

# Брагина Виктория Дмитриевна, ЭМ-443105

Блог в инстаграме «Выбор одежды во время распродаж (в каком магазине, что лучше покупать)».









Я прошу 3000 рублей инвестиций, чтобы оплатить рекламного робота на месяц и закупить материал для 6-и шапок, потому что с этими деньгами я смогу реализовать цель в 10 тыс. руб.\мес на этом блоге по расчетам в финансовой модели.

# Эволюция идеи

- Идея началась с канала на You-tube по той же тематике, но при первых же тестах гипотезы ценности было выяснено, что ца такой блог будет смотреть в инстаграме (тесты первых гипотез ценности в приложениях 1 и 2).
- После создания самого блога и начала его раскручивания был сделан вывод, что набор необходимого количества подписчиков (от 3 тыс.), достаточного для продажи рекламы, займет много времени и о прибыли с рекламы в это время можно забыть. Кроме того, был найден партнер для сотрудничества и взаимной рекламы-стилист Мария Степанова (переписка с партнером приложение 3).
- За тем пришла идея рекламировать в этом блоге свои же аксессуары-шапки и получать на данном этапе прибыль с продаж, а не с рекламы (продажи шапок-приложения 4 и 5).

# Канвас итого

## Блог в инстаграме "Выбор одежды во время распродаж (в каком магазине, что лучше покупать)"

<p><b>Key Partners</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инстаграм;</li> <li>2. Аккаунты по бьюти тематике, по моде и тд;</li> <li>3. Робот для инстаграма</li> <li>4. Рекламодатели;</li> <li>5. Спонсоры.</li> </ol>	<p><b>Key Activities</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выпуск контента;</li> <li>2. Анализ трендов;</li> <li>3. Переговоры с рекламодателями, админами других аккаунтов;</li> <li>4. Продвижение блога.</li> </ol>	<p><b>Value Proposition</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Общедоступность</li> <li>2.Бесплатность</li> <li>3.Удовлетворение интереса аудитории</li> <li>4.Свобода выбора потребляемого контента</li> <li>5.Высокая степень попадания в тренды и актуальности доносимой информации</li> </ol>	<p><b>Customer Relationships</b> </p> <p>Девушкам предлагается контент (фото и короткие видео), тесно связанный с их интересом в шоппинге. В директ девушки могут присылать свои предложения о том, что они хотят видеть. Рекламодатели получают площадку для рекламы своих магазинов и брендов одежды в кругу лиц с высокой заинтересованностью в их продукте.</p>	<p><b>Customer Segments</b> </p> <p>В широком смысле вся аудитория инстаграма. В узком смысле девушки и женщины от 13 до 45 лет.</p>
<p><b>Key Resources</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сам аккаунт блога в инстаграм;</li> <li>2. Личность ведущего;</li> <li>3. Доверие аудитории;</li> <li>4. Доверие спонсоров и рекламодателей;</li> <li>5. Оборудование для съемки фото, и видео-контента.</li> </ol>	<p><b>Channels</b> </p> <p>Инстаграм</p>			
<p><b>Cost Structure</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Расходы на рекламу;</li> <li>2. Расходы на оборудование для съемки(новый телефон, если потребуется);</li> <li>3. Покрытие стоимости товаров и расходов, связанных с тематикой (возможная покупка одежды и тп)</li> <li>4. Расходы на материалы для шапок.</li> </ol>		<p><b>Revenue Streams</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Средства, полученные от рекламодателей;</li> <li>2. Товары или средства, полученные от спонсоров;</li> <li>3. Средства полученные от продажи своих товаров(такой блог можно рассматривать, как перспективу создания своего бренда одежды или аксессуаров.</li> </ol>		

# Канвас первый

Youtube-канал выбор одежды во время распродаж (в каком магазине, что лучше купить)

