

# **БИЗНЕС – ПЛАН**

**Портал (медийная платформа)**

**«АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ»**

**ООО «КОЛЬЦО»**

**2014**

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Резюме проекта.....	3
1.1. Качество жизни.....	4
1.2. Ресурс деловой активности .....	5
1.3. Предельный уровень продолжительности жизни .....	6
1.4. Аудитория портала AL: .....	7
1.5. Функционал портала AL.....	8
1.6. Основная стратегия доходности (монетизация) портала .....	8
2. Анализ рынка .....	9
2.1. Рыночный спрос .....	9
2.2. Сравнительный анализ рынка продуктов компьютерного тестирования состояния здоровья человека.....	10
2.3. Оценка рыночного спроса на Web-сервисы, подобные AL .....	13
3. Маркетинг .....	15
3.1. Объемы русскоязычного рынка .....	15
3.2. Глобальный рынок .....	16
3.3. Социальный вектор портала AL.....	17
3.4. Маркетинговый план мероприятий по продвижению портала AL .....	18
4. Учебный план программы «Оптимизация ресурсов жизненной и деловой активности человека» ( <i>Публичное продвижение методологии и портала AL</i> ) .....	20
5. План разработки портала AL.....	22
6. Фазы развития проекта AL .....	22
6.1. Предварительная стадия. Формирование рабочей дирекции.....	22
6.2. Разработка и сопровождение портала .....	23
6.3. Стадия активного продвижения услуг портала.....	23
6.4. Выход на стадию стабильной работы. Получение прибыли.....	23
7. Бюджет проекта AL.....	23
8. Финансовый план .....	26
8.1 Базовые показатели .....	26
8.2 Оптимистический и пессимистический прогноз показателей на месяц .....	26

## 1. Резюме проекта

В бизнес-плане предлагается проект аналитического портала онлайн-тестирования «**Качество и продолжительность жизни**», предоставляющего пользователям, активно практикующим здоровый образ жизни, виртуальную среду, призванную помочь систематически, с максимальным удобством и наименьшими непродуктивными затратами поддерживать и совершенствовать свою физическую форму и душевный настрой, быть в курсе последних достижений в области здорового образа жизни, общаться с аудиторией, близкой по взглядам и убеждениям.

Рабочее название «Активное Долголетие» ( **Active Longevity -AL**). Далее по тексту будет применяться аббревиатура «**AL**».

В основе продукта лежит теория «Активное долголетие», разработанная проф. Ю.П.Гущо, в частности – уникальный алгоритм расчета показателя жизненной и деловой активности человека. На основе колоссального объема статистических данных, собранных и обработанных автором в течение 25 лет, удалось создать достоверную количественную теорию динамики ресурса человеческого организма на порядки совершенней ранее известных. Эта теория – завершение усилий достаточно серьезной плеяды ученых, выполненных в течении предыдущих четырех веков. В 17 веке первые попытки были сделаны К. Гюйгенсом, В. Лейбницем и Э. Галлеем. В 18 и 19 веках эти проблемы изучались известнейшими математиками Л.Эйлерером и П. Лапласом . В 20 веке теория серьезно была продвинута Гомперцем, Мейкемом, Джонсоном, Павелец, Бриллингером, четой Гавриловых и многими другими известными учеными.

С помощью данной теории можно прогнозировать динамику показателя жизненной и деловой активности индивидуума (он же – ресурс здоровья и долголетия). Теория позволяет оптимизировать стиль жизни с учетом изменений условий жизни.

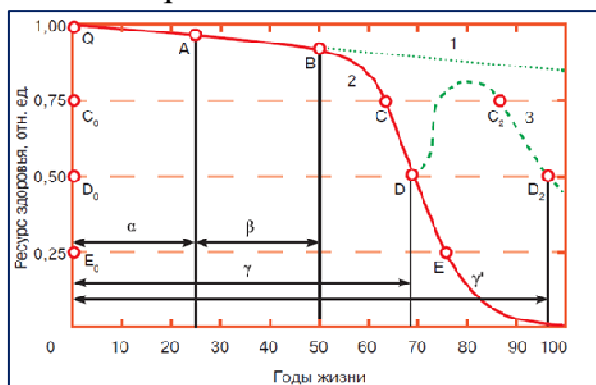
Возможность оценить состояние человека и оптимизировать его физическую и умственную работоспособность только с помощью имеющихся у него самого резервов, изменив стиль жизни, представляется чрезвычайно привлекательной и общественно полезной задачей.

Портал позволяет построить для одного или группы клиентов, предприятия, социальной группы модель ресурса здоровья в зависимости от стиля жизни, деловой активности и др. В режиме онлайн предлагается оптимизация стиля жизни с целью повышения ресурса жизненной активности клиента.

На базе моделирования ресурса здоровья клиента и в рамках мероприятий по продвижению методологии и портала AL и расширению потребительской аудитории реализуется публичная учебная программа. Для этой цели разработан учебно-практический семинар на тему: «**Оптимизация ресурсов жизненной и деловой активности человека**».

### 1.1. Качество жизни

При планировании качества жизни и долголетия наиболее удобно выделить три периода на кривой жизни, для которых образ жизни более или менее однороден.



Кривая жизни человека с тремя характерными периодами:  $\alpha$  — период становления человека;  $\beta$  — период активной деятельности;  $\gamma$  — период долголетия;  $\gamma'$  — период долголетия при оптимизации образа

жизни 1 — идеальная форма кривой жизни; 2 — реальная форма кривой жизни; 3 — коррекция кривой жизни с увеличением ожидаемого периода долголетия.

