

Планирование мероприятий

ПОДГОТОВИЛИ: РЕМПЕЛЬ ВЛАДА И ЧЕРНОВА МАРИЯ

ГРУППА: Б-19

Ментальная карта



Конкурентоспособность



- ▶ Мы знаем как развеселить народ или же наоборот провести спокойную деловую встречу.
- ▶ Мы не берем много денег и потому мы очень востребованы.
- ▶ По окончании мероприятия мы подарим совершенно бесплатно вам тематические подарки от нашей фирмы.

Методы генерации идей

- ▶ 1. Мозговой штурм.
- ▶ 2. Метод Киплинга
- ▶ 3. Обратный мозговой штурм.

Оценка реализуемости бизнес-идеи

- ▶ Метод FAN:

- ▶ 1) можно ли реализовать данную идею?

Можно, потому что у нас есть желание заниматься этим безвозмездно и есть возможности.

- ▶ 2) является ли она привлекательной?

Да, является. Потому что большое количество людей не могут самостоятельно придумать метод проведения мероприятия.

- ▶ 3) насколько востребована эта идея?

- ▶ В крупных городах эта идея весьма востребована, потому что у занятых людей мало времени для организации мероприятия.

Наша команда

Наша команда



Ремпель Влада

15 лет

Учится в колледже МИДиС
на факультете «Экономика
и бухгалтерский учёт».



Кафян Арам

16 лет

Учится в колледже МИДиС на
факультете «Банковское дело»

Наши сильные стороны. Личностные качества.

- ▶ Ремпель Влада:
 - ▶ 1. Пунктуальность;
 - ▶ 2. Общительность;
 - ▶ 3. Амбициозность.

- ▶ Кафян Арам:
 - ▶ 1. Трудолюбие;
 - ▶ 2. Отзывчивость;
 - ▶ 3. Скромность.

Компетенция

- ▶ Ремпель Влада:
 - ▶ 1. Нахождение общего языка с людьми любых возрастов;
 - ▶ 2. Финансовое распределение;
 - ▶ 3. Управленческие навыки.
- ▶ Кафян Арам:
 - ▶ Умение предотвращать конфликты или решать их таким способом, чтобы было как можно меньше последствий для работника и рабочего процесса;
 - ▶ Умение быстро передавать информацию, а также правильно её воспринимать;
 - ▶ Находить подход к людям.

Опыт работы

- ▶ Кафян Арам и Ремпель Влада:
- ▶ Помощь в организации школьных мероприятий.

Перспектива профессионального развития

- ▶ **Получение навыков в обработке и составлении бюджета:**
- ▶ Обучение на бухгалтерском факультете и факультете банковского дела;
- ▶ Прохождение онлайн-курсов;
- ▶ Самообучение.

- ▶ **Организация мероприятий:**
- ▶ Прохождение онлайн-курсов;
- ▶ Получение опыта при дополнительной подработке - помощи в организации мероприятий.

Распределение функциональных ролей в команде



Целевая аудитория

Признаки сегментации	Семейные пары	Бизнес-партнёры	Именинники
пол	Мужчины и женщины	Мужчины и женщины	Мужчины, женщины и дети
возраст	От 18 до 45	От 18 лет и выше	Любых возрастов
уровень дохода	Совместно около 80000р	Около 200000р чистого дохода	Около 35000р
семейный статус	Помолвл(ен)/(на), в гражданском браке	Любой	Любой
профессия	Учитель , предприниматель, менеджер и т.д	Предприниматели или важные люди в крупных компаниях	Любая
образование	Высшее , среднее-профессиональное	Высшее , среднее-профессиональное	Любое
национальность	Любая	Любая	Любая

Признаки сегментации	Семейные пары	Бизнес-партнёры	Именинник
Род деятельности	Частный предприниматель , руководитель, организации , специалист с высшим образованием , служащий , рабочий (ий)/(ая)	Частный предприниматель , руководитель , организации , специалист с высшим образованием	Частный предприниматель , руководитель , организации , специалист с высшим образованием , служащий , рабочий (ий)/(ая) , учащийся , студент , пенсионер
Черты характера	Вежливость , доброта , терпеливость	Пунктуальность	Жизнерадостность , терпеливость , умение веселиться
Жизненная позиция	Активная	Активная	Активная

