**Создание бизнес-плана по открытию онлайн школы**

**«Олимп Успеха»**

*Брядова Н.Н.*

*Аникеева Т.В., Волосатова И.Ю.*

*Государственное Бюджетное Образовательное Учреждение*

*Школа № 1551*

*г. Москва, Россия,*

*Email:* [*bryadovann@yandex.ru*](mailto:bryadovann@yandex.ru)

**Creation of a business plan for the opening of the online school**

**«Olympus of Success»**

*Bryadova N.N.*

*Anikeeva T.V., Volosatova I.Y.*

*Moscow State Budget Educational Institution «School No 1551»*

*Moscow, Russia*

**Аннотация**

*Цель* моего проекта – создание бизнес-плана по открытию ОШ для помощи старшеклассникам в подготовке к олимпиадам.

*Полученные результаты*: был создан бизнес-план по открытию онлайн школы, в котором был рассчитан операционный и финансовый план, описана бизнес-модель, продумана маркетинговая стретегия.

**Abstract**

*The goal* of my project is to create a business plan for the opening of online school to help high students prepare to the Olympiads.

*The results obtained:* a business plan for opening of an online school was created, in which an operational and financial plan was calculated, a business model was described and a marketing strategy was thought out.

**Ключевые слова**

Бизнес-план; онлайн школа; курсы; олимпиады.

**Keywords**

Business plan; online school; courses; Olympiads.

*Актуальность и проблема:*большое количество появившихся на рынке онлайн-школ не всегда отвечают запросам и ожиданиям учеников и их родителей, именно поэтому планируется создать онлайн-школу «Олимп Успеха» по подготовке к перечневым олимпиадам гуманитарного направления, в которой материал будет преподноситься понятно, тьюторы – специалисты своего дела, а также со средней стоимостью обучения.

*Задачи:*

1. Собрать информацию по созданию ОШ
2. Проанализировать все риски
3. Составить операционный и финансовый планы
4. Продумать маркетинговую стратегию
5. Разработать курс
6. Создать бизнес-план

Онлайн-школы имеют много *положительных отличий* от обычных: гибкость расписания, доступность, экономия времени и денег.

*Целевая аудитория:* школьники старших классов, проживающие в России.

Одним из *основных конкурентных преимуществ* ОШ «Олимп Успеха» является наличие победителей олимпиад («Высшая Проба», «Ломоносов») в роли тьюторов. Интересный, понятный и необычный процесс обучения.

В ассортименте товаров будут представлены 2 блока, первый – для учеников 10х классов, состоящий из 3 разных курсов (английский язык, русский язык, обществознание), второй - для 11x, также состоящий из 3 курсов (английский язык, русский язык, обществознание). Курс по выбранному предмету будет включать в себя все самое необходимое для успешного написания олимпиад («Высшая Проба», «Ломоносов»).

Цена курса составит: 80.000 руб.

Проходимость в год: 300 человек.

Онлайн-платформа для обучения: VK.

**РАСЧЕТ РИСКОВ**

1. Активизация действий прямых конкурентов может привести в потере части постоянных клиентов и соответствующему уменьшению доходов.
2. Рост качества подготовки к олимпиадам в образовательных учреждениях.
3. Низкое качество образования в ОШ по причине низкой квалификации персонала.
4. Незаинтересованность покупателей в предлагаемой продукции.
5. В этот список также можем внести низкую покупательную способность людей.

**АНАЛИЗ РЫНКА**

Конкуренты и их преимущества:

Foxford: ведущая школа на рынке, большое кол-во учеников отдают свое предпочтение именно ей из-за узнаваемого имиджа.

Общее дело: бесплатные видеоуроки, некоторые ученики отдают предпочтение самообразованию, поэтому бесплатные видеолекции для них востребованней, нежели платные курсы.

Умскул: большое кол-во победителей и призеров после прохождения обучения, эффект «сарафанного радио», а также отзывы победителей олимпиад мотивируют потенциальных покупателей к покупке.

Онлайн школа №1: есть профессиональный психолог, что немаловажно, ведь программа в 10-11х классах сложная и требует большой концентрации внимания.

Коалиция: есть выездная летняя школа, что позволяет ученикам Коалиции находить новых друзей по интересам.

После проведения анализа рынка были выявлены*уязвимости конкурентов:* более высокая стоимость обучения; технические сбои в работе платформы; нарекания к работе техподдержки и клиентской службы; сомнения в качестве контента и профессионализме тьюторов и консультантов; недостаточный контроль качества обучения.