<p><b>Key Partners</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Спонсоры</li> <li>2. Другие каналы (особенно - близкие по тематике)</li> <li>3. Администрация youtube</li> <li>4. Деятели иных интернет-ресурсов</li> <li>5. SMMщики</li> <li>6. Рекламодатели</li> </ol>	<p><b>Key Activities</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выпуск контента</li> <li>2. Анализ трендов</li> <li>3. Переговоры с админами и рекламодателями</li> <li>4. Продвижение себя в массы</li> <li>5. Освоение новых медиаплощадок</li> </ol>	<p><b>Value Proposition</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общедоступность</li> <li>2. Бесплатность</li> <li>3. Удовлетворение интереса аудитории</li> <li>4. Свобода выбора потребляемого контента</li> <li>5. Высокая степень попадания в тренды и актуальности доносимой информации</li> </ol>	<p><b>Customer Relationships</b> </p> <p>Аудитории предлагается контент, тесно связанный с ее потребностями и фидбэком, на безвозмездной основе. Рекламодатель/спонсор получает возможность пиара в кругу лиц с потенциально высокой заинтересованностью в продукте.</p>	<p><b>Customer Segments</b> </p> <p>В широком смысле - вся аудитория youtube. В узком смысле девушки и женщины от 13 до 45 лет.</p>
<p><b>Key Resources</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сам канал</li> <li>2. Личность ведущего</li> <li>3. Доверие аудитории</li> <li>4. Доверие спонсоров и рекламодателей</li> <li>5. Оборудование для съемки и монтажа</li> <li>6. Задействованные в проекте лица</li> </ol>		<p><b>Channels</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Youtube</li> <li>2. Площадки, позволяющие встраивать видео с него</li> </ol>		
<p><b>Cost Structure</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Расходы на оборудование для съемки и монтажа</li> <li>2. Заработная плата задействованным лицам (если они есть)</li> <li>3. Расходы на продвижение</li> <li>4. Покрытие стоимости специфических товаров и расходов, связанных с тематикой</li> </ol>			<p><b>Revenue Streams</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Средства, полученные от рекламодателей</li> <li>2. Средства, полученные от спонсоров</li> <li>3. Доходы, связанные с "торговлей личностью" автора</li> <li>4. Средства, привлеченные от аудитории</li> <li>5. Доходы с партнерской программы youtube</li> </ol>	

# Финансовая модель ИТОГО

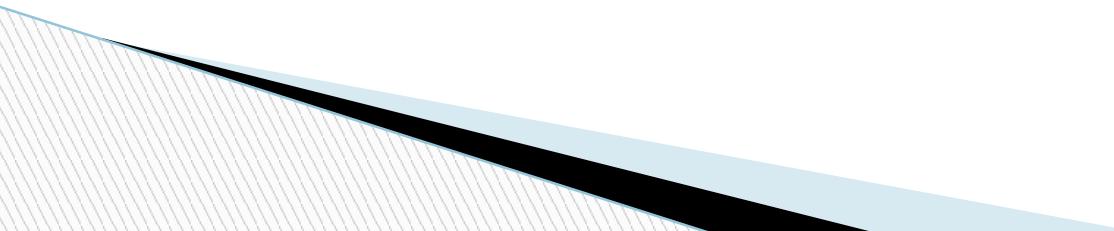
- Обратный счет:  
Цель: 5000руб+1 вещь по бартеру  
Цена за рекламу **500руб** или бартер-это 11 рекламных постов за месяц.(для удобства расчетов возьмем цель 5500руб, цена исходя из цены рекламы у блогеров от 3 тыс. подписчиков до 10 тыс.; цены на рекламу в приложении б)  
Расходы на рекламу: **1000 руб** в месяц(такая цена за месяц работы работа по подписчикам rudoinsta).  
Прямых издержек нет-только личное время, которое тратится на написание постов и обновление аудитории для работа: час работы оцениваю, как в макдаке **120 руб./час**.  
На написание постов трачу по 10мин в день, посты публикуются через день=**15 постов\*10 мин=150 мин(2,5 часа)** в месяц. На обновление аудитории для работа трачу **30 минут в месяц**. Всего 3 часа личного времени в месяц  
затрачено=**120руб\*3=360руб**.  
Итого:(5500+1360)/500=11.72. То есть 12 рекламных постов нужно продавать в месяц, чтобы достигнуть цели. При этом жизненная ценность рекламодателя, если он придет один раз  
LTV=1\*500-114=386 руб.  
CAC=1360/12=114руб.
- С шапок хотелось бы получать ещё 4500руб в месяц.  
Цель:4500руб/мес. На привлечение не тратятся деньги в этом случае, потому что робот подключен именно на аккаунт блога. Одна шапка можно продается за **1000р**, себестоимость которой **200р** + временные трудозатраты **120\*3=360**.  
(4500+360)/800=6,07.  
Для достижения цели необходимо продавать 6 шапок в месяц.  
**CAC=0**, так как на рекламу деньги не тратятся.  
**LTV=1\*800-0=800руб**.  
Итого: в месяц будет получаться 10000руб, если продавать 12 рекламных постов и 6 шапок.