5 W

Вопрос	Семейные пары	Бизнес-партнёры	Именинники
What? (Что?)	Весёлая и торжественная или спокойная свадьба в близком кругу лиц	Спокойная деловая встреча	Весёлый День рождения или День рождения в близком кругу лиц
Who? (Кто?)	Мужчины и женщины от 18 лет до 45 лет	Предприниматели от 18 лет	Мужчины, женщины и дети любых возрастов
Why? (Почему?)	Желание провести красивое и запоминающееся бракосочетание	Желание провести спокойную и организованную бизнес-встречу	Желание красиво и весело отметить День рождения
When? (Когда?)	В любое время года		
Where? (Где?)	Тематические группы и сайты, соц.сети: группы с свадебными причёсками и одеждой, группы по интересам	Реклама в ленте соц.сетей, группы по интересам, офисы, кафе	Школы, кафе, ТЦ, детские сады, соц.сети

5 W

Вопрос	Семейные пары	Бизнес-партнёры	Именинники
Какой тип рынка?	B2C	B2C	B2C
Платящая-не платящая?	<ol style="list-style-type: none">1) Мужчина –платящая , женщина-не платящая;2) Женщина – платящая , мужчина – не платящая;3) И мужчина , и женщина – платящая.	<ol style="list-style-type: none">1)Партнёр №1 – платящая, партнёр №2 – не платящая;2)И партнёр № 1 и партнёр № 2 –платящая.	<ol style="list-style-type: none">1)Родители – платящая, дети – не платящая;2) Именинник – платящая , гости – не платящая;3)Гости - платящая, именинник – не платящая
Потенциальная аудитория	8700 человек	4700 человек	10000 человек
Доступная аудитория	223,2 человек	120,6 человек	256,2 человек

Бизнес-процессы

Вертикальные схемы бизнес-процессов

Блок 1

1. Выбор идеи	2. Поиск помещения	3. Найм рабочих	4. Поиск ресурсов	5. Реклама	6. Открытие
1.1. Интересы команды	2.1. Идея обустройства	3.1. Поиск подходящей кандидатуры	4.1. Список нужных ресурсов	5.1. Определение типа рынка	6.1. Анонс
1.2. Методы генерации идей	2.2. Поиск помещения	3.2. Размещение объявления	4.2. Поиск поставщиков	5.2. Поиск потенциальной и доступной аудитории	6.2. Приглашение на мастер-класс
1.3. Выбор идеи	2.3. Аренда или покупка	3.3. Собеседование	4.3. Заключение договоров с поставщиками	5.3. Идеи о размещении рекламы	6.3. Праздничное открытие
	2.4. Обустройство помещения	3.4. Найм на работу	4.4. Заказ ресурсов	5.4. Размещение рекламы	

Блок 2

1. Организация мероприятий

1.1. Встреча с клиентом

1.2. Консультация с клиентом

1.3. Выбор организации мероприятия

1.4. Проведение мероприятия

1.5. Получение прибыли

2. Распределение бюджета

2.1. Плата за аренду, либо плата налога на имущество

2.2. Распределения з/п персоналу

2.3. Расходы на ресурсы и оплата по договору поставки

2.4. Оплата регулярной рекламы

2.5. Остатки – личный бюджет

3. Развитие бизнеса

3.1. Расширение главного офиса

3.2. Поиск новых точек

3.3. Аренда новых помещений

3.4. Расширение персонала

3.5. Новые договоры с поставщиками

3.6. Открытие точек

Горизонтальные схемы бизнес – процессов

Блок 1

Процессы	Вход	Выход	Ответственный
1.Интересы команды	Хобби и таланты	Общие интересы	Вся команда
1.2.Регенерация идеи	Желание заняться предпринимательской деятельностью	Готовая идея	Вся команда
1.3.Выбор идеи	Методы генерации идеи	Бизнес идеи	Вся команда
2.1.Идея обустройства помещения	Представление о том каким будет офис	Поиск конкретного помещения	Влада
2.2.Поиск помещения	Точные критерии	Покупка или аренда помещения	Влада
2.3.Аренда или покупка помещения	Просмотр подходящего помещения	Обустройство помещения	Влада
2.4.Обустройство агентства	Вкусовые предпочтения	Обустроенный офис-агентство	Влада

