

**«Проектная деятельность в курсе  
финансовая грамотность  
на примере бизнес-школы  
«Мой первый стартап»»**

# Основные этапы организации бизнес-школы «Мой первый старт»

## О спикере

### Елена Леонидовна Бессараб

- учитель истории и обществознания, экономики
- тренер ЕГЭ
- педагог по финансовой грамотности
- эксперт бизнес-школы Kinder MBA
- создатель онлайн-школы ЕГЭ фестиваль

#### По вопросам сотрудничества

+7(915)247-93-00

<https://bessarabclub.ru>



## О чем поговорим сегодня

1. Определение целевой аудитории, концепции, сроков, команды проекта.
2. С чего начать формирование содержания программы бизнес-школы.
3. Основные темы бизнес-школы «Мой первый стартап».
4. Методика создания бизнес-проекта школьниками.
5. Кто может быть приглашенным экспертом в бизнес-школе и зачем им это?

**Деятельностный подход** в педагогике предполагает, что развитие участников образовательных мероприятий происходит только в случае, если они осознают, что с ними происходит, и уходят в субъектную позицию по отношению к тому процессу, который есть.



## С чего начать формирование содержания программы бизнес-школы

Бизнес - школа — это **интенсивный** образовательный формат, который рассчитан на глубокое погружение участников в культуру проектной деятельности.

Подготовка к школе не требует «знания материала» от детей.

Интенсив дает и знания и навыки



## ВАЖНО!

Однако надо помнить, что наша жизнь состоит не только из интенсивов, но и из каких-то продолжающихся процессов. Поэтому если вы занимаетесь проектной работой, создаете какое-то новое дело, внедряете новую практику, то, конечно же, обойтись одними интенсивами невозможно.

Интенсивы начинают играть особую роль в более сложных процессах, например, когда вы формируете кружок и, будучи наставником кружка, используете интенсивы для того, чтобы раскатать свою аудиторию, привлечь участников.

Если же вы создаете постоянно действующую площадку, на которой будете развивать свой проект, внедрять и применять его, то для вас интенсив может быть инструментом в сборке команды или в привлечении идей.

## ВАЖНО!

При этом не стоит забывать, что интенсивные форматы не могут решить целый класс педагогических задач, например, **освоение фундаментальных научных принципов, формирование предметного мышления** и других, для которых требуются пролонгированные формы образования.

Также реализация проектов **полного жизненного цикла** — от порождения идеи до ее внедрения — требует пролонгированных форм занятий в том случае, если речь идет о проектировании сложного решения до стадии создания продукта для его реализации в реальной деятельности.

Интенсивные форматы в таком случае являются именно дополнительными формами со своими уникальными функциями.



## Что необходимо сделать до старта бизнес-школы?

При выборе школы стоит учитывать следующие **факторы:**

Интерес участников к определенным предметам и направлениям.

Тип ведущей деятельности для проектов на школе и тип результата, достигаемого на школе (предпринимательский, организационный).

Возможность поработать над проектами с региональной спецификой.

Запрос участника на развитие hard skills.



В рамках бизнес - школы формирование тем проектов — это предварительная работа куратора (наставника).

Почему?

**1 вариант:** подготовить кейсы, для которых команды (индивидуальные участники) предложат свои идеи.

**2 вариант:** проектировать от идеи до результата (нужно заранее понимать сроки, возможности участников)

Грамотно **сценарировать** введение участников школы в предлагаемую проблематику через анализ ситуации (работу с заранее подготовленными материалами и общение с экспертами).

Благодаря этому, участники полноценно на уровне смыслов присваивают проблемное поле и выходят на предполагаемое решение проблемы, разрабатывают проект вокруг поставленной тематики.

Основными источниками знаний для работы должны стать заранее подобранные материалы и эксперты по теме проекта.

Таким образом, подготовка материалов для погружения в проблемное поле, подбор экспертов и грамотное их включение в процесс проектирования — одна из важнейших функций куратора / наставника бизнес-школы.

**Задача** — создать среду, в которой участники овладевают обобщенным способом проектной деятельности индивидуально (или в команде) решая реальную проблему



## **Предварительная проработка темы проекта**

Предварительный анализ ситуации, несколько гипотез проектного решения, которые могут сформироваться из анализа ситуации, понимание, какие ресурсы потребуются для создания прототипа в рамках работы школы.

Это позволит эффективней спланировать работу участников.



## Погружение участников в ситуацию

Основные приёмы:

- Выступления экспертов на школе и их последующее обсуждение
- Записи выступлений экспертов по теме
- Статьи, аналитические записки, нормативные документы
- Подготовка и проведение интервью с заказчиком проекта
- Документальные фильмы



## **Порождение проектной идеи**

От анализа отрасли участникам необходимо перейти к определению проблем и вызовов и постановке гипотез их решения.

Возможный вариант: по методологии дизайн-мышления

**Расчет времени на прохождение различных этапов проектирования в рамках школы.**

**Работа с содержанием проекта**



## Организационные вопросы

- › Подготовка программы школы
- › Определение направлений
- › Подбор руководителей направлений, преподавателей, экспертов
- › Проработка выбранных направлений
- › Определение лабораторий, связанных с направлениями
- › Определение требований к оборудованию и расходникам

## Организационные вопросы

- › Предварительные аспекты школы
- › Набор детей
- › Отбор детей
- › Набор и подготовка наставников



## Организационные вопросы

- › Функционирующая площадка с полноценно работающей инфраструктурой
- › Вожатые (?)
- › Проживание детей (?)
- › Питание детей (?)
- › Проживание преподавателей
- › Питание преподавателей
- › Проживание экспертов
- › Питание экспертов
- › Обеспечение работы штаба

## Организационные вопросы

- › Необходимое для проектной деятельности
- › Площадка с флипчартами и маркерами для проектных сессий
- › Оборудованные лаборатории для разработки прототипов
- › Модераторы, которые ведут групповую работу
- › Эксперты, которые хорошо знают проектную область
- › Техник, отвечающий за работу оборудования на площадке

## Организационные моменты

### **Фиксация хода работы и его результата**

- Во время напряженной работы на школе не только участник, но и наставники часто пренебрегают фиксацией результата. Это порождает множество проблем: восстановить ход работы становится практически невозможно, теряется материал для рефлексии проекта и передачи опыта. Поэтому необходимы:
- Создание единого файлового хранилища для материалов школы
- Ежедневная фиксация промежуточных результатов работы: флипчартов, хода работы над конструкциями
- Использование этих материалов в отчете наставника
- Публикация материалов о работе школы на сторонних ресурсах в виде статей (не только в научных журналах, но и на отраслевых порталах, например, Habrahabr, Geektimes)

## Организационные моменты

### Освещение школы для внешней аудитории

Работа бизнес - школы должна быть прозрачна для внешнего наблюдателя: родителей, преподавателей, администрации, школьников и студентов. Только в этом случае школа сможет повлиять не только на своих непосредственных участников.