□ \*красным выделены подтвержденные цифры

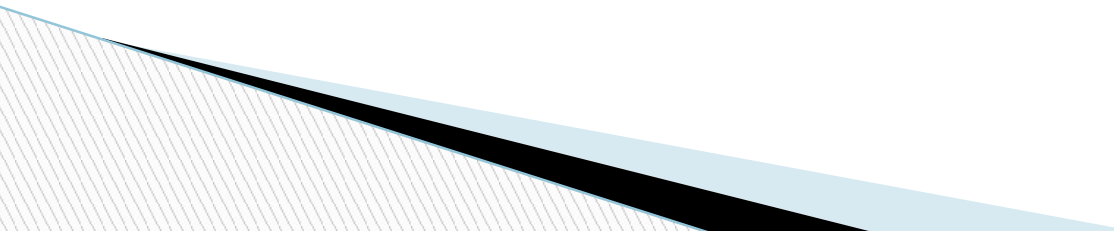
# Воронка продаж

- Так как с самого начала было понятно, что на блоге не заработать, пока не раскрутить его и не вложить в него душу (как собственно и многие другие бизнесы), то плановой воронки не было.
- После введения продажи шапок и полученных результатов на сегодня можно посчитать воронку факт.
- 5000(100%) всего подписок-->600(12%) всего подписчиков-->3(0,5%) купили шапки.
- Вывод: за месяц получилось продать 3 шапки, то есть 2400 руб. Так как для запланированной цели в 10 тыс. руб. на рекламе и шапках в месяц по расчетам нужно было продавать 6 шапок и 12 рекламных постов, но и подписчиков на блог для этого необходимо гораздо большее количество, то результат в 3 проданных шапки не такой уж и плохой для данного этапа.

# Что интересного я узнала на курсе

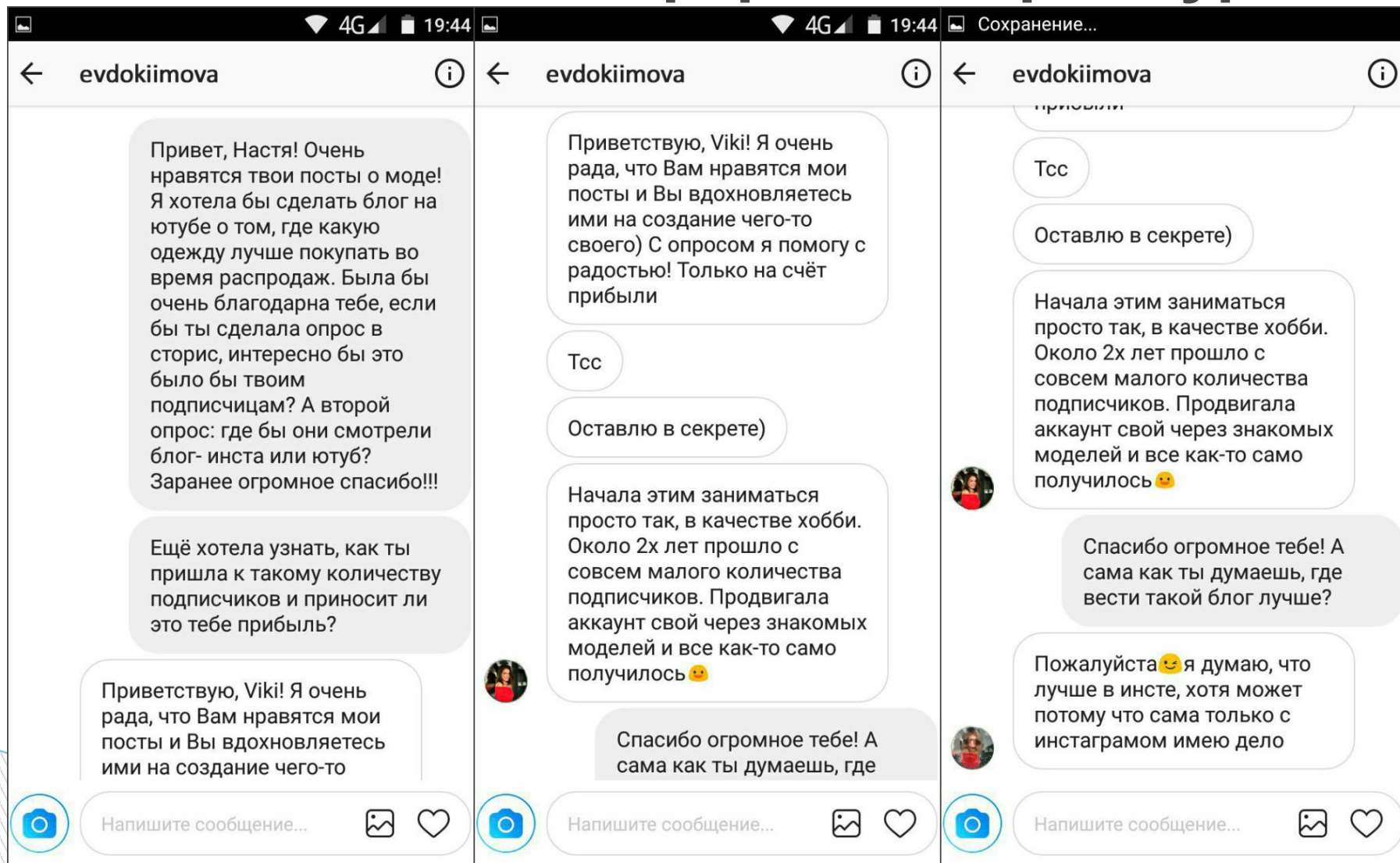
- ▣ Самым ценным знанием для меня было MVP, как самый лучший инструмент для тестирования бизнес-идеи.
  - ▣ Кроме того очень понравилось направление на нестандартное мышление (ТРИЗ) и «монастыри».
  - ▣ Узнала как считать ценность клиента LTV.
- 

