КУЛЬТУРНАЯ ИНИЦИАТИВА/
ЛИДЕРСТВО В КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЯХ

Площадь Кузбасских Историй

Путилова Анна, Лукьяненко Екатерина,Курская Ольга
г.Кемерово

Хочу смотреть на всех,но быть один!

Так видят себя кемеровчане в общественных пространствах

Миссия/задача проекта

Выращивание городских инициатив для формирование проактивного сообщества,чтобы показать что Кемерово — современный и творческий город.

1.Вовлечь в рабочую группу ПКИ 50 новых обученных человек к 1 мая 2020 года.

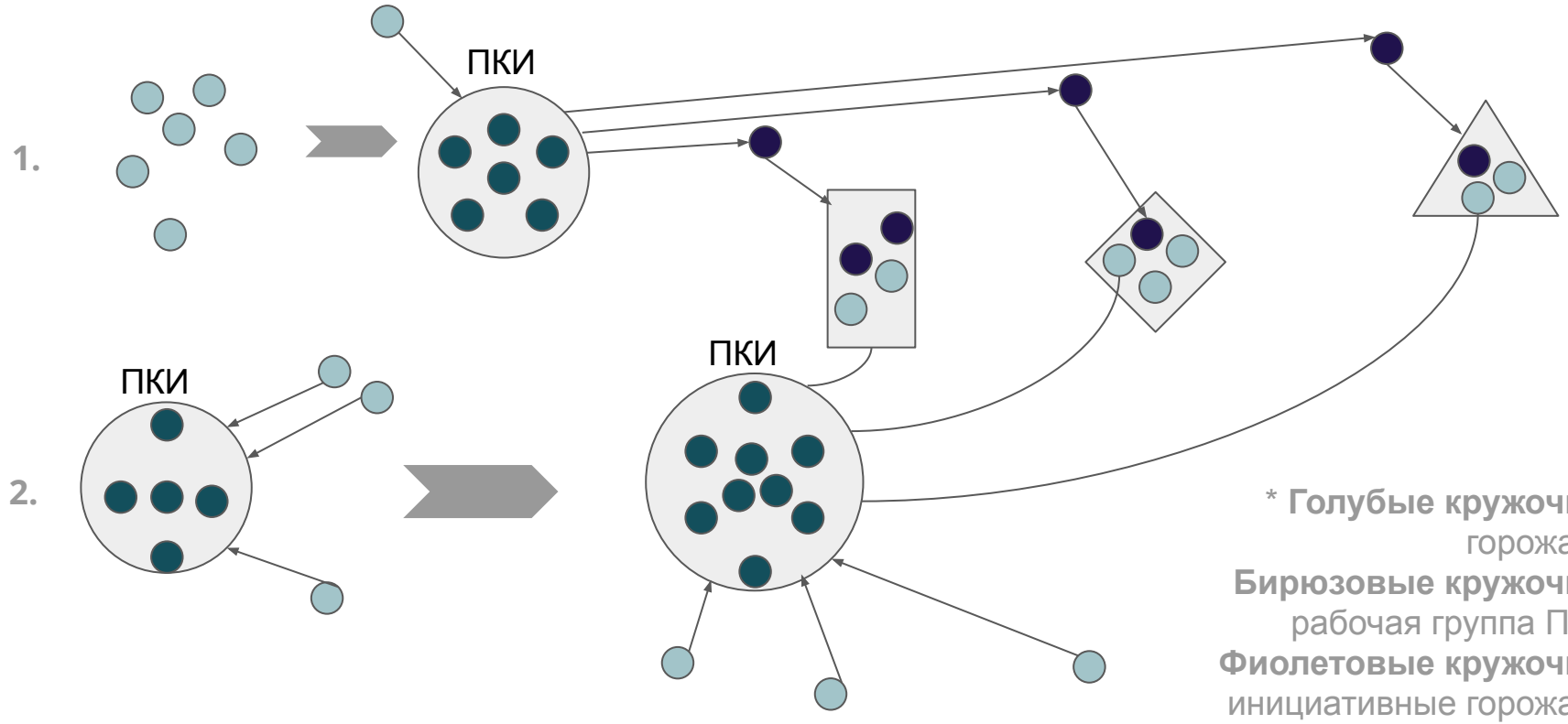
2.На базе городского пространства ПКИ до 31 августа 2020 года обеспечить организацию не менее 10 крупных фестивалей, проходимость площадки не менее 30 тыс. и функционирование на площадке не менее 7 постоянных представителей креативного бизнеса.

3. Создать архив ПКИ и собрать в него 40 личных историй о городе от Кемеровчан до 31 августа 2020 года,которые лягут в основу мероприятий.

Описание проекта (суть идеи, регион и т.д.)

Это городское пространство в городе Кемерово должно стать местом притяжения активных горожан, которые хотят реализовать свои идеи и представителей мелкого креативного бизнеса: креативных творческих групп, кружков, членов культурных сообществ для тестирования новых форматов, путем выращивания городских инициатив. А также место где любой горожанин может поделиться своей историей.

