы и создать более дружелюбную среду для жизни.

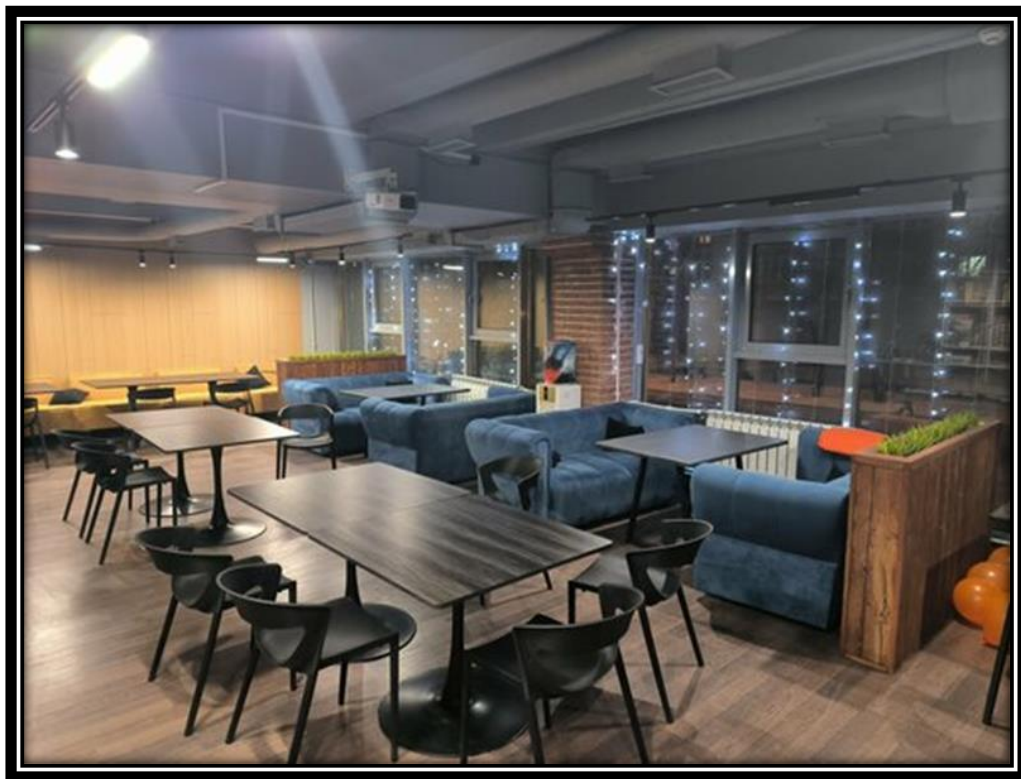


ПЛАН РАБОТЫ

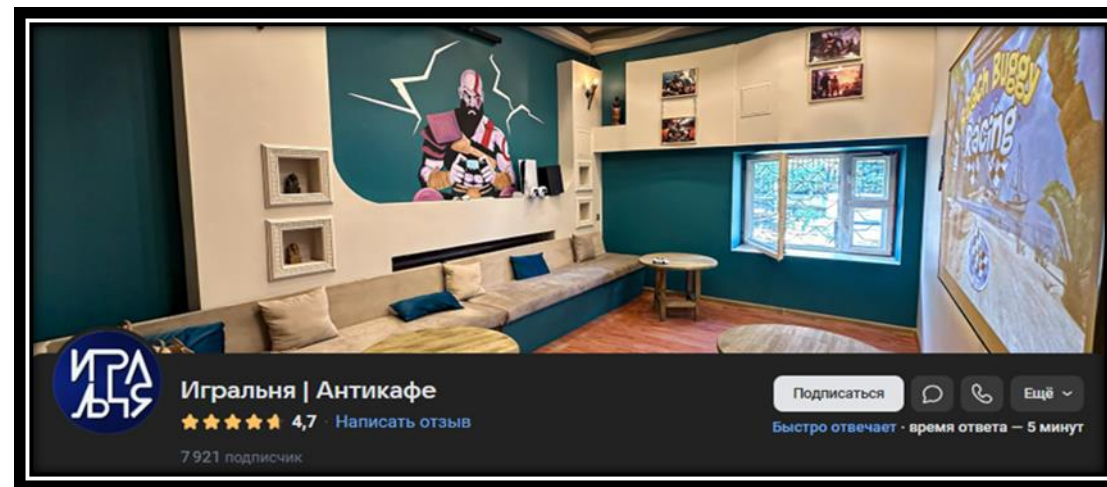
1. Оценка востребованности услуги на рынке и анализ конкурентной среды;
2. Проработка концепции проекта;
3. Проведение опроса и проверка гипотезы;
4. Создание бизнес модели:
 - Определить характер взаимоотношения с потребителями;
 - Определить ключевые виды деятельности, партнеры и ресурсы;
 - Сформулировать ценностное предложение.

