



IT ПРОЕКТ В СФЕРЕ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ

С ДОХОДНОСТЬЮ В 1 МЛРД. РУБ. И ПЕРСПЕКТИВОЙ МЕЖДУНАРОДНОГО РАЗВИТИЯ



СУТЬ: Онлайн-школа, как альтернатива традиционным школам (стр. 1)

ПРОДУКТ: Образовательные услуги для учеников 1-11 классов, обучающихся на домашней/семейной форме обучения с особым подходом к обучению и мотивации детей (стр. 9)

РЫНОК: Объем рынка 43 млрд. руб. (стр. 3)

КОНКУРЕНЦИЯ: Низкая, но нарастающая (стр. 4)

УНИКАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА: Особый подход к донесению школьной программы и мотивации детей к учебе (стр. 5)

ДОХОДНОСТЬ: Прибыль через два года: 1 млрд. руб./год. Прибыль через пять лет: 2-3 млрд. руб./год. (стр. 14 – 17)

СТАДИЯ ПРОЕКТА: Разработка проекта. Привлечение инвестиций.

СУММА ИНВЕСТИЦИЙ: 70 млн. руб. (стр. 18)

СРОК РЕАЛИЗАЦИИ И ЗАПУСКА ПРОЕКТА: 1 год (стр. 13)

СРОК ОКУПАЕМОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ: 2-2,5 года (стр. 20-21)

Автор проекта: Гурина Ольга

Телефон: 8 909 407 94 28

Почта: Draga-champ@yandex.ru

РАЗДЕЛ I. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

КОРОТКО:

Онлайн-школа, где дети учатся самостоятельно, с интересом, удовольствием, без вреда для физического и психического здоровья по школьной программе 1-11 классов с уникальным подходом к обучению, основанном на понимании особенностей развития мозга и психики детей 6 – 12 лет; 12-16 и 16-18 лет.

Данное предложение разработано для мам школьников, которые выражают свое недовольство современной системой образования в традиционных школах, необходимостью тратить время на самостоятельное изучение материала, дополнительными расходами на репетиторов и чрезмерными перегрузками психики своих детей. Для мам, желающих дать своим детям действительно качественное школьное образование, чтобы максимально облегчить поступление в ВУЗ. А также для мам детей, которые не в состоянии регулярно посещать школу (инвалиды, спортсмены, часто болеющие дети и многие другие). Иными словами, для мам, допускающих, что их дети могут обучаться онлайн. В настоящий момент таких матерей насчитывается 59% от общего числа родителей в стране (согласно исследованию «Нетология-групп»).

ПОДРОБНО:

Значительное преимущество домашнего образования было оценено относительно давно (на 2017 г число детей, обучающихся на семейной форме обучения составило 20 000 чел), однако такая форма возлагает очень большую ответственность на родителей и требует 100% их вовлеченности при подготовке учебно-методического материала для занятий с ребенком и непосредственно для самих «уроков». Эти два препятствия существенно сдерживают желание перевести своих детей с деструктивной школьной системы образования на домашнее обучение.

Подметив такую тенденцию, уже в течение пяти лет развиваются несколько онлайн-школ, которые представляют собой онлайн-платформу, где собраны все уроки по школьной программе 1-11 классов в формате видео-уроков, тестов и контрольных. Согласно заявлениям данных школ, они суммарно обучают/обучили более 15 000 детей. Что подтверждает готовность современных родителей к тому, чтобы их дети учились дома онлайн.

Данные онлайн школы решают проблему качественного понимания материала, путем индивидуального обучения онлайн, где ученики учатся или один на один с видео-уроками, записанными заранее или в мини-группах с учителем, по типу вебинара. Выполняют контрольно-тестовые работы, а затем проходят итоговые аттестации по предметам в гос. Школах.

Наш проект – это точно такая же онлайн-школа, которая займет свое место на только зарождающемся рынке онлайн среднего школьного образования. Однако мы не станем очередной копией своих конкурентов, наоборот мы значительно абстрагируемся от них уникальным подходом к обучению и к социализации своих учеников. Помимо продуктового превосходства мы намерены очень серьезно подойти и к маркетингу проекта, о чем подробнее далее в бизнес-плане.

ПОЧЕМУ СТОИТ РЕАЛИЗОВАТЬ ПРОЕКТ СОБСТВЕННОЙ ОНЛАЙН – ШКОЛЫ

1. Выгодно. Согласно расчетам, представленным в разделе «Финансовый план», при наборе 10 000 резидентов, годовая прибыль школы через 2-3 года с момента ее запуска составит 1 млрд. руб. А первый учебный год может быть закрыт с прибылью в 380 млн.

2. Перспективно. Помимо возможности занять существенную долю рынка (конкуренты ведут очень пассивную рекламно-маркетинговую активность; рынок образовательных услуг школьной программы только зарождается в России), стоит иметь в виду и возможность выхода на зарубежные рынки, адаптируя образовательную модель под иностранные стандарты. Так же есть возможность создавать программы дошкольной подготовки, подготовки к поступлению в университет и многое другое.

3. Высокий LTV клиентов. В отличие от множества других ниш, клиенты онлайн-школы приобретают абонементы или каждый месяц или раз в год в течение нескольких лет. Родители первоклассников, при условии, что качество образования в такой школе их устраивают, могут оставаться ее клиентами целых 11 лет.

4. Высокая социальная значимость. Само по себе предоставление качественных образовательных услуг с возможностью здоровой психологической социальной адаптацией является огромным вкладом в развитие будущих поколений, что неизменно отразится на общем уровне жизни в стране (в долгосрочной перспективе). Как минимум, есть возможность сократить употребление алкоголя, табака и наркотиков среди подростков (что начинается в школе), а также сократить число подростковых суицидов из-за проблем школьного и социального (одноклассники, травля) характера. Теперь учеба – это учеба: дома, за компьютером, в тишине и спокойном темпе. А социализация проходит в здоровой обстановке ОДЦ нашей школы (подробности далее) или на секциях и кружках, где дети объединены общими интересами и целями.

5. Уникальность на рынке. Особое внимание уделяется процессу социализации детей, чтобы они росли не затворниками на домашнем обучении, а полноценными и разносторонними личностями. И потому, помимо обучающей платформы нашей онлайн-школы, создаются и образовательно-досуговые центры (ОДЦ), в которых дети посещают особые мероприятия (лекции, тренинги, кружки), которые дополняют школьную программу и воспитывают в школьниках важные некогнитивные функции, необходимые для успешного взаимодействия с социумом в будущем.