### Необходимы:

- Выкладка фотографий на специально созданный интернет-ресурс школы (например группу в соцсети «ВКонтакте») и/или интернет-ресурс организатора школы; возможно, создание YouTube-канала школы, где собираются наиболее яркие моменты, интервью)
- Публикация заметок о проектах, историй успеха
- Публикация коротких интервью экспертов, преподавателей, участников школы
- Работа на школе представителей местных СМИ
- Публикация пострелиза, подведение статистики
- В идеале за освещение школы отвечает отдельный человек, формирующий общий контент-план, может быть кто-то из участников для своего портфолио

## Про отбор на школу

Отбор на проектную школу происходит за пару месяцев до начала школы.

Как правило, он состоит из двух частей: потенциальному участнику проектной школы необходимо заполнить анкету, в которой организаторы школы собирают базовые метрики участников, и выполнить творческое задание.

Например, участник может предложить свою концепцию проекта, написать эссе на одну из предложенных организаторами тем, решить кейсовую ситуацию или пройти онлайн-собеседование.

Все это необходимо для того, чтобы понять, как именно устроено мышление участника и в каком проекте (в ситуации, если участник проходит отбор) ему было бы максимально полезно работать в рамках зоны его ближайшего развития.

# Матрица жизни молодежного продукта от «Академии наставников»

Подготовка	Разработка проекта	Детальное проектирование и разработка прототипа	Презентация результатов, экспертиза	Реализация проекта
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Определение темы, интервью экспертов</li> <li>● Проведение анализа ситуации</li> <li>● Разработка гипотезы</li> <li>● Подготовка сценария</li> <li>● Определение доступных ресурсов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Презентация тем, распределение участников</li> <li>● Анализ ситуации</li> <li>● Постановка проблемы</li> <li>● Разработка принципиального решения</li> <li>● Разработка архитектуры продукта и схемы проекта</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Проработка различных аспектов проекта (маркетинг, финансы, управление и т. п.)</li> <li>● Создание прототипа</li> <li>● Разработка дорожной карты</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Подготовка выступлений</li> <li>● Презентация и экспертиза проектов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Работа с заказчиками</li> <li>● Доработка прототипа</li> <li>● Создание технологии</li> <li>● Работа с грантами и конкурсами</li> </ul>
<p>Делают наставники</p>	<p>Наставники включают участников в проектирование</p> <p>Ключевой инструмент «Шаг развития»</p>	<p>Ключевой инструмент «V-модель»</p> <p>Применение различных инструментов и методик</p>	<p>Организуется выставка, презентация, питч-сессия и т. п.</p>	<p>Проблема доступа к ресурсам</p>

# Определение целевой аудитории, концепции, сроков, команды проекта

A	B	C
<b>КАНВА БИЗНЕС - ШКОЛЫ</b>	<i>Проект:</i>	<i>Автор:</i>
<b>Целевая аудитория</b> [ Эпизод 2.2 ] (возраст, контекст, география и другие характеристики участников смены)	<b>Игровой мир</b> [ Эпизод 3.3 ]	<b>Эстетика</b> [ Эпизод 3.1 ] (какие ощущения от игрового процесса вы хотите вызвать у ваших участников)
<b>Количество участников</b>	<b>Игровая миссия</b> [ Эпизод 3.2 ]	
<b>Продолжительность школы</b>		<b>Динамика</b> [ Эпизод 3.1 ] (игровое взаимодействие между отдельными участниками, группами, внутри всего школы)
<b>Тематика бизнес-школы</b> (набор тем, с которыми будете работать на школе)	<b>История</b> [ Эпизод 3.3 ]	
<b>Образовательные цели</b> [ Эпизод 2.1 ] (чему должны научиться дети в бизнес-школе)		

Образец от Сберкампус

# Концепция бизнес-школы

Под **предпринимательским проектом** мы подразумеваем проект, конечная цель которого — это решение реальной проблемы

## Основные шаги

1. Найти тему (область), в которой хотим развивать проект
2. Найти проблему, которую будет решать проект, или потребность, которую он будет удовлетворять
3. Определить, чья это проблема или потребность
4. Создать решение
5. Проверить решение
6. Получить от пользователя обратную связь
7. Доработать решение



# День 1

## ОТКРЫТИЕ БИЗНЕС - ШКОЛЫ

Презентация школы, знакомство и погружение в концепцию, выступления экспертов

## Знакомство участников бизнес-школы

«Шестеренки»

«Я-галерея»

«Бинго»



**«ШЕСТЕРЕНКИ»**



# «Я – ГАЛЕРЕЯ»





Метод развития творческих способностей — авторская разработка кандидата искусствоведа Любови Михайловны Поповой

# «БИНГО»

**В            I            N            G**

Есть домашнее животное	Умеет играть на гитаре	Знает три(и более) языка	Терпеть не может изюм
Хорошо рисует	Играет на музыкальном инструменте	Есть веснушки	Любит кока колу больше чем пепси
Прекрасно поет	Никогда не был за границей	Летал на самолете более 10 раз	Умеет садиться на шпагат
Любит покупать вещи онлайн	Закончил(а) школу с золотой медалью	Есть брат/сестра	Любит зиму больше чем лето

## Создаем «Общее видение» и «Кодекс взаимодействия»



- Чистая доска 50x70 см
- Блок листов формата 5x5 см
- Магниты или кнопки для доски

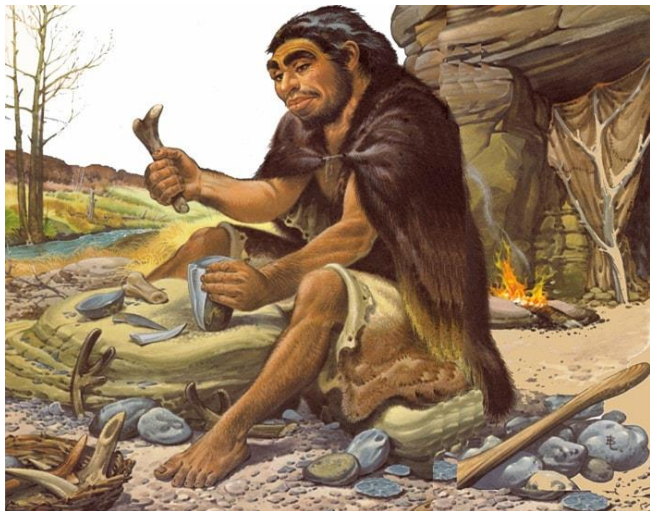
## Вариант для теоретического погружения

