

Работу подготовили студенты 232 группы: Мочалов Е.К., Перевалова С.В.,

студенты 236 группы: Бурьянова С.В., Вохминцев И.Д., Рыжов К.А.

Команда №11

1. Стейкхолдеры

1.1 Клиенты

Клиенты выступают в качестве стейкхолдеров, заинтересованных в продукте - бронирование гостиниц и иных доступных видов размещения. Клиенты имеют высокий уровень заинтересованности, так как взаимодействуют с сервисом начиная от поиска и выбора отеля до завершения бронирования и последующего использования забронированных услуг. Их уровень вовлеченности в процесс бронирования и использования сервиса имеет высокий уровень. Также важно отметить, что клиенты могут активно участвовать в обратной связи, оставляя отзывы и оценки, что способствует улучшению качества сервиса.

Рассмотрим **требования клиентов**, среди которых:

1. **Удобство использования:** Интуитивно понятный интерфейс и легкость навигации по сайту или мобильному приложению.
2. **Надежность информации:** Точные и актуальные данные о доступных отелях, их характеристиках и ценах.
3. **Безопасность транзакций:** Гарантия безопасности при проведении платежей и защита личных данных.
4. **Поддержка и обслуживание:** Круглосуточная доступность службы поддержки для решения возникающих проблем и вопросов.

5. Широкий выбор: Большое разнообразие вариантов размещения, от бюджетных до премиум-класса, в различных географических локациях.

Помимо этого нужно оценить **ожидания клиентов**, которые включают в себя:

- 1. Качество обслуживания:** Высокий уровень сервиса на всех этапах взаимодействия, от поиска и бронирования до заселения и проживания в отеле.
- 2. Соответствие обещанного реальности:** Четкое соответствие описаний отелей и предоставляемых услуг реальной ситуации.
- 3. Акционные предложения и скидки:** Регулярные акции и специальные предложения, позволяющие экономить на бронировании.
- 4. Своевременное решение проблем:** Оперативное и эффективное решение любых возникающих проблем или вопросов.
- 5. Положительный опыт:** Общий положительный опыт взаимодействия с сервисом, который побудит клиентов использовать его вновь и рекомендовать друзьям и знакомым.

Уровень **заинтересованности** клиентов в использовании сервиса Островок обусловлен их потребностями в удобном, надежном и выгодном бронировании отелей. Клиенты заинтересованы в получении качественного сервиса, который позволит им сэкономить время и деньги, а также обеспечит комфортное и безопасное проживание. Высокий уровень заинтересованности поддерживается также возможностью получать специальные предложения и участвовать в акциях, что повышает лояльность клиентов.

1.2 Путешественники (B2C)

Уровень вовлеченности

Путешественники, являясь конечными потребителями и более заинтересованными, в сравнении с клиентами, так как они являются “постоянными” клиентами сервиса. Их уровень вовлеченности гораздо выше, чем у “рядовых” клиентов.

Требования путешественников

Путешественники предъявляют разнообразные требования к сервису Островок, включая, схожие с клиентами, но имеющие требование предоставления программ лояльности, а также более высокого качества обслуживания и проведении персональных скидок, что проявляется в требованиях к **ожиданиям путешественников**.

Уровень заинтересованности проявляется в поиске персонализированных предложений и скидок на бронирование отелей.

1.3 Отели (B2B)

Отели являются важными стейкхолдерами сервиса бронирования отелей Островок, активно вовлеченными в бизнес-процессы платформы. Их уровень вовлеченности высокий, поскольку отели предоставляют основной продукт – размещение для клиентов сервиса, и зависят от платформы для привлечения клиентов. Также стоит отметить, что сервис зависит от предоставляемых отелями услуг, так как должна покрывать обеспечение широкого и качественного выбора размещения для клиентов, поддержание высокого уровня сервиса для получения доходов.

