# ПРОТОТИП КОМПАНИИ СФЕРЫ МАЛОГО БИЗНЕСА ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ФИРМЫ TAIC)

Выполнили:
Колесников Никита Андреевич
Пекунов Павел Максимович
ученики 9-2 класса
Руководитель:
Голованова Ирина Федоровна,
к.п.н., учитель внеурочной деятельности

# Литература и источники


1. Барден Ф. «Взлом маркетинга» М.: Издательство МИФ, 2018
2. Беседы и чаты с предпринимателями онлайн. Электронные ресурсы.
3. Бизнес-модели. Электронный ресурс. Доступно по ссылке: https://kontur.ru/articles/5030
4. Буров В. «Основы предпринимательства» Чита, 2013
5. ВЦИОМ Электронный ресурс. Доступно по ссылке: https://wciom.ru/
6. Ильяхов М., Сарычева Л. «Пиши, сокращай» М.: Издательство Альпина Паблишер, 2018
7. Захаров Н.Л. «Бизнес в России: специфика управления» М.:Издательство «Вершина» 2006, с.236
8. Котлер Ф. «Основы маркетинга» М.: Издательский дом Вильямс, 2007
9. Тумалев В.В. «Учительство в эпоху социально-политических перемен» СПб: СПбУЭФ, 1995
10. Фукуяма Ё.Ф. «Доверие: Социальные добродетели и путь к процветанию» (2004)
11. Чалдини Р. «Психология влияния» М.: Издательство Путь лидера. Легендарные бестселлеры, 2017

**Цель исследовательского проекта** - Создание SMM-агентства, которое позволит получить стартовый капитал для организации малого товарного бизнеса в сфере товаров и услуг.

**Задачи**:

Приобщение к бизнес-теории и практике.

Организация малого товарного бизнеса.

Отслеживание конструктивных взаимодействий и донесение наших идей до молодежи.

**Методы исследования:** анализ литературы, практические пробы, беседы и интервью, включенное наблюдение.

**Объект исследования:** Малое предпринимательство в условиях рыночной экономики.

**Предмет исследования:** Компания сферы малого бизнеса для начинающих предпринимателей (на примере фирмы TAIC)

# Проектирование деятельности фирмы:

1. Рассмотрение правовой основы
2. Создание SMM-агентства
3. Развитие бизнеса в товарной сфере
   - Выбор товара: потенциал ИП: навыки владения ПК, выбор производителя и поставщика
   - Создание сайта
   - Реклама
   - Организация связей с клиентом (менеджмент коммуникаций)
   - Организация доставки товара клиенту
   - Аналитическая (рефлексивная) деятельность после реализации товара

# 1. Правовая основа

Формы предпринимательского права и их источники

1. Конституция РФ.
2. Кодексы: гражданский, об административных правонарушениях, налоговый, бюджетный, уголовный.
3. Законы РФ и ФЗ: «О государственной регистрации юридических лиц и ИП» (Федеральный закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ), «О лицензировании отдельных видов деятельности» (Федеральный закон от 04.05.2011 N 99-ФЗ), «О производственных кооперативах» (Федеральный закон от 08.05.1996 N 41-ФЗ), «О защите прав потребителей» (Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1).

# 2. SMM-агентство

1. Предпосылка создания SMM-агентства - желание развиться и получить полезный опыта при отсутствии средств у организаторов фирмы на товарный бизнес и саморекламу
2. Формирование команды:
   - Управляющий
   - Контентщик
   - Дизайнер
   - Таргетолог
3. Поиск клиентов в
   1. Соц сетях
   2. Форумах

4. Работа с клиентом

- Изучение проблем и потребностей клиента
- Предложение наших услуг по продвижению и развитию его бизнеса
- Условия предоплаты/доли прибыли от продаж
- Средства на работу (Рекламный бюджет)
- Работа
- Анализ проделанной работы за месяц и отчетность перед клиентом
- Получение и распределение дохода

# Услуги SMM-агентства

- Оформление сообществ клиентов
- Составление контент-плана
- Администрирование сообществ в соц сетях
- Создание сайтов, лендингов
- Настройка рекламы
- Написание статей

# 3. Развитие бизнеса

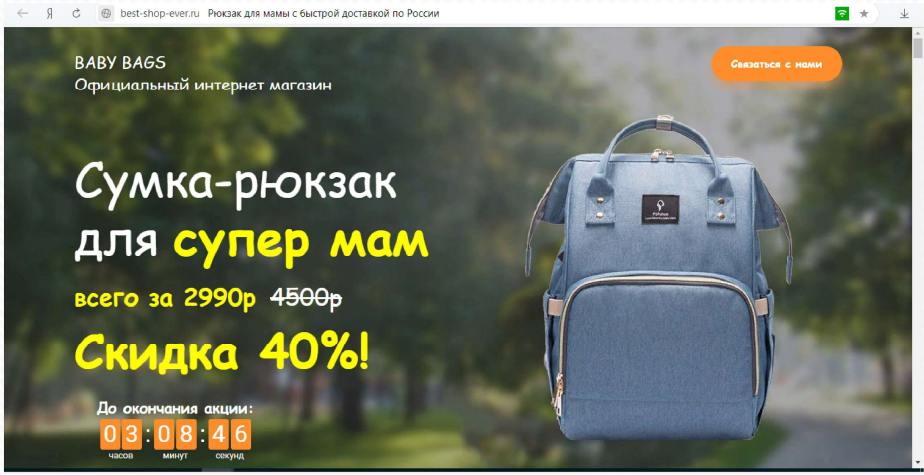
- Стартовый капитал, полученный от прибыли SMM-агентства руководство фирмы планирует распределить по 2 направлениям:
  - Мотивирование персонала
  - Развитие дела
- Для развития дела планируется начать товарный бизнес