Процессы	Вход	Выход	Ответственный
3.1.Поиск подходящей кандидатуры	Идеи об подходящем персонале	Категории об подходящей кандидатуры	Арам
3.2.Размещение объявления	Составлений резюме от работодателя	Заинтересованные работники	Арам
3.3.Собеседование	Приход претендента на должность	Принятие на работу	Арам
3.4.Принятие на работу	Собеседование	Приступление к обязанностям	Арам
4.1.Список нужных ресурсов	Идеи о нужных ресурсах	Конкретный список товаров	Влада
4.2.Поиск поставщиков	Поиск компаний , которые могут поставлять нам нужные ресурсы	Подготовка к оформлению договора о поставке	Влада
4.3.Заключение договоров с поставщиками	Устная договорённость и составление договора	Заключён договор с поставщиками	Влада

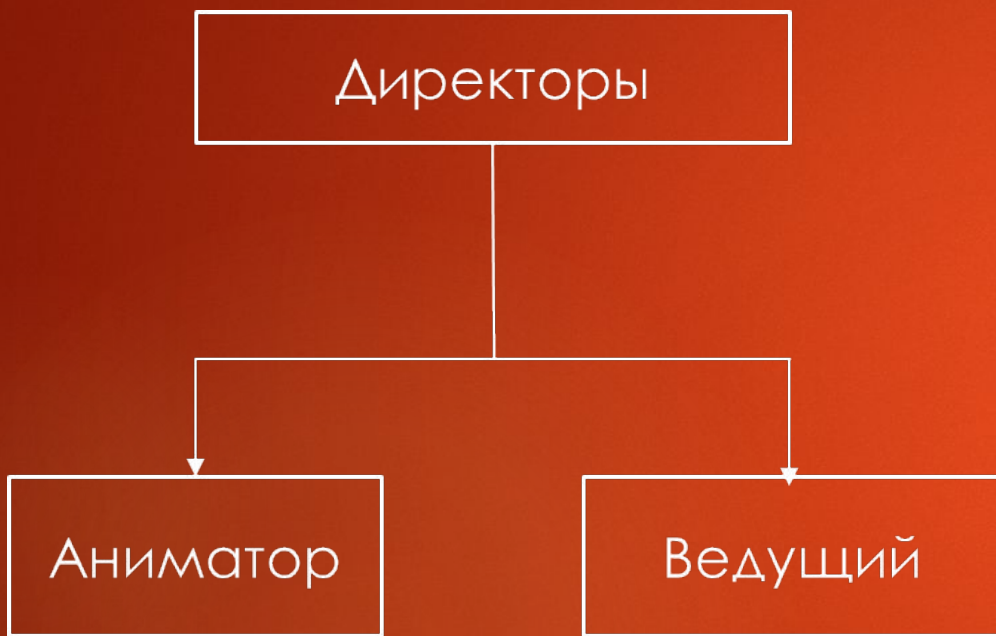
Процесс	Вход	Выход	Ответственный
4.4. Заказ ресурсов	Передача списка ресурсов поставщикам	Доставка товара и оплата	Влада
5.1. Определение типа рынка	Определить для кого создан наш бизнес	Определение рынка B2C	Арам
5.2. Поиск потенциальной и доступной аудитории	Определить, кому больше всего будет интересно наше дело	Вычислить места размещения рекламы	Арам
5.3. Идеи о размещении рекламы	Область потенциальных и доступных клиентов	Создание цифровой и плакатной рекламы	Арам
5.4. Размещение рекламы	Плата за размещение	Трансляция рекламы	Арам

Процесс	Вход	Выход	Ответственный
6.1. Анонс открытия	Подготовка видео или афиши	Первые заинтересованные клиенты	Вся команда
6.2. Приглашение на мастер-класс	Идея о том, что мы будем показывать	Довольные гости	Вся команда
6.3. Праздничное открытие	Праздничная подготовка	Открытие агентства	Вся команда