Требования отелей проявляются в обеспечении ряда требований к сервису Островок, чтобы обеспечить эффективное сотрудничество, конкретно:

1. Доступ к широкой клиентской базе: Отели рассчитывают на привлечение большего количества клиентов через платформу, используя её маркетинговые возможности.

2. Интуитивный интерфейс: Лёгкость в использовании платформы для управления бронированиями, обновления информации о номерах и услугах.
3. Надёжность и безопасность: Гарантия безопасности транзакций и защита данных как клиентов, так и самих отелей.
4. Аналитические инструменты: Доступ к данным и аналитике для понимания тенденций бронирования и улучшения предложений.
5. Поддержка и обслуживание: Круглосуточная поддержка для решения возникающих вопросов и обеспечения бесперебойного сотрудничества.

Отели ожидают от Островок:

1. Увеличения бронирований: Рост количества бронирований и повышения заполняемости номеров через платформу.
2. Повышения доходов: Увеличение доходов за счёт привлечения клиентов через Островок, включая возможности для кросс-продаж дополнительных услуг.
3. Эффективного маркетинга: Поддержки маркетинговых кампаний, направленных на продвижение отелей и их уникальных предложений.
4. Своевременных выплат: Четкой и своевременной выплаты средств за бронирования.
5. Обратной связи: Получения конструктивной обратной связи от клиентов для улучшения качества обслуживания.

Уровень заинтересованности отелей в сотрудничестве с Островок определяется следующими факторами:

1. Репутация: Сотрудничество с надежной и известной платформой способствует укреплению репутации отеля.
2. Экономическая выгода: Привлечение новых клиентов через платформу без значительных затрат на маркетинг.

3. **Гибкость и адаптация:** Возможность быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и потребностям клиентов благодаря инструментам и аналитике, предоставляемым Островок.
4. **Лояльность клиентов:** Поддержание и повышение лояльности клиентов благодаря удобству бронирования и положительному опыту взаимодействия с платформой.

1.4 Турагентства (B2B)

Турагентства являются партнерами сервиса Островок но являются менее значимыми для платформы нежели отели, так как они предоставляют основной продукт, обеспечивают прямые доходы и значительно влияют на качество сервиса и репутацию платформы. Турагентства, хотя и важны для расширения охвата и привлечения дополнительных клиентов, играют вспомогательную роль и не оказывают такого прямого влияния на ключевые аспекты бизнеса Островок.предоставляя своим клиентам возможность бронирования отелей через платформу.

Требования турагентств заключаются в следующем:

1. **Широкий ассортимент отелей:** Доступ к большому количеству отелей в различных направлениях.
2. **Интуитивный интерфейс:** Удобный и простой в использовании интерфейс для быстрого поиска и бронирования.
3. **Надежность и безопасность:** Гарантии безопасности транзакций и защиты данных клиентов.
4. **Поддержка и обслуживание:** Круглосуточная поддержка для решения любых вопросов и проблем.
5. **Аналитические инструменты:** Доступ к данным и аналитике для оптимизации предложений и улучшения качества обслуживания клиентов.

Ожидания турагентств:

1. **Увеличение доходов:** Возможность увеличения доходов за счёт комиссий с бронирований и кросс-продаж.
2. **Повышение лояльности клиентов:** Предоставление качественного сервиса, который способствует возврату клиентов.
3. **Простота работы с платформой:** Легкость и удобство использования сервиса, минимизирующие время на обработку бронирований.
4. **Эксклюзивные предложения:** Доступ к специальным тарифам и предложениям для привлечения клиентов.
5. **Своевременные выплаты:** Чёткие и своевременные выплаты комиссий.

Уровень заинтересованности

Турагентства заинтересованы в сотрудничестве с Островок благодаря вследствие популярности платформы, а также в виду большого охвата людей у сервиса. По исследованиям, приведенным [ассоциацией туроператоров](#) начиная с 2022 года спрос на услуги турагентов резко вырос в связи с введенными ограничениями. В частности это касается самотуристов-индивидуалов, поток которых сократился в несколько раз. Сервис Островок может покрыть такие потребности новых, а также старых туроператоров, как:

1. **Увеличение клиентской базы:** Благодаря использованию Островок, туроператоры могут привлечь больше клиентов, предлагая им удобный и надежный сервис по бронированию отелей.
2. **Упрощение бизнес-процессов:** Использование Островок помогает туроператорам оптимизировать свои бизнес-процессы, снижая затраты времени и ресурсов на бронирование и управление отелями.