В настоящий момент все онлайн – школы занимаются исключительно онлайн-образованием. Кроме школы «Фоксфорд» Нетологии – групп: они собирают учеников на различные экскурсии, однако только по Москве и такой формат не позволяет развивать социально-коммуникативные навыки в полной мере.

Школьное образование не может быть исключительно онлайн потому, что задача школы – не только наукам обучить, но и подготовить ребенка к жизни во взрослом мире, а это можно сделать только путем живого контакта с живыми людьми в здоровой атмосфере «специальных» уроков.

Так же стоит отметить и то, что в нашей стране много курсов дошкольной подготовки, курсов подготовки к ЕГЭ, курсов иностранных языков, программ подтягивания по школьным предметам, однако нет ни одного формата, который бы занимался дополнением школьной программы (для ее большего понимания) в наглядной и динамичной форме, развитием некогнитивных способностей детей и их психологическим здоровьем.

По сути, данный проект совмещает в себе два неразделимых направления: непосредственно онлайн-школа со школьной программой обучения и ОДЦ, дополняющие эту программу и развивающие способности и навыки детей в социальной среде.

РАЗДЕЛ II. АНАЛИЗ РЫНКА

РБК: «Онлайн сегмент в общем среднем образовании станет одним из драйверов рынка и к 2021 году достигнет 1,5% (10,5 млрд. руб)»

Общие показатели затрат на школьное образование в год

Показатель	Объем показателя
Средняя сумма затрат родителей на год обучение детей в школе по данным ОНФ	41 000 руб
Средняя сумма затрат на репетиторов в год по данным ВЦИОМ «Спутник»	30 000 руб
Средняя сумма затрат на подготовку к школе по данным ВЦИОМ «Спутник»	21 000 руб
Средняя стоимость годового обучения детей в онлайн - школах	36 000 руб
Объем рынка школьного образования в России	572 млрд. руб
Доля частного бизнеса	5% (28 млрд. руб)
Объем рынка дополнительного школьного образования (частный бизнес)	130 млрд. руб
Доля онлайн – проектов	2,7% (3,6 млрд. руб)

Анализ тренда на семейную форму обучения

Семейная форма школьного образования представляет собой изучение школьной программы на дому под надзором родителей. В свою очередь родители могут обучать детей самостоятельно или при помощи репетиторов или онлайн-площадок. В настоящее время **активно развивается формат онлайн-школ**, при котором ребенок учится на дому онлайн и проходит регулярные аттестации в «своей» государственной школе. Рассмотрим тенденцию к семейному обучению в цифрах:

Число обучающихся на дому учеников в 2017 году (данные АРСО)	20 000 чел. (0,13%)
Из них – по причине здоровья	5%
по причине потери мотивации к обучению в школе/ сложности при освоении программы	38%
Число родителей недовольных традиционным школьным образованием (исследование МГППУ и НИИ ВШЭ)	14,8%
Число родителей, считающих, что школа нерационально расходует время на обучение	52%
Число родителей, уже готовых к домашнему обучению своих детей (данные Нетология групп)	8% (1,2 млн. чел)
Число родителей, допускающих, что их ребенок может получать образование онлайн	59%

Стоит так же учитывать, что наибольшую ценность онлайн-школы представляют для **детей с ограниченными возможностями**, которых на данный момент в России насчитывается **651 000 чел.**

Согласно данным Нетологии групп о 8% родителей уже готовых к онлайн образованию своих детей (1,2 млн чел), при средней стоимости годового обучения в 36 000 рублей, можно оценить потенциальный

объем рынка в 43 млрд. руб.

РАЗДЕЛ III. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ (SWOT) И РИСКОВ

SWOT	ЯКласс	Интернет Урок	Школа «БИТ»	Фоксфорд	Наша школа (НУЖНО)
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	Огромный пул заданий с системой разбора решения задач. 1500 видео-уроков 1,6 трлн. школьных заданий	Обладатель премии «Семейное образование» в номинации «Лучшая виртуальная школа» 2016 г. Первая неделя бесплатно. Выдача аттестата Гос. образца. 5000 видео-уроков. 1,5 млн. подписная база пользователей их интернет-библиотеки. Гибкая система оплаты (пакеты под варианты самостоятельного обучения, дополнительного к школе и полного зачисления в школу). Стоимость школы: 36 000 р/год. Хорошо упакованный сайт. Лицензия. 1-11 классы	Прошли экспертизу РАН. Соответствуют СанПин. Лицензия. Аттестат Гос. образца. Можно использовать и как школу и как базу знаний. Программы обучения детей с ОВЗ. Лучшие преподаватели Москвы и Питера. Подготовка к школе.	Помимо основной школы – дошкольное и подготовительное образование. За каждым ребенком закреплен свой наставник. Программа профориентации. Самая низкая стоимость обучения с репетитором по РФ. Лицензия. База в 2 000 000 учеников. Хорошо оформленные соц сети и контент маркетинг. Отдельные группы для родителей и учеников. Хорошая упаковка Стоимость 36 000 р/год	Лучшие (по ряду критериев) педагоги страны. Геймификация процесса обучения. Гарантия возврата денег, если ученик не сдает аттестацию в школе. Система сама мотивирует лучше учиться. Методология, основанная на особенностях развития детского мозга и психологии обучения. «Переменки» для глаз и тела во время занятий. Активный бренд-маркетинг и SMM. Лицензия. Сеть образовательно-досуговых центров по стране. Стоимость 36 000 р/год
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	Отличный помощник для учителей и для закрепления школьного материала для учеников, однако не является полноценной онлайн-школой	Полное отсутствие контент-маркетинга. Скучные, не вовлекающие и не продающие соц. сети. Отсутствие контекстной рекламы по основным «школьным» запросам. Очень низкая маркетинговая активность. Отсутствие ретаргетинга с сайта.	Слабое оформление Instagram, мертвый VK аккаунт. Очень низкая маркетинговая активность. Отсутствие рекламы по основным «школьным» запросам. Очень высокая стоимость: 8000 р/мес за начальные классы и 15 700 р/мес за старшие классы. Живые уроки –привязка к расписанию	1-4 классы отсутствуют. Занятия ведутся в онлайн режиме (правда потом можно просмотреть занятие в записи). Есть домашние задания.	Разработанная уникальная методика обучения детей 1-4 классов может требовать корректировок в течение длительного периода времени (до 1 года). Все уроки записаны заранее – если возникает вопрос, ученик может его задавать только в формате переписки с учителем или по Skype.