АНАЛОГИ

г. Москва: «Соколиная нора» (коворкинг, большая комната для крупных встреч, мягкая комната с PlayStation, настольные игры):



г. Санкт-Петербург: «Игральня» (PlayStation, 4K TV, настольные игры, проекторы, телевизоры, подписки на киносервисы, отдельные комнаты):



КОНКУРЕНТЫ

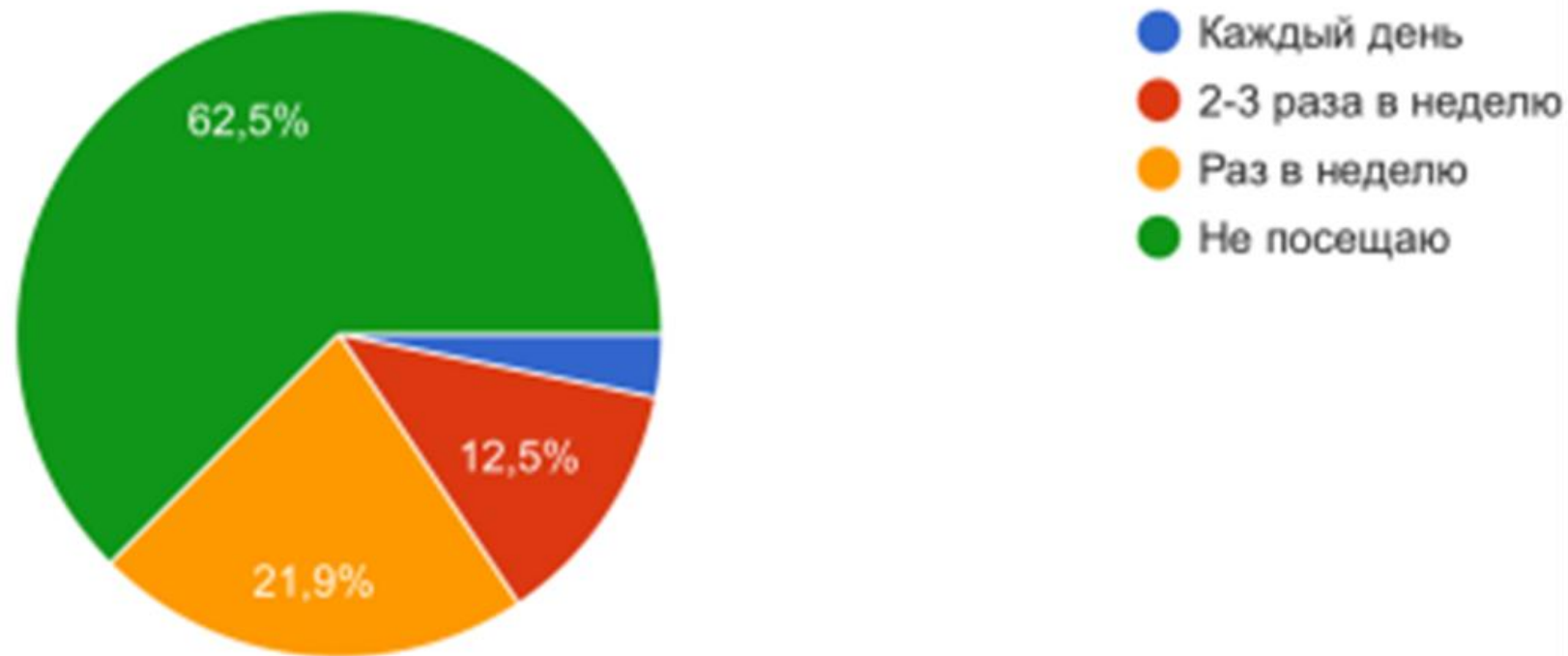
г. Великий Новгород: «Молодежный Лофт-Центр»
(многофункциональный зал, оснащенный мебелью и техникой;
черный зал для интеллектуально-театрализованной игры
«Мафия»; спортивный зал с мягким покрытием и мини-рингом):



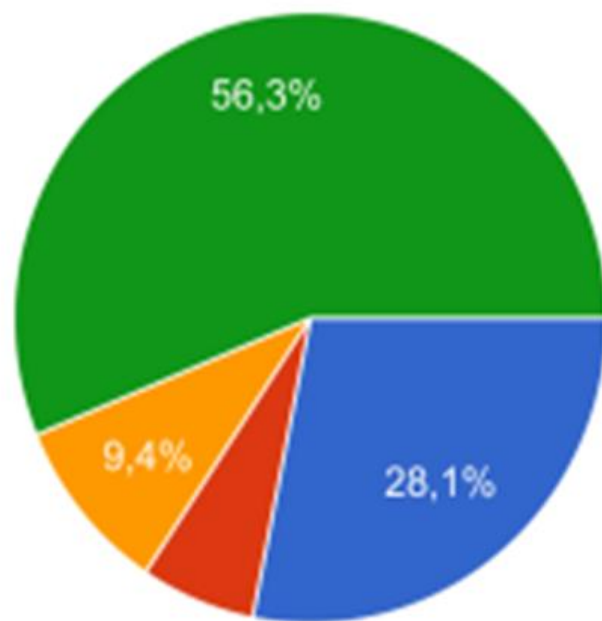
г. Великий Новгород: «WARSTATION | Игры в VR»
(первый центр виртуальной реальности, где ты
можешь стать героем компьютерной игры):



КАК ЧАСТО ВЫ БЫВАЕТЕ В ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВАХ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ?



