

# ИНСТРУМЕНТ САМОРАЗВИТИЯ



“Помоги мне сделать это самому”

# ПРОБЛЕМА

ДЕКСТРУКТИВНОЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ  
ВРЕМЯПРОВОЖДЕНИЕ  
ДЕТЕЙ





# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

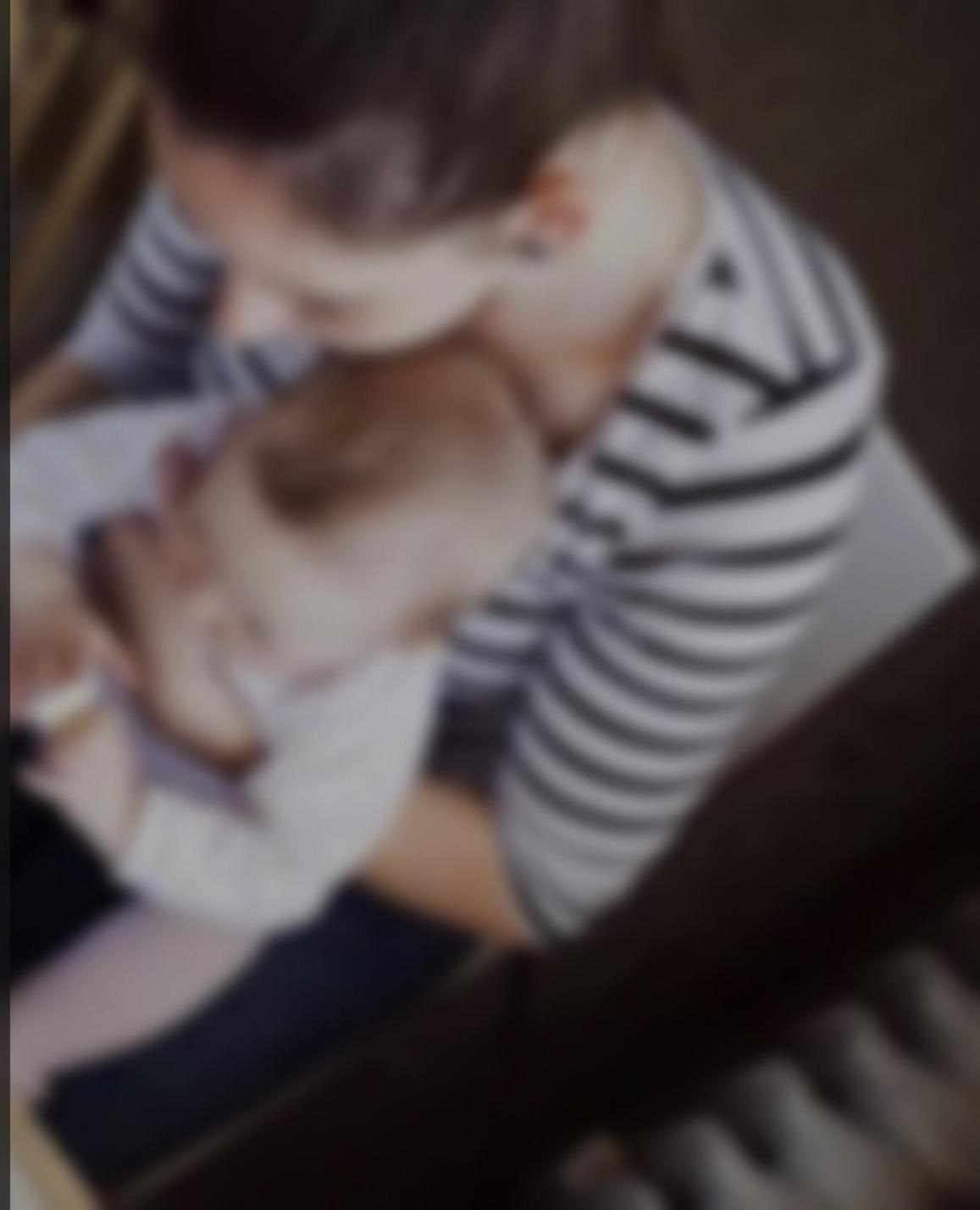
B2C: М и Ж от 21 до 38 лет.

Отсутствие свободного времени, чтобы провести его с ребёнком. Хотят, чтобы дети самостоятельно проводя время развивались, причём грамотно и всесторонне. Воображение, речевой аппарат, мелкая и крупная моторика и т.д.