	Суть	Решение
УГРОЗЫ	Запрет на частное онлайн – образование в России	Продажа платформы бизнесу за границей либо перевод платформы и программы образования под стандарты другой страны
	Демпинг со стороны конкурентов	Повышенная ценность за ту же стоимость: уникальный подход к процессу обучения и методики, основанные на психо-нейро особенностях детского мозга, а также программа образовательно-досуговых центров, частично входящая в стоимость обучения. Плюс активный маркетинг
	Рост маркетинговой активности со стороны конкурентов	Активный бренд-менеджмент школы с начала его формирования = сильный бренд с высокой степенью доверия и узнаваемости, который конкурентам сложно перебить простой рекламой
ВОЗМОЖНОСТИ	Горизонтальное масштабирование: создание дополнительных к школьной программе курсов, создание программы подготовки к вступительным экзаменам в университеты, реализация возможности изучения отдельных университетских дисциплин в нашей онлайн школе, создание психологических курсов для родителей, проведение крупных образовательных живых мероприятий	
	Вертикальное масштабирование: увеличение доли рынка, открытие образовательно-досуговых центров по системе франчайзинга, создание аналогичной школы на зарубежном интернет-пространстве	

СПИСОК КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

1	Процесс обучения построен, исходя из особенностей развития детского мозга и психологии, что позволяет качественно доносить материал и способствует его лучшему пониманию и запоминанию детьми	2	Особый курс для родителей, дающий познания и инструменты, позволяющие поддерживать хорошие отношения с ребенком в период его школьного обучения, правильно стимулировать его учебу и наладить взаимодоверие.
3	Система сама мотивирует ребенка к обучению с помощью автоматических процессов, влияющих на вовлеченность ребенка в изучение материала и получение им высоких баллов при контрольном тестировании. Иными словами: ребенку хочется стараться все больше и больше.	4	Обучение по методу полного погружения: обучение посредством изучения одного предмета за один период с дальнейшей его аттестацией в школе. Иными словами: ребенок может учить только биологию, пойти сдать ее в школе, затем приступить к физике и т.д.
5	Система автоматически напоминает ребенку (через мобильное приложение) о том, что пора приступать к занятиям. А родители (снова через приложение) будут всегда в курсе не пропустил ли их ребенок занятия, какова его успеваемость, с какими сложностями столкнулся и какова динамика его успехов (аналитика)	6	«Особые» онлайн уроки от психолога, позволяющие оценивать психологическое здоровье ребенка и, при необходимости, помочь ему в его укреплении
7	Система аналитики, которая сравнивает успехи ребенка на различных этапах его обучения и в форме наглядных графиков демонстрирует динамику прогресса по каждому предмету отдельно и в общем.	8	Старт проекта исключительно с программы 1-4 классов для того, чтобы максимально сфокусироваться на качественном обучении детей в начальной школе, постепенно далее добавляя по одному-двум классам в год

9	Система бережет здоровье ребенка в процессе обучения, побуждая его делать зарядку для глаз и для тела каждые 20 минут.	10	Собственная сеть образовательно-досуговых центров (ОДЦ) с уникальной методикой дополнительного школьного образования, развивающей в детях некогнитивные способности и осуществляющей здоровую социализацию детей
11	Геймификация процесса обучения и творческий подход к освоению материала	12	Все занятия представляют собой базу ранее записанных видео-лекций с кратким и емким изложением изучаемой темы, что позволяет детям заниматься в любое удобное для них время (заданное заранее, для поддержания дисциплины), не тратить время на онлайн-работу учителя с другими учениками и при необходимости провести консультацию с преподавателем в чате. С точки зрения бизнеса, такая бизнес-модель позволяет снизить затраты на оплату труда преподавателей, ведущих лекции.
13	Проектное обучение – закрепление познаний пройденного предмета посредством создания научно-творческого проекта по каждому предмету с дальнейшей его защитой	14	Активный маркетинг в интернете и SMM в социальных сетях круглый год для масштабного и регулярного привлечения новых резидентов школы и работы на узнаваемость проекта
15	Дополнительные к основной школьной программе образовательные курсы	16	Активный бренд-менеджмент (с самого начала зарождения школы) в целях привлечения внимания большой аудитории и формирования доверия к школе со стороны целевой аудитории

РАЗДЕЛ IV. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ (взгляд на бизнес через 2-3 года деятельности по представленной ниже модели)

 ПАРТНЕРЫ Бренд-агентство Digital - агентство Специалисты по созданию видео-контента Специалисты по упаковке бизнеса Педагоги (для записи обучающих материалов и тестов) Педагоги (для проведение мероприятий в ОДЦ)	 ПРОЦЕССЫ Маркетинг и продажи Контент Репетиторство и консультации Тех. поддержка Доработка платформы Проведение мероприятий в ДЦ  РЕСУРСЫ Онлайн - платформа Мощный сервер Штат сильных педагогов и методистов Сильная команда проекта Штат программистов Помещения для ОДЦ	 ПРОДУКТ Онлайн-школа с сетью образовательно-досуговых центров (ОДЦ) для учеников 1-4 классов (с перспективой развития до 11 кл)	 МАРКЕТИНГ Контент-маркетинг в соц. сетях SMM продвижение Контекстная реклама и РСЯ Активный бренд – менеджмент Публикации в СМИ (в т.ч .онлайн)  ПРОДАЖИ Продажи обучения в онлайн-школе Продажи абонементов в ОДЦ резидентам школы Продажи абонементов в ОДЦ нерезидентам школы	 ПОТРЕБИТЕЛЬ Мамы учеников 1-4 классов. 25 – 40 лет. Проживают в городе. Имеют высшее образование. Работают. Активные пользователи интернета и участницы онлайн – сообществ.
 РАСХОДЫ Маркетинг и бренд менеджмент (в т.ч. ОДЦ) = 5 000 000 ФОТ команды (в т.ч. ОДЦ)= 12 100 000 Аренда офиса = 150 000 Аренда сервера = 15 000 Аренда помещений ОДЦ (30 ед.) = 4 500 000 ИТОГО: 5,4 млн. руб/мес + 16,4 млн./мес (ОДЦ) РАСХОДЫ = 0,22 млрд. руб./год		Средний чек при годовой оплате : 36 000 руб Средний чек ОДЦ = 3 000 р/мес = 36 000 р/год Объем рынка : 600 000 учеников (8% готовых к онлайн обучению) Предполагаемая доля рынка через 2-3 года деятельности школы: ПРИБЫЛЬ 5% (30 000 учеников) Продажи абонементов ОДЦ : 19,5 млн. руб/мес Выручка: 1, 08 млрд. руб/год + ОДЦ 0,23 млрд. руб/год ПРИБЫЛЬ = 1,09 млрд. руб/год 		

Стр. 7

РАЗДЕЛ V. МАРКЕТИНГ. ПОТРЕБИТЕЛЬ. ПРЕДЛОЖЕНИЕ.