Во-первых, это период времени  $\alpha$  от рождения до окончания полового, физического и психического развития (18-25 лет).

Во-вторых, это упомянутый период активной деятельности  $\beta$  с максимально возможной способностью к принятию решений.

В-третьих, это период долголетия  $\gamma$ , где изменения условий жизни и ресурса здоровья наиболее существенны. С помощью этих изменений можно значительно увеличить качество и продолжительность жизни.

Введем определение *качества жизни* ( $Ke$ ), как отношение отрезков  $C_0C$  к  $D_0D$ :

$$Ke = C_0C / D_0D.$$

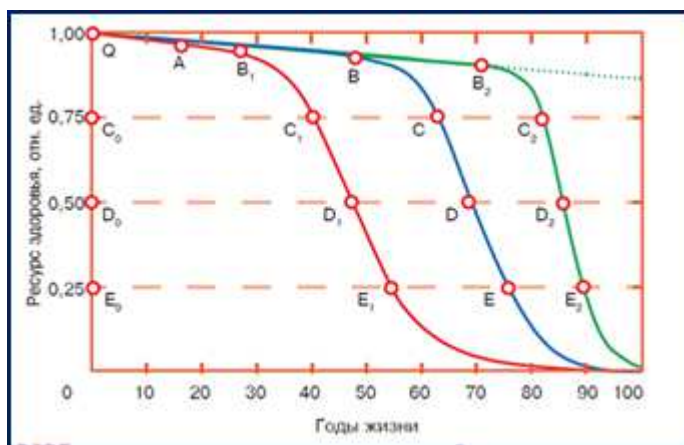
Идеально качественная жизнь будет в том случае, если период  $C_0C$ , «практически здоров», равен среднему ожидаемому сроку жизни  $D_0D$ . Об этом мечтает все человечество. В этом случае коэффициент качества жизни будет равен своему наибольшему значению, т.е. единице.

При одной и той же разности между отрезками  $C_0C$  и  $D_0D$ , коэффициент качества жизни тем больше, чем больше продолжительность жизни.

## 1.2. Ресурс деловой активности

Это тот ресурс, который можно взаимовыгодно для предприятия и его сотрудников увеличить с помощью нашей технологии здорового образа жизни на 15-20 лет.

Ресурс здоровья – самый ценный из «выходных» параметров для любой социальной группы и личности.



Кривая QBCDE – человек со среднестатистическим образом жизни. Кривая QB1C1D1E1 – человек с плохим образом жизни.

Кривая QB2C2D2E2 – человек с хорошим образом жизни.

*Рис. Реальная и ожидаемая кривые жизни человека.*

В течение жизни «ресурс здоровья» меняется, поэтому зависимость ее от времени называют «кривой жизни» или «кривой выживания». Естественно, ее вид зависит от совокупности внутренних и внешних факторов, т.е. «входных параметров жизни», к которым относятся условия и образ жизни, страна проживания, и др.

Таким образом, изменение с возрастом и условиями жизни совокупности личного и общественного ресурсов здоровья можно представить в виде кривой жизни. На этой кривой можно отметить несколько характерных точек и отрезков.

Точка Q соответствует моменту рождения человека. В этот момент ресурс здоровья равен 1. Точка A соответствует времени полового созревания и завершения физического развития человека. Обычно эта точка лежит в интервале 18–25 лет. Точка C соответствует окончанию периода наивысшей деловой, физической и духовной активности. Другими словами, во время периода AC происходит максимальная отдача всех сил человека.

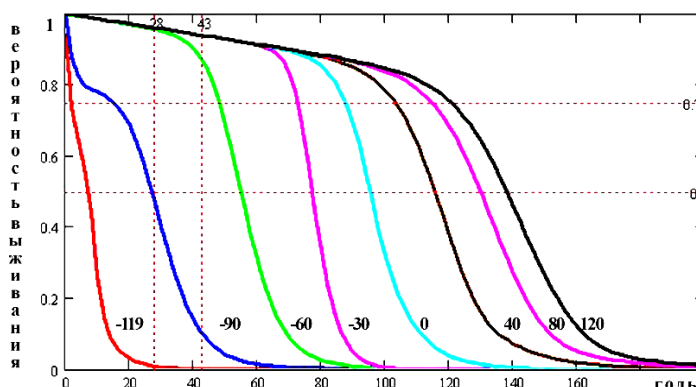
Ресурс здоровья в точке С равен 0,75. На медицинском языке – в период QC (или период отрезка CoC) человек «практически здоров».

Точки В и С соответствуют началу и концу периода обратимых функциональных изменений в организме. В это время ошибки в стиле жизни еще можно исправить без серьезных последствий. Отрезок DoD соответствует средней ожидаемой продолжительности жизни сообщества людей, к которому относится тестируемый.

Отрезок SE на кривой жизни соответствует периоду необратимых патологических изменений в органах и системах. Чтобы вернуться в зону ВС (зона **Активного Долголетия**), необходим системный подход к восстановлению всего организма. Нужно внести максимально возможные изменения во все «входные» параметры. Только серьезная коррекция стиля жизни может дать положительные результаты.

### 1.3. Предельный уровень продолжительности жизни

Наши многолетние исследования показали, что идеальное поведение позволяет *в пределе* достичь продолжительности жизни в 150 лет (при вероятности выживания 50%). Таким образом, человечество в среднем **не доживает около 100 лет**. Это тот резерв, который можно реанимировать с помощью нашей бизнес-модели.



