

Концепция информационно-
аналитического агентства
Clever Info

Содержание

1. Идея и миссия.
2. Стратегические цели.
3. Основные направления деятельности.
4. Информационные и коммуникационные услуги.
5. Организационная структура.
6. Потенциальный рынок и клиенты.
7. Стратегия маркетинга.
8. Финансирование.
9. Монетизация.
10. График.
11. Следующие шаги.

Идея и миссия.

Идея – создание компании, которая бы предоставлял широкий спектр информационно – аналитических сервисов и услуг для украинских и иностранных пользователей.

Миссия – предоставлять объективную информацию о жизни Украины и мира, служить информационной платформой развития бизнеса, экономики, государства и общества.

Стратегические цели.

1. За 3 года - компания должна сформировать и формализовать собственный стандарт работы с информацией и подготовки соответствующих кадров.
2. За 5 лет – занять не менее 10% рынка коммерческой информации в Украине.
3. За 10 лет – создать наиболее авторитетное (по уровню СТР) информационно-аналитическое агентство Украины.
4. Финансовые цели на 2016-2018 гг.:
 - 2016 год Выручка = 750 тыс. Прибыль = 0 тыс.
 - 2017 год Выручка = 3,000 тыс. Прибыль = 150 тыс.
 - 2018 год Выручка = 7,500 тыс. Прибыль = 400 тыс.

Основные направления деятельности.

1. Информационное агентство (новости и аналитика)
2. Коммерческая информация
3. Информационные услуги
4. Коммуникационные услуги
5. Информационное сопровождение

Информационные и коммуникационные услуги.

1. Коммерческие и публичные базы данных (составление – от 1,000 у.е., доступ – от 20 у.е.)
2. Информационно-аналитические исследования – от 1,000 у.е., пользование – от 150 у.е.)
3. Аналитика (политика, общество, бизнес, финансы, государство, мир)
4. Информационные сводки
5. Сюжетные и аналитические новости
6. Поиск источников информации
7. Информационное сопровождение бизнеса и т.д.

Организационная структура.

1. «Ядро»/Совет предприятия
2. Администрация
3. Информационное агентство
4. Аналитическая служба
5. Служба коммерческой информации и информационных услуг
6. Служба баз данных
7. Служба коммуникационных услуг

Потенциальный рынок и клиенты.

1. Для информационно-аналитического агентства:
 - средства массовой информации и журналисты;
 - целевая аудитория читателей – средний класс, малый и средний бизнес, интеллигенция;
 - публика за рубежом, которая интересуется событиями в Украине.
2. Для других служб и подразделений:
 - национальные предприниматели и частные компании;
 - иностранные инвесторы и предприниматели;
 - аналитики, консультанты, журналисты;
 - банки и финансовые учреждения;
 - PR и рекламные службы.

Стратегия маркетинга.

1. Психологический аспект:

- Имидж надежного и проверенного источника информации.
- Плюрализм мнений – объективные факты.
- Наша информация – информация успеха.

2. Экономический аспект:

- Главный инструмент рекламы – Интернет.
- Прямые продаж - через работу с крупными компаниями и инвесторами.
- Способ привлечь внимание к продуктам компании – презентация аналитических исследований, сводок и другой продукции для целевой аудитории.

Финансирование.

1. Привлечение сторонних средств (инвестиции и кредиты)

- В течении 2015 года - \$4,000 (средства учредителей).
- В течении 2016 года - \$15,000 (средства учредителей).

2. Самофинансирование

Монетизация.

1. Продажа коммуникационных и информационных услуг и сервисов
2. Продажа доступа к эксклюзивным материалам
3. Реклама на открытых страницах информационного агентства

Распределение долей

Ключевые сотрудники (7) – 40%

Expostreet, LLC – 40%

Center for Strategic Cooperation, LLC – 10%

Богданов, Юрий – 10%

Механизм принятия решений: не менее
2/3 голосов в долях и числе участников

График.

Август 2015 – см. следующий слайд

Сентябрь 2015:

1. Подготовить техническое задание для сайта.
2. Разработать фирменный стиль компании и основные атрибуты.
3. Пройти процедуру регистрации как юридического лица.

Октябрь – декабрь 2015:

1. Формализовать отношения с актуальными партнерами.
2. Разработать и запустить сайт.
3. Запустить поисковую рекламу, продвижение через социальные сети.

Следующие шаги.

1. Сформировать кадровые компетенции стартовой команды и обеспечить регулярную работу для обеспечения ее жизнедеятельности – август 2015.
2. Сформировать профили услуг (содержание + расходы ресурсов + трудозатраты + ценовая политика) – август 2015.
3. Сформировать стартовую информационную базу данных (статистика, каталоги, отдельные ресурсы) – август 2015.
4. Проанализировать перечень ресурсов, которые необходимы для эффективного старта проекта – август 2015.