V.I. Стратегия маркетинга

Как показано в SWOT – анализе конкурентов, практически все конкуренты не ведут активной маркетинговой активности на просторах интернета (в т.ч. в социальных сетях) и ни одна школа не занимается формированием бренда среди своей целевой аудитории. Таким образом, основная маркетинговая стратегия нашей школы заключается в том, чтобы:

1. Создать сильный и узнаваемый бренд школы по всей стране
2. Проявлять активность в интернет - поисковиках, чтобы при «школьных» запросах людям так же попала и информация о нашей школе
3. Активный контент-маркетинг в социальных сетях
4. Активное SMM продвижение нашей школы в социальных сетях

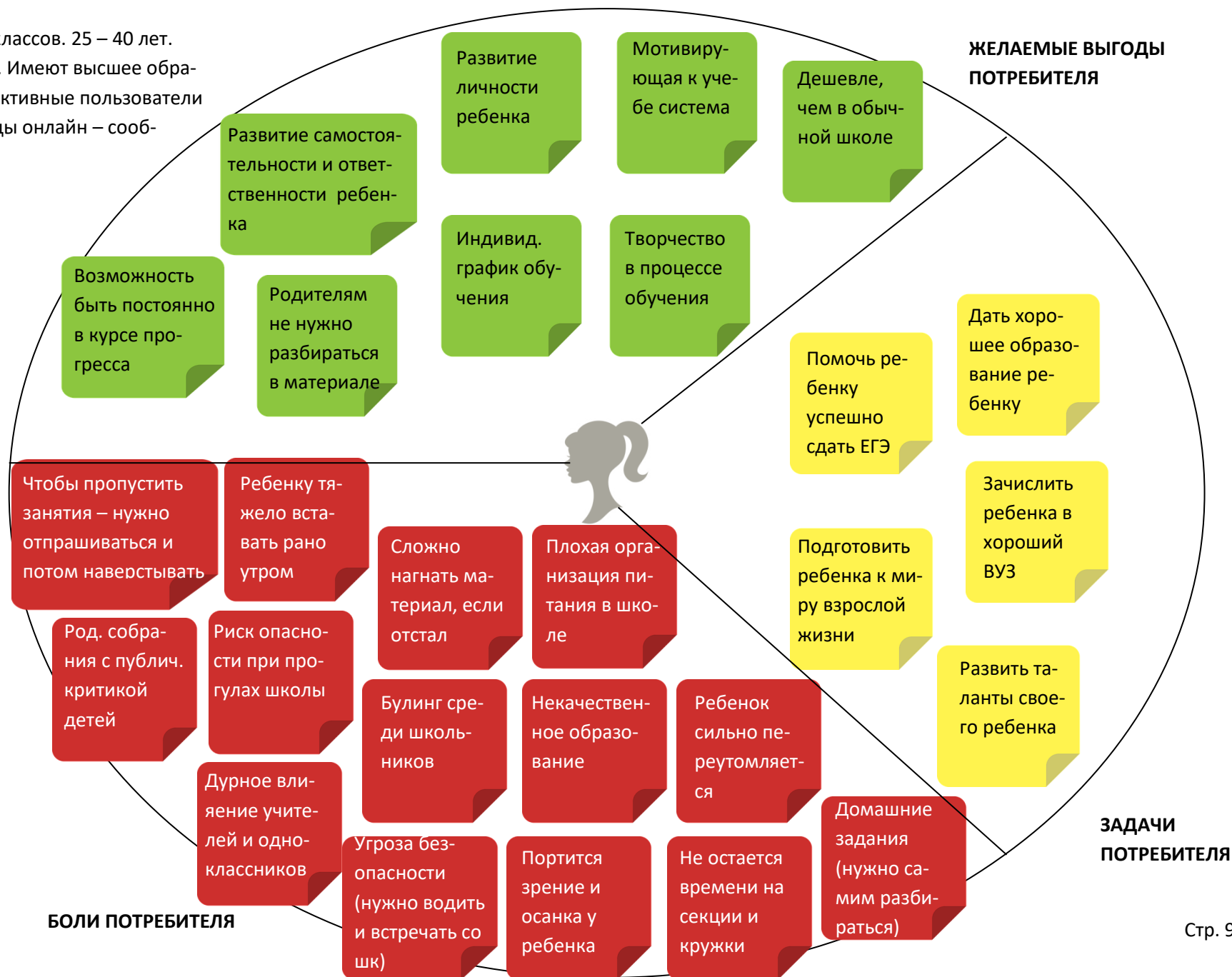
Иными словами: **СТРАТЕГИЯ** - проявлять максимальную маркетинговую активность в интернете и строить сильный бренд в целях завоевания доверия аудитории, абстрагирования от конкурентов и привлечения новых резидентов школы

ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МАРКЕТИНГОВЫЙ БЮДЖЕТ НА ЗАПУСК ШКОЛЫ

Задача	Решение	Бюджет
Сделать школу известной по всей стране и завоевать доверие аудитории	Брендинг (в т.ч. работа подрядчиков и маркетинговый бюджет)	5 млн р
Собрать на первый учебный год в школе 10 000 учеников (работа подрядчиков + маркетинговый бюджет)	SMM в соц. сетях и реклама в поисковиках	7,5 млн р
Высокая конверсия в продажу с сайта и социальных сетей при органическом трафике	Продающая упаковка сайта и социальных сетей	0,35 млн р
ИТОГО БЮДЖЕТ:		12,85 млн. руб

РАЗДЕЛ IV. II. Потребительский сегмент

Мамы учеников 1-4 классов. 25 – 40 лет.
 Проживают в городе. Имеют высшее образование. Работают. Активные пользователи интернета и участницы онлайн – сообществ.



РАЗДЕЛ V.III. ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ВЫГОДЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ

ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ



Онлайн-школа с сетью образовательно-досуговых центров, где дети учатся самостоятельно, с интересом, удовольствием, без вреда для физического и психического здоровья по школьной программе 1-4 классов с уникальным подходом к обучению, основанном на особенностях развития мозга и психики детей 6 – 12 лет.