*Спектр «кривых жизни» жителей среднестатистической страны с различными стилями жизни. Между зеленой (-60) и черной (120) кривыми потенциальный резерв долголетия, реанимируемый с помощью предлагаемой методологии.*

Экономически выгодно для любого предприятия использовать этот резерв и улучшить работоспособность сотрудников, только помогая

изменить стиль их жизни. Предприятия должны найти способы помогать тем, кто пожелал **изменить свой стиль жизни на более качественный**.

*В этом случае работодатель, общество, семья, страховая компания и т.п. могли бы принять участие в решении вопроса о коррекции его стиля жизни, (выделяя для этого средства) или его премировании за увеличение качества и продолжительности жизни. Лучше сохранить работоспособного, здорового специалиста, чем нанимать и обучать нового с неизвестным состоянием здоровья.*

**Целью проекта «AL»** является создание сетевого экспертно-аналитического инструмента массового применения, в основе которого лежат алгоритмы расчета показателя жизненной и деловой активности человека.

Разработанная методология формализуется на портале в виде технологии онлайн-тестирования с формированием персонального плана оптимизации образа жизни.

В процессе онлайн-тестирования создается модель жизнедеятельности тестируемого и предлагает различные варианты повышения ресурса его жизненной активности. Данные обо всех клиентах, прошедших тест, хранятся в базе данных AL и могут быть использованы в дальнейшем для повышения ресурса деловой активности с помощью персональной коррекции стиля жизни и организации труда.

Тестирование могут проходить коллективы предприятий в рамках мероприятий по улучшению общего физического и психического состояния сотрудников и психологического климата в коллективе. Такая услуга, предоставляемая заинтересованным предприятиям, позволяет организовать периодический мониторинг качества жизни сотрудников, что позволит сохранить высоко квалифицированный персонал на долгие годы.

#### ***1.4. Аудитория портала AL:***

- широкие слои населения разных социальных групп;
- руководители и специалисты государственных и муниципальных органов управления разных уровней;
- руководители и организаторы политических и общественных организаций;
- топ-менеджеры, менеджеры, владельцы компаний и ведущие специалисты предприятий и организаций различных форм собственности.

### ***1.5. Функционал портала AL***

1. Мониторинг и моделирование уровня деловой активности, качества, продолжительности и оптимизации стиля жизни.
2. Онлайн-тестирование пользователей для оценки состояния и получения научно-обоснованных рекомендаций по улучшению здоровья и повышению качества жизни. Тестирование производится путем пошагового заполнения диалоговых форм.
3. Интерактивные сервисы, например, личные кабинеты с обратной связью, календарь здоровья с расписанием тренировок, медитаций, голоданий, других оздоровительных мероприятий (с возможностью автоматического расчета оптимального режима занятий для данного индивидуума), программа мониторинга текущего коэффициента собственной физической и деловой активности, расчет рационального питания и пр.
4. Актуальная информация (статьи, анонсы, обзоры) по тематике, связанной со здоровым образом жизни и долголетием.
5. Системный инструментарий для сетевого общения пользователей портала.

### ***1.6. Основная стратегия доходности (монетизация) портала***

Представляется целесообразным использование (возможно, одновременное) двух традиционных подходов:

1. Публикация на портале тестов как *бесплатных*, так и *платных*. При этом платные тесты должны однозначно отличаться от бесплатных уровнем значимости для пользователя и (или), степенью детализации выдаваемых результатов и предоставленных рекомендации пользователю по итогам анализа предоставленных пользователем исходных данных.

2. Публикация тестов с возможностью выдачи бесплатных результатов с последующим предложением пользователю оплатить и получить более подробную детализацию результатов и рекомендаций.

Платная информация или доступ к изначально платному тесту предоставляется после подтверждения совершения платежа от пользователя владельцу сайта с использованием традиционных систем онлайн-расчетов в Интернете: списание с пластиковой карты, электронного кошелька или оплата через оператора сотовой связи (SMS).

Результаты тестирования предъявляются пользователю визуально на странице сайта, дополнительно обеспечивается возможность сохранить результаты тестирования в файл одного из общепринятых форматов (pdf, doc, txt) для последующего использования.

#### ***Защита интеллектуальной собственности***

Алгоритмы расчетов в виде исполняемых (не читаемых) машинных кодов хранятся на веб-сервере и недоступны пользователям для копирования



или просмотра. Данная возможность стандартно поддерживается инфраструктурой практически всех популярных веб-серверов.

### *Защита прав пользователей*

Тестирование производится анонимно без запроса каких-либо персональных идентификационных данных о пользователе. Данные, предоставленные пользователями, никаким образом не предоставляются третьим лицам, о чем пользователи предварительно уведомляются.

## **2. Анализ рынка**

### *2.1. Рыночный спрос*

Вот что утверждает статистика по поводу современной цивилизации. В среднем у человека, начиная с 30-летнего возраста, примерно каждые 8 лет удваивается вероятность наступления смерти. Статистика не обещает нам бессмертия или продолжительности жизни более 120 лет. Процент проживших дольше этого срока ничтожно мал и редко имеет документальное подтверждение.

**В 18–25 лет среднестатистический человек** является обладателем хотя бы одной болезни. Зачастую это остеохондроз, отложение солей в позвоночнике и суставах. При этом уменьшаются просветы, в которых проходят нервные волокна и сосуды, что ухудшает обмен веществ и затормаживает практически все функции организма. Сначала это выражается лишь в малозначительных признаках, например, в том, что по утрам тяжело вставать с постели. Если все же сделать над собой усилие и, встав, выпить чашку кофе или шоколада (для некоторых достаточно и чашки чая), то вялость исчезает.

