



Кейс-чемпионат от сейлз-хаус «ЭВЕРЕСТ»

Социальный проект
#поточкам для компании

*Подготовили студенты экономического факультета, МГУ имени М.В.
Ломоносова:*

Гуляев Константин Валерьевич(М303)

Чумаченко Василисса Валерьевна (М303)

Симошина Юлия Леонидовна (М204)

Албегов Леон Аланович (М204)

Хорошилова Татьяна Сергеевна(М102)



Знакомство с проектом #немаловажный

Задача проекта: поддержать малый и средний бизнес в трудный период пандемии с помощью бесплатной рекламы их бизнеса

Решение: Для участия предпринимателю необходимо было прислать видео-визитку на почту с коротким рассказом о себе и своем бизнесе. Отобранные видео попадали в аккаунт проекта в социальной сети и в эфир **федеральных телеканалов** в формате 30-секундных роликов



Результат:

#1 упоминаний в социальных сетях

Охват проекта **3 млн 500 тыс. зрителей**

140 тыс. переходов в виджет

4 % уникальных CTR

Результат анализа проекта



✓ Участие в проекте доступно каждому предпринимателю

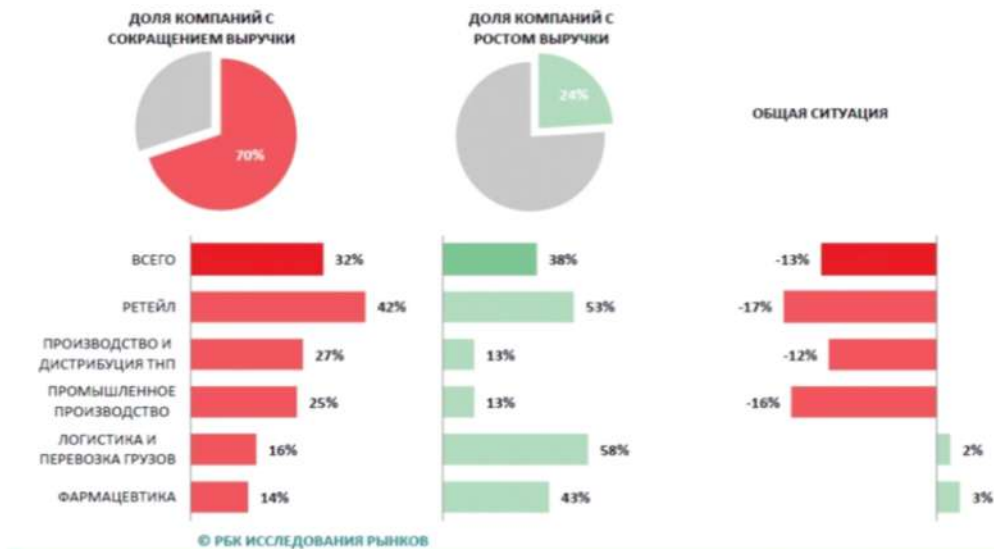
- ▶ Проект **решает социальную проблему**:
 - масштабная тенденция закрытия малого и среднего бизнеса
 - сокращение кадров
 - потеря выручки
- ▶ Проект направлен на **восстановление экономической системы**
- ▶ Выгода для компании Эверест – **увеличение клиентской базы**

Почему туризм?

➤ Границы РФ закрыты:

- Пандемия
- Политическая ситуация
- Экономическая ситуация

Рис. 5. Распределение компаний по сокращению / приросту выручки в условиях пандемии COVID-19, 2020 г.



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации — август 2020 года.

ЧТО ДУМАЮТ РОССИЯНЕ О БУДУЩИХ ПУТЕШЕСТВИЯХ*

ИСТОЧНИК: YES Group.