Ребенку интересно учиться

Развитие самостоятельности и ответственности

Электронный дневник с подробной статистикой

Система сообщит о пропущенных занятиях родителям

Экономия на репетиторах и прочих. доп. расходах

Творчество и геймификация процесса обучения

Возможность учиться с планшета (экономия)

Здоровая социализация ребенка

Система сама мотивирует учиться

Дополнительные курсы для всесторон. развития

Система действительно учит, а не просто оценивает

Куратор все контролирует и держит в курсе родителей

Больше свободного времени для секций

Система сама качественно обучает до результата

Никто не тянет пить или курить

Питание ребенка домашней пищей

Питание ребенка на домашней пище

Отдельный курс подготовки к ЕГЭ

Никаких домашних заданий

Безопасность (не нужно водить и встречать со школ)

Индивидуальный темп обучения

Никаких родительских собраний и денеж. сборов

Оптимальная учебная программа (ничего лишнего)

Занятия невозможно прогулять и отстать

Отсутствие негативного влияния однокласс.

Индивидуальный график обучения

РЕШЕНИЕ БОЛЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЯ Стр. 10

РАЗДЕЛ VI. КОМАНДА И ФОНД ОПЛАТЫ ТРУДА (по ТК РФ)



УПРАВЛЕНИЕ

Директор по развитию	66 000
Управляющий	66 000
Руководители отделов х 7 чел	369 600
HR директор	39 600
Бухгалтера и финансисты х 3 чел	118 800
Отдел продаж (без учета РОП) х 5 чел	132 000
Отдел маркетинга, PR и контента х 6 ч	237 600
Служба тех. поддержки х 3 чел	79 200
Event – отдел для ОДЦ х 5 чел	132 000
ИТОГО:	1,3млн



ПРОДУКТ

Штатные преподаватели х 10 чел	264 000
Программисты х 3 чел	198 000
Методисты х 3 чел	118 800
Кураторы учеников х 12 чел	316 800
ИТОГО:	0,9 млн



ОДЦ (30 шт.)

Директоры центров х 30 чел	1,19 млн
Уборщицы центров х 30 чел	240 000
Педагоги центров х 120 чел	3,2 млн
Приглашенные педагоги (по бюджету на 30 ОДЦ)	3 млн
ИТОГО НА 30 ОДЦ:	7,7 млн