**Стартап** – это компания, которая создает что-то новое в условиях неопределенности

<https://www.iidf.ru/>

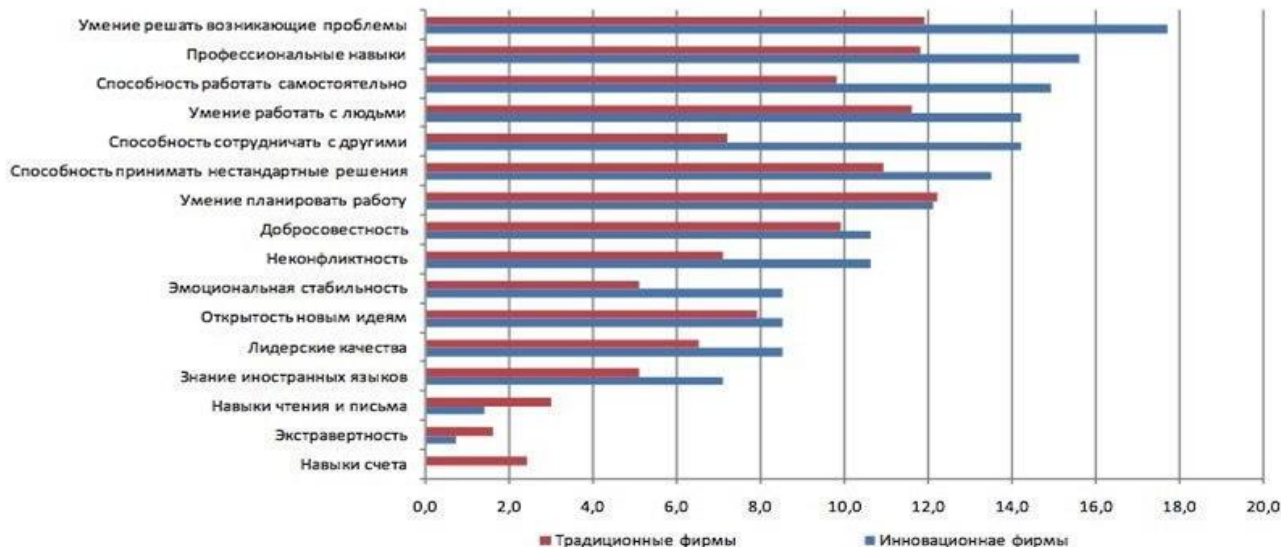


## Современному миру нужны другие навыки



## Дефицит навыков среди специалистов

Это все называется soft skills. это навыки, которые требуются в профессиях нового поколения. Как вы думаете, какие профессии сейчас самые востребованные?



## Как вы думаете, зачем мы будем делать стартап?

- Решение проблем
- Коммуникация
- Работа в команде
- Креативность



## Подготовка участников к этапу «Генерация идей»

### Немного о потребностях



## Определяем, какие потребности закрывает бренд



## Практика: придумываем идею для бизнес-проекта



### АВАТАР КЛИЕНТА

1. Опишите конкретного человека
2. Какие потребности у него не закрыты?
3. Что вы можете предложить для этого?



### ИЗУЧАЕМ СЕБЯ

1. Вы знаете свои таланты и интересы
2. Придумайте 3 идеи, как можно на этом зарабатывать
3. Какую потребность закрывает ваша идея?

# Генерация идей для деления на команды

- ✓ 1 стикер – 1 идея
- ✓ Не критикуйте идеи друг друга, записывайте все
- ✓ Каждый по кругу называет идею



[https://books.google.ru/books/about/%D0%A7%D0%B5%D1%82%D1%8B%D1%80%D0%B5\\_%D1%88%D0%B0%D0%B3%D0%B0\\_%D0%BA\\_%D0%BE%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B8.html?id=CdxHBQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ru/books/about/%D0%A7%D0%B5%D1%82%D1%8B%D1%80%D0%B5_%D1%88%D0%B0%D0%B3%D0%B0_%D0%BA_%D0%BE%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B8.html?id=CdxHBQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)



## Генерация идей для деления на команды

	<b>Нравится</b>
<b>Не успеем</b>	<b>Успеем</b> <b>Не нравится</b>



# Генерация идей для деления на команды

<https://academy.sk.ru/events/592/601>

	A	B	C	D	E
1			<b>Это шаблон.</b> Не пытайтесь редактировать эту таблицу. Скопируйте себе свою копию этой таблицы и работайте в ней. <b>Меню:</b> Файл -> Сделать копию (File -> Make a copy)		
2		<b>Тип</b>	<b>Описание</b>	Медицина (фармацевтика)	Гостиничный бизнес и общественное питание
4		<b>AIKIDO / Айкидо</b>	Играешь на противотренде. Если в моде фастфуды - делаешь ресторан медленного питания.		
5		<b>AUCTION / Аукцион</b>	Собираешь уникальный популярный актив и делаешь на это аукцион. Продавец всегда делает сверхприбыль от аукциона. Покупатели соревнуются. Контекстная реклама тому пример - битва за клиентов	<b>Аукцион на утилизацию мед. отходов</b>	
6		<b>CASH MACHINE / Денежная машина</b>	Сбор денег до начала производства.		
7		<b>CROSS SELLING / Кросс-продажи</b>	Кросс-продажи. Два продавца с похожей аудиторией, но не прямые конкуренты, обмениваются товарами друг-друга и ссылаются друг на друга.		

## Группа делится на команды



## Дополнительный лайфхак

ТИТУЛЬНАЯ

trend-um.ru

# TRENDUM

**ОБНОВИ СЕБЯ**  
свой продукт, что угодно

Автор игры:  
Наталья Метелькова  
+7 913 534 57 90

stylegameru  
imagemetelkova

16

### ПСЕВДОНОСТАЛЬГИЯ

Количество запросов «мультфильмы 90-х» увеличилось более, чем на 200%.

А отчёт Facebook IQ говорит об увеличении популярности приложений-магазинов по продаже винтажной одежды.