Организационная структура

Стадия запуска



Стадия роста



Стадия зрелости



Позитивные варианты	Действия	Негативные варианты	Антикризисный план
1.Всокий спрос	Постепенное повышение цен	1.Низкий спрос	Снижение цен
2.Большая прибыль	Улучшение оборудование	2.Маленькая прибыль	Экономия на ресурсах
3. „Сарафанное радио”	Скидки новым клиентам	3.Низкий уровень известности	Реклама
4.Низкая конкуренция		4.Высокая конкуренция	Повышение превосходства над конкурентами

Потребность к ресурсам

Материальные

Праздничные принадлежности

Кассовое оборудование

Свадебные принадлежности

Аренда помещений для проведения мероприятий

Информационные

Реклама инстаграмма + фэйсбука

Реклама в вконтакте

Плакатная реклама

Телевизионная реклама на СТС и на России

Финансовые

Материальные
142.160 руб.

Информационные
253.000 руб.

Людские
162.000 руб.

20 % = 111.432 руб.

Итого 668.592 руб.

Людские



Должность	Кол-во	Зарплата	Итог
Аниматор	3	34.487 руб.	102.000 руб.
Ведущий	2	30.000 руб.	60.000 руб.

Анализы бизнес- процессов

SWOT-анализ

Сильные стороны

1. Аккуратно оформленное агентство;
2. Большой выбор услуг;
3. Высокий уровень современности;
4. Высокая узнаваемость с помощью рекламы;
5. Высокий уровень дистрибуции.

Возможности

1. Понижение цен;
2. Улучшение оборудования;
3. Введение новых услуг.

Слабые стороны

1. Низкий уровень осведомлённости;
2. Низкий уровень лояльности;
3. Большие затраты на ресурсы;
4. Высокие цены;
5. Средний уровень технологий.

Угрозы

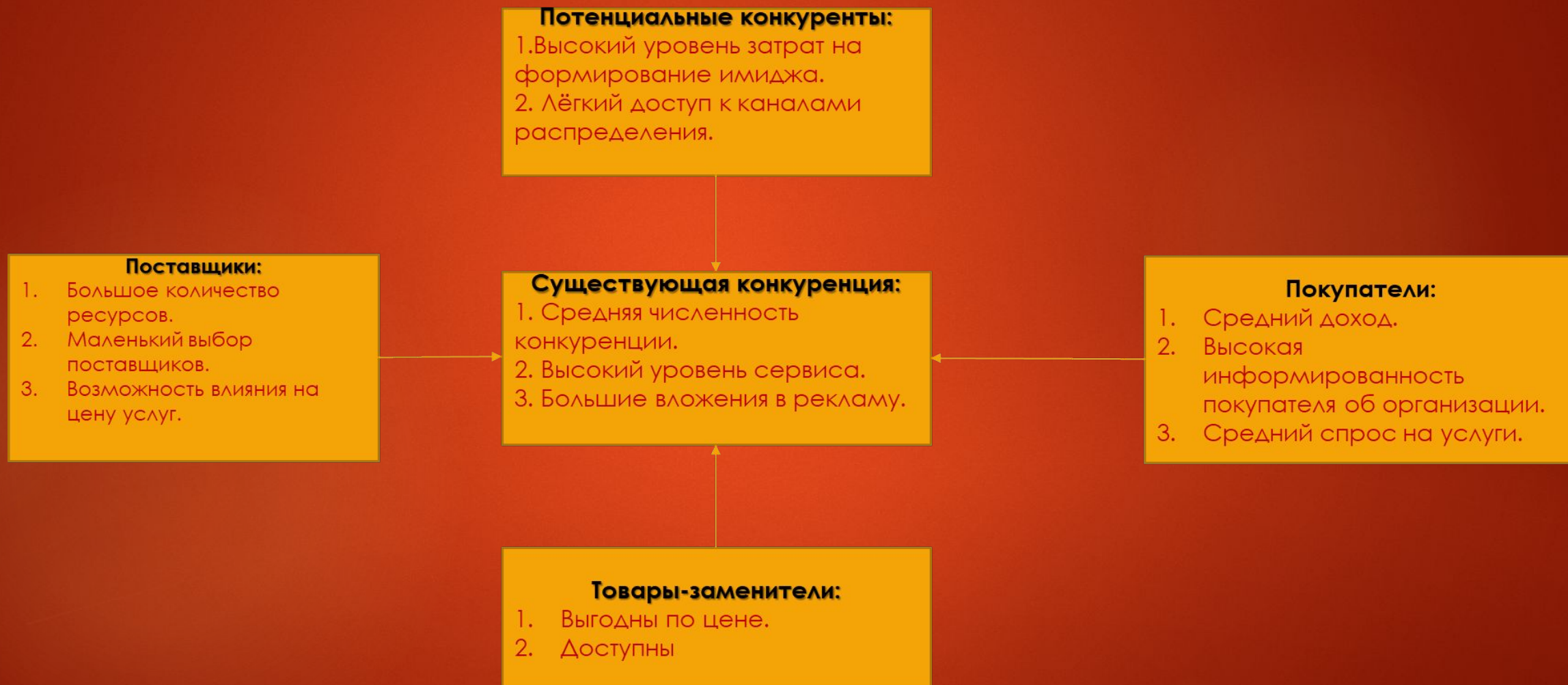
1. Высокая конкуренция;
2. Низкий уровень оборудования;
3. Высокие цены.

