|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Ключевые партнеры:*  Как упоминалось ранее, сотрудничество будет происходить с кинотеатрами, клубами, менеджерами артистов и другими организаторами ивентов. Не исключено сотрудничество с медийными лицами, например, с блогерами, тоже в реферальных целях. Планируется установить взаимосвязь с часто посещаемыми заведениями в центре города (к примеру, в нашем городе – с кофейнями, ибо больше всего их в центре | *Ключевые виды деятельности:*  Поддержка актуальности и конкурентоспособности, удержание клиентов приложения путем предложений, способных заинтересовать ту или иную целевую группу | *Ключевые партнеры:*  Ключевыми ресурсами являются финансовые средства и люди. Люди – для поддержки приложения, а финансовые средства – для поддержки реферальной системы и осуществления сотрудничества |
| *Ценностные предложения:*  Простота регистрации, Безопасность пользователей (маньяки в приложение не попадут), качество услуг и возможности лицензии приложения | *Взаимоотношения с клиентами:*  Пробный бесплатный период, сотрудничество с кинотеатрами, музеями, гастропабами и т.п., рассылка новых обновлений | *Потребительские сегменты:*  Подростки, молодежь, люди возраста 30-40 лет, организаторы мероприятий, директора заведений |
| *Каналы сбыта:*  Context ads. В вконтакте будет располагаться иконка нашего приложения слева в разделе рекламы; на сайте сети кинотеатров SilverScreen снизу будет баннер с иконкой приложения.  Social media. Пользователь сидит на тут бае, читает, что скоро в Минск приезжает его любимая группа и видит связанную с ней рекламу. Рядом - ссылка на наше приложение снизу вместе с его иконкой.  Информационные системы. Допустим пользователь нашел в интернете информацию о мероприятии, и зашел на афишу. А так как мы интегрированы с афишей, то она при бронировании билета посоветует приложение.  Sales. Специально нанятый человек придет на тренинг по тому, как избавиться от одиночества и прорекламирует там наше приложение; также этот человек договорится, например, с кофейней, чтобы они прорекламировали наш продукт, и убедит их, что это выгодно нам обоим (например, они нас рекламируют, а мы даем им чуть больший приоритет при рекомендации пользователям кофеен)  Оффлайн баннеры. Будут размещены в местах скопления молодежи (бары, например), в местах, на посещение которых и ориентировано приложение: кинотеатры, рестораны, парки аттракционов, крупные торговые центры, музеи, выставки и т.д. Также можно расположить в метро, ибо там всегда большой поток людей.  Event. Например, семинар по психологии на открытом воздухе / стендап / гастрофест (есть наша целевая аудитория) - мы будем спонсировать данный ивент, а организаторы упомянут нас на нем, тем самым о приложении узнает больше человек | На начальных стадиях развития основные расходы будут уходить на рекламу. Рассматриваем месячные расходы. Реклама на сайтах и в приложениях - $0.5 на 1000 показов. Потом сотрудничество с медийными лицами – достаточно около 4 штук для полноценного осуществления реферальной программы; $1500 за одно видео и упоминание в историях. В месяц выходит около $6500. | *Потоки поступления дохода:* Прибыль будет идти от следующих источников: подписка и дополнительные услуги. Реклама на сайтах и в приложениях (реферальная система) – получение дохода от новоприбывших пользователей, купивших подписку; также привлечение еще большего числа людей с помощью сотрудничества с медийными лицами |