**SWOT-АНАЛИЗ**

*Сильные стороны:* 1. Отличительная особенность – победители олимпиад в роли тьюторов; 2. Качественный образовательный контент; 3. Доступная цена; 4. Бесперебойный доступ к платформе и материалам; 5. Постоянная обратная связь; 6. Самореклама; 7. Обучение с единым пакетом двух олимпиад по выбранному предмету; 8. Возможность обучаться по нескольким предметам.

*Слабые стороны:* 1) Дополнительные затраты на создание учебных материалов; 2) Сложности в обучении определенной группы учеников; 3) Технические проблемы; 4) Отсутствие скидки за количество предметов.

*Возможности:* 1) Тиражируемость проекта благодаря новым направлениям рекламы и маркетинга; 2) Привлечение инвестиций для расширения масштаба онлайн-школы.

*Угрозы:* 1. Появление новых конкурентов; 2. Рост качества подготовки к олимпиадам в образовательных учреждениях; 3. Рост инфляции и падение покупательского спроса.

**АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ**

Демографические и психографические данные: ученики 10-11х классов московских школ и школ Московской области; желающие поступить на бюджет в высшее учебное заведение (или по БВИ); проживающих в семье среднего и выше достатка; энтузиасты и любознательные личности (психографические данные).

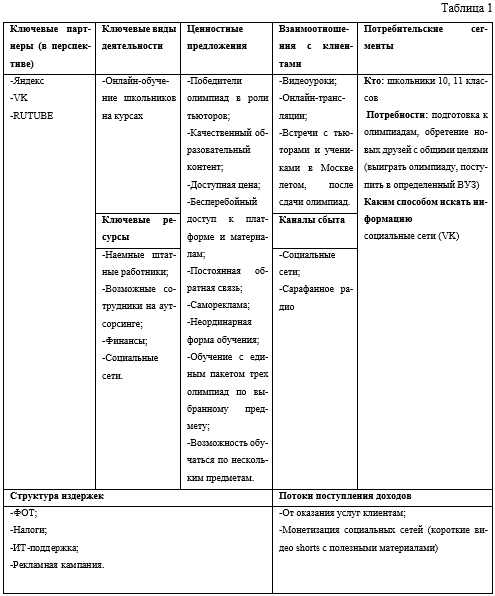
Потребность в продукте: удовлетворение потребности в обучении, подготовке к олимпиадам; доступная цена; онлайн обучение (экономия времени)

Потребительская модель (факторы определяющие потребность в совершении покупки): желание поступить на бюджет в высшее учебное заведение (или желание поступить по БВИ); может отталкивать от совершения покупки такой фактор, как неразвитая, молодая онлайн-школа, не популярная еще.

Рыночная ниша: рынок образовательных услуг; первоначальный размер рынка для онлайн школы «Олимп Успеха» - ученики московских школ и школ Московской области, в перспективе размер рынка увеличится: будут обучаться ученики Российских школ (т.е. из разных городов России).

## **БИЗНЕС-МОДЕЛЬ**

Создана по шаблону А. Остервальдера и И. Пинье



**ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН**

Чтобы качественно подобрать персонал я составил *перечень требований:*

1.Наличие гражданства РФ.