Вывод: Главными конкурентными качествами являются: аккуратно оформленное агентство, большой выбор услуг, высокий уровень современности, высокая узнаваемость, высокий уровень дистрибуции. Для большего преимущества над конкурентами нужно: узнать больше о конкурентах, стабилизировать цены на услуги и затраты, повысить уровень технологичности.

PEST-анализ



Анализ 5 сил Портера



Конкуренция

№	Название	Ключевой	Прямой	Косвенный
1.	Zotov	+	+	
2.	XXL	+	+	
3.	„Смотри и учиcь”-онлайн курсы.			+

Прямые конкуренты

Категории	Zotov	XXL	Наша команда «Гарант веселья»
Цена.	Высокие (3) С декабря на 30% дороже. Средний чек = 200 тыс. рублей.	Низкий(5) Средний чек = 16110р	Средние(5) Средний чек = 50 тыс. рублей
Качество сервиса.	Высокое(5) Индивидуальный подход к каждому и комфортные условия на консультации	Среднее(3) Одинакового типа диалог с каждым	Среднее(4) Индивидуальный подход к каждому
Качество проведения мероприятия.	Высокое(5)	Среднее(4)	Среднее(4)
Ассортимент услуг	Большой(5) Мероприятия для бизнеса Массовые мероприятия Личные мероприятия	Большой(4) Любое	Средний(3) Бизнес-встречи Дни рождения Свадьбы