РОССИЯНЕ В 2020 ГОДУ ОХОТНЕЕ ГОТОВЫ ПУТЕШЕСТВОВАТЬ ПО РОССИИ, ЧЕМ ПО ДРУГИМ СТРАНАМ

ПОКА НЕ ЗНАЮТ, НЕ ОПРЕДЕЛИЛИСЬ

24%



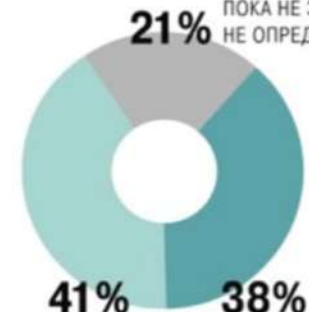
28%

НЕ ПЛАНИРУЮТ ПУТЕШЕСТВОВАТЬ ПО РОССИИ

48%

ПЛАНИРУЮТ ПУТЕШЕСТВОВАТЬ ПО РОССИИ

21%



41%

НЕ ПЛАНИРУЮТ ПУТЕШЕСТВОВАТЬ ЗАГРАНИЦУ

ПОКА НЕ ЗНАЮТ, НЕ ОПРЕДЕЛИЛИСЬ

38%

ПЛАНИРУЮТ ПУТЕШЕСТВОВАТЬ ЗАГРАНИЦУ

*В ОПРОСЕ ПРИНИМАЛО УЧАСТИЕ 600 ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДОВ РОССИИ С НАСЕЛЕНИЕМ БОЛЕЕ 100 ТЫС. ЧЕЛОВЕК В ВОЗРАСТЕ ОТ 18 ДО 65 ЛЕТ.

- Необходимость в поддержке малого и среднего местного предпринимательства
- Абстрагирование от негативных новостей
- Необходимость в «заботе обо всех нас»

Идея нашего социального проекта

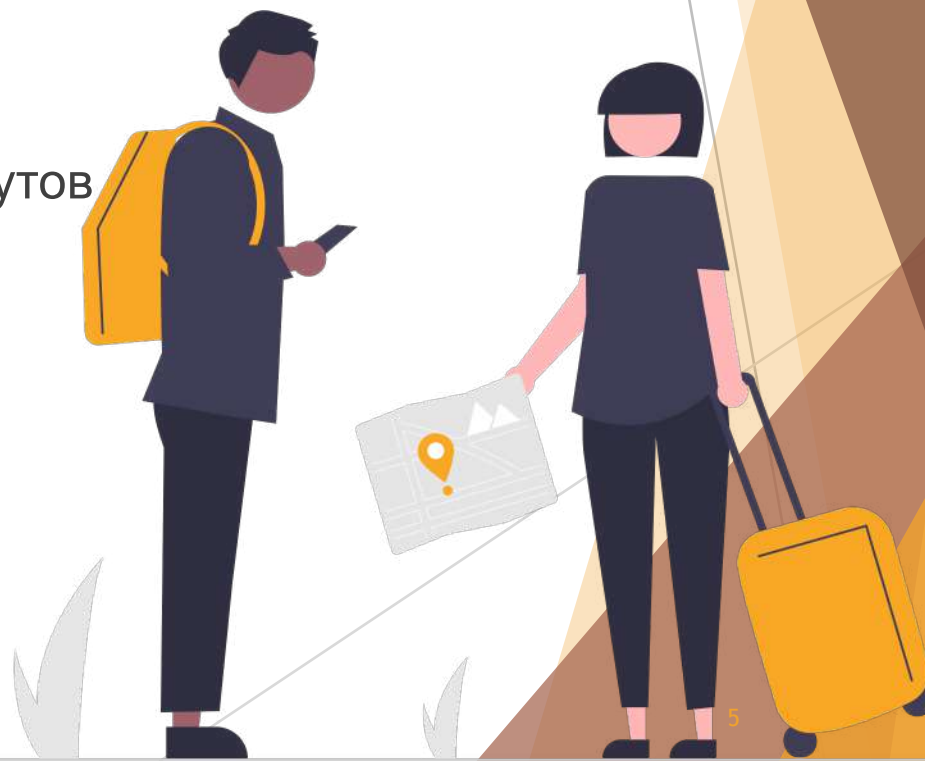
Поддержка
туризма

○ **Цель:** популяризация малоизвестных локальных мест РФ :

- ❖ Поддержка малого туристического бизнеса
- ❖ Увеличение туристического потока

○ **Задачи:**

- ❖ Создание **общедоступных** туристических маршрутов для граждан РФ
- ❖ Создание **интерактивной карты**
- ❖ Популяризация локальных **туристических мест России**