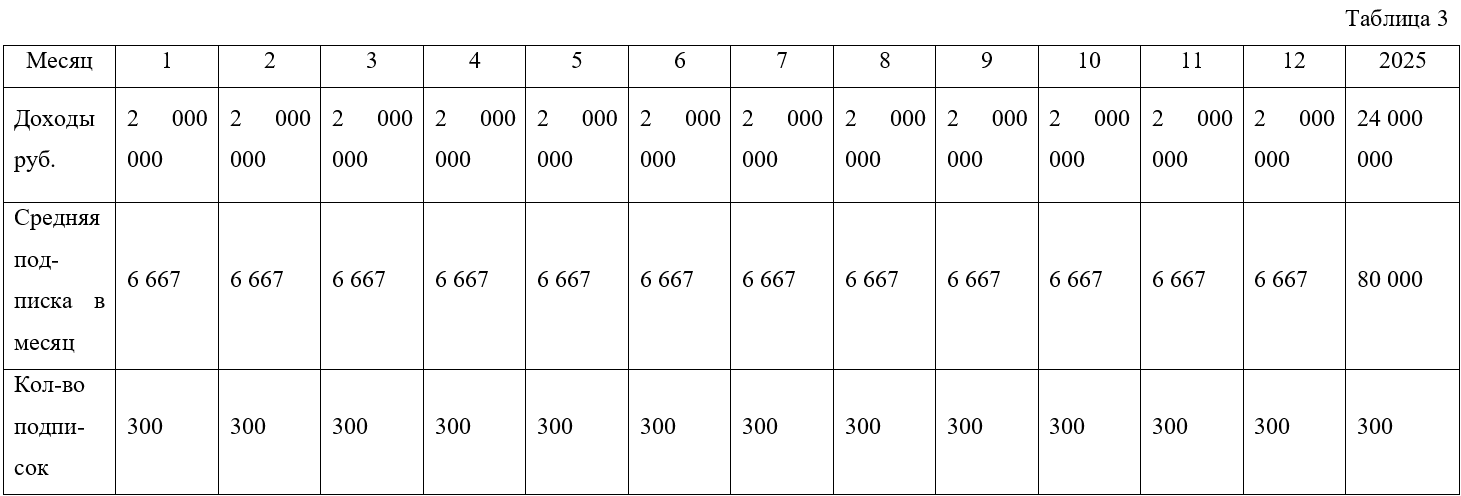
2.Учителя-тьюторы: сертификат победителя олимпиад («Высшая Проба», «Ломоносов»), справка об отсутствии судимости, студенческий билет.

3.Маркетолог, менеджер по работе с клиентами, технический специалист: специальное образование, стаж работы по специальности от 3 лет.

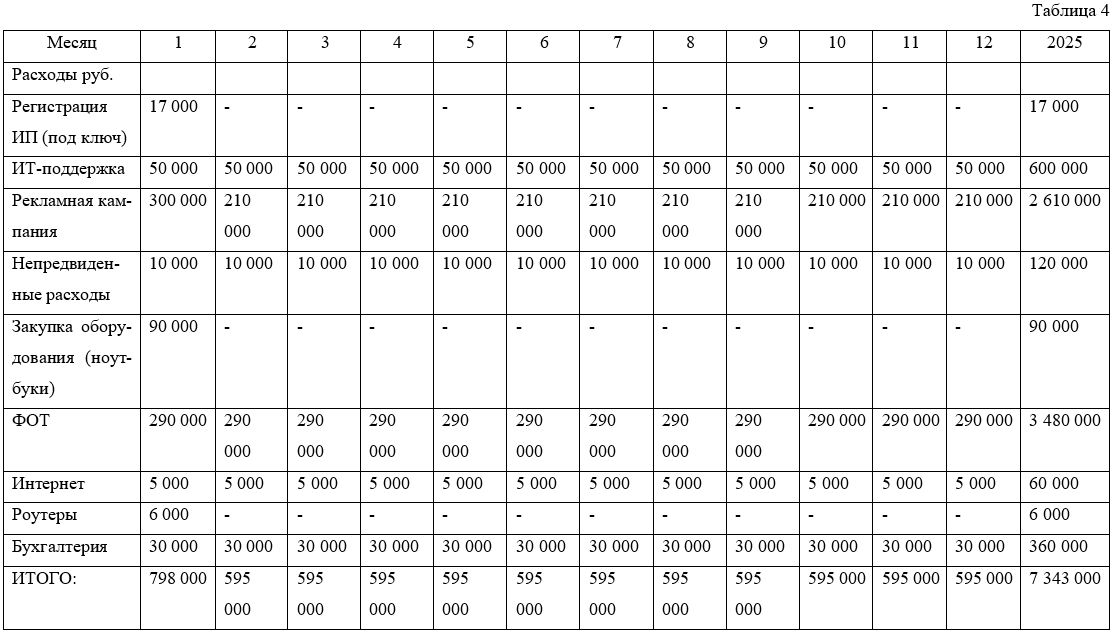
4.Доброжелательность, пунктуальность, ответственность, умение работать с детьми и воспитанность являются важными качествами для тьюторов, ведь от неподобающего поведения могут появиться негативные эмоции у учеников, написание негативных отзывов, потеря клиентов и имиджа.