**К 37–50 годам средний житель планеты** уже имеет не менее трех болезней. Для реабилитации и поддержания здоровья в этом случае уже используется длительное курортное лечение, применение медикаментов, иногда хирургическое вмешательство. Это соответствует частичному выходу из строя трех систем из двенадцати по классификации древней китайской медицины, с которой ныне согласна и современная медицина.

Мы держимся в этот период благодаря замечательнейшим свойствам нашего организма компенсировать недостатки одних систем с помощью других. Это позволяет нам в годы наивысшего расцвета духовных сил, достижения совершенства в профессиональных навыках легко преодолевать эти недомогания. Правда, такая компенсация обеспечивает нормальную

работу организма лишь в течение 5–7 лет. Если вовремя не сменить образ жизни по принципу «могу все, что хочу» на более рациональный, то борьба за жизнь с болезнями в течение последующих 25 лет – к 55–70 годам будет проиграна.

Когда выходят из строя четыре и даже пять систем, для реабилитации здоровья требуются уже длительные перерывы в работе или резкое снижение интенсивности, а параллельно и активное медицинское вмешательство, не исключаящее и хирургию. Выход же из строя шести-семи систем из двенадцати приводит, к сожалению, к смертельному исходу. Такова правда среднестатистической жизни.

**Итак, активное долголетие в лучшем случае заканчивается в 50 лет.**

Хотим ли мы того или нет, для нашей цивилизации у Гражданина Мира сейчас **существуют жизненные вехи в 18–25, 37–50, 55–70 лет.** Игнорировать их не удастся никому. Управляя личным и общественным ресурсами здоровья, их можно на несколько десятков лет отдалить или приблизить.

Очевидно, что основная масса пользователей портала лежит в возрастном диапазоне 37-70 лет, что потенциально составляет 3 миллиарда жителей планеты. Даже 3 процента от этого даст 90 миллионов вполне реальных пользователей, при условии хорошего продвижения на рынок.

## **2.2. Сравнительный анализ рынка продуктов компьютерного тестирования состояния здоровья человека**

Наиболее распространенный класс систем тестирования состояния здоровья человека в мире – так называемые **«калькуляторы продолжительности жизни» (КПЖ)**, которые *“предсказывают характер старения и позволяют рассчитать свой текущий биологический возраст и продолжительность оставшейся жизни”*.

**Вопрос:** Можно ли рассчитать продолжительность своей жизни?

**Ответ:** Никто не может точно сказать, каков ваш биологический возраст, сколько вам осталось жить и как вы проживете свои оставшиеся годы.

Однако в Интернете есть несколько онлайн-калькуляторов для прогнозирования старения и продолжительности жизни, действие которых основано на результатах научных исследований. Это довольно хорошие инструменты для понимания того, насколько правильно вы живете по

сравнению с другими людьми вашего возраста. Если ваш образ жизни здоровый, то вы наберете больше очков, а если ваш образ жизни нездоровый, то результат будет хуже, чем в среднем для остальных людей. В этих расчетах интересно то, насколько образ жизни может повлиять на старение. Только 20-30% очков, определяющих (в среднем) оставшуюся продолжительность жизни, зависит от генетики (семейный анамнез), а все остальное определяется вами, вашим жизненным выбором.

Далее представлен список некоторых наиболее популярных, доступных, как правило, бесплатно, онлайн-инструментов (калькуляторов долголетия) для предсказания вашего старения и долголетия: *“RealAge”*, *“Vitality Compass”*, *“Living to 100”*, *EONS*, *NMFN*, *Тест "КУКУШКА" Томаса Перлза*.

*Источники:*

<http://longevity.about.com/od/longevitycalculators/f/aging-tests.htm>

<http://longevity.about.com/od/longevitytools/tp/top-longevity-calculators.htm>

Множество бизнес-сайтов наряду с программами для расчета налогов, курсов валют, и биоритмов содержат КПЖ. Off-line КПЖ в виде компьютерных программ-приложений (в отличие от on-line сервисов) тоже распространены. Они классифицируются как офисные программы. В качестве примера приведем программу Петера Ридделла:

<http://www.anzwers.org/free/lifespan/>

Бесплатные и условно-бесплатные (shareware) КПЖ, доступные для всех, как в виде on-line сервисов, так и в виде отдельных приложений, базируются в большинстве своем на незначительном числе вопросов и модели, использованные в них, элементарны, однако их наличие и распространенность свидетельствуют о несомненном интересе пользователей к рассматриваемому виду тестирования и их готовности и желании играть в предлагаемую игру.

Другую группу КПЖ представляют более продвинутые программы и сайты, в основе которых лежат более сложные и научно аргументированные алгоритмы, и за которыми, как правило, стоят конкретные научные коллективы или отдельные исследователи.

- Доктор Дэвид Демко (Demko), профессор геронтологии исследовательской методологии, PhD (University of Michigan), certification in Aging (U-M), Geriatric Assessment (U-SF), and Retirement Planning (AARP):

<http://www.demko.com/deathcalculator.htm>

Идеей программы Демко является приучение клиентов к здоровому образу жизни в виде компьютерной игры (продается на Amazon.com).

- Программа университета Пеннсилвании (с описанием концепции):

<http://gosset.wharton.upenn.edu/mortality/>

- Программа продления жизни и контроля за старением от FIS («Общества за неограниченную продолжительность жизни»):

<http://www.fis.org/public/obiterdicta/lecalc.html>

В Таблице 1 приведено детальное сравнение предлагаемого продукта AL с наиболее популярными продуктами.