План реализации нашего проекта

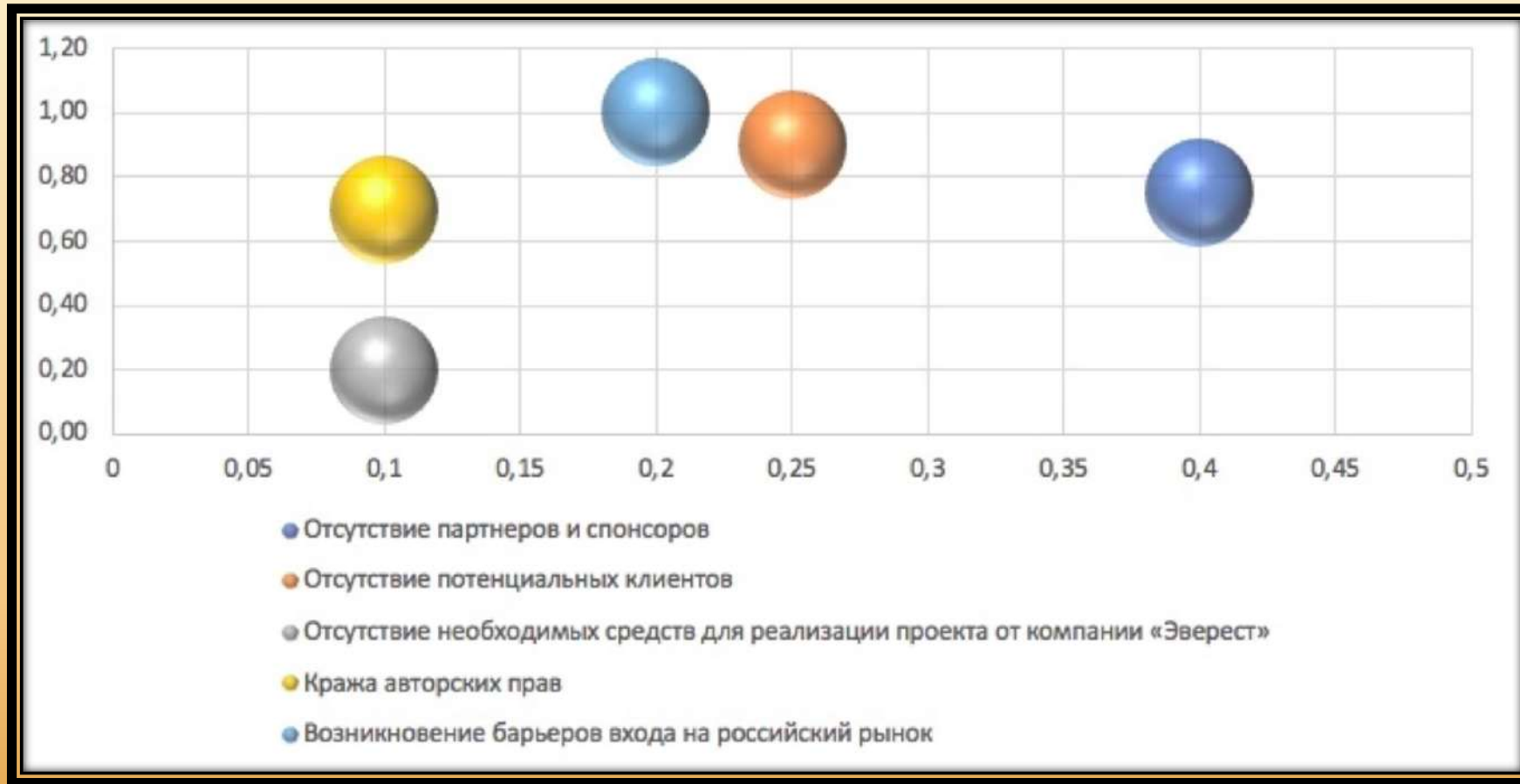


SWOT-анализ

Внутренняя среда Внешняя среда	Сильные стороны (S): - Актуальность и востребованность - Создание тематических маршрутов - Формирование программы лояльности - Общедоступность для предпринимателей - Сильные маркетинговые способности	Слабые стороны (W): - Некомфортные маршруты - Отсутствие мобильного приложения - Нестабильная клиентская база - Отсутствие канала рекламы (ТВ) у потенциального потребителя
Возможности (O): - Привлечение клиентов - Привлечение партнёров - Улучшение репутации компании - Масштабирование проекта	Стратегические инициативы (S-O) - Привлечение клиентов и партнеров через маркетинговые способности и программы лояльности - Через актуальность и востребованность проекта масштабируем охват посредством выступлений на конференций, публикаций различных отзывов	Стратегические инициативы (W-O): - Формирование благополучного образа компании за счёт социальной направленности проекта - Использование множества каналов рекламы (напр., социальные сети) для привлечения клиентов
Угрозы (T): - Негативные экстерналии - Потеря популярности - Изменение трендов - Возникновение конкурентов	Стратегические инициативы (S-T): - Следование трендам помогает в актуальности и востребованности проекта - Анализ негативных экстерналий поможет в создании безопасных тематических маршрутов	Стратегические инициативы (W-T): - Проведение мероприятий по удержанию клиентской базы - Усиление важности и актуальности проекта при нынешней политической ситуаций

