



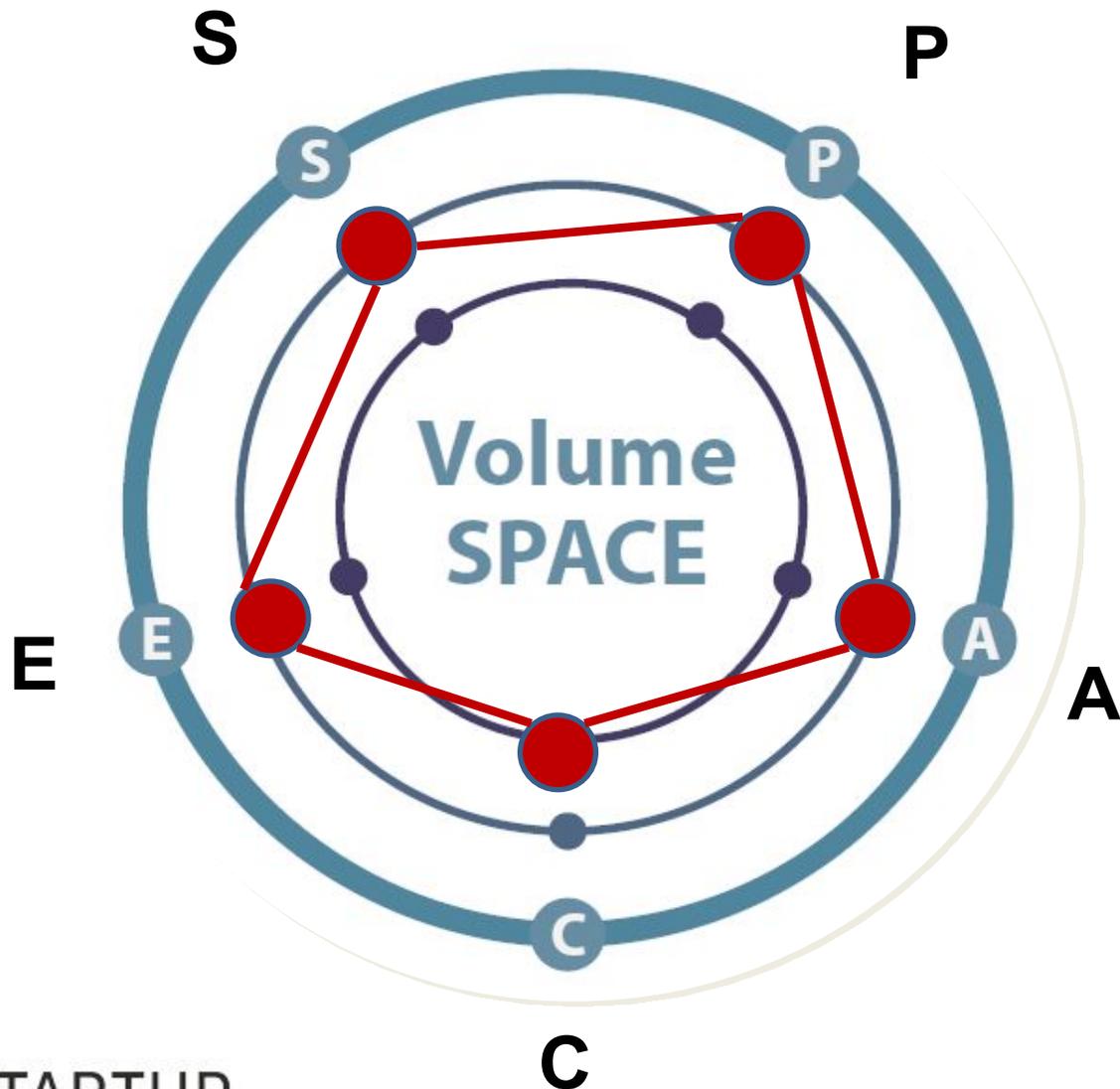
Программа сопровождения

ДОЛ Белая птица

6 сентября 2016 г.

Материалы, представленные в данной презентации, предназначены для участников и экспертов Программы Сопровождения ЦРНО и не подлежат разглашению третьим лицам.

Мой проект (детский инклюзивный лагерь) создает (курсы реабилитации и социальной адаптации) помогающие (детей с тяжелыми заболеваниями) решать (проблему отдыха, общения, лечения) при помощи (комплексного систематического подхода и вклада высококвалифицированных специалистов в данной области.)