<http://www.realage.com/> - **RealAge** является частью Sharecare - КПЖ .

<https://livingto100.com/> - **The Living to 100** - Живой до 100 - КПЖ

<http://kukushka.net/ru/test.php> - Тест "КУКУШКА"

Таблица 1.

Проект/Адрес	AL	Living to 100	RealAge	Кукушка
Кол-во вопросов	120	50	100	50
Кол-во параметр.	3500	82	250	50
Расчет ресурса здоровья (P3)	Да	Нет	Нет	Нет
Оптимизация P3	Да	Нет	Нет	Нет
Групповое тестирование	Да	Нет	Нет	Нет
Обслуживание организаций	Да	Нет	Нет	Нет
Необходимость инструментального исследования	Нет	Нет	Да	Нет
Охват 12 категорий, в том числе:	Полный	Неполный (-2)	Неполный (-2)	Неполный (-3)
Образование	4	1	2	Нет
Наследств.	11	6	1	2
Дыхание	5	1	Нет	Нет
Вода	3	Нет	Нет	2
Движение	4	2	7	2
Питание	18	9	10	8
Очищение	10	2	1	3
Условия жизни	5	Нет	12	1
Работа	6	1	1	Нет
Медицина	14	9	44	7

Привычки	9	10	7	5
Психика	13	5	10	15

Как видно из вышесказанного, рынок КПЖ есть, о его жизнеспособности свидетельствует как обилие программ и сервисов, так и разнообразие подходов и бизнес-моделей. С другой стороны, обилие упрощенных и низкокачественных продуктов, а также продуктов, подобных Кукушке, рассчитанных на сиюминутную выгоду, без долгосрочной перспективы, свидетельствует о том, что рынок находится на стадии формирования, он еще не зрел.

Создание сетевого экспертно-аналитического инструмента массового применения для проведения тестирования и моделирования уровня деловой активности, качества, продолжительности и оптимизации стиля жизни, формирования рекомендаций для повышения уровня деловой активности посредством Интернета, мобильных приложений и сетевого консультанта позволит создать активно растущую аудиторию пользователей данного продукта.

### ***2.3. Оценка рыночного спроса на Web-сервисы, подобные AL***

Оценим общее количество потенциальных индивидуальных клиентов AL. Разделим их на 2 категории: случайных, которые приходят один раз из любопытства и более не возвращаются, по крайней мере, в течение года (далее СК), и постоянных, тех, кто заинтересовался методом и активно им пользуется (далее ПК). Трафик тоже делится на бесплатный и оплачиваемый. Посетить «продвинутый» сайт может любой пользователь Интернета. Если сайт на слуху, человек зайдет на него и пройдет тест («из чистого любопытства», «проверить, что это такое», «поразвлекаться», «от нечего делать» и т.п.). Тема собственного здоровья волнует любого и подсознательно человек надеется узнать больше о перспективах своего дальнейшего существования, даже если аргументом («оправданием для самого себя») становится «стремление в очередной раз убедиться, что все это - ерунда».

Бесплатный трафик сам по себе может и должен приносить доход. Он стоит денег и немалых: перекрестные ссылки (продажа «кликов») и реклама имеют свою цену. Наличие и количество «счетчиков жизни» еще раз доказывает, что они удовлетворяют вполне конкретный запрос «типичного» или «среднего» пользователя. В то время, как для англоязычной аудитории уже имеется несколько решений подобного рода, достаточно развитых и «продвинутых», русскоязычная получила пока только один, точнее, несколько «инкарнаций» одного и того же алгоритма, направленного к тому же на снятие сиюминутной прибыли, без какой-либо программы и перспектив для развития.

Таким образом, основными источниками дохода Сервиса являются:

1. Платные сервисы для частных пользователей Интернета (ПК).
2. Доходы от трафика (контекстная реклама, партнерский маркетинг, СРМ, РРС и пр.).
3. Обслуживание предприятий, учреждений и корпораций.

**Справка:**

*Cost Per Millenium (Thousand) - СРМ – это эффективная стоимость за тысячу показов (баннеров, контекстных объявлений и т.д.), модель взаимоотношений с рекламодателем, которая предусматривает фиксированную оплату за тысячу показов рекламы. Количественный показатель прибыльности страницы. Показывает прибыль, полученную за клики с 1000 показов, и дает возможность рассчитать возможную прибыль, зная количество показов страницы.*

*Pay per click – РРС (плата за клик) — это рекламная модель, применяемая в интернете, в которой рекламодатель размещает рекламу на сайтах, и платит их владельцам за нажатие пользователем на размещенный баннер (текстовый или графический) либо "тело" документа (классический пример - рекламный код формата clickunder). Таким образом, рекламодатель как бы покупает себе клиентов в интернете. Системы контекстной рекламы, являющиеся посредниками между рекламодателями и владельцами веб-сайтов называются РРС-системами.*

*Cost per click - СРС (цена за клик) — это сумма, которую рекламодатель платит поисковым системам и другим интернет издателям за один клик по его рекламе, который принес одного пользователя на его сайт. Существуют две основные модели определения СРС (цены за клик): flat - rate РРС ("плоская ставка" РРС) и bid - Based РРС ("конкурентная ставка" РРС). Стоимость клика зависит от многих факторов, таких как поисковое слово/фраза, географическое местонахождение человека, выполняющего поиск, время суток, в которое производится поиск и т. д.*

Поскольку доход от трафика зависит в огромной степени от популярности сайта и наличия партнерских программ (наиболее прибыльные из которых заключаются в эксклюзивном порядке), то в дальнейшем мы будем делать расчет доходов от этого вида деятельности по «минимальному сценарию». Реальные доходы будут определяться степенью оптимизации, продвинутости сайта, а также количеством и качеством отношений с партнерами, которая в свою очередь зависит от уже достигнутого трафика, поскольку размер, количество и платежеспособность партнеров растет с ростом популярности Сервиса.