Вывод: Необходимо использовать актуальность и востребованность проекта для реализации масштабирования проекта в кратчайший срок. Для устранения слабых сторон проекта можно, во-первых, проводить тест-маршруты, во-вторых, подумать над созданием сайта или мобильного приложения, которым смогут пользоваться клиенты. Отсутствие канала рекламы (ТВ) у потенциального потребителя можно переключить на множество других каналов, тем самым скрыть слабую сторону. Оставаясь актуальным и востребованным проектом можно нейтрализовать некоторые угрозы (потеря популярности, изменение трендов).

Карта рисков



Не стоит полагаться на карту рисков для принятий стратегически важных решений, потому что она для этого не предназначена.

Вывод: Самый вероятный риск – отсутствие партнеров и спонсоров, чтобы снизить риск можно заняться проведением различных мероприятий для привлечения внимания не только потенциальных клиентов, но и партнёров и спонсоров. Также можно подумать над выгодами для них, возможно, наше предложение их не убедит присоединиться к проекту. Наибольший финансовый ущерб может возникнуть при появлении различных барьеров входа на российский рынок со стороны государства или государственных органов. На данный момент таких барьеров не предвидеться, но кто знает, что будет завтра?

Спонсоры

Статья затрат	Компания «Эверест» и спонсоры	Выгода для спонсора
Реклама старта проекта на ТВ	Компания «Эверест»	Увеличение клиентских баз
Интерактивная карта 1. Разработка 2. Дизайн	1. Компания «Эверест», Яндекс.Карты 2. Яндекс	Поддержка позиционирования компаний в сознании потребителей Улучшение имиджа компаний
Реклама: 1. ТВ 2. Социальные сети	1. Компания «Эверест» 2. VK, МТС	Улучшение репутации компаний за счет участия в социальном проекте Получение прибыли
Расходы на организацию труда	МИР	
Транзакционные издержки		