Компании-партнеры (B2B)

Компании-партнеры, такие как авиакомпании, транспортные компании, аэропорты и другие, будут активно вовлечены в сотрудничество с

Островок, а также этот уровень будет распространяться на сам сервис. Их уровень вовлеченности выражается в интеграции сервисов для предоставления клиентам комплексных услуг, включая транспорт и проживание.

Требования компаний-партнёров, будут содержать следующее (включая надежность и безопасность, которая была ранее озвучена в ходе описания предыдущих стейкхолдеров) :

1. **Интеграция сервисов:** Возможность интеграции бронирования отелей с другими услугами, такими как перелёты и транспорт.
2. **Совместные маркетинговые активности:** Совместные кампании и акции для привлечения клиентов.
3. **Техническая поддержка:** Круглосуточная техническая поддержка для решения возникающих проблем.
4. **Аналитические инструменты:** Доступ к аналитике для оптимизации совместных предложений.

Ожидания компаний-партнёров:

1. **Рост доходов:** Увеличение доходов за счёт кросс-продаж и совместных предложений.
2. **Повышение лояльности клиентов:** Создание удобных и выгодных предложений, способствующих возвращению клиентов.
3. **Снижение операционных затрат:** Эффективное управление бронированиями и снижение затрат на обслуживание.
4. **Совместное развитие:** Партнёрское развитие и внедрение новых продуктов и услуг.
5. **Прозрачность взаимодействий:** Прозрачные условия сотрудничества и взаимовыгодные соглашения.

Уровень заинтересованности компаний-партнёров будет выражаться в сотрудничестве с Островок, так как это позволяет им расширять спектр

услуг, улучшать клиентский опыт и увеличивать доходы. Уровень заинтересованности не будет высокой поддерживается выгодными условиями сотрудничества, доступом к широкой базе клиентов и возможностями для совместного развития.

Организации, предоставляющие командировки (B2B2C)

Организации, предоставляющие командировки своим сотрудникам, активно вовлечены в использование сервиса Островок для бронирования отелей. Их уровень вовлеченности высокий, так как они стремятся обеспечить комфорт и удобство для своих сотрудников при командировках.

Требования организаций:

1. **Корпоративные тарифы:** Доступ к специальным тарифам и условиям для корпоративных клиентов.
2. **Интуитивный интерфейс:** Удобный интерфейс для массового бронирования и управления командировками.
3. **Надёжность и безопасность:** Защита данных сотрудников и безопасные транзакции.
4. **Поддержка и обслуживание:** Круглосуточная поддержка для оперативного решения вопросов, связанных с командировками.
5. **Аналитические инструменты:** Доступ к аналитике для оптимизации расходов и улучшения планирования командировок.

Ожидания организаций

1. **Снижение затрат на командировки:** Возможность экономии на проживании за счёт корпоративных тарифов и специальных предложений.
2. **Повышение удовлетворённости сотрудников:** Обеспечение комфортного и удобного проживания для сотрудников.
3. **Простота управления командировками:** Удобные инструменты для бронирования и управления командировками.

4. **Отчётность и контроль:** Доступ к отчётам и аналитике для контроля расходов и планирования бюджета.
5. **Быстрое решение проблем:** Оперативное решение любых проблем, связанных с бронированием и проживанием.

Уровень заинтересованности

Организации, предоставляющие командировки, заинтересованы в сотрудничестве с Островок, поскольку это позволяет им оптимизировать расходы, улучшить условия для сотрудников и упростить управление командировками. Высокий уровень заинтересованности поддерживается выгодными корпоративными условиями, удобством использования платформы и качественной поддержкой.