B2B: детские

учреждения, дет. сады, детские комнаты, детские клубы

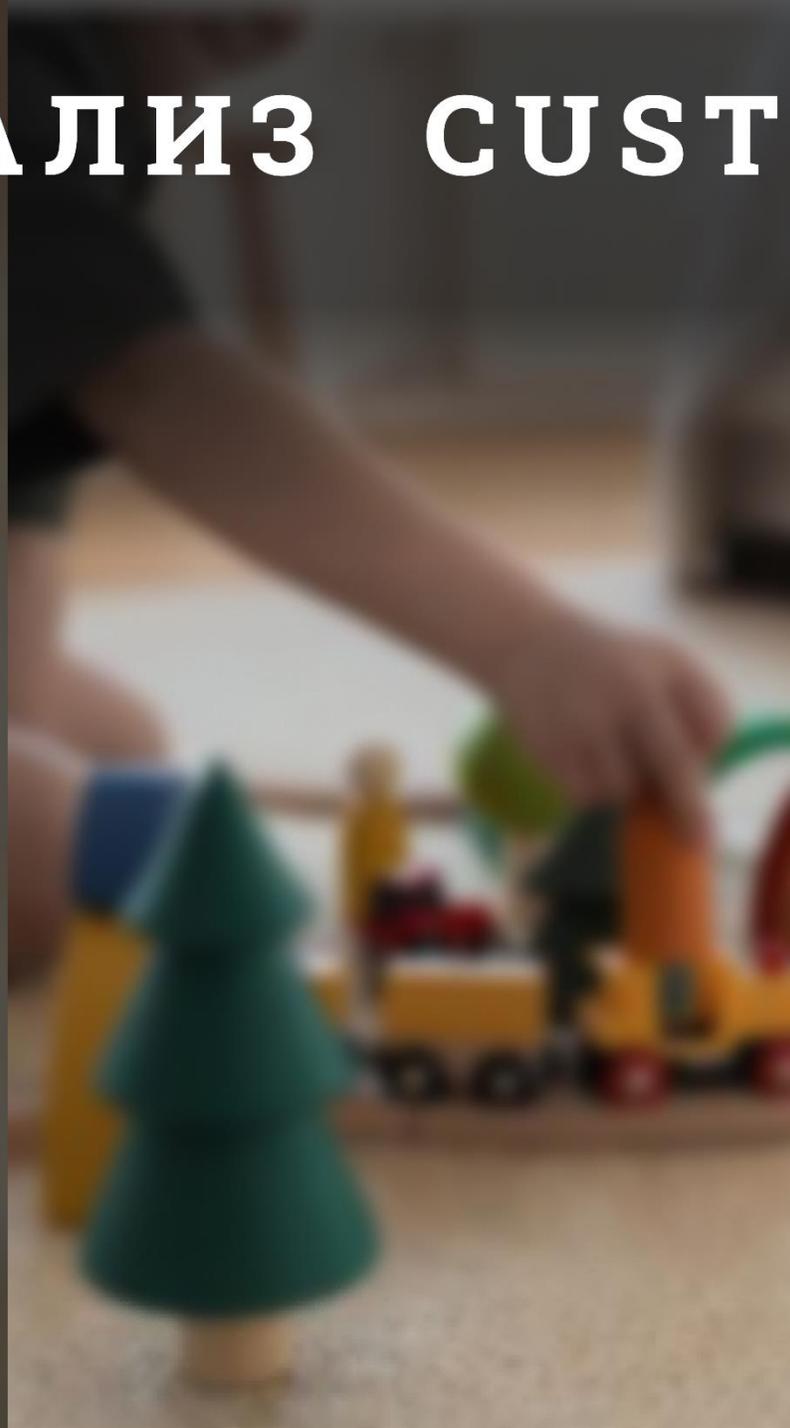
Цены на качественные развивающие игрушки очень высокие, к тому же, действительно **РАЗВИВАЮЩИЕ** игрушки, которые есть на рынке сейчас, подразумевают совместное времяпрепровождение





# АНАЛИЗ CUSTDEV

- Многие дети проводят время в гаджетах, но иногда играют с развивающими игрушками: пазлы, конструктор, игрушки на развитие мелкой моторики.
- Дети чрезмерно увлекаются гаджетами, а занять ребёнка с игрушками дольше 1.5 часов очень сложно - пропадает интерес.



