

Требования к оформлению конкурсных материалов на краевой конкурс социальных инициатив «Мой край – мое дело» среди обучающихся общеобразовательных организаций, расположенных на территории Красноярского края, в возрасте от 12 до 17 лет включительно.

НОМИНАЦИЯ «ШКОЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

Для участия в номинации необходимо подготовить: паспорт проекта.

1. Название организации;

2. Суть бизнес-идеи:

Что? Какой товар вы производите или какую услугу предоставляете.

Актуальность выбранного проекта (в направлении социальное предпринимательство указывается социальная значимость) Какую проблему местного сообщества это решает (в направлении социальное предпринимательство дополнительно указывается социальная значимость);

3. Проработка характеристик целевой аудитории проекта (портрет клиента) Для кого? Образ ключевого клиента по образцу. Если типов клиентов несколько, то для каждого из них необходимо заполнить таблицу.

Клиент №1

Демографические характеристики	Психографические характеристики (ключевая потребность – зачем и почему клиент должен купить у вас продукт или услугу)
Пол: Возраст: Образование: Уровень дохода: Социальный статус:	

Клиент №2

Демографические характеристики	Психографические характеристики (ключевая потребность – зачем и почему клиент должен купить у вас продукт или услугу)
Пол: Возраст: Образование: Уровень дохода: Социальный статус:	

4. **Ассортимент** (линейка продуктов), для каждого клиента отдельная таблица.

Линейка продуктов для клиента №1

Группа	Бесплатный (промо-продукт)	Дешевый	Средний (основной)	Дорогой	Супердорогой (VIP-продукт)
Название					
Описание (какими характеристиками обладает продукт/услуга)					
Цена	0				
Бонусы (ценности, которыми мы привлекаем клиента)					

ВАЖНО: Бонусы должны быть соотнесены с ценой продукта и не должны превышать по стоимости товар.

5. **Конкурентные преимущества** (чем ваш товар или услуга лучше, чем у конкурентов).

ВАЖНО: Конкурентами мы называем тех, с кем у нас совпадает целевая аудитория (клиент).

ПРИМЕР:

Наименование конкурентов	МОЯ КОМПАНИЯ	Конкурент №1	Конкурент №2	Конкурент №3
Критерии				
Цена				
Место расположения				
Возможность доставки				

Режим работы				
Качество обслуживания				
...				
...				
И т.д.				

6. Реализация маркетинговой стратегии

Что будем делать?	Зачем будем делать?	Как будем делать?	Что будет в результате? *	Сколько это будет мне стоить?
1.				
2.				
3.				
...				

6.1. Ссылка на страницы в социальных сетях, рекламирующие товары или услуги;

- a) Ссылка на страницу в социальных сетях.
- b) Наличие продающих текстов (минимум 5 публикаций), приложить скрины (фото экрана).
- c) Оформление группы, страницы в социальной сети вашего товара или услуги.
- d) Наличие отзывов от клиентов.

6.2. Инвестиционная привлекательность проекта

6.3. Наличие качественных и количественных изменений результатов проекта и их измеримость (результат обозначается в количественных или качественных показателях. Например: «Продажи увеличились на 30%», «Привлечено 25 клиентов», «Наличие положительных отзывов от клиентов» и т.д.).

6.4. Наличие информационного сопровождения реализации проекта, средствах массовой информации и т.д, подтвержденное публикациями.

7. Требуемые ресурсы

Материально-технические ресурсы (оборудование, сырье, материалы, финансы)		
Имеющиеся	Требуемые	Где я найду требуемые ресурсы?
	1.	1.
	2.	2.

Человеческие ресурсы		
Имеющиеся	Требуемые	Где я найду требуемые ресурсы?
	1.	1.
	2.	2.

8. Обоснованность финансового плана проекта запланированным результатам (прибыльность проекта);

Расходы

Наименование	Стоимость за 1 ед. (в рублях)	Количество (в штуках)	Расходы за 1 месяц (примерно за 30 дней)	Расходы за 1 год (общие)

ВАЖНО: Учитывайте все необходимые ресурсы. Не забывайте о заработной плате сотрудникам, ежемесячных платежах, пополнениях материалов и т.д.

ВАЖНО: Все расчеты ведутся, исходя из среднестатистических показателей по вашему проекту.

Доходы

Наименование	Стоимость за 1 ед. (в рублях)	Количество (в штуках)	Прибыль за 1 месяц (примерно за 30 дней)	Прибыль за 1 год (общая)

ВАЖНО: Все расчеты ведутся исходя из среднестатистических показателей по вашему проекту.

Чистая прибыль:

За 1 месяц...

За 1 год...

9. Анализ рисков и способы их предотвращения или устранения.

Виды рисков	Риски	Мероприятия по сокращению рисков
Экономические	1) 2)	1) 2)
Психологические	1) 2) 3)	1) 2) 3)
Технологические	1)	1)
...		
И т.д.		

10. Взаимодействие с социальными, бизнес партнерами и органами государственного и муниципального управления

Тип партнера (соц/бизнес/ государство)	Наименование партнера	Цель партнерства (ожидаемый результат)	Стадия партнерства (планируете/ в процессе/ достигли)

11. Перспективы развития проекта на 3 года (укажите как можно подробнее желаемые результаты, которых хотите добиться)

12. Рекламный видеоролик товара или услуги.

Цель ролика: составить представление о товаре или услуге.

Видеоролик – набор видеофрагментов или цельный сюжет в любом жанре.

Готовится в формате MP4. Последние секунды (не менее 3 секунд) должны содержать список использованных источников (автор песен, фотографий и т. п.).

Хронометраж – до 1 минуты.

Для участников номинации является обязательным участие в финале конкурса в благотворительном маркете МКМД, в рамках которого представляются товары и/или услуги бизнес-проектов.