# Чему я научилась

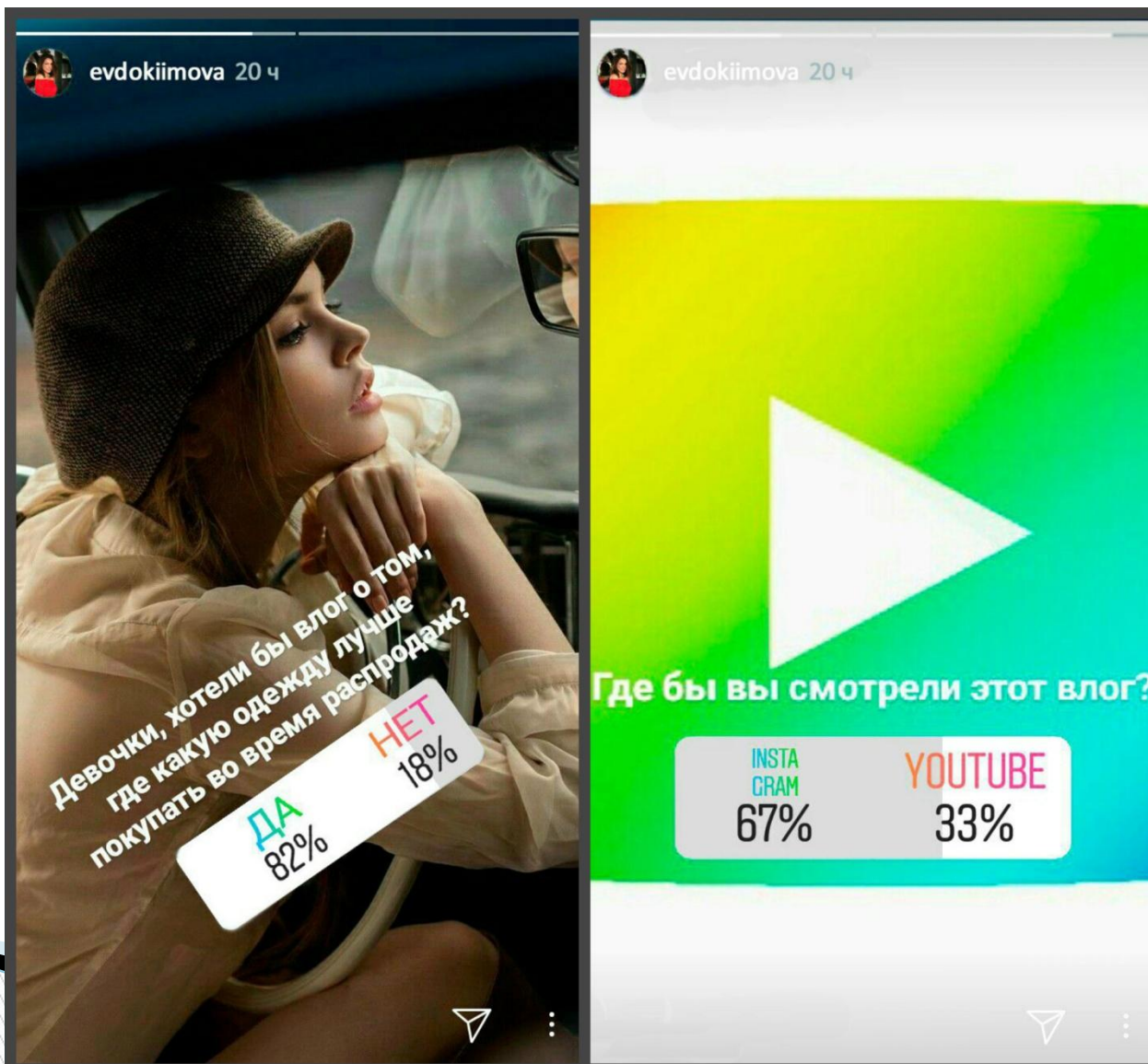
- ▣ Создавать MVP и тестировать гипотезы.
  - ▣ Рассчитывать простенькую финансовую модель обратным счетом.
  - ▣ Попробовала тестировать рекламу на разных аудиториях (до этого знала только теорию, наконец смогла попробовать это на практике).
  - ▣ Главным было понять как заработать на блоге уже на этапе с малым количеством подписчиков.
- 