1. 2 Инвесторы

В качестве инвесторов сервиса Островок выступают компании, такие как Accel Partners, Intel Capital, Russian Ventures, Ventech, Felicis Ventures. Заинтересованность проявляется в успешном развитии и масштабировании платформы Островок, что обусловлено их финансовыми вложениями и стремлением к получению значительных дивидендов от успешной деятельности компании.

Их степень влияния достаточно высока, так как инвесторы обеспечивают капитал для развития компании и могут оказывать значительное влияние на её стратегические решения.

1.3 Конкуренты (Яндекс.Путешествия, МТС Travel(bronevik.com)

Яндекс Путешествия:

Заинтересованность: Яндекс Путешествия также являются сервисом онлайн-бронирования гостиниц и другого размещения, поэтому их интерес заключается в увеличении доли рынка, привлечении большего числа клиентов и укреплении своей позиции на рынке.

Степень влияния: средняя. Яндекс Путешествия - крупный игрок на рынке онлайн-бронирования и обладают сильной позицией благодаря своему бренду и пользовательской базе. Влияние Яндекс Путешествия существенно, но они также сталкиваются с конкуренцией и поэтому их воздействие ограничено.

МТС Travel:

Заинтересованность: Bronevik являются конкурентами Островок.гу в сфере онлайн-бронирования отелей и желают увеличить свою долю рынка, привлечь новых клиентов и укрепить свои позиции.

Степень влияния: средняя. Bronevik также является серьезным игроком на рынке их действия могут повлиять на позицию Островок.гу, но вместе с тем конкуренция ограничивает их воздействие.

1.4 Сотрудники компании

Сотрудники заинтересованы в следующем:

1. Финансовая стабильность: Финансовое благополучие напрямую влияет на их мотивацию и лояльность к компании.
2. Карьерный рост: Возможности для профессионального развития и карьерного роста являются ключевыми аспектами заинтересованности. Сотрудники стремятся к обучению, получению новых навыков и продвижению по служебной лестнице.
3. Рабочая среда: Удобные условия труда, наличие необходимых ресурсов для выполнения задач и поддержка со стороны руководства важны для удовлетворенности сотрудников. Дружелюбная и поддерживающая корпоративная культура также повышает уровень вовлечённости.
4. Признание и вознаграждение: Система признания и вознаграждения за достижения и вклад в развитие компании мотивирует сотрудников на достижение высоких результатов и повышение эффективности работы.

5. Безопасность и благополучие: Защита прав сотрудников, обеспечение безопасных условий труда и поддержка их благополучия.

Степень влияния сотрудников

1. Качество обслуживания: Сотрудники напрямую влияют на качество предоставляемых услуг. Их профессионализм, мотивация и удовлетворенность работой определяют уровень сервиса, предоставляемого клиентам.
2. Инновации и развитие: Идеи и инициативы сотрудников могут способствовать внедрению инноваций и улучшению платформы. Активное участие команды в развитии продуктов и процессов является важным фактором для роста компании.
3. Репутация компании: Поведение и отношение сотрудников к работе и клиентам формируют имидж и репутацию Островок на рынке. Позитивное взаимодействие с клиентами и партнёрами способствует укреплению бренда.
4. Внутренняя эффективность: Эффективность внутренних процессов и операций зависит от сотрудников. Их способность работать слаженно, эффективно и с высокой отдачей влияет на общую производительность и конкурентоспособность компании.
5. Стабильность и устойчивость: Высокая лояльность и низкая текучесть кадров способствуют устойчивости компании. Опытные и мотивированные сотрудники помогают преодолевать вызовы и достигать долгосрочных целей.

1.5 Государственные органы

Уровень заинтересованности:

Государственные учреждения, как органы регулирования рынка, заинтересованы в том, чтобы рынок туризма и гостиничного бизнеса развивался в соответствии с законом, обеспечивая безопасность и удобство

для потребителей. Они также могут быть заинтересованы в выполнении налоговых обязательств компании Ostrovok.ru .