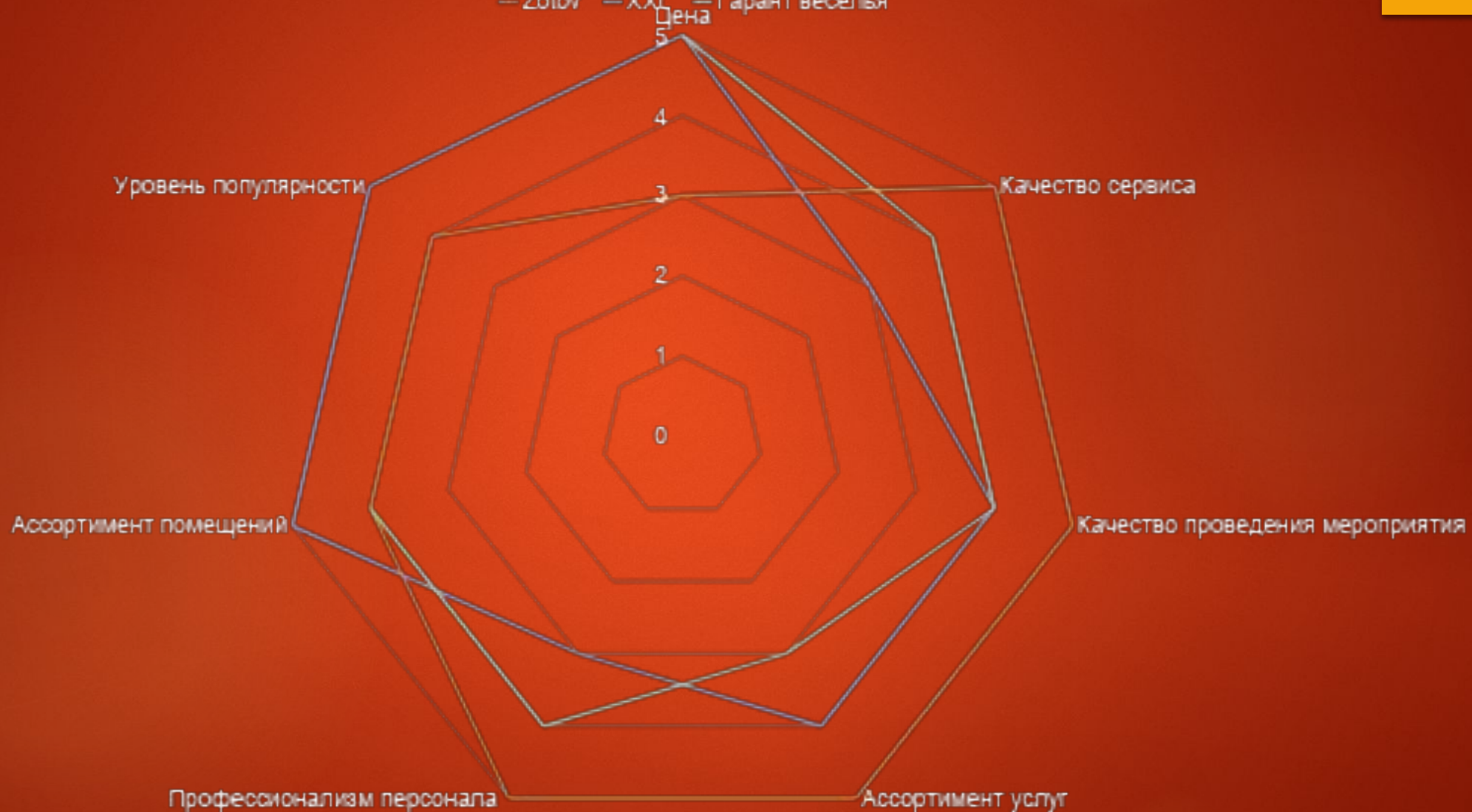
Критерии	Zotov	XXL	Гарант веселья
Профессионализм персонала	Высокий(5) Известные ведущие	Высокий(3) Большой выбор профессиональных ведущих	Средний(4) Небольшой выбор профессиональных ведущих
Ассортимент помещений	Большой(4)	Средний(5)	Большой(4)
Уровень популярности	Высокий(4) Реклама в гугл на первом месте	Низкий(5) Почти неизвестны	Средний(5) Реклама во всех соц. сетях

Косвенные конкуренты

Критерии	Онлайн-курсы «Смотри и учись»	Гарант веселья
Цена.	Низкая(5) Средний чек=3000р	Средние(5) Средний чек = 50 тыс. рублей
Качество сервиса.	Высокая(5)	Среднее(4) Индивидуальный подход к каждому
Качество проведения мероприятия.	Высокая(4) Обучают высокому уровню проведения мероприятий	Среднее(4)
Ассортимент услуг.	Средний(4) Обучение руководителей, ведущих, аниматоров	Средний(3) Бизнес-встречи Дни рождения Свадьбы
Профессионализм персонала	Высокий(4) Много профессиональных учителей	Средний(4) Небольшой выбор профессиональных ведущих
Ассортимент помещений	Маленький(5) Курсы проходят в одном помещении	Большой(4)
Уровень популярности	Низкий(3)	Средний(5) Реклама во всех соц. сетях

Прямые конкуренты

— Zotov — XXI — Гарант веселья



Косвенные конкуренты

— Онлайн-курсы "Смотри и учись" — Гарант веселья