## Итоги первого дня бизнес-школы

1. Генерация идей
2. Деление на команды
3. Постановка целей

## День второй

1. Зефирная проблема
2. Про целевую аудиторию
3. Про HADI



## ЗЕФИРНАЯ ПРОБЛЕМА



- Спагетти - 20 шт.
- Бумажный скотч - 1 м
- Верёвка - 1 м
- Зефир - 1 шт.
- Листы для пометок - 2 шт.
- Лист А3 - 1 шт.
- Маркеры – 1 упак.

<http://marshmallowchallenge.com/Instructions.html>  
[https://www.ted.com/talks/tom\\_wujec\\_build\\_a\\_tower?language=ru](https://www.ted.com/talks/tom_wujec_build_a_tower?language=ru)

Используя спагетти, веревку, скотч и зефир построить максимально высокую башню за 18 минут. **Условия:** никаких дополнительных материалов использовать нельзя, даже ножницы! Используйте столько, сколько вам нужно из выданного набора — спагетти, веревку, скотч можно ломать и резать по своему усмотрению. Башня должна быть максимально высокой и свободно стоящей, т.е. она не должна ни на что опираться, кроме как стоять на столе (без дополнительной поддержки и подвешивания). На самом верху башни обязательно должен быть зефир. Договариваться о заимствовании материалов или человеческих ресурсов не запрещается.

По завершению времени все участники должны убрать руки от конструкции. Длина башен будет измеряться от стола до кончика постройки.

Когда заканчивается время, все отходят от столов – у кого-то рушатся башни

Неспешно рулеткой замеряем все (тут нужен помощник), комментируем кандидатов на победу. Замеряем по несколько раз для контроля. Неспешно и торжественно. 3х кандидатов на победу надо проверить после замера: что башня двигается, самостоятельна, зефирка не приклеена.

Спрашиваем секрет победителей: как работали в команде, как пришла идея, с чего начали – приводим к нашим смыслам их ответы.

Подводим итоги к нашей работе со стартапами дальше.



## Важный вывод

Подход к строительству башни – прототипирование, тест, не рухнет ли башня под зефиркой с самого начала строительства, а не в конце, когда уже построена огромная башня и затрачено много ресурсов.

Тестировать и пробовать, а потом анализировать – основной подход для стартапов

## Целевая аудитория

**ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ** (ЦА) называют группу людей, у которых есть потребность в продукте и возможность его купить.

Членов такой группы объединяют по возрасту, полу, месту проживания, профессии, личным предпочтениям и другим признакам.

## Целевая аудитория

### Чтобы составить портрет ЦА, нужно учесть:

- Базовые характеристики. Сюда входят пол, возраст, город и регион проживания.
- Предпочтения. Это всё, чем интересуется потенциальный покупатель и на что тратит свободное время.
- Уровень дохода. Показатель позволяет понять, сколько должен стоить продукт, чтобы пробудить интерес.
- Проблема. Продукт должен стать решением проблемы клиента.

## ОПИШИ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ СВОЕГО ПРОДУКТА

**Базовые характеристики** (пол, возраст, регион проживания): \_\_\_\_\_

---

---

**Образование и предпочтения** (то, чем интересуется потенциальный покупатель и на что тратит свободное время): \_\_\_\_\_

---

---

**Уровень дохода** (показатель позволяет понять, сколько должен стоить продукт, чтобы пробудить интерес): \_\_\_\_\_ 52 \_\_\_\_\_

---

**Проблема**, которую решит мой клиент, купив мой продукт: \_\_\_\_\_

---

---

---

## Золотые вопросы для стартапа

Что люди делают, хотя могли бы и не делать?

Что они не делают, хотя могли бы делать?

Что они пытаются делать, но у них не получается?

Как можно сделать то, что они часто делают, быстрее или дешевле?

Что люди делают такого, что их раздражает, но они все равно это делают?

Что люди начинают делать сейчас из того, что они не делали раньше?

Автор: Аркадий Морейнис

# HADI

В самом начале любой стартап — это всего лишь набор гипотез, которые требуется как можно скорее протестировать и понять, рабочие они или нет. Основной принцип:  
создать, оценить, научиться

HADI – это экспериментальный научный метод исследования, переложенный на бизнес, методология постановки и проверки гипотез.



# HADI



<https://vc.ru/flood/8728-hadi-growth>

# HADI

## **H — Hypothesis (Гипотеза)**

Этап понимания, что влияет на результат. На данном этапе выделяются ключевые показатели проекта, стартапа, бизнеса, маркетинговых смыслов. Создаются гипотезы по их проверке/улучшению.

**A — Action (Действие)** Этап изменений. Необходимо провести ряд работ для запуска эксперимента.

**D — Data (Аналитика)** Этап сбора данных. На этом этапе происходит сбор данных за заданный период. Анализируются внесённые изменения по отношению к изменениям ключевых показателей.

**I — Insights (Выводы или интерпретация)** Получили результат → можно увидеть, успешна гипотеза или нет. Сделать выводы и на основании их поставить новую гипотезу.



Гипотеза	Действие	Метрика	Ожидаемый эффект	Критерий окончания проверки	Полученный эффект	выводы
----------	----------	---------	------------------	-----------------------------	-------------------	--------

**Гипотеза** — описываете верхнеуровнево, что вы хотите изменить.

**Действие** — подробно описанное действие, которое надо совершить.

**Метрика** — на что должна повлиять данная гипотеза.

**Ожидаемый эффект** — эффект, который вы планируете получить и при получении которого будете считать, что ваша гипотеза подтвердилась

**Критерий окончания проверки** — тут опишите, когда считаете можно подводить результаты по гипотезе. Это может быть и время, и какой-то другой критерий. Важно! Критерий окончания должен учитывать, что данных для проверки достаточно

**Полученный эффект** — фактическое изменение показателя, на который вы хотели повлиять  
**Выводы** — ваши выводы о результате тестирования гипотезы

Гипотеза	Действие	Метрика	Ожидаемый эффект	Критерий окончания проверки	полученный эффект	Выводы
собака перестанет лаять, если с ней гулять на полчаса дольше обычного	гулять на полчаса дольше обычного	отзывы соседей	100% возмущенных соседей перестали возмущаться	сделано 10 прогулок	половина соседей продолжили жаловаться	Нужно увеличить время прогулки с собакой
Если присылать напоминание о контрольной в Телеграм, ученики будут лучше готовы	отправить напоминание в Телеграм	процент сравнения прошлого количества положительных оценок	вырастет общее число положительных оценок на 20%	200 учеников	количество положительных оценок не изменилось	Напоминания не работают
Можно увеличить кол-во продаж изменив кнопку «Купить»	Сделать кнопку купить больше в 1.5 раза	Конверсия в покупку	+1%	На сайт пришло 10000 человек	+1%	Гипотеза подтвердилась