- Многие родители хотели бы, чтоб дети самостоятельно учились чтению, коммуникации, а также развивали крупную моторику и занимались спортом
- Всем родителям, прошедшим наш опрос стала интересна, и они хотели бы опробовать наш продукт

### КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЁРЫ

- Mitkin\_workshop – производственный партнёр
- Petrotoys.ru – оптовая база игрушек
- Лобанова Юлия Игоревна, кандидат психологических наук – научный руководитель
- Бэби-клуб – сеть детских клубов для дошкольников (идут переговоры)

### ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ

- Привлечение клиентов В2С сегмента через образцы продукта в детских учреждениях
- Привлечение клиентов В2С сегмента через рассылки в чатах, где есть ЦА
- Привлечение клиентов В2С и В2В сегментов через офлайн презентации продукта в детских учреждениях
- Привлечение клиентов В2С сегмента на Озоне
- Таргетинговая реклама на ЖК, где есть ЦА
- Привлечение клиентов В2В сегмента через предложения о партнёрстве, рассылки, обзвон

### КАНАЛЫ СБЫТА

- Авито
- Озон
- Группа ВКонтакте
- Таргетинговая реклама в ЖК
- Чаты родителей
- Электронные почты детских учреждений

### КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ

- Развитие детей
- Самостоятельное конструктивное времяпрепровождение детей
- Безопасность детей
- Совмещение игры и развития



### КЛЮЧЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ

- Анализ научных трудов и работа над новыми сегментами и концепциями, совместно с научным руководителем
- Написание методических указаний, совместно с научным руководителем
- Поиск партнёров в В2В сегменте
- Взаимодействие с маркетплейсами и площадками объявлений в интернете

### ДОХОДЫ

- Продажа продукта
- Продажа дополнительных сегментов-игрушек
- Продажа методических указаний

### КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ

- Авито
- Озон
- Столярная мастерская
- База игрушек
- Научные труды психологов-педагогов
- Социальные сети

### СЕГМЕНТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- В2С: М и Ж от 21 до 38 лет. Отсутствие свободного времени, чтобы провести его с ребёнком. Хотят, чтобы дети самостоятельно проводя время развивались, причём грамотно и всесторонне. Воображение, речевой аппарат, мелкая и крупная моторика и т.д.
- В2В: детские учреждения, дет. сады, детские комнаты, детские клубы

### СТРУКТУРЫ РАСХОДОВ

- Расходы на производство
- Расходы на оплату услуг мастера-столяра
- Расходы на печать методичек
- Разовые расходы на получение сертификата игрушки и регистрацию торгового знака
- Расходы на зар. плату

# АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

## ТЕНДЕНЦИИ

\* Слабая реклама у конкурентов

\* Действительно развивающих игрушек, которые И развивают И интересны не так много

\* Высокая стоимость конкурентов



# ПРИВЛЕЧЕНИЕ

## B2C

- Маркетплейсы
- Авито
- Группа ВКонтакте
- Рассылки по чатам, где есть ЦА
- Таргетинговая реклама по ЖК