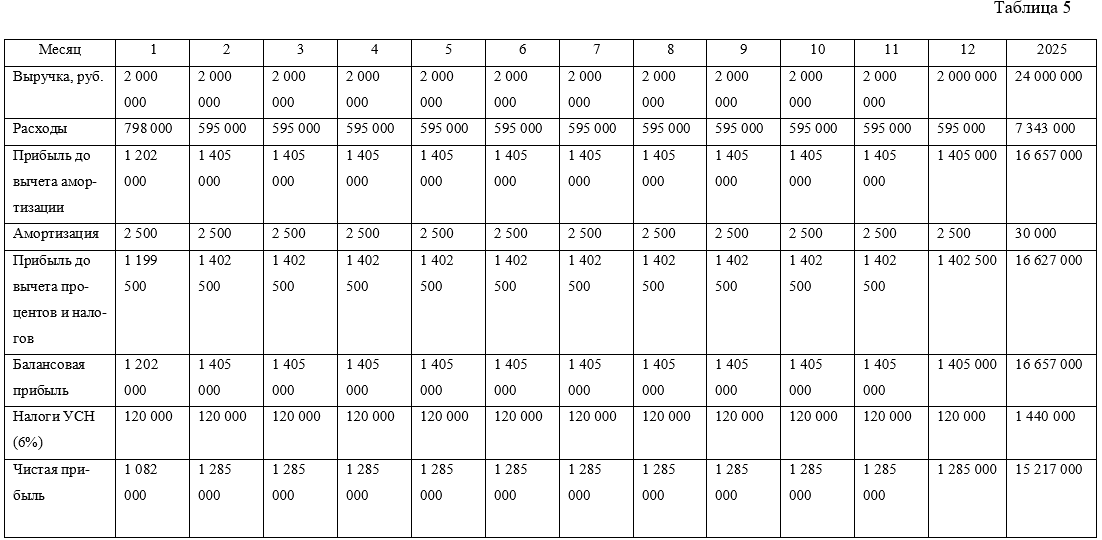
## **ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН: предположение о доходах**

****

## **ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН: предположение о расходах**

****

## **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**



## **МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ**

Основная задача маркетинга - привлечение трафика. Для популярности ОШ необходим свой брэнд, узнаваемость на рынке, изюминка, которой ОШ будет выделяться на фоне остальных. Данные задачи я попытаюсь решить с помощью следующих стратегий.

1. *Быть заметным.* В век информационных технологий люди

привыкли к ярким постам и красивым вывескам, чтобы привлечь их внимание и заинтересовать своей продукцией необходимы тонкие психологические приемы, а также цепляющие особенности, выделяющие продукт среди остальных на рынке.

1. *Быть кратким, понятным.* Так как в 21 веке люди постоянно спешат куда-либо и “хватают” информацию по верхам, необходимо быстро и понятно донести нужный материал.
2. *Маркетинг не должен быть дешевым.* С помощью маркетологов необходимо создать свой брэнд и уникальность на рынке. Реклама – это узнаваемость компании, а каждый вложенный в маркетинг рубль должен возвращаться в виде чистой прибыли.
3. *Неординарность и неповторимость.* Введение новых видов маркетинга; создание незабываемой рекламы, запоминающегося лозунга и уникальных особенностей (в методике и способе преподавания) может сформировать определенный имидж фирмы.

## **ИТОГИ**

Был создан бизнес-план по открытию онлайн школы, посчитан [операционный](#_ОПЕРАЦИОННЫЙ_ПЛАН:_предположение) и [финансовый план](#_ФИНАНСОВЫЙ_ПЛАН), продумана [маркетинговая стратегия](#_МАРКЕТИНГОВАЯ_СТРАТЕГИЯ) и [бизнес-модель](#_БИЗНЕС-МОДЕЛЬ).

Поскольку я планирую сделать свой проект долгосрочным, то буду постоянно его развивать, привлекать инвестиции, вводить новшества и исключать лишнее и невостребованное.

В одном уверена точно, что буду в своем бизнесе руководствоваться тем, что нравится моим клиентам, выделяться на фоне конкурентов, чтобы мой покупатель запомнил и полюбил мою ОШ, а также убедился в мнении, что олимпиады – это не испытание, а увлекательный и незабываемый путь.

**ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ**

1. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности: [учеб. пособие] / В. Е. Шкурко, Н. Ю. Никитина; [науч. ред. А. В. Гребенкин]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд‑во Урал. ун-та, 2016. — 172 с.
2. Маркетинг: Учебник для бакалавров / А. М. Годин. — 11е изд., перераб. и доп. М.: Издательскоторговая корпорация «Дашков и К», 2014. — 656 с.
3. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. с англ. — 3-е изд. — М.: [Альпина Паблишер], 2011.
4. Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Бо­жук. — СПб.: Питер, 2006 — 464 с: ил. — (Серия «Деловой бестселлер»).