

# Думалогия

- школа  
эффективного  
мышления

+7 499 677-50-40

[info@dumalogiya.ru](mailto:info@dumalogiya.ru)

[думалогия.рф](http://думалогия.рф)



## Содержание

Описание деятельности

Using Awesome Backgrounds

Engage your Audience

Capture Audience Attention

# 1. Описание деятельности

Проект «Думалогия» родился 11 декабря 2014 года

С того времени появилось чёткое понимание, что это необходимо родителям и их детям. Далее началась активная работа с landing page для проекта.

Деятельность школы – это образование детей в возрасте от 8 до 13 лет,

через онлайн. Методика обучения основана на ТРИЗ. Эта теория изобретательски


задач, с 2009 года тщательно изучалась основателем школы – Новосёловым Евгением.

В дальнейшем она была опробована на его собственном ребёнке. Увидев результат от данного обучения, пришла идея запустить это повсеместно.


Обучение проходит полтора месяца 1 раз в неделю по воскресеньям. Не более часа. После обучения высылаем домашнее задание, которое в течение недели ребёнок выполняет.

На протяжении всего обучения к группе закрепляется куратор, который






Обучение детей  
от 8 лет

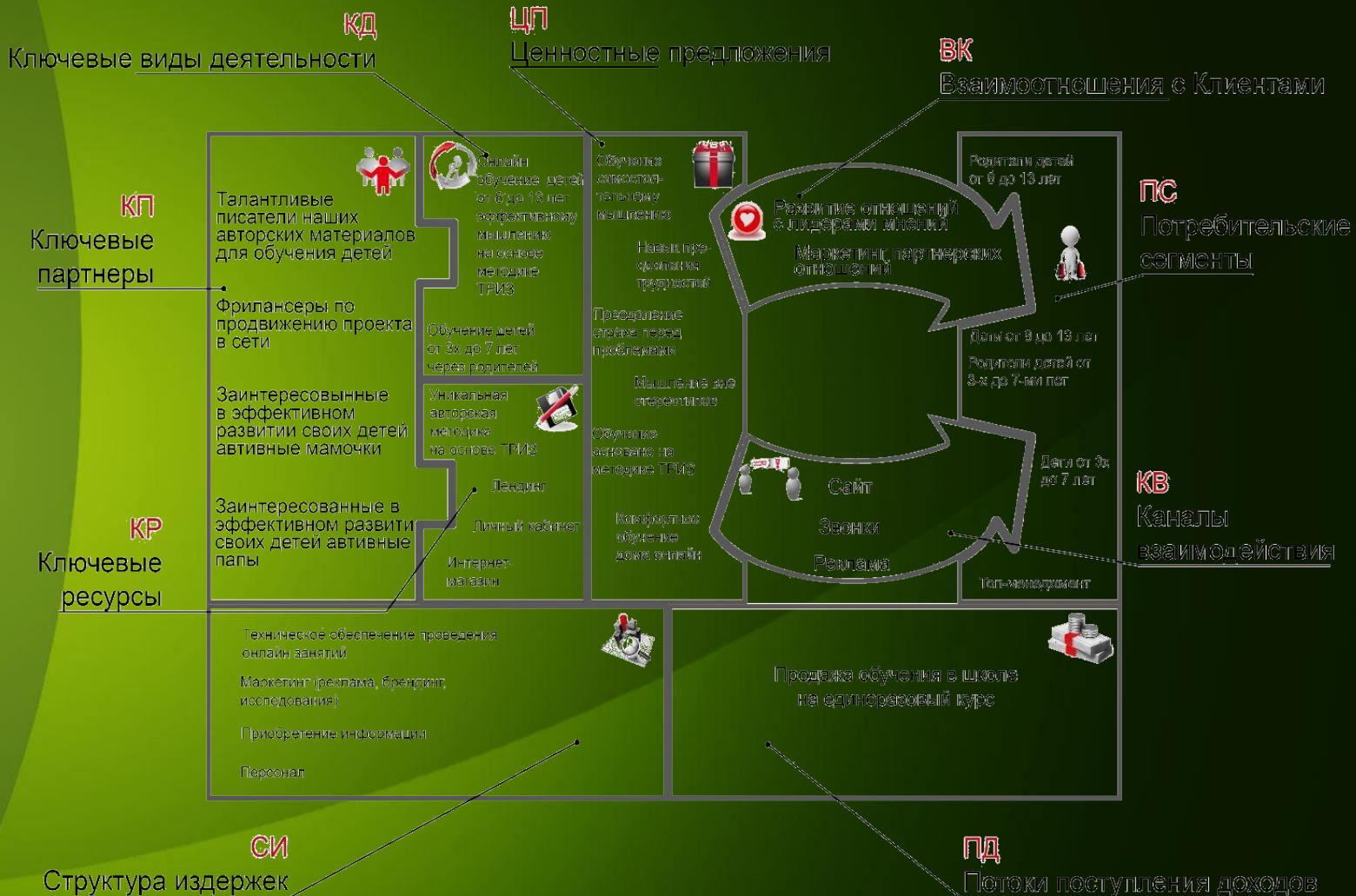


Учим  
ДУМАТЬ  
ЭФФЕКТИВНО



Онлайн обучение  
через компьютер

# 1. Бизнес-модель школы "Думалогия"







# Позиционирование

Наша школа единственная кто занимается обучением по методике ТРИЗ, онлайн, обучая детей возраста от 8 до 13 лет.

Преимущества в том, что наша методика уникальна, так как выработана автором и основателем данной школы.

Мы занимаемся обучением именно этой категории детей, так как именно в этом возрасте активным развитием ребёнка заниматься перестают. В основном это дополнительные кружки и секции, направленные на физическое развитие.