2,2 млн. руб/мес

9,9 млн. руб/мес

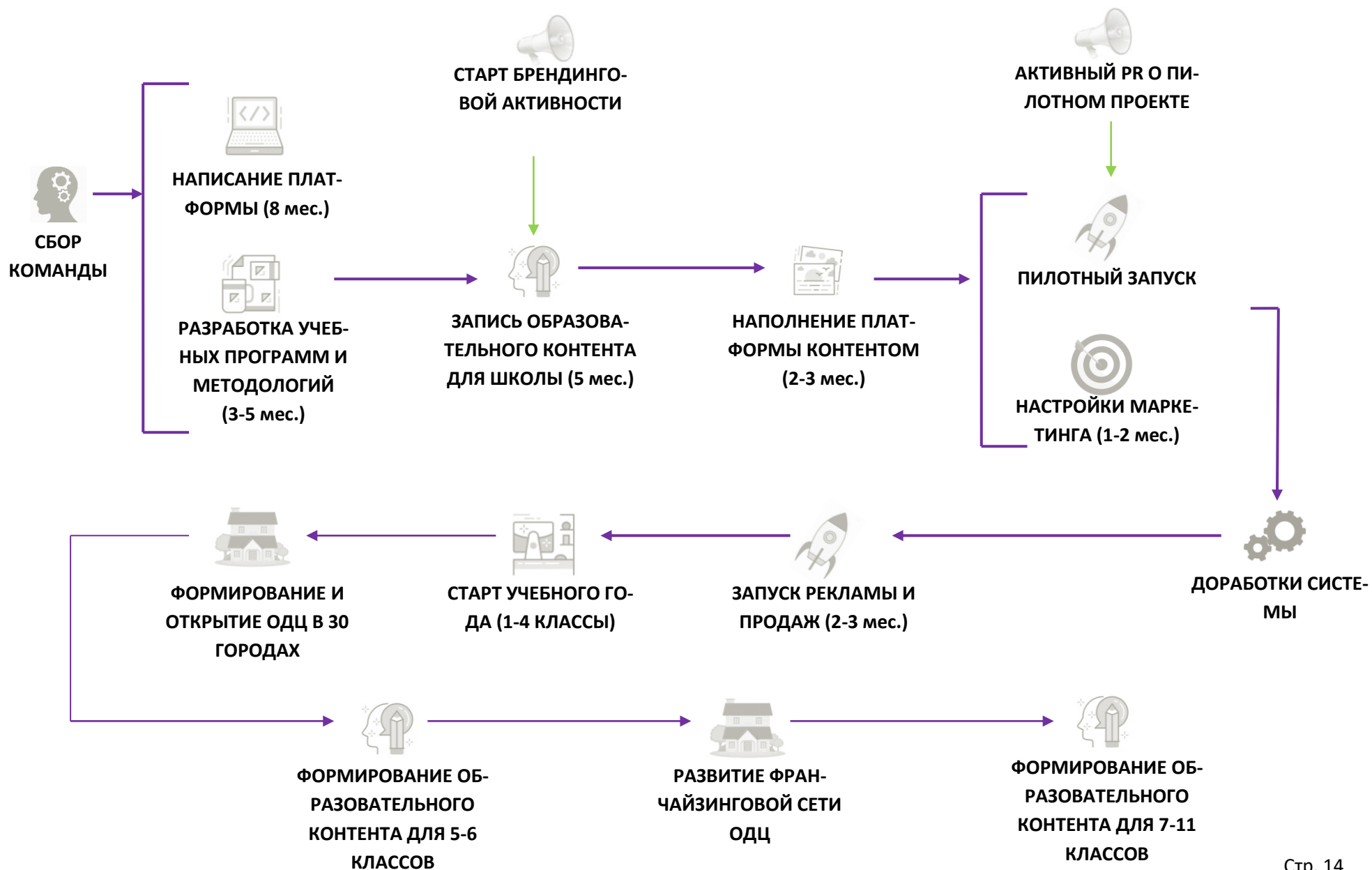
РАЗДЕЛ VI.I. КОМАНДА И ПОДРЯДЧИКИ

АВТОР ПРОЕКТА		ПОДРЯДЧИКИ	
	Гурина Ольга. 26 лет.	СОЗДАНИЕ ПРОГРАММНОГО WEB ОБЕСПЕЧЕНИЯ (написание платформ). Компания Дуотек.	Работали с такими компаниями как УАЗ, Кнауф, Ростелеком, Мираторг, Технониколь, Райфайзен Банк
Образование	Среднее специальное «Экономист – бухгалтер»	СОЗДАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КОНТЕНТА. Топовые преподаватели страны	Поиск ведется по преподавателям, получившим почетные награды и/или звание «Учитель года» за последние 3 года. Далее во внимание берется их харизматичность в работе с видео-записью контента (чтобы ученикам было приятно и интересно их слушать и смотреть).
Предпринимательский опыт	Более 5 лет	ОФОРМЛЕНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА. Компания «Микрон»	Работали с такими заказчиками, как Сбербанк, DNS, Skoda, 1C, Google
Предыдущие проекты	Фитнес-клуб «Живая Сталь» г. Таганрог (входил в ТОП-5 города), покинула проект в 2017 г. В 2019 г клуб был закрыт по решению партнера. Интернет-магазин продуктов с доставкой на дом. Доставка готовых обедов «GuriSam». Работа с заказом на пошив 800 комплектов униформы для банка «Центр Инвест» Обладатель гранта программы «Ты предприниматель» 2013 г	МАРКЕТИНГ И УПАКОВКА БИЗНЕСА. Компания B2B marketing	Работали с такими компаниями как Сбербанк, Ростелеком, Магнит, Промсвязьбанк, Единая Россия, Справедливая Россия, Askona

Философия ведения бизнеса	Только действительно качественный продукт и высочайший клиентский сервис.	БРЕНДИНГ. Компания BAKERS Екатерины Кононовой.	Бренд-агентство, зарекомендовавшее себя как команда профессионалов, дающий 100% результат от поставленных целей. Работали с такими брендами как: Аяз Шабутдинов, Катя Виск, Михаил Гусманов и многие другие ныне широко известные предприниматели и блогеры. Стратегия: развитие бренда школы через личный брендинг ее основателя, а также непосредственно самой школы
КОМАНДА ПРОЕКТА			
На стадии описания портрета сотрудников и их поиска			

РАЗДЕЛ VII. ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Схематичное общее представление того, в какой последовательности будет происходить реализация проекта до его запуска и первых продаж.



РАЗДЕЛ VIII. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

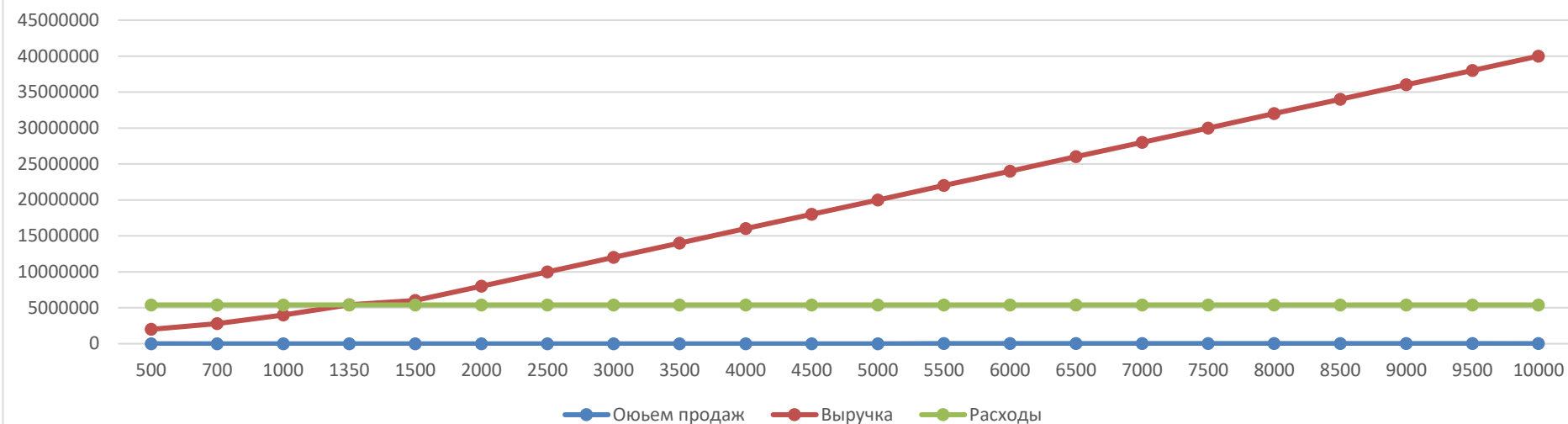
VIII.I. Прогноз движения денежных средств в первый год после запуска продаж

	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн
ВЫРУЧКА (тыс руб)	40000	42000	44000	46000	48000	46000	67500	67500	59500	59500	27500
Продажи абонементов на учебный год (ср. чек 4000 р)	40 000	40 000	42 000	44 000	46 000	46 000	46 000	48 000	40 000	40 000	0
Прирост продаж новым резидентам школы	0	2 000	2 000	2 000	2 000	0	2 000	0	0	0	8 000
Продажи абонементов в ОДЦ (ср. чек 3 000 р)	0	0	0	0	0	0	19 500	19 500	19 500	19 500	19 500
РАСХОДЫ (тыс руб)	5395	5395	5395	5395	5395	5395	7395	21865	21865	21865	21865
ФОТ команды	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	12 100	12 100	12 100	12 100
Маркетинг, брендинг, PR	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Аренда офиса	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Аренда помещений для ОДЦ	0	0	0	0	0	0	0	4 500	4 500	4 500	4 500
IT решения (автоматизация бизнеса, учета и контроля)	30	30	30	30	30	30	30	100	100	100	100
Аренда сервера	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
ПРИБЫЛЬ (тыс руб)	34605	36605	38605	40605	42605	40605	60105	45635	37635	37635	5635
Налог	3460,5	3660,5	3860,5	4060,5	4260,5	4060,5	6010,5	4563,5	3763,5	3763,5	563,5
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	31144,5	32944,5	34744,5	36544,5	38344,5	36544,5	54094,5	41071,5	33871,5	33871,5	5071,5
Прибыль нарастающ.итогом	31144,5	64089	98833,5	135378	173722,5	210267	264361,5	305433	339304,5	373176	378247,5

С июня по сен – активные продажи и набор 10 000 учеников	Создание-дополн. к школьн. прогр. курсов	Разработка проекта ОДЦ. Найм кадров для ОДЦ. Разработка маркетинговой стратегии для ОДЦ. Подбор помещений для ОДЦ. Запуск продаж дополнительных к школьной программе курсов.	Ремонтные работы и оформление ОДЦ. Обучение кадров в ОДЦ.	Запуск работы ОДЦ. Старт записи контента на 5-6 классы	Запись и оформление образовательного контента для 5-6 классов. Активные продажи абонементов в ОДЦ	Активные продажи абонементов на 2й учебный год для 1-6 классов
--	--	--	---	--	--	--