# Выбор товара

1. Трендовые товары
2. Посмотреть новые предложения товарных компаний
3. Телемагазины

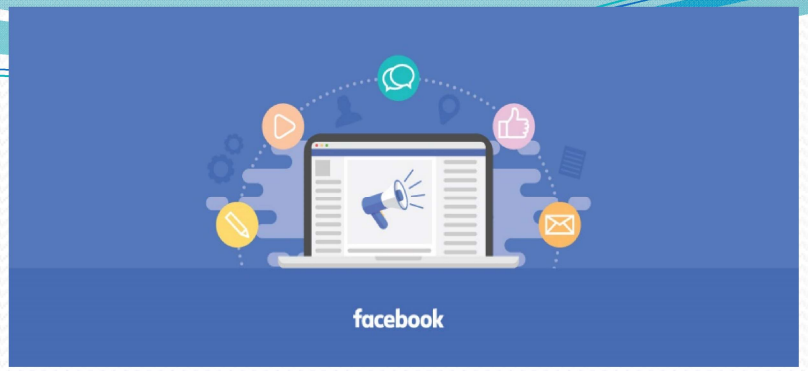
# Создание сайта

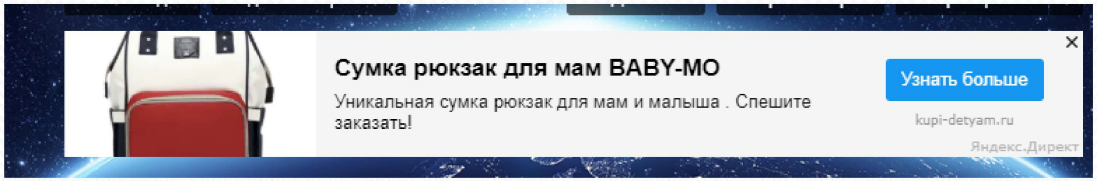
1. Покупка лендинга
2. Аренда домена (75 руб.мес.)



# Реклама

1. Таргетированная реклама в соц. сетях
2. Реклама в группах в соц сетях и форумах, косвенно касающихся товара
3. Реклама в Рекламной Сеть Яндекс (догоняющая реклама)





# Связь с клиентом

1. Личные контакты
2. Форумы и соц сети
3. Телефонные сервисы
4. Корпоративные рассылки

# Доставка до клиента

1. Почта России или курьерская служба
2. Фулфиллмент сервисы

# Получение обратной связи

Возможность доработать качество продукта и услуг.
Также можно подписать клиента на повторную продажу.

# Результаты первого этапа

1. Повышение квалификации в области таргетинга
2. Создание команды специалистов (таргетолог, управляющий, копирайтер, контентщик и дизайнер) в команду, распределение зон ответственности и задач
3. Оформление фирменной символики: логотип, брэнд
4. Перечень услуг и прайс-лист
5. Организация сетевого взаимодействия в соц сетях
6. Проектирование и информационное моделирование работы для каждого специалиста
7. Изучение спроса и предложения на форумах, в соц. сетях, бизнес встречах и среди знакомых: заключение сделок с первыми клиентами, договоры о предоставляемых услугах.
    1. Настройка рекламы для продажи нерудных материалов
    2. Оформление профиля и настройка рекламы для продажи шоколада ручной работы
    3. Оформление и ведение группы для мануального терапевта
8. Получение первой прибыли - 5650 рублей
9. Отчисление 10% на развитие фирмы TAIC и распределение оставшейся прибыли среди сотрудников
10. Развитие целенаправленной деятельности по совершенствованию фирмы TAIC

# Словарь ключевых понятий

1. SMM - Social Media Marketing, сфера маркетинга в социальных сетях.
2. Домен - имя сайта, используемое для его поиска.
3. Команда - группа людей, объединенная общими делом.
4. Контент - информация, оформленная виде картинки или видео с текстом, которая публикуется в интернете.
5. Лэндинг - WEB-страница, основной задачей которой является сбор информации о целевой аудитории.
6. Маркетинг - деятельность, направленная на удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли.
7. Прибыль - положительная разница между доходами и затратами: на производство или приобретение, хранение, транспортировку, сбыт этих товаров и услуг. Прибыль = Доходы - Затраты.
8. Реклама - направление в маркетинге, при котором производится распространение информации о продукте, с целью повышения узнаваемости бренда и увеличения продаж.
9. Ресурсы - все природные, людские и произведенные человеком факторы, которые используются для производства товаров и услуг.
10. Таргетинг - настройка рекламы в соц. сетях с выявлением ЦА, которая заинтересована в вашем товаре или услуге, ей будет показана реклама.
11. Фулфилмент - комплекс операций с момента оформления заказа покупателем и до момента получения им покупки.
12. ЦА - Целевая Аудитория, люди, которые заинтересованы в нашем продукте или услуге.

# Приглашаем к сотрудничеству!