# КЛИЕНТОВ

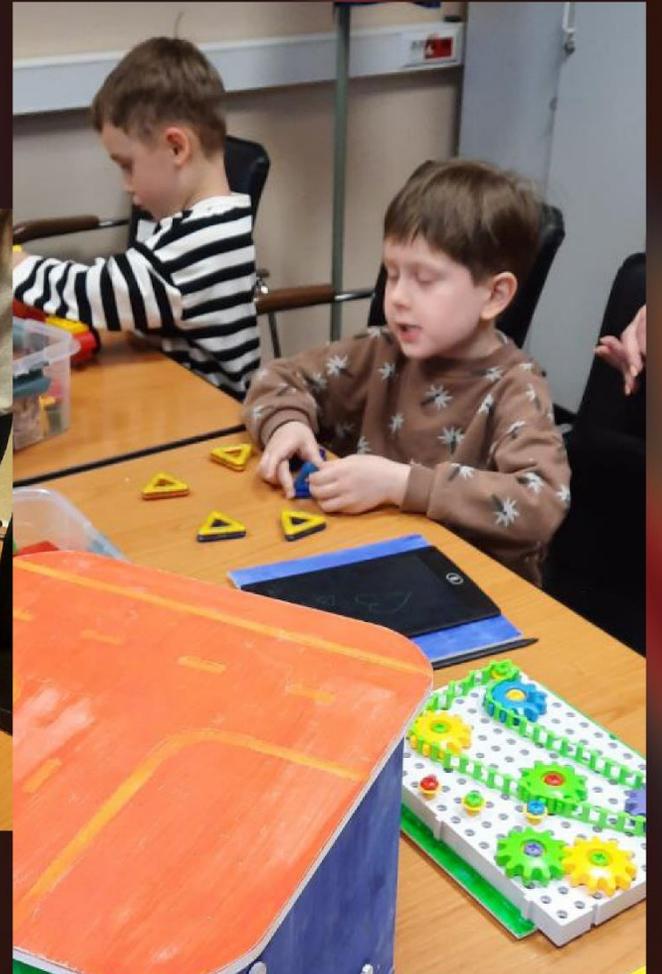
## B2B

**Рассылка  
информационных  
писем и звонки в  
детские  
учреждения**

# СДЕЛАЛИ ПЕРВЫЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПРОТОТИПЫ



# ПРОВЕЛИ ПРЕЗЕНТАЦИЮ ПЕРЕД ЦА



# НАШИ ПАРТНЁРЫ



**ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ  
ПАРТНЁР**

**RETROTOYS**

**ОПТОВАЯ БАЗА  
ИГРУШЕК**

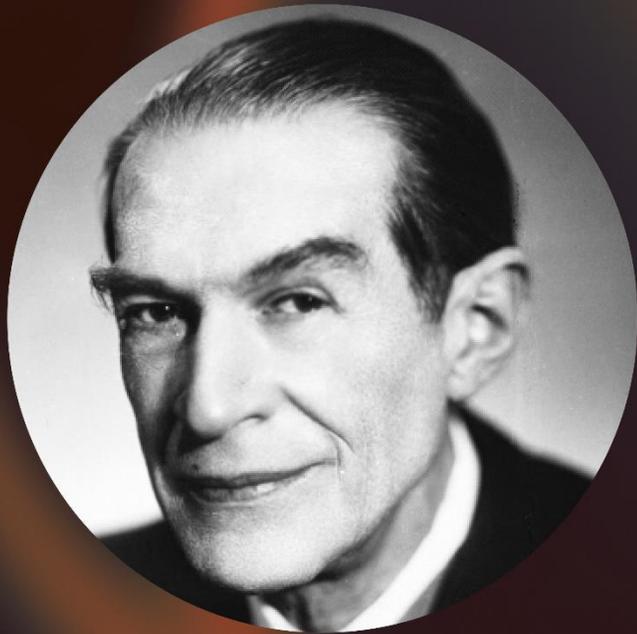
# НАШ НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ



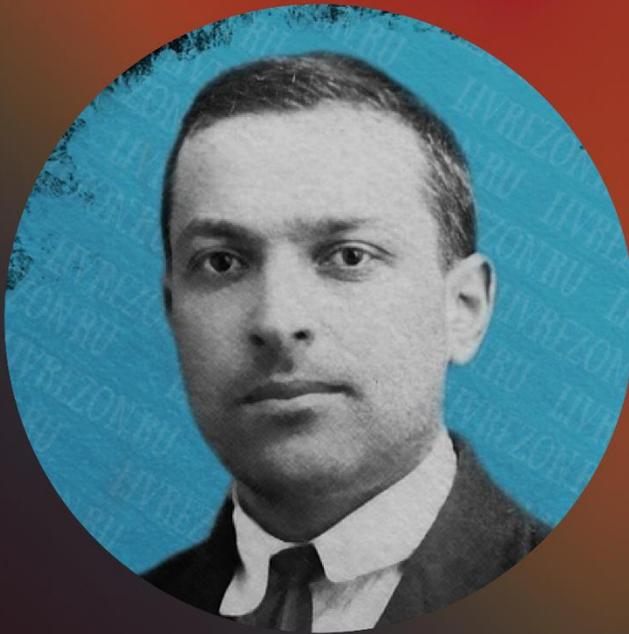
- **Кандидат психологических наук**
- **Член Балтийской педагогической академии**
- **Автор более 120 опубликованных научных и учебно-методических работ, в том числе одной монографии, 17 учебных и учебно-методических пособий (15 в соавт.), более 100 научных статей (четыре статьи – в журналах системы Scopus, 22 статьи – в изданиях, рекомендованных ВАК РФ).**