А ребёнок уже может анализировать ситуацию и способен понять методы и алгоритмы обучения.

# Позиционирование



Удобства нашего обучения в том, что ребёнок занимается дома самостоятельно. Родителям не нужно тратить время на дорогу, чтобы добраться до образовательного учреждения. Занятия проходят под присмотром родителей, они могут заочно слушать, что происходит на занятиях и при этом активно заниматься своими делами.

Обучение проходит в игровой форме, понятной и интересной для любого ребёнка.

На любом этапе обучения мы ГАРАНТИРУЕМ возврат денежных средств в

полном объёме, так как понимаем, что все дети разные и такой формат

обучения может подойти не каждому ребёнку. НО в дальнейшем с данным Клиентом мы больше не работаем.

После прохождения курса, столкнувшись с проблемой, ребёнок будет со 100% уверенностью понимать что ему лепать после фразы



# География присутствия

Главный офис школы эффективного мышления «Думалогия» находится в г. Орёл. Ограничений по географическому присутствию наших Клиентов у нас нет. Так как важно, чтобы было средство доступа к интернету (Компьютер/ноутбук) и хороший доступ интернет-соединения.

## На данный момент

### Россия:

- Москва
  - Санкт-Петербург
  - Саратов
  - Владивосток
  - Томск
  - Тольятти
  - Ростов-на-Дону
  - Самара
  - Тюмень
  - Севастополь
  - Орёл
- Петропавло  
вск
- Кемерово
- Красноярск
- Воронеж
- Белгород
- Тамбов
- Бийск
- Петропавло  
вск

### Зарубежье:

- Украина
- Беларусь
- Латвия
- Кипр
- Австрия
- Великобритания
- США
- Австралия



