
ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

VR-EVENTS PRO

выполнен Мурлыкиной Анжеликой и
Черняковой Анастасией

СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА

- Команда проекта;
- Возможность;
- Продукт / Решение;
- Бизнес-модель;
- Метрики и экономика;
- Потребность в финансировании;
- План разработки;
- Оценка проекта.



**МУРЛЫКИНА
АНЖЕЛИКА**



**ЧЕРНЯКОВА
АНАСТАСИЯ**

Команда проекта

ВОЗМОЖНОСТЬ

Проблема

Высокий риск
заболевания
в период пандемии
на различных
офлайн-мероприятиях

Недостаток времени на дорогу

Презентация своей
компании или товаров

Существующие решения

Просмотр мероприятий по телевизору

Запись трансляции мероприятия

Проведение дней открытых дверей

Наше предложение

Возможность проведения
мероприятий, оставаясь дома

Возможность проведения VR-
мероприятия - посещение
мероприятия, не выходя из дома, в
режиме онлайн

Запоминающаяся презентация
своего продукта или компании с
использованием VR-технологий



ПРОДУКТ / РЕШЕНИЕ

ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА

VR event – это проект, который позволяет провести мероприятие оставаясь дома, несмотря на ситуации, которые могут возникнуть по препятствию проведения разного рода event-ов.

Клиент будет его использовать в:
конференциях, корпоративах, концертах,
презентациях своего бренда или продукта,
нетворкинг, квестах и др.

Как продукт работает?

Всё оборудование клиент получает в лизинг и подписывается договор с нашей компанией, в котором указывается потери или поломки оборудования клиент несет на себе всю ответственность. Клиенты получают настроенные виртуальные очки/шлемы курьерской доставкой. Очки/шлемы доставляются продезинфицированы и завакумированы. Клиенты получают ссылку на установочный файл, который нужно установить на своем компьютере, а также пройти процесс регистрации и выбор своего аватара.

Клиент попадает в виртуальный мир, который состоит из разных локаций, которые он может посетить. Продукт будет использоваться с сопровождением ведущего мероприятия, спикера или артиста — может быть в виде аватара с правами доступа администратора, чтоб вести полноценную коммуникацию с участниками ивента, отвечать на их вопросы и полностью взаимодействовать. Продукт будет использоваться при помощи VR-очков и VR-шлемов.



ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

VR-технологии в event-индустрии создают проведение мероприятий, оставаясь дома или на работе, с эксклюзивной проработкой и детализацией, а также с эффектом полного присутствия. Решает проблему с высоким уровнем заболевания в период пандемии, с вероятностью смерти во время путешествия на машине или самолете, с затратами на дорогостоящие туры, решает проблему с расстоянием между городами, где проводится концерт любимого артиста, решает проблему с усталостью на работе, а также с помощью нашей компании клиент сможет посмотреть какое-либо мероприятие в записи.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ПРОЕКТА

3 РЕШЕНИЕ/ОБЕЗБОЛИВАЮЩЕЕ

Какое решение вы предлагаете?

Виртуальная платформа позволяет организовывать VR-мероприятия и призвать потенциальных клиентов, общаться друг с другом в виртуальном мире, смотреть выступления артистов и слушать спикеров, проходить квесты и много других функций.

Как будет проходить обезболивание?

VR-технологии в event-индустрии создают проведение мероприятий, оставаясь дома, с эксклюзивной проработкой и детализацией, а также с эффектом полного присутствия. VR event – это проект, который позволяет провести мероприятие, оставаясь дома или на работе, несмотря на ситуации, которые могут возникнуть по препятствию проведения разного рода event-ов. Клиент будет его использовать в: конференциях, корпоративах, презентациях своего бренда или продукта, нетворкинг и др. С помощью нашего продукта клиент сможет презентовать свой продукт, который тяжело показать в реальности, а также наш продукт поможет компании клиента повысить командный дух сотрудников.

Как будут создаваться преимущества?

VR-технологии в event-индустрии создают проведение мероприятий, оставаясь дома, с эксклюзивной проработкой и детализацией, а также с эффектом полного присутствия.

2 ПРОБЛЕМА/БОЛЬ

Какие нерешенные проблемы и боли есть у клиента?

- Клиент не может продемонстрировать свой продукт/услугу в реальности;
- Большая трата времени и средств до работы от дома;
- Клиент не может привлечь к своему продукту потенциальных покупателей, из-за неполного раскрытия своего продукта/услуги;
- Недостаток времени на посещение мероприятий.

Что клиента не удовлетворяет в альтернативных решениях?