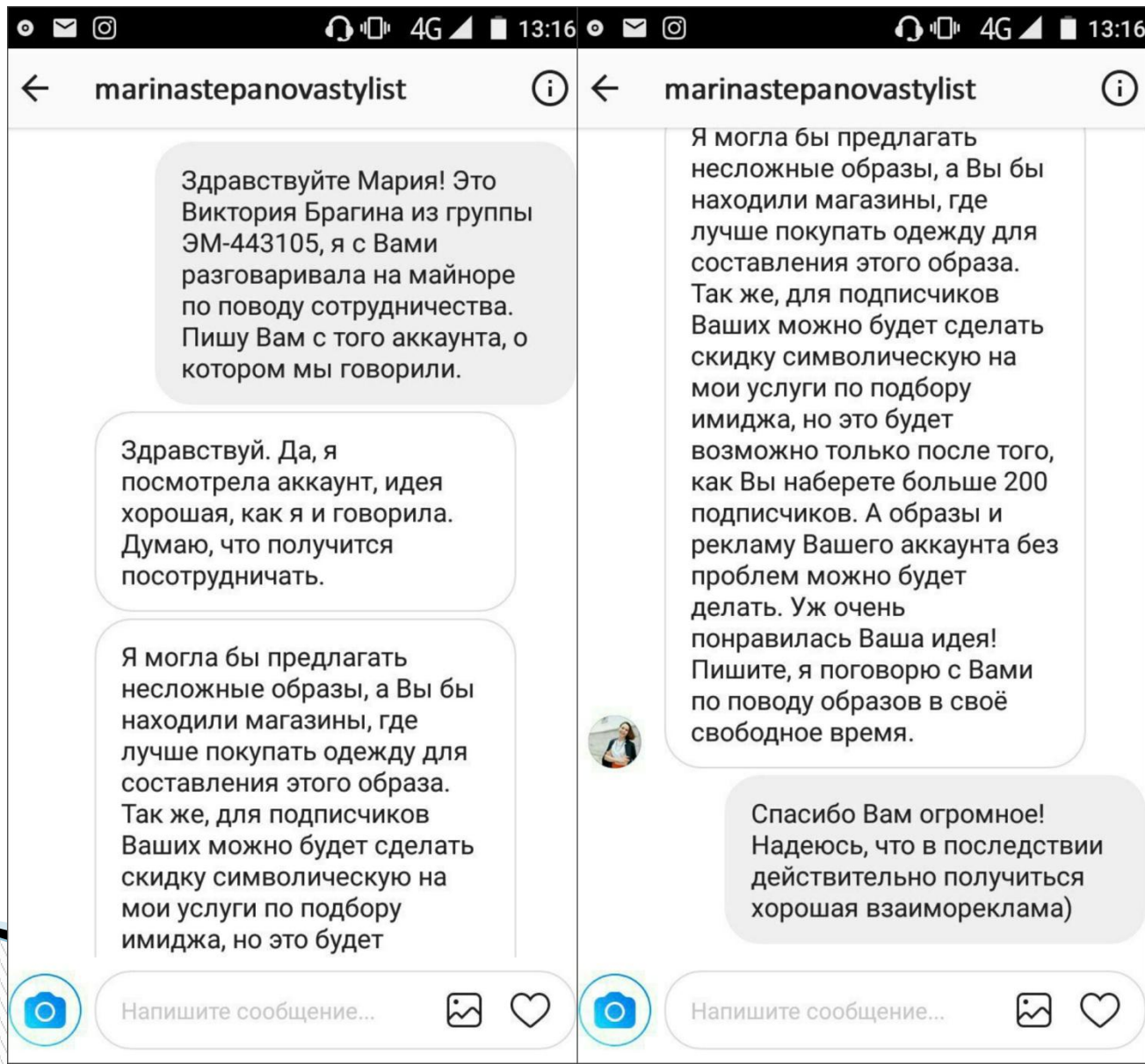
# Приложение 1 (переписка с лидером мнений в бьюти сфере Екатеринбурга)