Степень влияния:

Степень влияния государственных органов на деятельность компании Ostrovok.ru Ее можно определить как высокую. Регулирующие органы обладают полномочиями влиять на рынок посредством законов, нормативных актов и налоговой политики. Они могут влиять на условия ведения бизнеса компании, например, связанные с лицензированием, налогообложением и защитой прав потребителей. Кроме того, государственные органы могут принимать решения, влияющие на туристический рынок в целом, что также повлияет на компанию. Ostrovok.ru .

Бизнес-модель Остервальдера и Пинье

Ключевые партнёры	Ключевые виды деятельности	Ценностное предложение	Отношения с клиентами	Сегменты ЦА
Поставщики: Поставщики облачной инфраструктуры	Информирование пользователей о предложениях на рынке отелей	Сервис для командировок, продуманный под нужды бизнесов	Персонализированное обслуживание:	Путешественники (B2C)
Используют API: АК “Победа” ООО “Авиасейлс”	Агрегация отелей и домов отдыха	Extranet с понятным и красивым пользовательским интерфейсом, имеющим большой функционал, чем у конкурентов	рекомендации и специальные предложения на основе предпочтений клиентов.	Отели (B2B)
Партнёрские программы: ПАО “МегаФон” TripAdvisor LLC	Предоставление сервиса бронирования	Распространение API сервиса	Поддержка клиентов: круглосуточная служба поддержки.	Турагентства (B2B)
АО “Международный аэропорт Шереметьево”	Проведение транзакций по договорам купли-продажи между	Предоставление самых низких цен и самых высоких кэшбеков	Программы лояльности: бонусы и скидки для постоянных клиентов.	Компании-партнёры (B2B)
		Хорошая (персональная) поддержка пользователей		Организации, предоставляющие командировки, через сервис (B2B2C)

Инвесторы: Accel Partners, Intel Capital, Russian Ventures, Ventech, Felicis Ventures	отелем и путешественником Разработка программного обеспечения Маркетинг, продвижение, развитие партнёрских отношений	Большие базы отелей и путешественников Широкая программа лояльности для всех типов клиентов (B2C - GURU) и (B2B - Банк снов) Многочисленные партнёрские программы с компаниями		
	Ключевые ресурсы Технологическая платформа: Система онлайн-бронирования, API и другие технологические решения. Команда: Разработчики, маркетологи, менеджеры по работе с партнерами. База данных клиентов и отелей: информация о клиентах и номерах в отелях.		Каналы доставки Веб-сайт и мобильное приложение: основные каналы взаимодействия с клиентами. API-интеграции: предоставление услуг через партнерские платформы. Прямые контракты и Extranet: взаимодействие с поставщиками отелей.	
Структура затрат		Потоки доходов		
Разработка и поддержка технологий: Затраты на разработку и обновление платформы и API. Маркетинг и реклама:		Комиссия от бронирования Использование API		

<p>Затраты на продвижение бренда, привлечение клиентов и выполнение партнёрских соглашений.</p> <p>Операционные расходы: затраты на эквайринг, персонал, поддержку клиентов и административные расходы.</p>	<p>Реклама внутри сервиса</p> <p>Продвижение предложений в выдаче и аналитика</p>
---	---

1. Сервис для командировок

Адаптированные функции: Специальные инструменты и функции для планирования и управления командировками, включая простое бронирование и изменение планов.

Отчётность и аналитика: Возможность создавать детализированные отчёты о командировках для удобства бухгалтерского учёта и контроля расходов.

2. Extranet

Простота использования: Интуитивно понятный интерфейс для управления бронированиями и объектами размещения.

Функциональность: Широкий набор инструментов для анализа данных, настройки тарифов и управления доступностью номеров.

3. API

Интеграция: Возможность интеграции с другими системами и платформами, обеспечивающая гибкость и автоматизацию процессов.

Разработка: Поддержка разработчиков и документация, упрощающая внедрение и использование API.