В расчете минимального дохода берем во внимание только 2 механизма: СРМ и РРС, поскольку они доступны всем и не зависят от продвинутости, оптимизированности и наличия эксклюзивных соглашений с партнерами. Для расчетов берем следующие расценки (статистически усредненные): за

банерный «клик» (CPM) платят 5-7 центов. Доля кликов от общего числа пользователей обычно порядка 1-5 %. Таким образом, CPM приносит в среднем 5\$ за 1000 просмотров. За PPC (клик на баннер) платят 0.05-0.07\$.

### 3. Маркетинг

#### 3.1. Объемы русскоязычного рынка

Максимальный объем русскоязычного рынка составляет 32.7 млн. пользователей).

Оценим трафик русскоязычного сегмента Интернета, на примере сервиса «кукушка». Ниже приведены оценки трафика на сайте «кукушки».

7000 п/д 180000 п/м

8000 к/д 250000 к/м

Принятые здесь и далее сокращения:

п/д	Уникальных пользователей в день
п/м	Уникальных пользователей в месяц
к/д	кликов в день
к/м	кликов в месяц

Цена тестирования 10 \$. Процент посетителей, готовых заплатить за тест: 5.9%. Оценка дохода в мес.: 106000 \$.

Возможный доход от рекламы (реально «кукушка» не содержит рекламы): 900-1500\$ в мес.

Кукушка является примером «одноразового сервиса», не подразумевающего смысла в повторном тестировании. На ее примере можно оценить русскоязычную аудиторию подобного сервиса. Если создать иную модель, ставящую целью привлечение постоянных клиентов, а также сделать часть сервиса бесплатной, то трафик можно увеличить во много раз. Оценивая снизу (в качестве основы взяв рейтинг «кукушки»), можно уверенно прогнозировать, что число даже одноразовых клиентов, прошедших тест можно поднять как минимум на порядок (в 5-10 раз). Возьмем медиану (коэффициент 7.5):

52500 п/д 1350000 п/м

60000 к/д 1875000 к/м

Прибыль от рекламы в этом случае увеличивается пропорционально, до 4500-15000\$ (это без учета трафика, образуемого постоянными клиентами).

Попытаемся оценить количество постоянных клиентов. Возьмем за основу сайт RealAge.com (в дальнейшем, RealAge). Его (американский) трафик составляет:

200000 п/д 2000000 п/м

250000 к/д 7000000 к/м

Считая, что трафик пропорционален соответствующей аудитории Интернета, с учетом цифр следующего раздела, для аналога российского RealAge получаем:

27000 п/д 264000 п/м

33000 к/д 923000 к/м

т.е. трафик «русскоязычного» RealAge был бы в 4 раза больше, по сравнению с «кукушкой», что близко нижней границе (2) (доход от трафика 3600-6000\$, будем считать это нижней границей). Реально общая цифра должна быть намного выше, поскольку тест RealAge очень пространный и содержит массу специфических медицинских вопросов. Большинство пользователей предпочитают быстро получить результат, и сложность теста RealAge реально снижает аудиторию СК. Измеренная доля постоянных пользователей составляет 66% аудитории RealAge, соответственно 33% - это СК. Трафик постоянной аудитории:

17820 п/д 158400 п/м

19800 к/д 553800 к/м

Если каждый постоянный пользователь оставляет на сайте в месяц 1\$, то доход от этой категории аудитории составит 158400\$ в мес.

### 3.2. Глобальный рынок

В таблице приведен расчет потенциального трафика к Сервису из различных регионов мира, выполненный с учетом следующих предположений:

1. Трафик создают пользователи старше 25 лет.
2. Процент постоянных и случайных клиентов Сервиса пропорционально соответствующей доле пользователей сервиса RealAge.

	Количество пользователей Интернета, млн.чел.	Доля пользователей старше 25	СК/мес. 0.4%	ПК/мес. 0.81%	К/М 4.3%
Россия	32.7	68%	89000	180000	952000
Сев. Америка,	248	66%	655000	1326000	7038000



Великобритания, Австралия и Новая Зеландия	61.4	70%	172000	348000	1848000
Индия	60	50%	120000	243000	1290000
Германия	52	70%	146000	295000	1565000
Норвегия	4	70%	11000	23000	120000
Франция	36	70%	101000	204000	1084000
Испания и испаноязычная	25.6	70%	72000	145000	771000
Латинская Америка	88	51%	180000	364000	1930000
Португалия, Бразилия	7.8	70%	22000	44000	235000
	50	51%	102000	204000	1097000
Турция	26.5	54%	58000	117000	619000
Китай	253	63%	638000	1291000	6854000
Корея	34.8	69%	96000	195000	1035000
Япония	94	70%	263000	526000	2829000
<b>Итого</b>	<b>1039.1</b>		<b>2725000</b>	<b>5505000</b>	<b>29267000</b>

Оценка снизу от освоения трафика из всех перечисленных регионов составит минимум 100000-200000 \$ в мес. за трафик и 5000000 \$ в мес. за услуги.