# Целевая аудитория

Критерии	Характеристика	Аудитория
<u>Психографические критерии:</u> психологический или социологический состав покупателей	1) Принадлежность к соц.классу	❖ богатые ❖ средний класс ❖ мама домохозяйка
	2) Статус (род занятия => дети от 10 до 18 лет)	❖ мама бизнес-леди ❖ мама в декрете с 2мя и более детьми ❖ мама-одиночка ❖ работающая мама ❖ работающий папа ❖ папа бизнесмен
	3) Образ жизни	❖ активный ❖ занятой ❖ любознательный
<u>Демографические критерии:</u> характеристики, которые могут быть обнаружены при анализе статистических данных	1) Пол, возраст	❖ женщина 28-40 лет ❖ женщина 40-55 лет
	2) Доход семьи	❖ мужчина 33-45 лет ❖ мужчина 45-65 лет ❖ В месяц тратят на обучение своего ребёнка 10 000 руб.
	3) Занятость	❖ работает ❖ не работает ❖ в декрете
<u>Географические критерии:</u> где Клиент живёт, работает и совершает заказы	1) Страны	❖ РФ ❖ СНГ ❖ Запад/США



# Целевая аудитория

## Наши Клиенты:

### 1-й сегмент:

Мама, 26-40 лет, работающая

Мама, 40-55 лет, работающая

### 2-й сегмент:

Мама, 26-40 лет, неработающая

Мама, 40-55 лет, неработающая

Мама, 26-40 лет в декрете

### 3-й сегмент:

Папа, 31-45 лет, работающий

Папа, 45-65 лет,  
неработающий-Петербург

## Какие проблемы решает наша услуга для каждого из 3х сегментов?

1) Проблема нехватки времени на самостоятельное обучение ребёнка

2) Непонятность, сложность других образовательных ресурсов

3) Нехватка времени

4) Нет возможности самому обучать навыкам самостоятельного мышления

EDUCATION



# Целевая аудитория

Какие уникальные особенности получит Клиент при сотрудничестве с нами?

- ребёнок научиться искать решения проблем
- научиться думать самостоятельно, абстрагируясь от шаблонов и стереотипов
- научиться работать с личным кабинетом и поймёт, что через интернет можно ещё и обучаться
- как результат – уверенный в себе ребёнок





# Анализ конкурентов

Прямых конкурентов, которые занимались бы обучение детей от 8 до 13 лет онлайн по основе методике ТРИЗ нет.

Есть косвенные конкуренты, и их можно разделить на 3 большие группы:

- 1) Обучение ТРИЗ детей
- 2) Обучение детей онлайн
- 3) Развивающие курсы для детей школьного возраста



# Анализ конкурентов

## 1) Обучение ТРИЗ

<http://www.ratriz.ru/> - Российская ассоциация ТРИЗ

Формы обучения:

- групповое - очное (циклы семинаров, еженедельные вечерние занятия)
- индивидуальное - очное и дистанционное

Кого учим:

- Технических специалистов
- Преподавателей учебных заведений
- Воспитателей детских садов
- Руководителей учреждений и предприятий
- Студентов
- Школьников



# Анализ конкурентов

## 2) Обучение детей онлайн

<http://foxford.ru/> Онлайн-подготовка к ЕГЭ, ГИА (основная деятельность) также помогают подтянуть, углубить знания

<http://www.tutoronline.ru/> Обучение по скайпу с лучшими репетиторами. Основная цель – подготовка к ЕГЭ

<http://school-inter.net/> - обучение детей через скайп





# Анализ конкурентов

## 3. Развивающие курсы для детей дошкольного возраста

<http://kalexstudio.ru/projects/su/> - страна успеха

<http://d-shkola.com/> - детская школа Васильевых

<http://aedos.ru/> - Школа Эйдос это курсы развития памяти, техника быстрого чтения, курсы скорочтения в Москве (наш возраст)

<http://polycent.ru/> - центр научно-технического творчества и развития (наш возраст)



# Анализ конкурентов

## 3. Развивающие курсы для детей дошкольного возраста

<http://kalexstudio.ru/projects/su/> - страна успеха

<http://d-shkola.com/> - детская школа Васильевых

<http://aedos.ru/> - Школа Эйдос это курсы развития памяти, техника быстрого чтения, курсы скорочтения в Москве (наш возраст)

<http://polycent.ru/> - центр научно-технического творчества и развития (наш возраст)

# Стратегия продвижения

ЗАЧЕМ? Миссия и цели

Слоган – «Умным быть модно»

Миссия – «Для того, чтобы наши дети развивались с умными,  
умеющими думать детьми»

Маркетинговые Цели:

1) Узнаваемость бренда у 90% целевой аудитории

Что нужно?