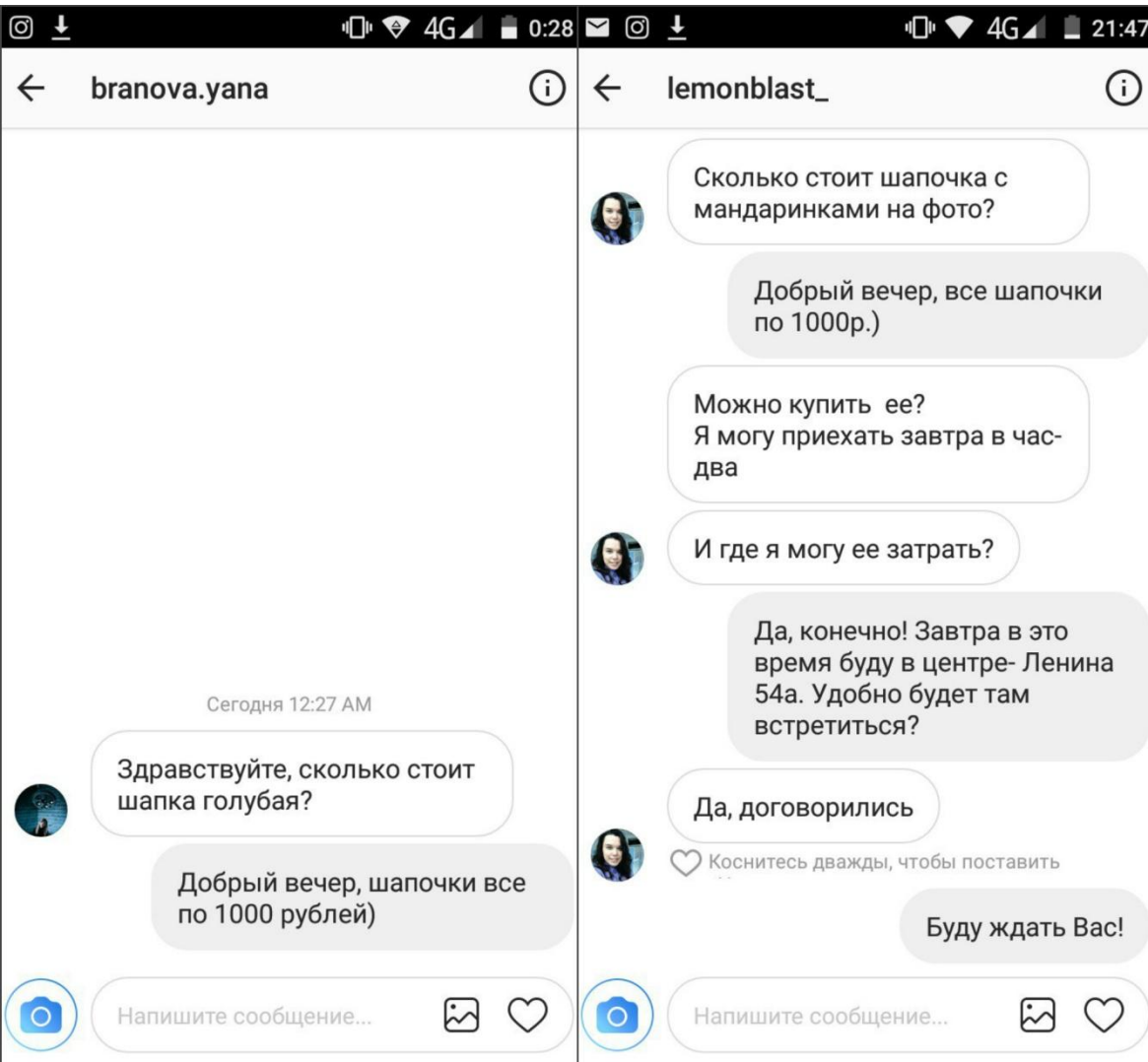
## Приложение 2 (тест гипотезы ценности-опрос у лидера мнений в инсте)