## **Гипотеза**

Если присылать напоминание о контрольной в Телеграм, ученики будут лучше готовы

## **Действие**

Отправить напоминание в Телеграм

## **Метрика**

Процент сравнения прошлого количества положительных оценок

## **Ожидаемый эффект**

Вырастет общее число положительных оценок на 20%

## **Критерий окончания проверки**

200 учеников

## **Полученный эффект**

Количество положительных оценок не изменилось

## **Выводы**

Напоминания не работают

## **Гипотеза**

Можно увеличить кол-во продаж, изменив кнопку «Купить»

## **Действие**

Сделать кнопку купить больше в 1.5 раза

## **Метрика**

Конверсия в покупку

## **Ожидаемый эффект**

+1%

## **Критерий окончания проверки**

На сайт пришло 10000 человек

## **Полученный эффект**

+1%

## **Выводы**

Гипотеза подтвердилась

## Итоги второго дня бизнес-школы

1. Командобразование
2. Знакомство с инструментами выявления ЦА
3. Отработка инструмента

## День третий

1. Создаем прототип (MVP)
2. Тестируем прототип



# MVP

## **Минимально жизнеспособный продукт (minimum viable product)**

это когда вы находите одну главную проблему и именно ее решаете самым быстрым и подручным способом, а затем смотрите, насколько это решение нужно потребителю

## MVP

**Прототип** — это макет решения,

который можно собрать из подручных средств

- ✓ возможность проверить функциональность решения
- ✓ развитие эмпатии
- ✓ новые идеи
  
- ✓ тестирование
- ✓ способ устранить двусмысленность и недопонимание





## Описание MVP

**Это** <сервис, моб. приложение, ...>,  
**который помогает** <кому> **решать** <описать  
проблему клиента> **при помощи** <описать  
ваше решение или технологию>  
**и дает** <выгода (ценность) для клиента>



## Описание MVP (пример)

### Easy Ten

Мобильное приложение для изучения иностранных языков, формирует у пользователя привычку учить по десять новых иностранных слов в день, а также повторять старые, чтобы надежно закрепить их в памяти.



# ПРИМЕРЫ

## Идея стартапа

Это мобильное приложение которое помогает ученикам учителям родителям решать проблему образования при помощи современной платформы и дает организацию учебного процесса

## Гипотеза

**Если мы введем в пользование свое приложение то повысится у учеников интерес к учебе и жизни школы**

## ПРИМЕРЫ

### Идея стартапа

Это сайт который будет помогает игрокам в быстром выборе настроек для игры. Главная ценность экономия времени

### Гипотеза

**Если мы сможем привлечь к своему сайту минимум 1000 человек то у нас будет база данных**

## ПРИМЕРЫ

### Идея стартапа

Это сервис который помогает всем желающим приобрести чистый воздух при помощи онлайн покупок и дает возможность оздоровить свой организм

### Гипотеза

**Если рекламировать сайт продажи  
вырастут**

# ПРИМЕРЫ

## Идея стартапа

Это сайт который помогает посетителям забронировать столики и посмотреть обстановку нашего бара при помощи онлайн экскурсии и дает возможность не выходя из дома забронировать столик

## Гипотеза

**Если бар сделать в стиле загородного дома то клиентов будет больше**

# ПРИМЕРЫ

## Идея стартапа

Это изделия которые помогают людям ищущим декоративные изделия с практическим применением решать проблемы с поиском и приобретением их при помощи покупки или заказа натуральных красивых вещей и дает возможность окружить себя изделиями ручной работы

## Гипотеза

**Если изготовить декоративные изделия из дерева и выставить их на продажу в интернет магазине папы то их купят за неделю (3 из 5 шт)**

## ПРИМЕРЫ

### **Например:**

Мы придумываем и создаём сложные трикотажные вещи и игры для кошек с помощью техники «пэчворк».

Мы шьём мягкие игрушки из натуральных материалов для детей, чтобы им было пушисто и уютно.

Мы катаем на воздушных шарах в Подмоскowie, помогая осуществить мечту и сделать впечатляющий подарок.



## ДОХОД ТВОЕГО ПРОЕКТА

Сколько клиентов ты намерен привлечь в год?	
Какова цена или средний чек на твой продукт/услугу?	
Посчитай свою выручку: перемножь первые два пункта	
Будут ли дополнительные источники дохода у твоего проекта: гранты, % от депозита, субсидии, спонсорская поддержка?	73

# БЮДЖЕТ НА ЗАПУСК ПРОЕКТА (ПРИМЕР)

Потенциальные расходы на открытие проекта	
Зарплатный фонд на несколько месяцев вперед (минимум 3 месяца)	
Аренда помещения (если есть) – 3 месяца	
Бюджет на рекламу	
Аренда или покупка оборудования	
Услуги поставщиков (например, покупка франшизы или закупка материалов)	74
Транспортные услуги (при наличии)	
Разработки (например, компьютерные программы)	
Затраты на регистрацию юридического лица	

## Окончание третьего дня: выступления участников с рассказом о MVP

1) Краткая формулировка проекта

2) Что у вас будет в качестве MVP

- ✓ Кто является вашими ранними последователями, на ком вы будете тестировать MVP
- ✓ Какую проблему решает MVP
- ✓ Как MVP решает описанную вами проблему
- ✓ Какие ресурсы будете использовать

## День четвертый

1. Ищем конкурентов
2. Прописываем сильные и слабые стороны продукта



## Про конкуренцию

**Конкуренция** (от лат. concurrere «сталкиваться», «соперничать») — соперничество в какой-либо области с целью получения выгоды