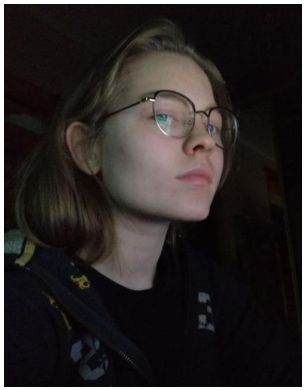
Описание проекта (суть идеи, регион и т.д.)



* **Голубые кружочки** - горожане.
Бирюзовые кружочки - рабочая группа ПКИ.
Фиолетовые кружочки - инициативные горожане.

КУЛЬТУРНАЯ ИНИЦИАТИВА/
ЛИДЕРСТВО В КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЯХ

Команда



+ 8

уже вовлеченных горожан

- **Путилова Анна –** руководитель проекта, методист, главный коммуникатор.
- **Лукьяненко Екатерина** - студент художественного колледжа, главный дизайнер, создатель логотипа,организатор событий.
- **Курская Ольга -** бухгалтер, администратор площадки и организатор мероприятий, работа с партнерами.

КУЛЬТУРНАЯ ИНИЦИАТИВА/ ЛИДЕРСТВО В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Этапы проекта 2019 г.

17 апреля — 6 мая

Исследование. Анкетирование горожан и бизнеса.

14 — 15 мая

Проектный семинар. Создана концепция площади, мастер план, события.

26 — 27 мая

Стройка мастерской. Силами горожан в парке «Антошка».

6 — 9 июня

Стройка. Силами горожан в парке «Антошка»

1 июня — 31 августа

Мастер-классы, концерты, выставки, сеансы йоги — всё, что придумали вместе!
Время работы площадки: будни - вечер, выходные - весь день.

1-10 сентября

Анкетирование и финальная рефлексия

КУЛЬТУРНАЯ ИНИЦИАТИВА/
ЛИДЕРСТВО В КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЯХ

Видеоотчеты 2019 г.

Проектирование Площади Кузбасских историй.

Отчет о первом лете Площади Кузбасских историй.

Этапы проекта 2020 г.

Октябрь - январь 2020	Планирование проекта. Поиск финансирования. Проведение исследования.Поиск историй города.
Февраль 2020	Проведение проектного семинара
Февраль - апрель 2020	Школа организаторов и школа средового дизайна.
Май 2020	Фестиваль средового дизайна. Городская мастерская. Обновление площадки.
Май - сентябрь 2020	Фестивали, мастер классы, мероприятия - все, что придумали вместе.
Октябрь - декабрь 2020	Анкетирование, финальная рефлексия, планирование следующего сезона.

ЦА и стейкхолдеры

1. **Студенты:**
    - Творческих вузов и ссузов.
    - Архитектурных и строительных направлений.
    - Инженерных направлений.
    - Члены профсоюзов, студ клубов и молодежных организаций.
    - Которые остаются на лето в городе.
2. **Члены городских сообществ.**
3. **Волонтеры и члены волонтерских движений.**
4. **Ищущие себя.**
5. **Начинающие и полупрофессиональные организаторы без своих площадок.**
6. Потенциальные партнеры:
    - Городские сообщества.
    - Малый бизнес.
    - Общественные деятели города Кемерово.
    - Лидеры городских сообществ.
    - Представители власти (департамент молодежной политики и спорта, молодежный парламент).
    - Представители креативного бизнеса и бизнеса в сфере образования.

Персона

Портрет

Возраст: 20 лет
Пол: Женский
Род занятий: Студентка очного отделения творческого вуза.
Сем.положение: не замужем, детей нет.
Интересы: Бизнес, искусство, урбанистика, организация процессов.
Принятие решений: Эмоциональное, но с большим чувством ответственности.
Соцсети: телеграм, вк, инстаграм.

Инсайт

Боязнь не иметь места в будущем мире.

Функциональная потребность

Занять время с пользой.

Эмоциональная потребность

Желание общения, чувство удовлетворения от реализации своих идей.

Боли

Отсутствие возможностей и ресурсов для реализации своих идей и потенциалов.

Маркетинговый план

УТП

Уникально-новая площадка в городе Кемерово, на которую ты можешь беспрепятственно зайти и начать реализовывать свои идеи.

БЗ	Привлечь людей в рабочую группу ПКИ.
МЗ	Поднятие престижа ПКИ с помощью маркетинговых инструментов и сарафанного радио ново вовлеченных людей.
КЗ	Приходи и создавай с нами!