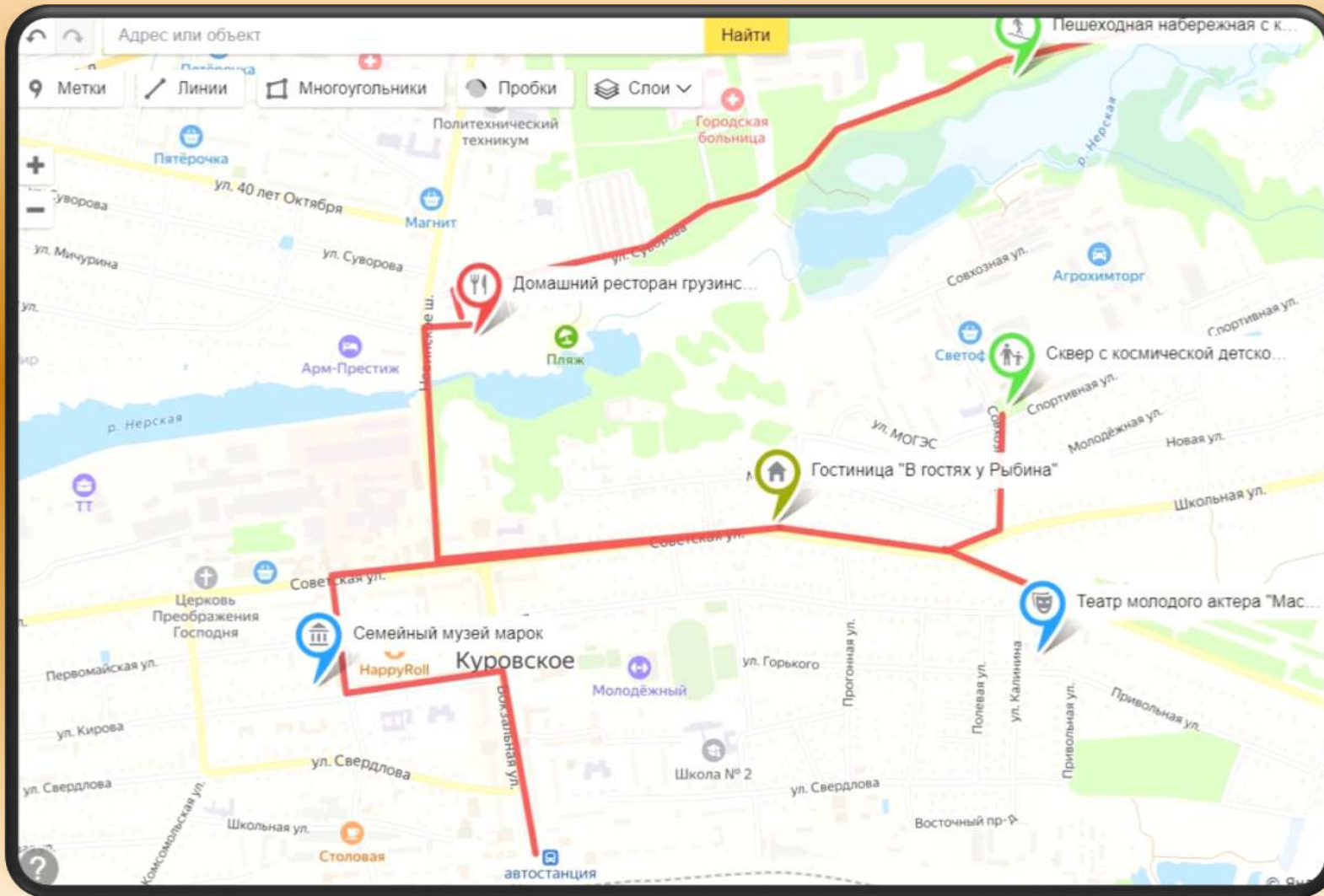
Где можно найти интерактивную карту?

- ❖ Сайты телеканалов НМГ и СТС медиа
- ❖ Реклама в прессе
- ❖ Официальный сайт компании «Эверест»
- ❖ Сообщество/группа проекта в VK
- ❖ Канал проекта в Telegram
- ❖ **#поточкам** в социальных сетях



