



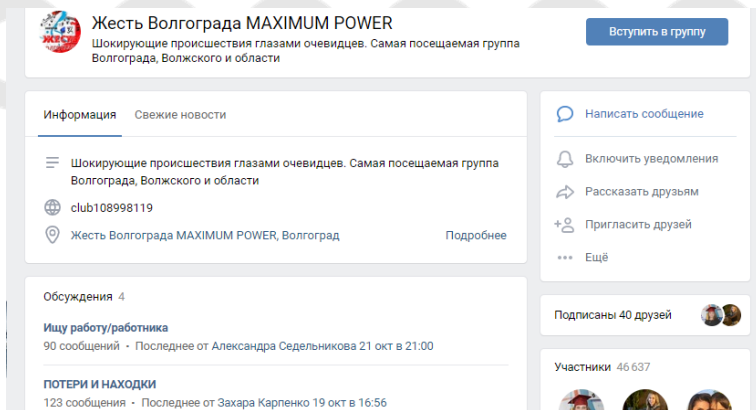
Travel book Volgograd

София Тимофеева, Анастасия Гурова,
Ксения Железникова



Проблема

- 90% - опрошенных считают Волгоград депрессивным городом.
- 78% жителей - не знают о художниках, архитекторах, скульпторах, музыкантах города Волгограда (история искусств).
- Не развивается внутренний туризм в городе.
- Жители не знают, что показать туристам (- Что посмотреть в Волгограде? – Ну, Мамаев курган?)



ильные паблики и отсутствие ты живешь в Волгограде.

наки нашего с вами любимого



Задачи проекта

- Поменять общие представления о городе Волгограде у жителей города.
- Рассказать жителям города Волгограда о культурном наследии региона.
- Повышение уровня культуры горожан.
- Создать интеллектуальное комьюнити с объективно - позитивным настроением к родному городу.

Целевая аудитория



- Возраст: 14 - 35 лет жители города Волгограда и их друзья из других городов.
- Постоянно развивается, любит получать и делиться знаниями, путешествует.
- Им нравится испытывать эмоции и поддерживать имидж креативных интеллектуалов.
- Дороги воспоминания, ведут активно и стильно соц.сети.



Продукт проекта

Мы планируем создать интерактивную книгу для путешествий «Travel book Volgograd». Которая будет состоять из ваших воспоминаний и историй о городе, рассказанных хранителями городских легенд.

«Travel book Volgograd» - это:



Квест



Sketchbook



Путеводитель



Афиша



Дневник



Воспоминания

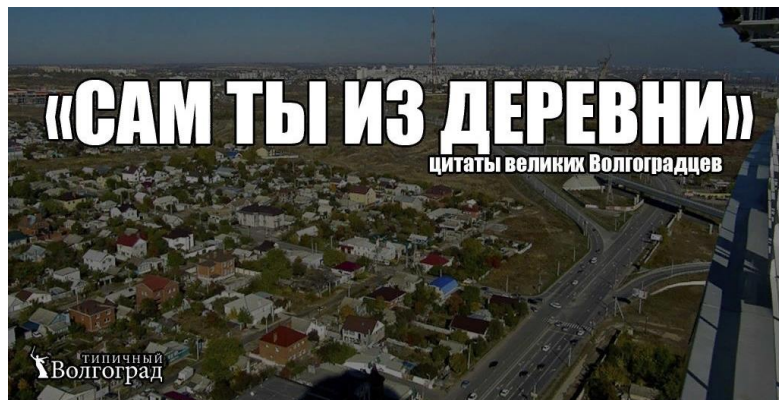


Оригинальность проекта

- Периодическое издание
- Интеллектуальная среда
- Городские легенды
- Авторский (от лица известных жителей города)
- Нарисованный художниками Волгограда

Мультипликативность проекта

- г. Волгоград и Волгоградская область.
- Малоизвестные города России



Ресурсы проекта

- Команда проекта.
- Общественная организация с собственным пространством в центре Волгограда.
- Команда молодых художников, дизайнеров.

Партнеры проекта

- Это организации и сообщества с целевой аудиторией проекта.
- Комитет молодежной политики и туризма г. Волгограда, Общеобразовательные учреждения, NoReCa, местные сообщества, СМИ












Бизнес-план/количество требуемых инвестиций с разбивкой статей расходов

Статья расходов	Перечень расходов	Сумма (руб.)
Расходы на услуги по гражданско-правовым договорам в т.ч. НДС-13%	Дизайнер, фотограф, художники, экскурсовод, бухгалтер, видеограф, SMM-менеджер, Контент – менеджер, копирайтер и др. привлеченных специалистов.	155 000
Расходы на издательско-полиграфические услуги, в т.ч. изготовление макета, разработка дизайна, присвоение номера ISBN.	Услуга по изготовлению печатной продукции (100 000 экземпляров книг)	150 000
Ненормируемыми расходы на рекламу, мерч для сообщества проекта	Участие в выставках, СМИ, Интернет	50000
Итого:		355 000

Бизнес-план/количество требуемых инвестиций с разбивкой статей расходов

Le Business Model Canvas - Titre :

- Description :

<p>Partenaires clés </p> <p>сообщества единомышленников административные ресурсы (школы, библиотеки и пр) предпринимательское сообщество креативное и творческое сообщество лидеры общественного мнения в тех или иных сферах общественно-значимых для города и жителей Волгограда</p>	<p>Activités clés </p> <p>Разработка и верстка TravelBook</p> <p>позиционирование бренда книги и привлечение общественного интереса к ней</p>	<p>Offre </p> <p>Скетч-книга, альбом для рисования и записей, квесты и интерактив с читателем о ВОЛГОГРАДЕ для Волгоградцев и их гостей</p>	<p>Relation client </p> <p>создание комьюнити сообщества для "продвинутых" волгоградцев о городе, его интересных местах и событиях Тусовка среди "Познающих" и "Модников"</p>	<p>Clients </p> <p>Волгоградская молодежь, модники, познающие, у них много друзей по всему миру, живут в Волгограде или их родители живут в Волгограде</p>
<p>Ressources clés </p> <p>авторский текст и рисунки сообщество Хранители Городских Легенд творческая и вовлеченная команда</p>	<p>Canaux </p> <p>модные кафе, квест комнаты, чайные и кофейни, коворкинг пространства города, модные и тусовочные места</p>			
<p>Coûts </p> <p>постоянные - маркетинг, ЗП, обслуживание ведения сообщества переменные - изготовление альбома, привлеченные специалисты, промо акции и прочие мероприятия</p>	<p>Revenus </p> <p>оф.лайн (сбыт) и он-лайн (интернет магазины, своя страница ВК и пр.) акции для "своих" и промо коды для участников сообщества</p>			



Спасибо!