- длительная разработка vr-зала, аватара и прочей атрибутики (от 7 дней до 2-х месяцев);
- отсутствие технической поддержки 24/7;
- скудный ассортимент предоставляемых услуг.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ПРОЕКТА

5 ПРОДУКТ/ СЕРВИС

- Транспортные компании; курьерские службы
- Организаторы мероприятий
- Виртуальные платформы
- 3D-дизайнеры
- Digital-агентства

7 ВОРОНКА/ ЦЦД

Трафик на сайте

4 ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Виртуальная платформа позволяет организовывать VR-мероприятия, общаться друг с другом в виртуальном мире, смотреть выступления артистов и слушать спикеров, проходить квесты и много других функций.

6 КАНАЛЫ

Откуда берутся клиенты?

Сайт;
соц. сети;
сарафанное радио;
реклама.

Какие каналы наиболее эффективны?

Соц. сети

1 КЛИЕНТСКИЕ СЕКМЕНТЫ

Мужчины и женщины всех возрастов, однако наибольший интерес он вызывает у мужчин 25-45 лет, с доходом средним и выше среднего. Компании различной сегментации. Приоритет – B2C (развлекательный формат).

8 РЫНОК

[https://miro.com/app/board/uXjVOJB3EUs=](https://miro.com/app/board/uXjVOJB3EUs/)

SOM – 6,6 млн рублей

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ПРОЕКТА

10 СТРУКТУРА РАСХОДОВ

Структура постоянных расходов:

- Аренда помещения; реклама;
- Налоги;
- Зарботная плата и социальные отчисления;
- Выплаты дизайнерским.

АС=200000 руб.

COGS_m=15000 руб.

11 UNIT-ЭКОНОМИКА

TOTAL PROFIT = 19300000 руб.
ROI=9%
ROE=39%

9 СТРУКТУРА ДОХОДОВ (МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ)

Как бизнес будет зарабатывать?
Оказание услуги клиентам

КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ

Наименование параметра			Сайт	Соц. сети	Проведение мероприятий
Users or Lead Acquisition	число привлеченных пользователей	Чел.	4000	5000	4500
Buyers	количество платящих пользователей	Чел.	680	800	550
Conversion	конверсия в первую покупку	%	17%	16%	12%
Average Price	средний чек, или сумма, которую заплатит клиент, оплачивая услуги	Руб.	25000	25000	25000
Average Payment Count	ожидаемое среднее количество покупок от одного клиента в месяц	шт.	1	1	1
Average revenue per user (ARPU)	валовая прибыль на потенциального клиента	Руб.	1700	1600	1200
ARPPU (Average Revenue per Payment User)	средняя выручка на одного платящего пользователя	Руб.	10000	10000	10000
Revenue EGI	валовый доход на конец года за вычетом всех операционных расходов до начисления амортизации	Руб.	17000000	20000000	13750000
Acquisition Costs	Маркетинговый бюджет на привлечение потенциальных клиентов,	Руб.	150000	200000	170000
Cost Per Acquisition (CPA)	Стоимость привлечения клиента	Руб.	38	40	38

КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ

Customer Acquisition Cost (CAC)	стоимость привлечения платящего пользователя	Руб.	221	250	
COGS (first sale)	дополнительные расходы на самую первую продажу	Руб.	0	0	0
COGS (each sale)	Суммарные затраты на оказание каждой услуги (без учета затрат на маркетинг)	Руб.	15000	15000	15000
Total profit	Чистая прибыль	Руб.	16300000	19300000	13050000
Profit per user	доход с пользователя в единицу времени	Руб.	5221	5250	5309
ARPU-CPA	Приведенная прибыль на потенциального клиента с учетом стоимости привлечения клиента	Руб.	1662	1560	1162
Безубыточный объем продаж	объем продаж, при котором доход от реализации продукции (работ, услуг) равен понесенным расходам	Руб шт	100000 руб 4 шт	125000 руб. 5 шт.	125000 руб. 5 шт.
ROI	Рентабельность инвестиций	%	11	9	13
ROE	Коэффициент рентабельности валовой прибыли	%	39	39	38
PP, лет	Срок окупаемости	мес	0,1	0,09	0,13

TAM-SAM-SOM

РЫНОК

Формулирование рынка

Отрасль	Конечный потребитель
VR-EVENTS	Мужчины и женщины всех возрастов, однако наибольший интерес он вызывает у мужчин 25-45 лет, а также у детей и подростков 8-15 лет. Женщины также проявляют не меньший интерес и принимают активное участие. А также компании различной сегментации.