Демо-версия интерактивной карты

Пример семейного маршрута



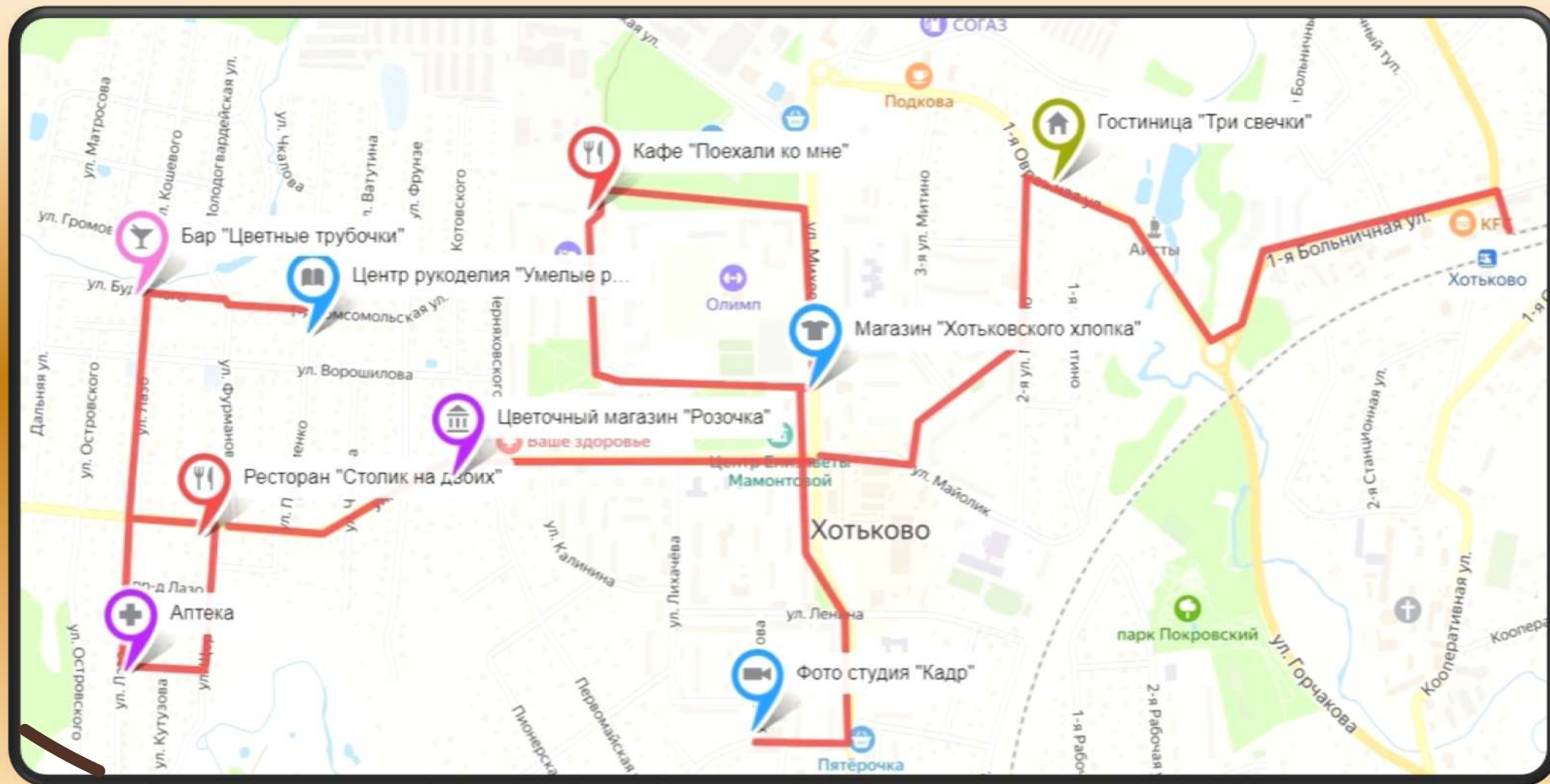
Г. Куровское

Демо-версия интерактивной карты

Пример маршрута для «Дня всех влюбленных» 14.02



Г. Хотьково



О перспективах...



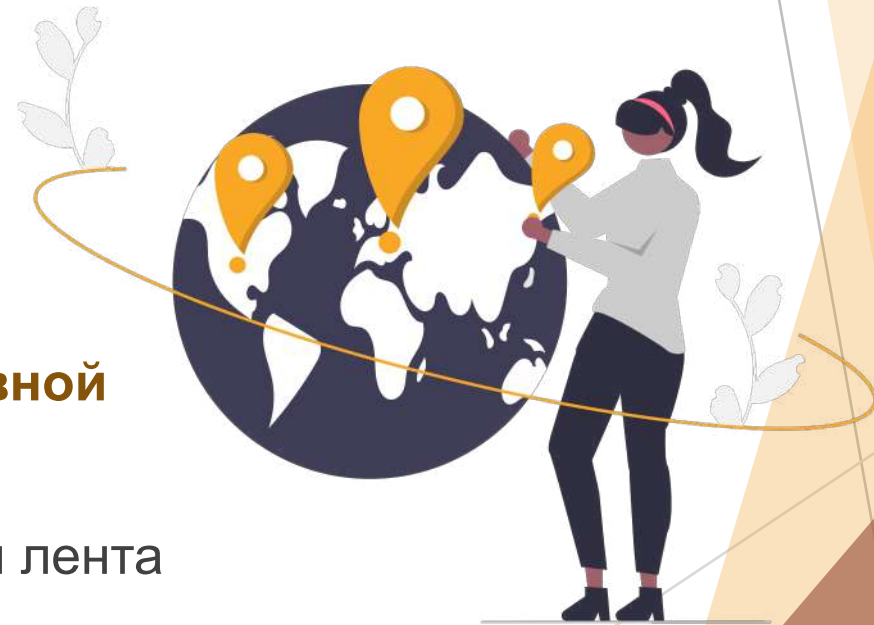
Следование трендам и **тематике праздников РФ**