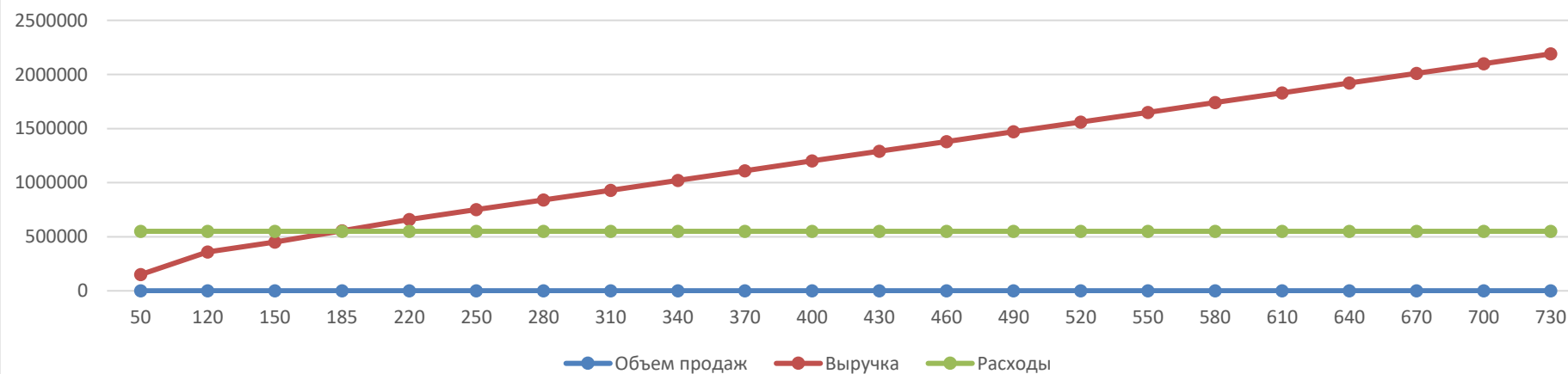
В целях стремительного развития проекта, первый год деятельности вся прибыль реинвестируется в бизнес

ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ОНЛАЙН-ШКОЛЫ (без учета ОДЦ)

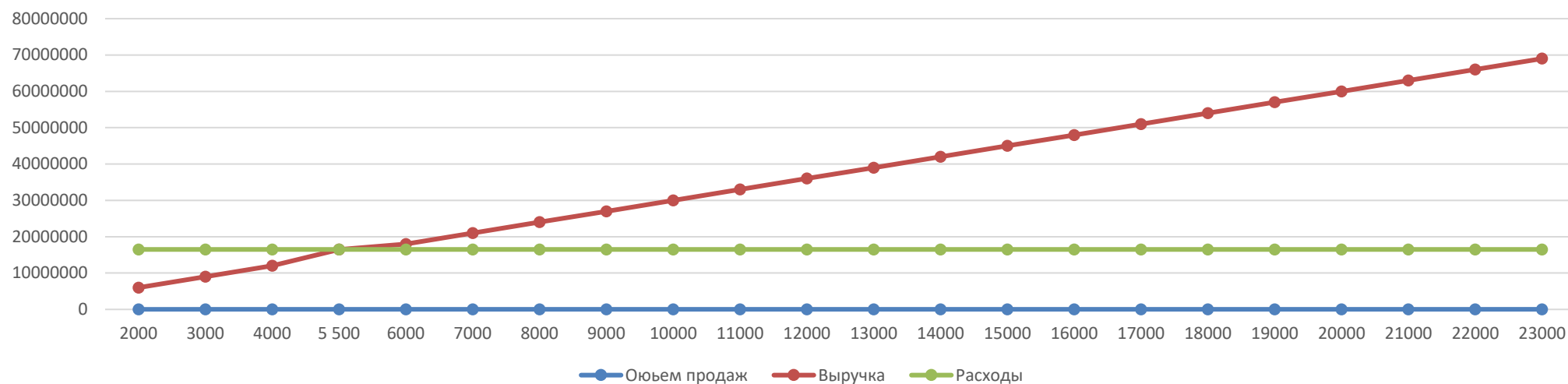


За объем расходов принято значение, равное сумме расходов на предоставление образовательных услуг 10 тыс. ученикам

ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ОДЦ (1 единица)



ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ОДЦ (30 единиц)



Выручка ОДЦ складывается из продаж резидентам онлайн-школы по льготной стоимости (на 50% ниже) и продаж нерезидентам онлайн – школы (ученикам традиционных школ). Средний чек при таком подходе – 3 000 руб.

VIII.III. Финансовый прогноз на 5 лет

	I год	II год	III год	IV год	V год	VI год
ВЫРУЧКА (тыс. руб)	575000	1197000	1557000	1917000	2277000	2917000
Продажи абонементов в школу	458 000	1 080 000	1 440 000	1 800 000	2 160 000	2 800 000
Продажи абонементов в ОДЦ	117 000	117 000	117 000	117 000	117 000	117 000
РАСХОДЫ (тыс. руб)	149090	152190	156190	159190	163190	163190
ФОТ команды	75 900	79 000	83 000	86 000	90 000	90 000
Аренда помещений	24 300	24 300	24 300	24 300	24 300	24 300
Маркетинг	48 000	48 000	48 000	48 000	48 000	48 000
Управленческие расходы	890	890	890	890	890	890
ПРИБЫЛЬ (до налогов)	425910	1044810	1400810	1757810	2113810	2753810
			Прирост по 10 тыс новых учеников в год			

РАЗДЕЛ IV. ИНВЕСТИЦИИ И ОКУПАЕМОСТЬ

IV.I. Объем инвестиций без учета создания сети ОДЦ.

Создание сети ОДЦ происходит из собственных средств школы путем реинвестирования прибыли после нескольких месяцев работы школы.

Группа расходов	Сумма (руб.)
Написание платформы	10 млн
Создание образовательного контента (видео, тексты, тесты и т. д.)	15 млн
Оплата работы преподавателей, участвующих в записи контентной части платформы	2 млн
Аренда офиса (на период реализации проекта и первых двух месяцев запуска продаж)	1,8 млн
Организация рабочих мест сотрудников	0,4 млн
ФОТ команды на период реализации проекта (9 мес.)	6,7 млн
ФОТ команды на период запуска проекта (разработка маркетинга и старт продаж) (4 мес.)	5 млн
ФОТ команды на первый месяц начала работы школы (резерв)	2,2 млн
Маркетинг (в т. ч. упаковка, найм подрядчиков, рекламный бюджет)	7,5 млн
Брендинг проекта	5 млн
ИТОГО:	55,6 млн

Все цифры получены после запроса стоимости работ подрядчиков, оборудования, арендных ставок и других показателей. Подробная детализация расчетов может быть представлена инвестору по требованию.