География	Конечный продукт
Российская Федерация	Виртуальная платформа, позволяющая организовывать VR-мероприятия

Сформулируйте рынок

Рынок VR-технологий

Методы оценки

Сегментация

TAM
Объем российского рынка технологий виртуальной реальности по итогам 2021 года составил 1,1 млрд рублей, что на 16% больше в сравнении с предыдущим годом.

SAM

Предположим, что в нашу компанию обратится 15% потребителей - 165 млн рублей.

SOM

Сейчас на российском рынке около 25 активных конкурентных компаний, то есть наша доля составит 6,6 млн рублей

Сегментация

TAM
Если взять всех клиентов, которые пользуются услугами VR (примерно 2185000 человек), вычтем из них долю VR-events (108000 человек) - 2185000 - 108000 = 2077000 человек. Допустим они обратятся в наше агентство через год, тогда $2077000 * 25000 = 52$ млрд (Пиковая возможность)

SAM

Предположим, что 108 тыс. потребителей имеет возможность воспользоваться нашими услугами, тогда $110000 * 25000 = 2,75$ млрд

SOM

В РФ 108 тыс человек обратились в VR-events агентства. Средний ценник - 25 тыс. за мероприятие. Мы можем привлекать около 500 пользователей в месяц = 12,5 млн руб = 150 млн руб

Итоги оценки

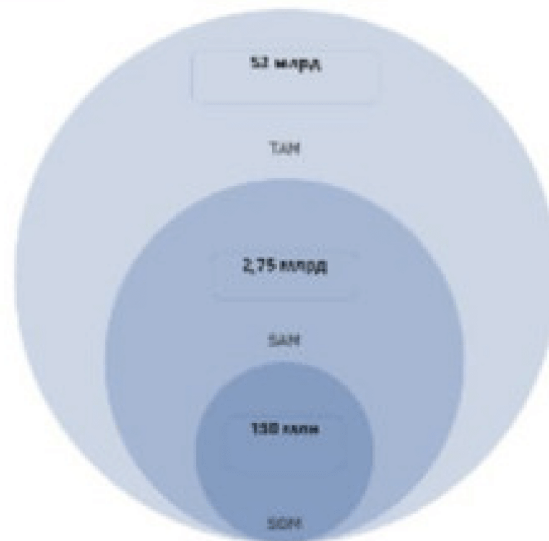
Расшифровка: сформулируйте, что именно вы оценили

TAM Рынок VR услуг во всем мире

SAM Объем рынка VR услуг, который напрямую относится к нам

SOM Объем, который реально захватить

Результат



UNIT-ЭКОНОМИКА

Исходные данные	В (Buyers)	AC	ARPPU	ARPU	D= ARPU-CPA	(GP) NOI	Безубыточный объем продаж	Revenue (EGT),	ROI	ROE	PP, мес
IC= COGS x 3,	700000										
UA	5600	1080									
C1	19%										
CPA	36	200000									
Av.P	25000		10000					27000000			
COGS m	15000			1900							
1sCOGS	0				1864						
APC	1					10438400					
Средние постоянные затраты за период	170000						18		7%	39%	0,06
Средние переменные затраты за период на одного (UA)							450000				

ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ



Затраты

Маркетинговый бюджет - 450 000 рублей

Бюджет для разработки

(дизайнеры, программисты, тестировщик)

- 650 000 рублей

Страхование оборудования – 500 000 рублей

Аренда сервисной площадки – 400 000 рублей

Аренда оборудования (лизинг) – 30 000 000 рублей



Пути привлечения капитала

- Привлечение инвесторов на долю

- Краудфандинг

- Государственные гранты



Личное вложение

300 000 рублей

ПЛАН РАЗРАБОТКИ

ШАГ 1

создание команды
(набор программных
инженеров,
дизайнеров)

ШАГ 2

сбор информации и
покупка оборудования

ШАГ 3

разработка vr-мира
(для путешествий по
vr), разработка vr-
пространства для
проведения
конференций и т.д.

ШАГ 4

тестирование
платформы

ШАГ 5

устранение ошибок

ШАГ 6

разработка
собственного сайта и
открытие страниц в
социальных сетях

ШАГ 7

начало маркетинговой
компании

Оценка проекта

РАСШИРИТЬ НАШУ КОМАНДУ

В наших планах расти и расширять нашу компанию

МИРОВОЙ РЫНОК И СОТРУДНИЧЕСТВО

В планах выйти на мировой рынок и начать сотрудничать с международными компаниями.

2 МЛРД РУБ ПРИБЫЛИ

На данный момент мы стремительно идем к этой цифре

ЛИДЕРСТВО

Занять лидирующие позиции среди конкурентов

VR-EVENTS PRO



СОЕДИНЯЕМ НА ЛЮБОМ
РАССТОЯНИИ