- Создание **системы лояльности** для клиентов:

- Кэшбек от партнеров
- Промокод
- Скидки

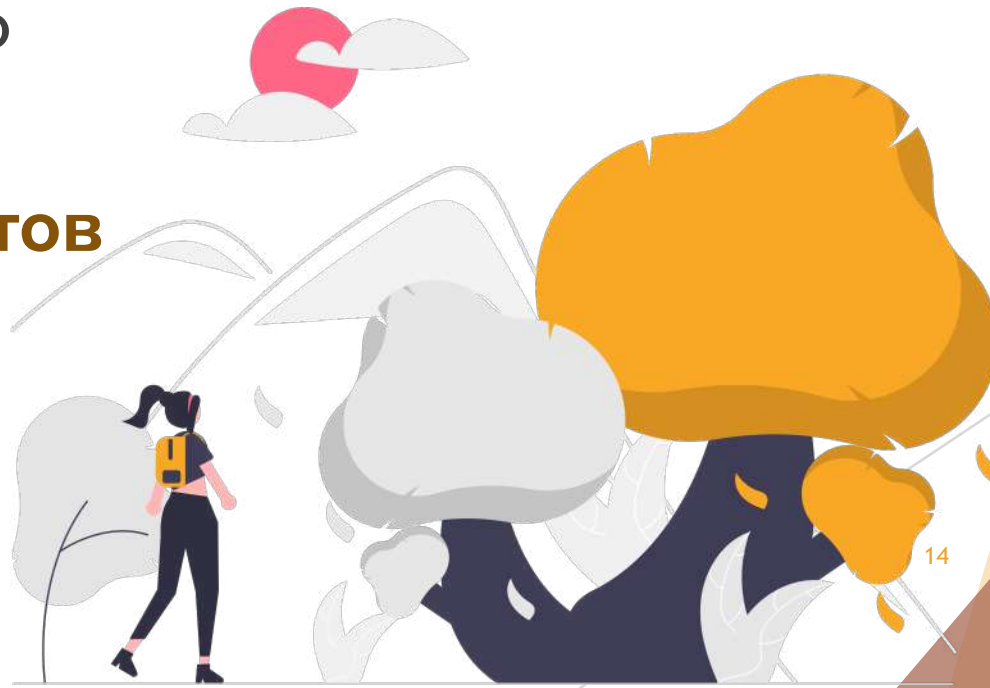
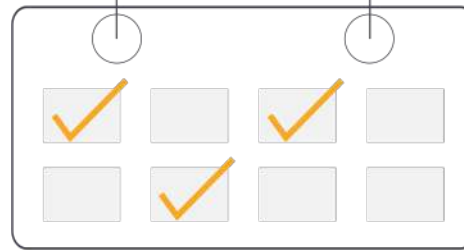
- Развитие **интерактивной карты**:

- Информационная лента
- Видео-блоги
- Туристические лайфхаки
- Создание 3D-формата карты



Заключение

- ✓ Мы **решаем** проблему малых предпринимателей в отрасли туризма в России
 - ✓ **Привлечение** внимания граждан к малоизвестным локальным местам РФ
- ✓ Создание **новых туристических маршрутов**
 - ❖ Развлекательных
 - ❖ Оздоровительных
 - ❖ Образовательных



Ваши вопросы