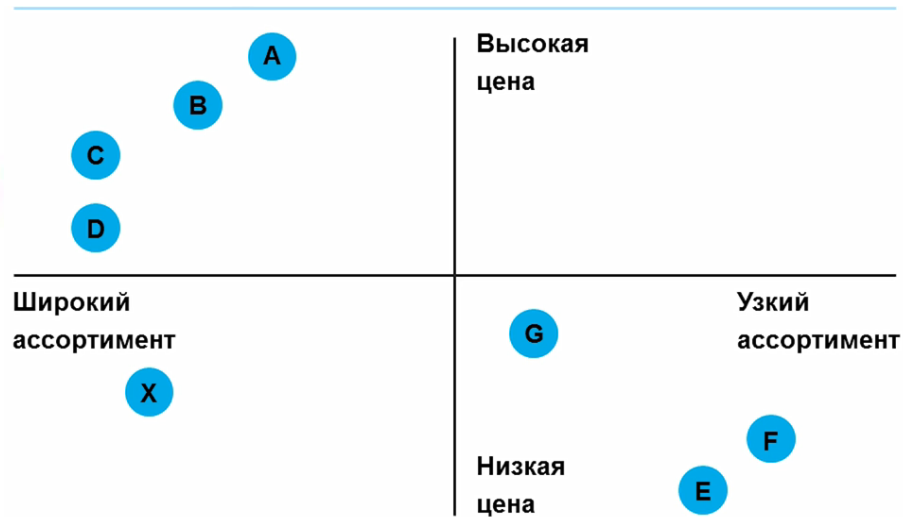


# КАК ИСКАТЬ КОНКУРЕНТОВ?

- ❑ Посмотри в интернете (набери в Яндексе или запроси в Гугл – «мой продукт» Например: «Бизнес-игры для детей»)
- ❑ Найди в гипермаркете товары, похожие на твой продукт (запиши их названия)
- ❑ Спроси у своей целевой аудитории, что они приобретают из подобных товаров/услуг и где



# Про конкуренцию



## Шаблон для анализа конкурентов

Конкурентные преимущества	Сладкая газировка	Сок	Вода
Невысокая стоимость	✓	✓	✓
Можно купить в любом магазине	✓	✓	✓
Вкусно	✓	✓	✗
Полезно	✗	✗	✓
Утоляет жажду	✗	✗	✓



## СДЕЛАЙ КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ ДЛЯ СВОЕГО ПРОЕКТА



Преимущества твоего продукта	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4
				81

## День пятый

1. Презентация продукта ( MVP)
2. Обратная связь от экспертов



## ВАЖНО

70% - простота и удобство подачи (структура презентации, структура слайдов, визуализация частей)

20% - аккуратность оформления (выравнивание, единообразие)

10% - красота и эстетика (фишки, стиль)

## Структура презентации

1. Какую проблему вы хотели бы решить?
2. У кого эта боль наиболее сильно выражена?
3. Как они решают эту проблему сейчас и в чем минусы?
4. Как вы предлагаете ее решить и в чем выгоды?
5. Каких результатов уже удалось достичь? Что есть у вас сейчас?
6. Что вы сделаете дальше для развития проекта?
7. Ваша команда

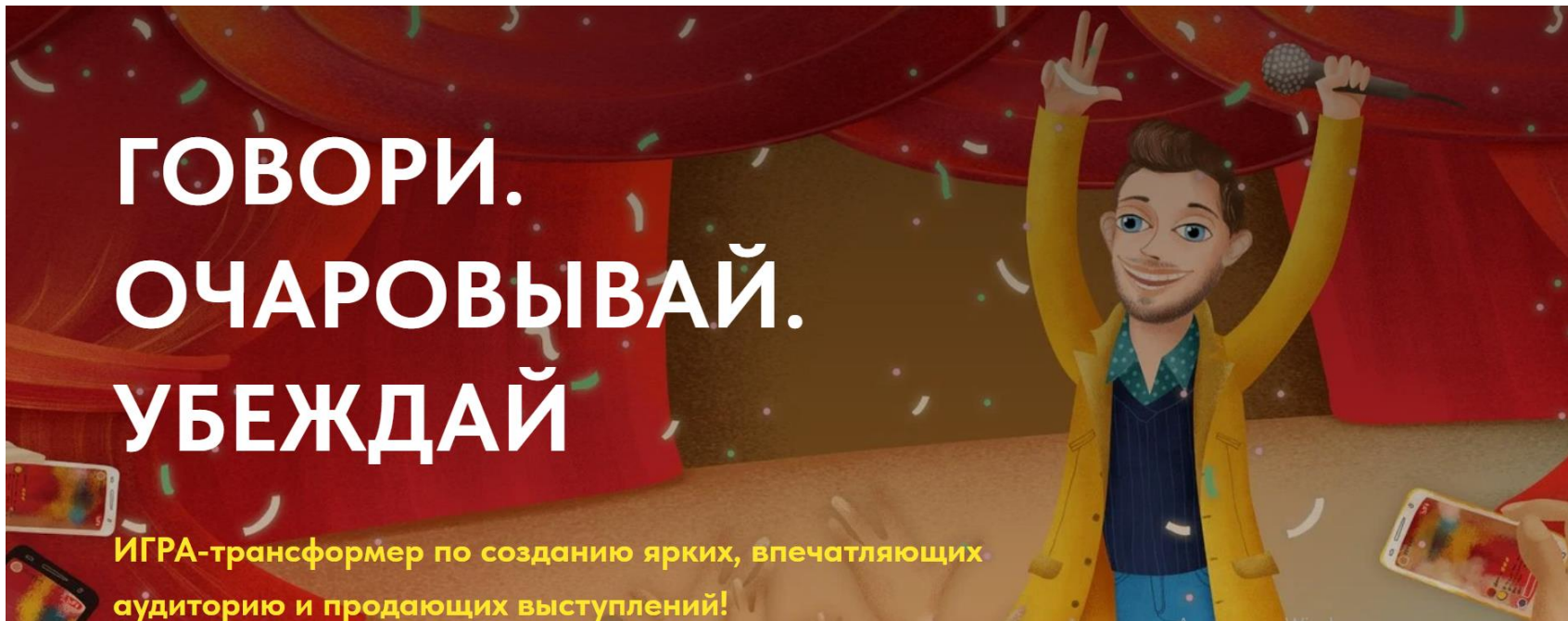
## Внешний вид презентации

- 1 вопрос – 1 слайд
- Используйте цифры
- Визуализируйте – иконки, картинки, схемы
- Меньше текста
- 3 цвета – максимум
- Не играйте со шрифтами
- Анимация и эффекты отвлекают
- Слайды «здравствуйте» и «спасибо за внимание» не нужны

## Игра по созданию публичных выступлений

ГОВОРИ.  
ОЧАРОВЫВАЙ.  
УБЕЖДАЙ

ИГРА-трансформер по созданию ярких, впечатляющих  
аудиторию и продающих выступлений!