**ЛОБАНОВА ЮЛИЯ ИГОРЕВНА**

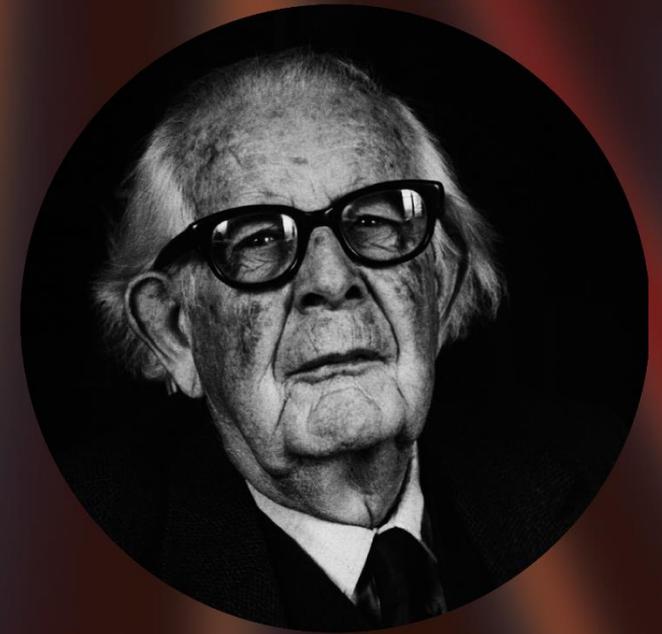
# ПРОАНАЛИЗИРОВАЛИ ТРУДЫ ПСИХОЛОГОВ-ПЕДАГОГОВ



**А.Н. ЛЕОНТЬЕВ**



**Л.С. ВЫГОТСКИЙ**



**ЖАН ПИАЖЕ**

# ПРОВЕЛИ РЕББРЕНДИГ



# **ОБЪЯВЛЕНИЕ НА АВИТО**



**Подключен кабинет озон, проходим модерацию**



# ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ



	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь
<b>Доходы</b>	28000	70000	112000	182000	238000	280000
Продажа продукта	20000	50000	80000	130000	170000	200000
Продажа доп сегментов	4000	10000	16000	26000	34000	40000
Продажа методических указаний	4000	10000	16000	26000	34000	40000
<b>Расходы</b>	54306	54410	77274	121084	156806	191540
<i>Постоянные расходы</i>	6680	14500	16000	25000	33000	45500
З/П	5000	10000	10000	15000	20000	30000
Налоги ФОТ	1680	4500	6000	10000	13000	15500
<i>Переменные расходы</i>	19426	39910	61274	96084	123806	146040
Расходные материалы на производство	6954	17385	27816	45201	59109	69540
Покупка игрушек	4702	11755	18808	30563	39967	47020
Оплата услуг мастера-столяра	2000	5000	8000	13000	17000	20000
Печать методических указаний	1770	1770	2650	3320	3730	5480
Транспортные расходы	4000	4000	4000	4000	4000	4000
<i>Разовые расходы</i>	28200	0	0	0	0	0
Получение сертификата игрушки	12500	0	0	0	0	0
Регистрация торгового знака	15700	0	0	0	0	0
<b>В РЕЗЕРВ</b>	13000	15000	20000	25000	30000	35000

**Для выхода в точку безубыточности нам необходимо продавать 6 единиц продукта в месяц**



# ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

- **Разработать новые сегменты для других возрастных периодов (с 20.05 по 20.06)**
- **Участвовать в грантовых конкурсах от Росмолодёжи (с 20.05 по 20.06)**
- **Заключить сотрудничество с крупной сетью детских клубов “БЭБИ КЛАБ” (с 15.05 по 20.05)**
- **Организовать очные встречи с руководителями локальных детских учреждений (с 15.05 по 20.05)**
- **Провести научные исследования с использованием нашего продукта (с 01.06 по 30.08)**
- **Продумать методические указания совместного с научным руководителем (с 15.05 до 22.05)**
- **Разработать способ упаковки (сборный/разборный) (с 15.05 до 22.05)**
- **Разработать следующий прототип (с 15.05 до 22.05)**



# КОМАНДА



**Бесценный Никита**

1. Выявил ЦА и провёл CustDev
2. Проработал маркетинговую стратегию
3. Создал первый прототип
4. Продумал дизайн и провёл ребрендинг
5. Разработал чертёж и совместно с партнёром, создал первый производственный прототип
6. Прописал планирование на ближайшие 3 месяца



**Казанцев Никита**

1. Создал идею
2. Договорился о выступлении перед ЦА
3. Изучает научные труды психологов-педагогов
4. Нашёл производственного партнёра
5. Договорился о сотрудничестве с оптовой базой игрушек
6. Оформил самозанятого



**Таранова Дарья**

1. Проработала бизнес-модель
2. Проработала финансовую модель
3. Выложила объявление на авито
4. Ответственная за карточку продукта на Озоне
5. Нашла научного руководителя
6. Сделала рассылку клиентам B2B и B2C

# Олег Днепров

**НАШ  
БИГ  
БОСС**