На рынке уже присутствует определенное количество игроков, но перспектива получить значительную долю аудитории, по крайней мере, среди СК, максимальна, именно ввиду того, что интерес пользователя уже разогрет. Из тех, кто пробовал другие сервисы, найдется немало желающих пройти тест альтернативным методом.

Оценить общий трафик в этом случае представляется весьма затруднительным, все зависит от «оптимизированности» Интернет-портала.

Качественный план маркетинговых мероприятий определит количество привлеченных новых клиентов, удержание старых и увеличение их лояльности.

### ***3.3. Социальный вектор портала AL***

Портал AL разрабатывается для обеспечения пользователей, практикующих или желающих практиковать здоровый образ жизни, новой концепцией виртуальной среды. Основная цель портала заключается в том, чтобы помочь аудитории поддерживать и систематически совершенствовать личную физическую и эмоциональную форму с максимальным удобством и

легкостью доступа к самой новейшей информации, содержащей последние достижения в этой области, чтобы создавать и по собственному представлению настраивать виртуальную среду, а также иметь возможность делиться ею с другими пользователями, находить единомышленников и общаться с ними. Для достижения этих целей портал будет предлагать:

1. Инструменты, такие как календарь с расписанием тренировок, медитаций, голодания и других рекреационных мероприятий (с возможностью автоматического расчета оптимальной даты для данного лица), программы мониторинга текущего уровня личной физической и психической активности, расчет сбалансированной диеты и так далее.
2. Доступ к постоянно обновляемой информации о традиционных и новых методах физических тренировок и духовного развития. Возможность поделиться собственными знаниями и опытом в виде личных записей (блогов) и статей/вики, открытых для редактирования пользователями портала. Для этих целей должна быть запланирована должность модератора для вики и редактора для статей. На эту роль могут быть приглашены эксперты из числа выбранных пользователей портала (которые зарекомендовали себя как надежные, известные и компетентные лица в данной области).
3. Дискуссионные группы (форумы). Одна из главных целей портала – стать привлекательным местом для уже известных и только появляющихся «гуру» различных учебных и медитативных практик, спорта и отдыха, диеты и любых других сфер, которые имеют отношение к основной теме портала. «Гуру», инициаторы и руководители различных мероприятий, энтузиасты, готовые поделиться своим опытом с другими, смогут встретиться здесь с широкой Интернет общественностью, желающей выслушать их, в то время как обычные пользователи найдут широкий спектр движений и групп, к которым они смогут присоединиться в соответствии со своими вкусами и потребностями.
4. Мобильную версию для смартфонов и планшетов.

### ***3.4. Маркетинговый план мероприятий по продвижению портала AL***

Маркетинговые мероприятия по продвижению портала AL на рынок включают следующие технологии:

**1. Promotion**, т.е. стимулирование сбыта (sale promotion) и стимулирование потребителя (consumer promotion):

- разработка концепции и проведение промо-акций (рекламной компании)
- определение бюджета

- формирование целевой аудитории
- определение сроков проведения
- определение ключевых слов/слоганов для проведения рекламной компании  
( выявление качественных преимуществ рекламируемой методологии AL и формирование ключевых слов/фраз рекламной компании)
- публикация пресс-релизов на профильных Интернет-ресурсах и специализированных СМИ
- проведение семинаров, тренингов
- проведение презентаций

## **2. Интернет-реклама**

Разработка и размещение контекстной рекламы в поисковых системах Google.com, Yandex.ru, Rambler.ru и на специализированных Интернет-ресурсах.

## **3. Direct mail**

Прямая почтовая рассылка по адресам клиентов, составляющих целевую аудиторию, информационных писем и рекламных материалов по профилю покупателя:

- Разработка концепции direct mail
- Выбор из базы целевой аудитории
- Создание информационно-рекламных текстов
- Подготовка материалов к почтовой рассылке
- Рассылка;
- Тестирование, контроль и обработка результатов.

## **4. Публичное продвижение (Public activities)**

- Участие в конференциях и выставках
- Проведение публичных лекций и учебно-методических семинаров с практическим тестированием на тему «Оптимизация ресурсов жизненной и деловой активности человека»

## **5. Маркетинговые исследования:**

- Опрос методом face-to-face;
- Круглые столы;
- Глубинное интервью;
- Фокус-группы.

#### **4. Пример трехдневного учебного плана для программы «Оптимизация деловой активности» (Публичное продвижение методологии и портала AL)**

В рамках маркетинговых мероприятий по продвижению методологии и портала AL на рынок и расширению потребительской аудитории реализуется публичная учебная программа (семинар).

##### Цель учебной программы:

- предоставить участникам семинара мотивацию, знания и умения: поддерживать и совершенствовать свою физическую форму и душевный настрой, быть в курсе последних достижений в области здорового образа жизни, общаться с аудиторией, близкой по взглядам и убеждениям;
- пройти тестирование показателя жизненной и деловой активности, сформировать персональный план оптимизации образа жизни;
- повысить деловую активность топ-менеджеров вашей компании с помощью персональной коррекции стиля жизни и организации труда;
- организовать периодический мониторинг качества жизни сотрудников, что позволит сохранить высоко квалифицированный персонал на долгие годы.

##### На семинар приглашаются:

- широкие слои населения разных социальных групп;
- руководители и специалисты государственных и муниципальных органов управления разных уровней;
- руководители и организаторы политических и общественных организаций;
- топ-менеджеры, менеджеры, владельцы компаний и ведущие специалисты предприятий и организаций различных форм собственности.

Эта программа была успешно использована АвтоВАЗ-ом и рядом других отечественных и зарубежных организаций и частных лиц.