<p>МОТИВАТОР</p> <p>Хочет, чтобы ребенок хорошо отдохнул. Хочет получить все услуги в одном месте. Ищет высококвалифицированных специалистов и как можно дешевле. Должен быть хороший уход за ребенком, комплексный подход к проблеме. Хочет чтобы с ребенком много занимались, чтобы он учился чему-то новому. Чтобы у ребенка расширился круг общения.</p> <p>Хочет отдохнуть сама. Заняться своими делами.</p>	<p>ТЕХНОЛОГИЯ</p> <ul style="list-style-type: none"> •Доступная среда, •специализированный бассейн, •высококвалифицированный персонал, •инклюзивный подход 	<p>НЕРЫНОЧНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА</p> <p>Доступная среда, прием детей с различными заболеваниями</p>	<p>КАНАЛЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> • СМИ, • Сайт, • Социальные сети, • Партнеры • Сарафанный маркетинг 	<p>ПОРТРЕТ</p> <p>Мама с ребенком-инвалидом. Уставшая, сконцентрированная на потребностях ребенка. Постоянно ищет для него новые возможности для лечения, реабилитации, отдыха. Не имеет времени на себя. Не работает. Замужем. Доход семьи – это зарплата мужа, пенсии по инвалидности ребенка, пособия и поддержка других родственников (бабушек, дедушек и тд) Средний месячный доход на одного члена семьи ~ 30 тыс. руб.</p>
	<p>ПРОДУКТ</p> <ul style="list-style-type: none"> •Интересный, многоинформационный сайт •качественное реабилитационное оборудование, •территория. •Уникальность услуги 	<p>РЫНОК</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рынок в России новый • Фокус на СПб и Лен.обл. • 50 тыс.. человек в целевой группе 	<p>ВОРОНКА</p> <ul style="list-style-type: none"> - Узнают о проекте из соц. Сетей, на сайте или выставке - Знакомятся с полным описанием программ, ценами, смотрят отзывы - Задают вопросы связанные с прибытием в лагере именно их ребенка (диагноз) - Оплачивают - Приезжают на смену в лагерь 	<p>Информацию мама ищет в интернете, и советуется, узнает у других мам все. Мама которая ходит по узкому кругу, маломобильна</p>

ГИПОТЕЗА 1:

Кубик «Упаковка»

1. посещение 18 территорий заброшенных лагерей, усадеб.
2. составить ТОП-5
3. написать письма владельцам, звонить, встречаться.
4. заключить договор аренды на безвозмездной основе.

ГИПОТЕЗА 2:

Кубик «Работа со спонсорами и ресурсодателями»

1. отработать все наши «горячие» и «теплые» контакты, «ближний круг», основанные на личных знакомствах и связях.
2. Получить договоренность с 15 компаниями о дальнейшем сотрудничестве.
3. Найти 15 компаний узкого профиля (по три на профиль), который нам требуется в первую очередь (строительные компании, текстиль, мебельные компании, канцелярия, посуда) и отработать по воронке от письма до договора о сотрудничестве.

- **ГИПОТЕЗА 3:**

Кубик «Портрет» и «Рынок»

1. 15 районных социально-реабилитационных центров для детей-инвалидов СПб. Звонок – встреча с заведующей. Какие услуги родителями и детьми наиболее востребованы. Сколько семей посещает центр, сколько из них в возрасте от 7 до 16, какие заболевания у детей.
2. Связаться с пятью благотворительными организациями-партнерами, опросить их подопечные семьи.
3. опрос в группе по предложению (100 семей).
4. Сбор информации о готовности клиентов покупать путевкизвонки в семьи (50 семей). Уточнение требований семей к лагерю. Дополнительный сбор информации по условиям, которые они хотят видеть в лагере. Сбор контактов, договоренность о возможных звонках для дополнительных консультаций. Работа с лояльностью клиента. Предпродажи.
5. встреча с семьями (20 семей). Презентация, получение обратной связи. Сбор информации. Предпродажи путевок.

Что сделали за лето (что можно посмотреть и/или пощупать?)

группа в соц сетях, пример
коммерческого предложения, текст
рассылки, фото буклетов или
флайеров, образцы продукции, фото
подписанного договора, еще что-то.

- Посещение 18 территорий заброшенных лагерей
- Создание ТОП-5 и отправка писем их владельцам лагерей
- Рассылка писем с подробным описанием проекта по друзьям в поисках нужных контактов
- Отправка писем по полученным контактам (5 штук)
- Заключение устного договора с центром развития для детей с тяжелыми заболеваниями на оказание услуг на территории лагеря
- Создание опроса в соц.сетях, рассылка по потенциальным клиентам
 - Встреча с заведующими районных центров реабилитации для детей-инвалидов (не успели)

Выводы, озарения:

1. Услуги лагеря должны быть платными для всех.
Если удастся попасть в реестр социальных услуг, то можно будет получать компенсацию, если нет, то есть фиксированная цена путевки.
2. Рассмотреть варианты отдыха ребенка вместе с родителем (экономия на предоставлении тьютера)
3. Предлагать школам подготовку тьютеров на территории лагеря

- Юридические консультации по документации для открытия детского лагеря
- Отработка «воронки продаж»
- Рассчитать экономику проекта
- Создание коммерческого предложения и работа с партнерами



Если есть дополнительные вопросы пишите:

Москвина Анастасия
a.moskvina@crno.ru

Казыханов Дамир
damir@globalstartup.ru



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!