- Продвижение группы в ВК
- Продвижение группы в ОК
- Продвижение группы в FB
- Реклама в социальных сетях
- Создание аккаунта в Инстаграме
- Баннерная реклама

2) Объем продаж 1 млн. в месяц

Что нужно?

- Лидогенерация. Создание легкоконвертируемого лендинга в заявки
- Качественный колл-центр с конверсией на продажу - 0,2





# Стратегия продвижения

3) 2000 обученных детей в год

Что нужно?

- Вирусный маркетинг (после обучения каждой группы собираем обратную связь) + свой канал на YouTube (видео которым бы хотелось поделиться со знакомыми)

4) Увеличение аудитории в VK, FB и ОК – 5 000 подписчиков в каждой группе, к июню 2016г.

Что нужно?

- Яркое, стильное оформление группы
- Полезный, качественный контент
- Реклама группы

- Взаимодействие с подписчиками (опросы, темы обсуждения, проведение конкурсов, ответы на комментарии и т.д.)



# Стратегия продвижения

## КАК?

Обучение дома, под Вашим присмотром или вместе с Вами. 2.1 месяца и Ваш ребёнок знает, что ему нужно сделать после Вашей фразы «Подумай!»

## ГДЕ? Каналы продвижения

- 1) Лидогенерация (Сайт, Landing page)
- 2) Контекстная реклама
- 3) Медийная реклама
- 4) SMM (таргетинг)
- 5) Email-маркетинг
- 6) Вирусный маркетинг, видео (Youtube)
- 7) Партнёрские программы



# Стратегия продвижения

## Формирование плана онлайн-продвижения

Рассмотрим каждое направление продвижения отдельно и приблизительно определим сроки и бюджет каждого из этапов.

### 1 Контекстная реклама

Классический канал для привлечения целевой аудитории по сформированному спросу. Конкретный спрос по нашему продукту ещё не сформирован. Но очень остро стоит проблема дополнительного обучения детей. Развитие их мышления и сообразительности. Здесь есть спрос.

Формирование спроса конкретно для нашей категории Клиентов от 8 до 13 лет это работа для других инструментов продвижения.

Контекстная реклама будет работать с уже сформировавшимся спросом по нашей тематике.



# Стратегия продвижения

## Формирование плана онлайн-продвижения

### 2 Медийная (баннерная) реклама

Медийная реклама – размещение тексто-графических рекламных материалов на площадках с целевой аудиторией.

Использование этого типа рекламы помогает сформировать устойчивую визуальную ассоциацию бренда с определенным товаром или услугой. Это повышает узнаваемость бренда и лояльность аудитории по отношению к нему, а также укрепляет имидж компании.

Данный канал никогда ранее не применялся, поэтому нужно тестировать на ограниченном бюджете. Площадки, которые выбраны для тестирования:

- КМС Google;
- Баян Яндекса

Данные площадки будем использовать для привлечения лидов на сайт



# Стратегия продвижения

## Формирование плана онлайн-продвижения

### 3 Социальные сети

1) таргетинг ~ 100р в день (чтобы было объявление на виду) такая реклама нужна постоянно, можно снизить цену, но тогда показов будет меньше/реже

В месяц = 3000 руб.

2) реклама в вк - хорошо давать ее раз в неделю, возможно, подобрать несколько недорогих площадок (150-200р.) и дать туда просто рекламу (без конкурсов и розыгрышей)

В месяц = 700 руб.