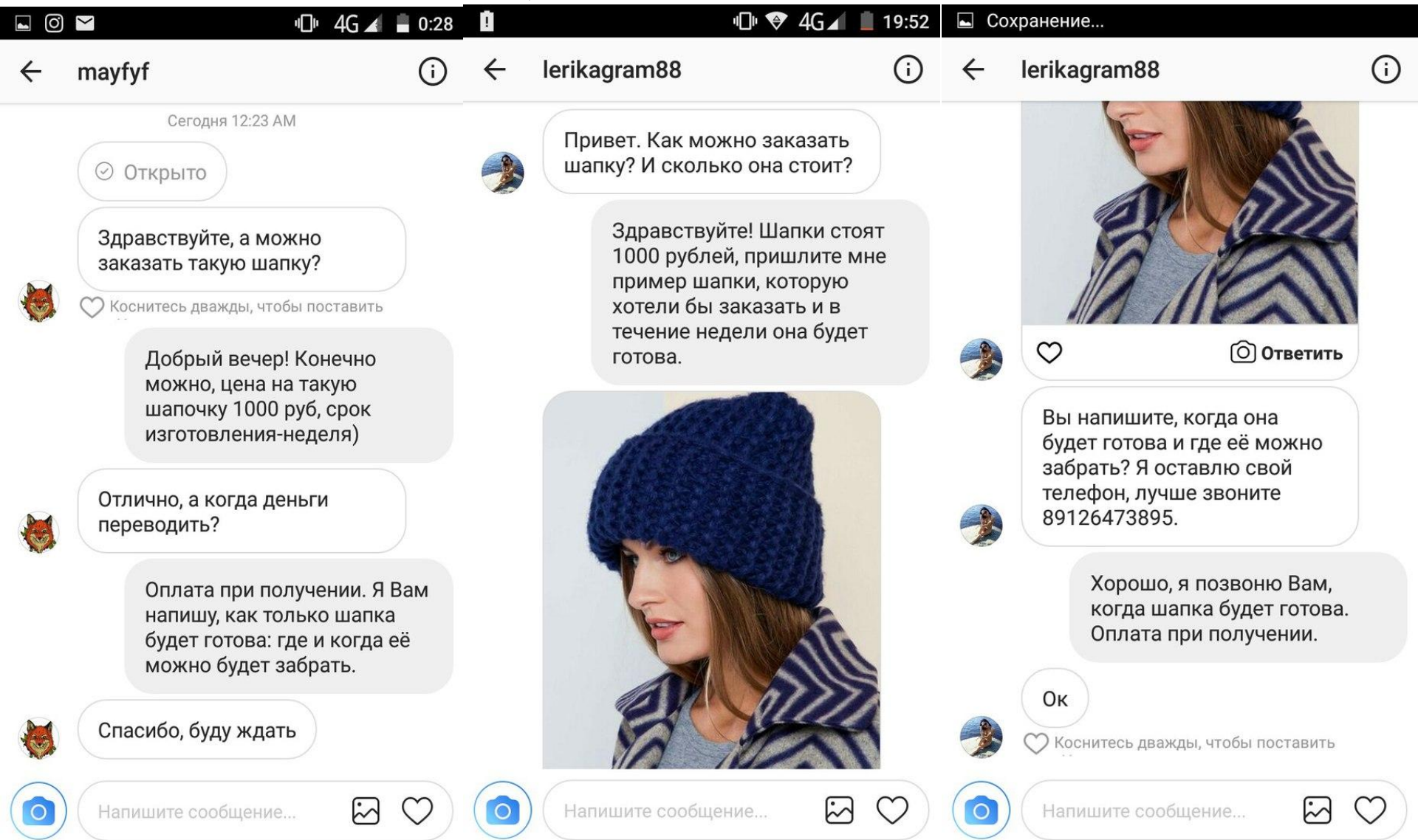
# Приложение 3 (переписка с партнером)