# Кто может быть экспертом и зачем им это надо?

О КОНФЕРЕНЦИИ

СЕКЦИИ  
Мебель Парк

ПРОГРАММА

ЭКСПЕРТЫ

СРО Students МЭШ, Ведущий  
интервью проектов



Центр цифровизации образования  
Москвы

Инициатор  
MBA  
бизнес-образование  
для школьников  
Communication Agency

ПАРТНЕРЫ

ВИДЕО  
Russian Beauty Guru

РАСПИСАНИЕ

КОНТАКТЫ



**Наймушина Анастасия**

Руководитель Центра дошкольного образования

Просвещение-Союз



**Тультаев Тимур**

Доцент кафедры Маркетинга

ФГБОУ ВО "РЗУ им. Г.В. Плеханова"



**Бадалян Нарэк**

Руководитель специальных мероприятий

Volvo



**Даньшина Ксения**

Старший юрист по праву информационных технологий

ГК Иннотех

# СОЗДАЕМ ОДНОСТРАНИЧНЫЙ САЙТ НА ПЛАТФОРМЕ TILDA: «ШПАРГАЛКА» ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ

- ШАГ 1. СОЗДАЙТЕ ПРОЕКТ И ДАЙТЕ ДОМЕННОЕ ИМЯ САЙТУ НА ТИЛЬДЕ

Первым делом придумайте название проекту.

- ШАГ 2. СОЗДАЙТЕ НОВУЮ СТРАНИЦУ НА ТИЛЬДЕ

Шаблоны для всех этих сайтов перед вами, в 6 вкладках, до первой опубликованной страницы. Когда вы её опубликуете, появится 7-я вкладка «Внутренние страницы». Если вы будете создавать свои личные шаблоны, у вас появится 8-я вкладка — «Мои шаблоны».





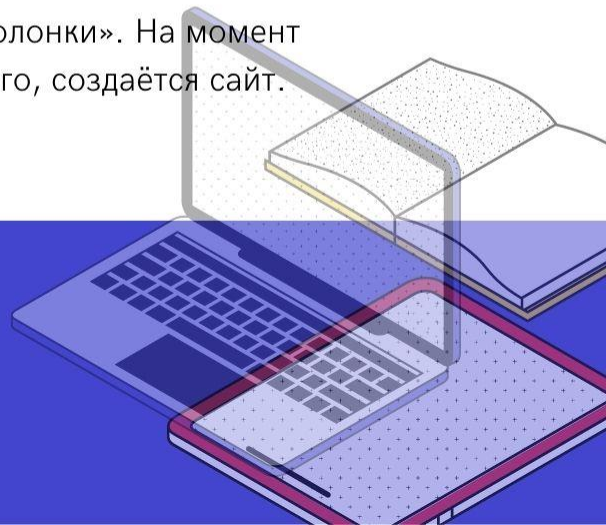
# СОЗДАЕМ ОДНОСТРАНИЧНЫЙ САЙТ НА ПЛАТФОРМЕ TILDA: «ШПАРГАЛКА» ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ

- ШАГ 3. ОТРЕДАКТИРУЙТЕ НАСТРОЙКИ СТРАНИЦЫ НА ТИЛЬДЕ

Если навести курсор на название, станут видны три кнопки: «Настройки», «Публиковать» и «Удалить». Сейчас вам нужна первая — с настройками.

- ШАГ 4. СКОНСТРУИРУЙТЕ СТРАНИЦУ САЙТА

Страницы Тильды состоят из универсальных блоков типа «картинки», «текст», «колонки». На момент написания статьи доступно более 450 разных блоков. И из них, как из кубиков лего, создаётся сайт.



# СОЗДАЕМ ОДНОСТРАНИЧНЫЙ САЙТ НА ПЛАТФОРМЕ TILDA: «ШПАРГАЛКА» ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ

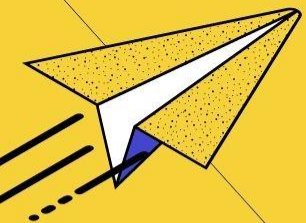
- ШАГ 5. ОТРЕДАКТИРУЙТЕ И НАСТРОЙТЕ НУЖНЫЕ БЛОКИ

Если навести курсор на название, станут видны три кнопки: «Настройки», «Публиковать» и «Удалить». Сейчас вам нужна первая — с настройками.

- ШАГ 6. ПЕРЕМЕЩАЙТЕ, ДУБЛИРУЙТЕ И УДАЛЯЙТЕ БЛОКИ

Страницы Тильды состоят из универсальных блоков типа «картинки», «текст», «колонки». И из них, как из кубиков лего, создаётся сайт.





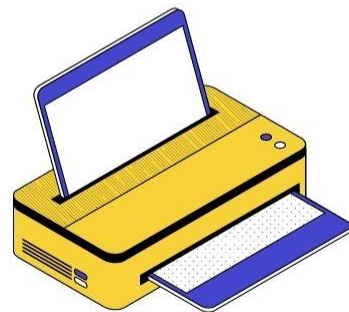
## СОЗДАЕМ САЙТ НА ПЛАТФОРМЕ TANLINK

Таплинк — это сервис, расположенный на сайте Tanlink.ru, с помощью которого вы можете создать свой сайт для различных площадок, например, Инстаграм, Вконтакте, Фейсбук, Ютуб