- раз в месяц можно давать в более крупное сообщество 700р.

- параллельно давать рекламу и рекламировать другие, схожие по тематике, группы (не во вред себе) - бесплатные способы

- стоимость таргетинговой рекламы в ВК в среднем 150р. в день.

В месяц получается ~ 4500р.

Итого: 5900 р.

3) Стоимость таргетинговой рекламы в FB в среднем 150р. в день.

В месяц получается ~ 4500р. Один раз в месяц давать рекламу в крупное сообщество - 1000р.

Итого: 5500р.

4) Реклама в Инстаграм 10000р. в месяц за 8000 активных целевых подписчиков

Итого: 10000р.

Оплата контент-менеджеру = 10 000 руб.

Оплата администратуры за ведение социальных сетей = 10 000 руб.

Итого на продвижение в социальных сетях = 21 400 руб.



# Стратегия продвижения

## Формирование плана онлайн-продвижения

Медиаплан не включает контекстную рекламу в Яндекс.Директ. Как правило, всегда получаются другие результаты по сравнению с прогнозами - цена клика ниже, расход бюджета меньше.

Объективный прогноз в цифрах сложно сделать, поэтому поступаем так: запускаем КР, смотрим на показатели конверсии по тем, или иным фразам. Неконверсионные фразы отключаем, конверсионные - поднимаем ставки.

Бюджет на контекстную рекламу - 30 000 руб. из расчёта 100 кликов в день по 10 руб.

Общий ежемесячный бюджет на платные каналы рекламы и продвижения = 86 554 р.\* 12 мес = 1 038 648р.

Бюджет на годовую рекламу = 1 038 648р.

# Выводы и результаты

Результаты Школы эффективного мышления "Думалогия":

1. Полноценный сайт, где подробно рассказано о школе и обо всём, что с ней связано
2. Работающие группы в контакте, фейсбуке, одноклассниках
3. Расширение географии на Запад, появились Клиенты с США, Австралии, Великобритании, Австрии
4. Улучшенный модуль курса



# Выводы

В результате проведённой работы было проанализирована текущая

деятельность и перспективы данного проекта.

А именно:

1. Проанализировала целевую аудиторию, это те люди, которые будут приносить компании доход. Важно понимать, кто они, чем занимаются, интересуются и где тусуются.
2. Проанализировала конкурентов. Важно знать, кто дышит нам в спину или на кого ориентироваться. Главный вывод, это то, что прямых конкурентов нет. Но есть очень много смежных, которые конкурируют по одному или двум критериям. И здесь мы уже можем смотреть, что и как делать хорошо, а как плохо.

На основе данного анализа, сложилась четкая стратегия продвижения компании

«Думалогия» на данном этапе развития.





# Выводы

Главные цели, которые стоят перед стратегией продвижения онлайн это:

1. Узнаваемость бренда у 90% целевой аудитории.

Так как проект недавно стартовал, важно изначально рассказать, о том, что он существует. Чем больше Клиент будет соприкасаться с нашей школой через разные каналы продвижения, тем большая вероятность конвертировать его в нашего покупателя.

2. Увеличение заявок 100 в день.

Стратегия направлена на то, чтобы мы заинтересовали как можно больше людей. Для этого нужна реклама по разным каналам, где присутствует наша ЦА.

Реклама ведёт к нам на посадочную страницу, а далее работает сама страница. Очень важно для этого, чтобы потенциальному Клиенту было максимально понятно и удобно совершать целевые действия, которые далее превратятся в заявки.



# Выводы

В результате анализа были выбраны основные инструменты для достижения данных целей.

- 1)контекстная реклама;
- 2)медийная реклама;
- 3)продвижение в соц.сетях;
- 4)контент-маркетинг;
- 5)партнёрская программа.

Спасибо за внимание