IV.II. Объем инвестиций с учетом создания сети ОДЦ.

Создание сети из 3* ОДЦ происходит из инвестиционных средств и осуществляется параллельно созданию образовательной платформы и контента. Запуск продаж абонементов ОДЦ стартует одновременно с запуском онлайн-школы.

Группа расходов	Сумма (руб.) на 1 единицу ОДЦ
Аренда помещения (из расчета на 4 мес. - резерв)	600 000
Ремонт помещения под нужны ОДЦ (при условии помещения – строй вариант)	500 000
Оборудование ОДЦ (мебель, техника, рабочие места, методический материал и т.д.)	500 000
Маркетинг и рекламный бюджет на предпродажи, запуск и еще 2 месяца работы ОДЦ	500 000
ФОТ команды (из расчета на 4 мес. - резерв)	920 000
ФОТ Event – отдела для сети ОДЦ (из расчета на 4 мес. - резерв)	528 000
ИТОГО на 1 единицу ОДЦ:	3,5 млн
ИТОГО на 3 единицы ОДЦ:	10,6 млн

*Старт проекта подразумевает создание собственной сети ОДЦ в количестве 30 единиц в течение одного года деятельности школы. Однако, при запуске данного направления, одновременно с онлайн-школой открываются только 3 ОДЦ в городах разной величины в целях отработки моделей для дальнейшего масштабирования сети. В таблице выше видно, что суммы инвестиций рассчитаны, исходя из формирования резерва капитала для обеспечения работы ОДЦ в течение первых четырех месяцев работы. Примерно такой период потребуется для отработки прибыльной и масштабируемой модели. Такой подход позволит мыслить на развитие и улучшение модели, а не на выживание проекта, что в дальнейшем позволит сделать продукт максимально качественным и легче масштабировать его, в том числе и по системе франчайзинга.

IV.III. Окупаемость инвестиций

Без создания сети ОДЦ		С созданием сети из 3х ОДЦ	
ПОКАЗАТЕЛЬ	ХАРАКТЕРИСТИКА	ПОКАЗАТЕЛЬ	ХАРАКТЕРИСТИКА
Сумма инвестиций	55,6 млн. руб.	Сумма инвестиций	66,3 млн. руб.
Период реализации проекта	1 год	Период реализации проекта	1 год
Период реинвестирования прибыли компании	1 год	Период реинвестирования прибыли компании	1 год
Срок окупаемости инвестиций	2 года (1 год реализации + 1 год реинвестирования прибыли в развитие) Согласно фин. плану, прибыль за 1й учебный год работы школы составит суммарно 383 млн. руб.	Срок окупаемости инвестиций	2 года Срок окупаемости неизменен, так как срок реализации и реинвестирования такие же, и по завершению первого учебного года прибыль компании останется примерно на том же уровне – 400 млн. руб.
Погрешность	Данные цифры взяты из расчета на то, что на первый год обучения будет привлечено 10 000 резидентов школы и далее число резидентов будет прирастать по 500 чел. В мес. Плюс прибыль от работы 30 ОДЦ, которые откроются посредством реинвестирования прибыли школы после 6 мес. работы школы. Согласно графику точки безубыточности, для работы в ноль, школе достаточно только 1350 резидентов. Считается реальным собрать 10 000 учеников при заложенном маркетинговом бюджете и достаточном сроке реализации проекта.		Велика вероятность, что за первый учебный год нам не удастся выполнить план по открытию сразу 30 точек ОДЦ. Однако, если сразу открыть 3 точки и отработать легко масштабируемую модель, то вполне реальным является открытие, как минимум, 10 дополнительных точек до конца учебного года.

Таким образом, независимо от того, будут открываться ОДЦ или нет, окупаемость проекта больше зависит от числа резидентов школы, оплативших свое обучение до начала занятий (до сен-окт). Именно поэтому так много внимания и средств уделяется маркетингу, упаковке и брендингу школы еще до ее запуска (запуска продаж).

Согласно плану, **число резидентов на начало учебного года должно составить 10 000 учеников**. Даже при условии отсутствия денежных потоков от ОДЦ и новых резидентов школы, данная масса клиентов, путем ежемесячных платежей, **обеспечивает прибыль компании в размере около 300 млн. руб.** в год. Это означает, что окупаемость проекта наступает сразу по завершению первого учебного года (реинвестирование прибыли) + предшествующий запуску год реализации проекта. Итого: **2 года**.

Если опустить стратегию развития школы путем реинвестирования прибыли, то **окупаемость проекта наступает сразу (2 – 3 мес.) при наборе 10 000 абонементов** на обучение в школе (месячное или годовое). Данное количество учеников внесет оплату за первый месяц обучения в размере 40 млн руб., после чего оплатит обучение во втором месяце еще на 40 млн руб. Таким образом, **за 2 мес. деятельности школы будет собран доход в 80 млн руб.**, что полностью покрывает инвестированный в проект капитал.

ПЕССИМИСТИЧНЫЙ ПРОГНОЗ ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА

Учитывая точку безубыточности проекта онлайн-школы на уровне 1 350 абонементов в месяц (5,4 млн руб.), предположим, что удалось собрать в школу не целевые 10 000 учеников, а только 2 000. Из этого следует, что **и ежемесячно абонементов будет продано 2 000 ед.** при среднем чеке в 4 000 руб. Что означает для компании годовую выручку в 72 млн руб. И непосредственно прибыль в размере 23. 5 млн руб.

Сумма инвестиций: 70 млн руб.

Сумма годовой прибыли компании: 23,5 млн руб.

Итого срок окупаемости: 3 года

ДЛЯ СРАВНЕНИЯ:

Число учеников в Интернет-Урок: 7 000 чел

ИНВЕСТИРУЙТЕ В ШКОЛЬНОЕ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ СЕГОДНЯ –
СТАНЬТЕ ЧАСТЬЮ КОМПАНИИ – **ЛИДЕРА РЫНКА** ЗАВТРА!



Меня зовут Гурина Ольга и я приглашаю Вас **совершить прорыв в системе школьного образования** вместе со мной, в качестве инвестора.
Высокая доходность и огромная социальная значимость.

Пишите:

E-mail: Draga-champ@yandex.ru

Вконтакте: vk.com/olgagurina

What`s up: 8 909 407 94 28

*С Уважением и надеждой на долгосрочное и
плодотворное сотрудничество. Ольга.*