4. Цены и кэшбек

Экономия: Программа возврата части средств (кэшбек), что делает бронирования более выгодными для клиентов.

Конкурентные цены: Система скидок и специальных предложений, обеспечивающая одни из самых низких цен на рынке.

5. Поддержка пользователей

Качество обслуживания: Быстрая и квалифицированная помощь пользователей через различные каналы связи.

Персонализированный подход: Индивидуальные консультации и поддержка, учитывающая потребности и предпочтения клиентов.

6. Базы отелей и путешественников

Широкий выбор: Огромное количество отелей и вариантов размещения по всему миру, что обеспечивает разнообразие выбора для клиентов.

Активная аудитория: Большое количество активных пользователей, что позволяет создавать сообщество и обмениваться отзывами и рекомендациями.

7. Программы лояльности

B2C: GURU: Программа лояльности для индивидуальных клиентов с накопительными бонусами, привилегиями и эксклюзивными предложениями.

B2B: Программы лояльности для отелей и корпоративных клиентов, предлагающие выгодные условия сотрудничества и дополнительные бонусы за объёмы бронирований.

8. Партнёрские программы

Выгодные партнёрства: Сотрудничество с различными компаниями и организациями для расширения возможностей и улучшения сервиса.

Совместные проекты: Реализация совместных акций и предложений, направленных на привлечение и удержание клиентов.

Эти ценностные предложения помогают выделить Ostrovok.ru среди конкурентов, предоставляя клиентам и партнёрам уникальные преимущества и высокое качество обслуживания.

Матрица И. Ансоффа

	Существующий товар	Новый товар
Существующий рынок	Стратегия проникновения Усиленный маркетинг в B2B сегменте (с упором на средний бизнес) Дальнейшее развитие API	Стратегия развития продукта Выход на рынок B2G
Новый рынок	Стратегия развития рынка Выход на рынок C2C	Стратегия диверсификации Продажа готовых туров в новом разделе сайта

1. Существующий рынок - Существующий товар (Стратегия проникновения)

Усиленный маркетинг в B2B сегменте (с упором на средний бизнес)

Описание: Цель состоит в увеличении доли рынка среди бизнес-клиентов, особенно концентрация на среднем бизнесе. Будет необходимо провести активные маркетинговые кампании, продвигая удобства и выгоды использования сервиса для компаний, возможно, предлагая корпоративные тарифы или специальные предложения для частых бронирований.

Дальнейшее развитие API

Описание: Улучшение и расширение существующих API для интеграции с другими сервисами и платформами. Это позволит другим компаниям и разработчикам легче использовать инфраструктуру Ostrovok.ru для своих нужд, что приведет к увеличению числа бронирований через партнёрские каналы.

2. Существующий рынок - Новый товар (Стратегия развития продукта)

Выход на рынок B2G

Описание: Вхождение в сегмент B2G (бизнес для правительства), предлагая свои услуги государственным учреждениям и организациям, прорабатывая условия контрактов и тендеров для обслуживания государственных потребностей в путешествиях и проживании.

3. Новый рынок - Существующий товар (Стратегия развития рынка)

Выход на рынок C2C

Описание: [Расширение на рынок C2C](#), позволяя частным арендодателям размещать объявления о сдаче своих объектов на платформе Ostrovok.ru. Это привлечет новых пользователей, которые хотят найти более уникальные и домашние варианты проживания, и будет конкурировать с уже существующими C2C платформами, такими как Airbnb.

4. Новый рынок - Новый товар (Стратегия диверсификации)

Продажа готовых туров в новом разделе сайта (рынок туруслуг)

Описание: Создание нового раздела на сайте, где будут предлагаться готовые туры. Это может включать в себя пакетные предложения по отдыху, экскурсионные туры, туры выходного дня и т.д. Таким образом,

Ostrovok.ru сможет значительно расширить спектр услуг и привлечь новых клиентов, которые ищут комплексные решения для путешествий.