SWOT анализ

Компания: “Площадь кузбасских историй” (ПКИ) **Цель:** вовлечение в рабочую группу ПКИ 30 человек к 1 мая 2020 года	**Возможности:** - Тренд на урбанистику - Получение грантов, гос.поддержка городских инициатив. - Популярность социальных сетей - Деловые связи и рекомендации партнеров	**Угрозы:** - Низкий трафик парка - Климатические условия - Отсутствие инициатив горожан - Возможна потеря места размещения площадки (в связи с реконструкцией парка)
Сильные стороны: - Наличие опыта (навыки,знания) - Наличие ресурсов (люди, помещение, оборудование) - Наличие НКО - Уникальность концепции	- Подаем на грант благодаря наличию НКО, интеллектуальных ресурсов и уникальной концепции. - Запуск в соц.сетях успешной истории конкретного участника программы, его опыт, результат(до/после).(Тренд а урбанистику+уникальность+популярность соц.сетей) - Запустить обучающую программу помогут опыт + деловые связи партнеров.	- Проведение средового фестиваля. (Незавершенность площадки +тренд на урбанистику) - Прохождение программы обучения “Культурная инициатива. Лидерство в креативной экономике”. (Отсутствие устойчивой системы +поддержка государства) - Запрос на интеллектуальную волонтерскую работу для продвижения бренда. (Слабый бренд+тренд на интеллектуальное волонтерство.)
Слабые стороны: - Недостаток денежных ресурсов - Отсутствие устойчивой системы - Слабый бренд - Недостроенность площадки - Открытые деревянные постройки	- Выделение отдельной команды на продвижение в соц.сетях. Слабый бренд +соц.сети - Привлечение спонсоров, внебюджетных фондов.(Отсутствие денежных ресурсов +деловые связи партнеров)	- Переезд в другой парк при участии горожан. Реконструкция имеющегося парка Потеря места+отсутствие инициатив+незавершенность построек) - Проведение мероприятий совместно с жителями ближайших домов. (Низкая вовлеченность(слабый бренд)+отсутствие инициативы горожан)

Бизнес модель

Ключевые партнеры

Компания Good Line;

Собственник парка;

Муниципалитет;

Ключевые виды деятельности

Проведение событий (фестивали, МК, нестандартные мероприятия и т.п.)

Ключевые ресурсы

ЗУН и опыт;
Площадка и оборудование;
Человеческий ресурс (рабочая группа);
Партнеры;
Волонтеры;

Ценностные предложения

Уникальная площадка;

Необычные события для города;

Возможность стать частью команды;

Взаимоотношения с клиентами

Живое общение оффлайн и онлайн;
Через каналы СМИ;

Каналы сбыта

Афиши онлайн и офлайн;
Сарафанное радио;
Реклама на других своих событиях;
Через каналы партнеров;
Таргетированная реклама;

Потребительские сегменты

Горожане (массовые зрители);

Студенты;
Школьники;
Семьи;

Структура издержек

Организация событий;
Содержание и развитие площадки (уборка, ремонт, оборудование);
Реклама;

Потоки поступления доходов

20% от выручки партнеров;
Сдача площадки в аренду;
Доход с мероприятий;
Донаты посетителей;
Спонсоры;
Гранты;

Бизнес-план/количество требуемых инвестиций с разбивкой статей расходов

Расходы:
1. **Проектный семинар** - аренда помещения и еда и вода 150 т.р., рекламный бюджет на пригласительную кампанию 80 т.р., спикер (логистика+гонорар) 250 т.р.
2. **Школа городских инициатив** (Школа организаторов + школа средового дизайна) - тренеры\спикеры 1 млн, канцелярия 50 т.р., еда и вода 150 т.р., рекламный бюджет 100 т.р., аренда помещения 150 т.р., материалы для учебных работ архитекторов (дерево и др.) 500 т.р.
3. **Стартовый бюджет** на запуск мероприятий 200 т.р.
4. **Маркетинг** площади (2020г.) - 400 т. р.

ИТОГ: **3 030 000** р.

Доходы:
1. **Партнеры** (платят за место на площади, оказывают свои услуги горожанам) платят за место 20% в фонд площади, стритфуд - 10%
2. **7 мест для партнеров постоянных на 3 мес.** (100 чел. в день проходимость площадки, 150 руб. средний чек по Кемерово, 6 тыс. р. в мес с партнера = 126 тыс. р. с 7 партнеров за 3 мес.)
3. **Платные мероприятия под заказ** (4 мероприятия в месяц, средняя стоимость одного мероприятия - 50 тыс. Доход в казну площади - 10 тыс. р. = 120000 р. за 3 мес. за 12 мероприятий
4. **Сдача помещений площади в аренду** = 10 тыс р за 3 мес. платный вход на мероприятия = 4 мероприятия в месяц - 12000 р. = 36000 р. за 3 мес.
5. **Платное участие партнеров в мероприятии** - 30000 р. за 3 мес.
6. **Донаты** = 10800 р. за 3 мес.

Предположительно: **332 800 р.**

КУЛЬТУРНАЯ ИНИЦИАТИВА/
ЛИДЕРСТВО В КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЯХ

Спасибо!

@kuzbass_stories