ЧТО НА ВАШ ВЗГЛЯД ДОЛЖНО БЫТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНО В «ИДЕАЛЬНОМ» ПРОСТРАНСТВЕ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ?



- Комфортные зоны отдыха и общения
- Возможности для самореализации и общения
- Доступность различных развлечений
- Все перечисленное

РИСКИ ПРОЕКТА

Вид	Уровень риска	Влияние	Меры предупреждения
Технический	Средний	Неисправности в оборудовании или инструментах для создания зон деятельности.	Наем технического специалиста.
Организационный	Средний	Недостаточная подготовка к мероприятию.	Запускать мероприятие только когда оно будет полностью подготовлено, наем дополнительного персонала.
Финансовый	Высокий	Непредвиденные затраты на аренду помещения для проведения данного мероприятия, закупку материалов и инструментов для зон деятельности, организацию мероприятия.	Дополнительное финансирование или спонсорская поддержка.
Конкуренция	Средний	Возможное наличие других мероприятий для молодежи, что может привести к разбавлению аудитории и конкуренции за участников.	Работа над индивидуальностью проекта.









РЕАЛИЗАЦИЯ

Мы предлагаем проект по созданию специально оборудованных зон для различных видов деятельности, таких как: зона с проектором для просмотра фильмов с подпиской на киносервисы; зона настольных игр; зона компьютерных игр; зона-коворкинг; лаунж-зона; зона караоке.

В каждой зоне будут предоставлены необходимые материалы и инструменты для молодых людей, а также создана атмосфера, способствующая раскрытию творческого потенциала и общения.





<p>8. Ключевые партнёры </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поставщики оборудования и инвентаря. 2. Клининговые компании. 3. Партнёры по организации мероприятий (проведение мастер-классов и др.). 4. Поставщики напитков и закусок. 5. <u>Местные СММ</u>, образовательные учреждения, местный бизнес (для рекламы и сотрудничества) 	<p>7. Ключевые виды деятельности </p> <ul style="list-style-type: none"> - Оказание услуг – создание комфортной обстановки для проведения досуга, общения и творчества. - Разработка и поддержка веб-сайта. - Использование социальных сетей. - Взаимодействие с партнерами. - Формирование программы лояльности. 	<p>2. Ценностные предложения </p> <p>Пространство с творческой или развлекательной атмосферой, где можно интересно и весело провести свободное время, пообщаться с друзьями, поиграть в настольные игры, посмотреть фильм.</p> <p>Мы создаем комфортную обстановку для живого общения и дружеских непринужденных посиделок по интересам, чтобы молодые люди реально общались и могли найти друзей и единомышленников.</p>	<p>4. Взаимоотношение с потребителями </p> <p>Важно создать атмосферу доверия и открытости, где молодые люди будут чувствовать себя комфортно и свободно. Поэтому первоочередным принципом в отношении к ним должно стать уважение к интересам, мнению и индивидуальным особенностям каждого посетителя.</p> <p>Мы считаем необходимым создать платформу для диалога между организаторами и потребителями, где они могут обсуждать интересы, предложения и взаимодействовать.</p> <p>Кроме того, мы планируем предлагать разнообразные активности и услуги, которые будут интересны разным группам молодежи.</p>	<p>1. Потребительские сегменты </p> <p>Мы работаем для молодых людей в возрасте от 16 до 27 лет, которые ищут способ получения положительных эмоций путем живого общения и дружеских посиделок по интересам.</p>
<p>9. Структура издержек</p> <ul style="list-style-type: none"> - Аренда помещения; - Зарплата сотрудников; - Оборудование и инвентарь. - Маркетинг и реклама. 	<p>6. Ключевые Ресурсы </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Финансы (аренда помещения; ремонт и оборудование помещения; закупка настольных игр, удобной мебели, специальной техники; зарплата персонала). 2. Информационные 3. Помещение 4. Квалифицированный персонал 	<p>3. Каналы сбыта </p> <p>Социальные сети:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>ВКонтакте</u>: <u>специальная группа</u>, в которой будет собрана вся необходимая и важная информация, связанная с тайм-клубом. - Telegram: <u>удобен для</u> рассылки новостей и специальных предложений, а также создания чата для общения молодежи. - Сайт с информацией о клубе, фотогалереей, расписанием мероприятий и контактами. Он удобен для получения детальной информации и онлайн-бронирования мероприятий, а также для обратной связи организаторов. 	<p>5. Поток поступления доходов </p> <p>Проект будет зарабатывать за счёт клиентов, которые будут приходить в Тайм-клуб на различные мероприятия. Возможные системы монетизации: реклама и спонсоры. Стоимость мероприятий будет зависеть от времени и программ от 500 до 2000 рублей.</p>	<p>9. Структура издержек</p> <ul style="list-style-type: none"> - Аренда помещения; - Зарплата сотрудников; - Оборудование и инвентарь. - Маркетинг и реклама.

СПАСИБО
ЗА
ВНИМАНИЕ!