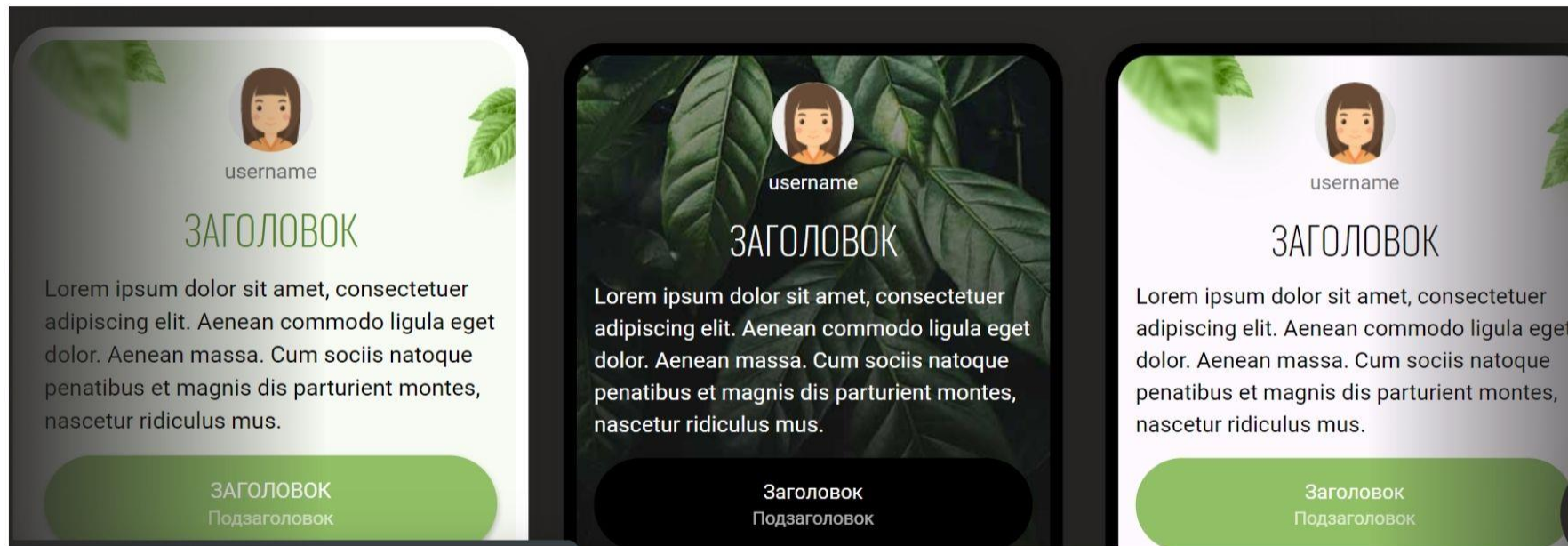


# ШАГ 1: РЕГИСТРАЦИЯ

- Заходите на сайт Taplink.ru
- Нажимаете «попробовать сейчас»
- Нажимаете «регистрация»
- Войти через Инстаграм. Далее система Вас перекинет на сайт Инстаграма, где вы продолжите процесс авторизации, а именно необходимо будет ввести логин, пароль от своего аккаунта и принять пользовательское соглашение.
- Поздравляем! У вас есть своя площадка на Taplink

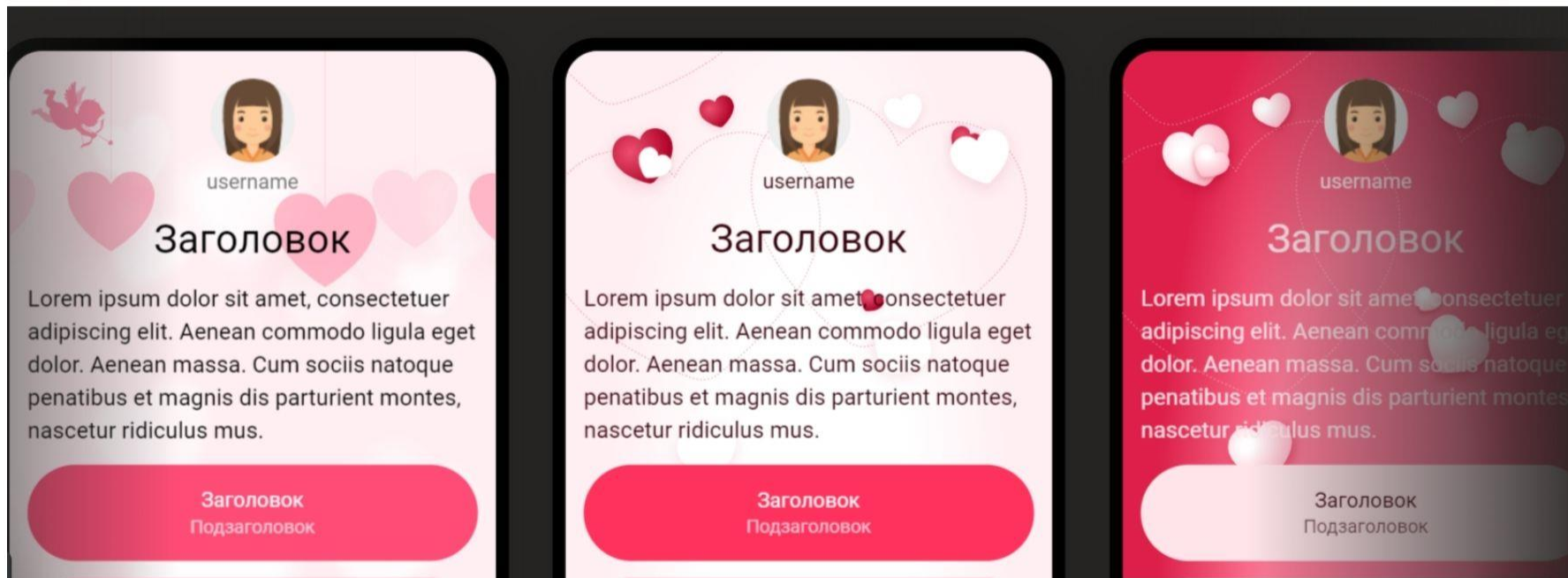


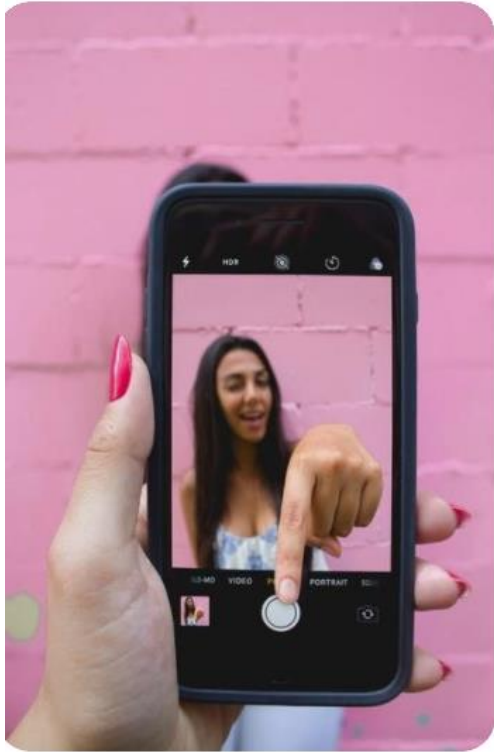
## ШАГ 4: НАСТРАИВАЕМ ВНЕШНИЙ ВИД САЙТА





## ШАГ 4: НАСТРАИВАЕМ ВНЕШНИЙ ВИД САЙТА





How To Stop Spam Calls?



Error



## Подведем итоги вебинара

- Максимум подготовки «на берегу»
- 1 тема (навык) – 1 интенсив
- Конкретные кейсы – гарантия успешного проекта
- Не забываем про главные цели, в том числе воспитательные
- Не стремимся к массовости
- Ваш образовательный проект – тоже MVP. Надо тестировать, пробовать
- Нельзя объять необъятное
- Постоянное профессиональное развитие кураторов / наставников