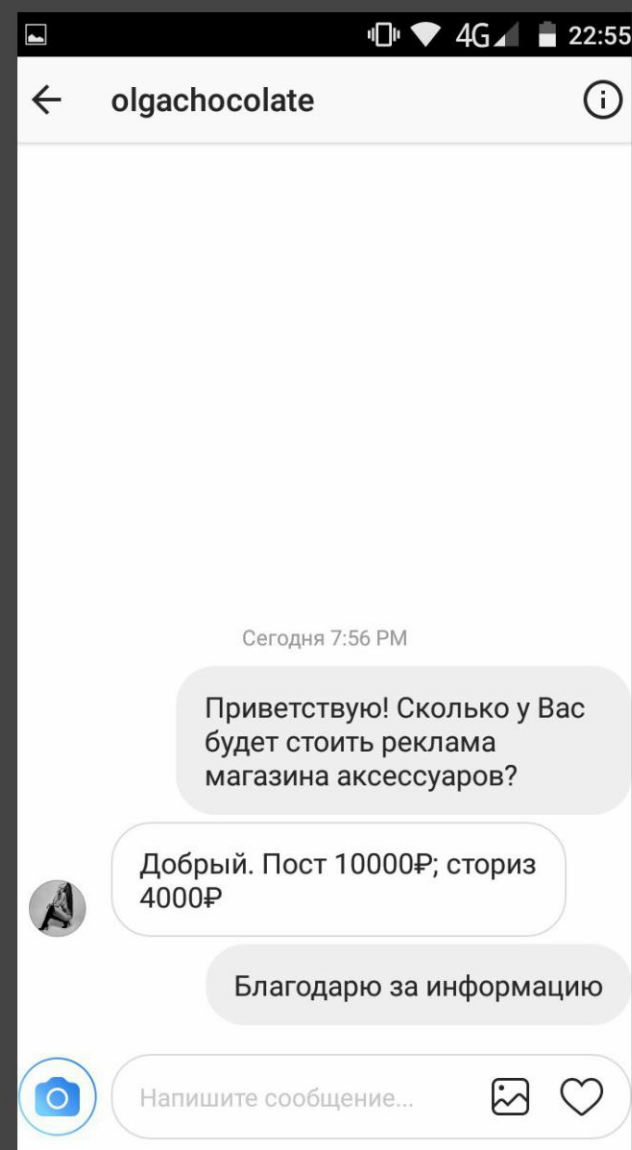
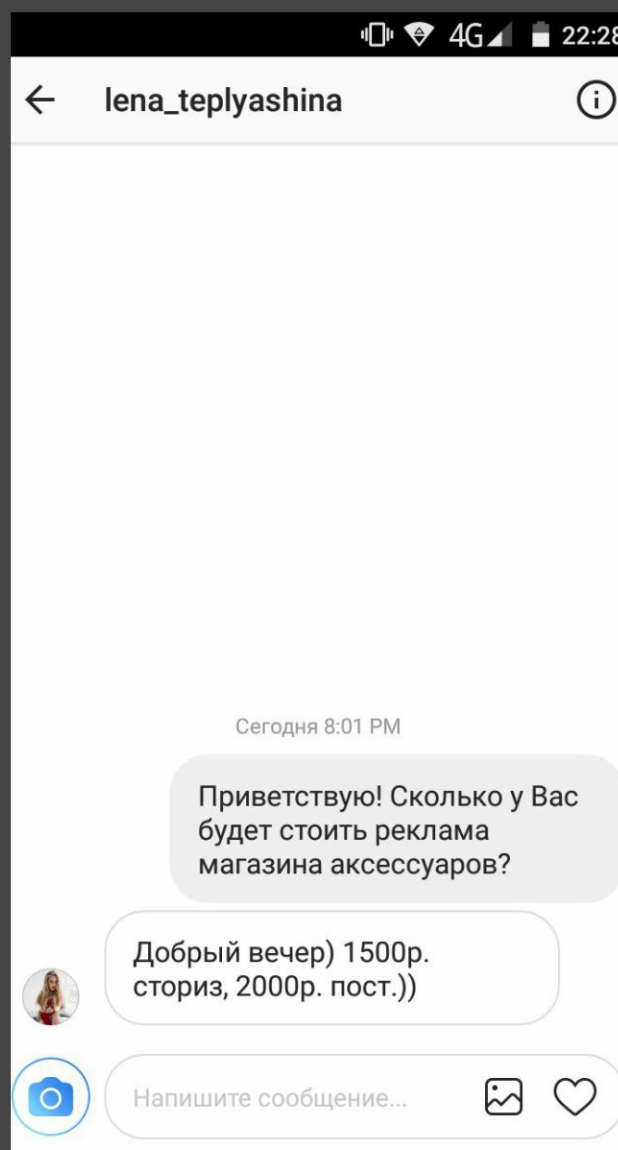
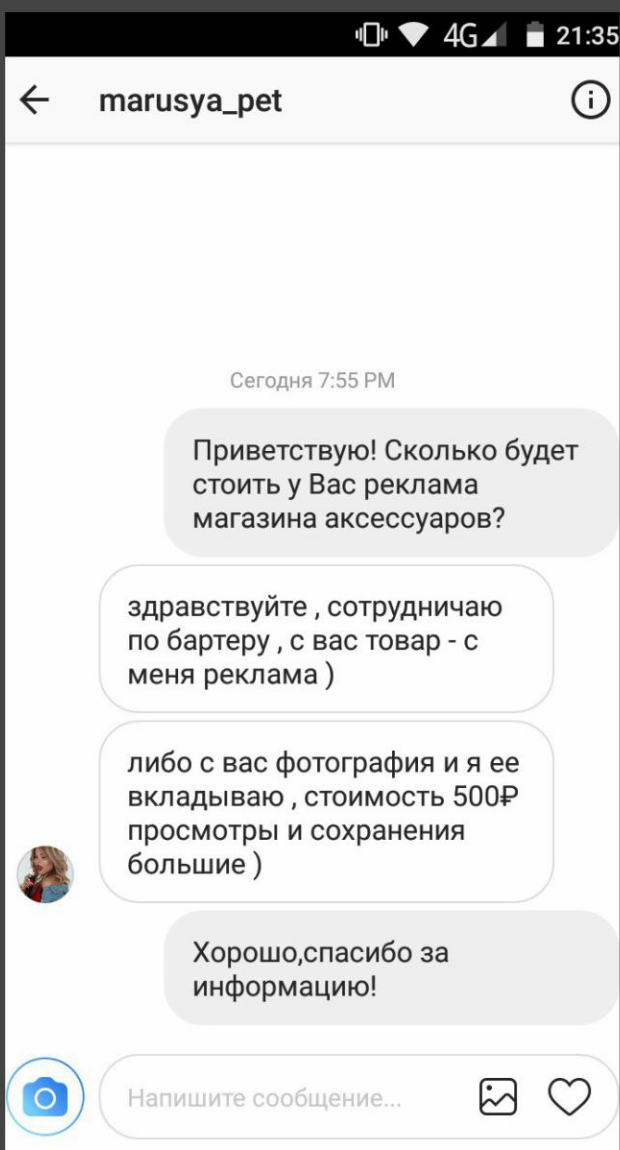
# Приложение 4 (первая покупка и интерес в продаже шапок)



# Приложение 5 (2 новых заказа на этой неделе)



# Приложение 6 (подтверждение цен на рекламу для финансовой модели)



# Приложение 7 (аккаунт блога на данный момент)

ССЫЛКА:

[https://www.instagram.com/dresswithout\\_stress/](https://www.instagram.com/dresswithout_stress/)