Здоровый образ жизни – больше чем просто хорошее здоровье. Необходимо заложить надежный фундамент для взаимодействия здоровой окружающей среды и здорового образа жизни. Здоровье - та ценность, которая остается неизменной на протяжении всей жизни человека.

Должна быть поставлена стратегически важная междисциплинарная задача содействия достижению гармонии на протяжении всей жизни человека и солидарности между поколениями. Достижение гармонии в жизни человека зиждется на четырех основах: *Здоровый Разум, Здоровое тело, Здоровая семья, Здоровое общество.*

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН (пример)

**Срок обучения:** 24 часа, 3 дня

**Режим занятий:** 8 часов в день

**Форма обучения:** с отрывом от работы (возможно проведение семинара в формате Вебинара)

№ п/п	Наименование разделов	Всего часов	В том числе	
			Лекций	Практ.
1	Введение в методику количественной оценки планирования активного долголетия «12 ключей от сейфа долголетия»	2	2	-
2	Планирование уровня деловой активности	2	2	-
3	Тестирование участников семинара	2	-	2
4	Питание	1	1	-
5	Вода и жизнь	1	1	-
6	Методы очищения	1	1	-
7	Результаты тестирования	2	1	1
8	Динамическая и статическая Йога	2	1	1
9	Дыхание	2	1	1
10	Тренировка психического состояния	1	1	-
11	Индивидуальные консультации	2	-	2
12	Динамическая и статическая Йога	2	-	2
13	Оптимизация стиля жизни участников семинара	2	1	1
14	Круглый стол	2		
	<b>Всего:</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>10</b>

### Смета проведения семинара

Сроки семинара – 3 дня

Группа 60 человек

№ п/п	Наименование статей	Стоимость (руб.)
1	<b>Доходы</b>	<b>900,000</b>
1.1.	Стоимость участия (1 чел.) без стоимости проживания и питания.( варьируется от возможностей клиента)	15,000
2	<b>Расходы всего, в т.ч.</b>	<b>900,00</b>
2.1.	ФОТ лекторов	300,000
2.2.	Начисления на ФОТ (30,2%)	90,000
2.3.	Оплата работ, услуг, подготовка и тираж	200,000

	раздаточных материалов.	
2.4.	Прочие расходы: (кофе-брейк, комплекты для записей, буклеты, постеры спонсоров и др.)	140,000
2.5.	Тестирование и консультации участников семинара (30+30)	120,000
2.6.	Накладные расходы (организационно-техническое обслуживание семинара)	50,000

Семинары могут быть запланированы от 2 часов (вводная лекция) до 9 дней.

#### **4. План разработки портала AL**

5.

Должны быть произведены следующие работы:

- Проектирование функциональной и технологической структуры портала;
- Адаптация ПО центрального алгоритма моделирования ресурсов жизненной и деловой активности человека;
- Разработка структуры пользовательского интерфейса, административного интерфейса, интерфейса контент-редактора;
- Разработка дизайна портала;
- Разработка программного обеспечения;
- Формирование БД контента
- Локализация интерфейса (мультиязычность: русский, английский, немецкий и т.д.)
- Прописка и продвижение портала на поисковых машинках Интернет;

#### **6. Фазы развития проекта AL**

Основная задача реализации проекта AL – выход на стадию стабильной работы и получения прибыли в течении 24 месяцев.

##### **6.1. Предварительная стадия. Формирование рабочей дирекции**

Планируемая продолжительность предварительной стадии переговоров, разработки Положения о рабочей дирекции, определения структуры, штатного расписания и бюджета – 1 месяц.

### **6.2. Разработка и сопровождение портала**

Разработка – стадия технического проектирования и выпуск действующей полнофункциональной версии 1.0 портала **AL**. Разработку, техническое администрирование и сопровождение осуществляет ООО «КОЛЬЦО».

Планируемый срок разработки – 9 месяцев.

### **6.3. Стадия активного продвижения услуг портала**

Активное продвижение и продажи услуг – (маркетинг и продажи, сопровождение). Активное продвижение услуг создает узнаваемый образ проекта **AL** и включает в себя как интернет-технологии, так и традиционные маркетинговые действия.

Планируемый срок 6 мес. от начала эксплуатации портала.

### **6.4. Выход на стадию стабильной работы. Получение прибыли**

Так как затратная часть проекта почти не зависит от объема продажи услуг, главный фактор для получения прибыли – общий доход, получаемый от объемов Online и Offline продаж. Что, в свою очередь, связано с необходимостью создания соответствующей традиции. Поэтому требуется постоянная деятельность по продвижению Online и Offline услуг проекта **AL**.

Важнейшим направлением Offline является **реализация публичных учебных программ с практическим тестированием**.

Планируемый срок реализации учебных программ 24 мес. от начала проекта.

Выход на стадию стабильной работы и планируемый объем прибыли – 10 месяцев от начала эксплуатации портала.

## **7. Бюджет проекта AL**

В настоящей главе представлен бюджет проекта **AL** сроком 24 месяцев с объемом финансирования в размере 18 810 200 рублей. Прогноз бюджета представлен в Табл.1.

**Прогноз бюджета (Табл.1)**

	<b>1-й год (руб.)</b>	<b>2-й год (руб.)</b>
<b>Затраты на разработку, администрирование и сопровождение портала</b>	5 272 800	9 127 680
<b>Затраты на продвижение портала, Online и Offline продажи услуг, реализацию учебных программ</b>	2 187 360	2 187 360
<b>Общие затраты</b>	7 460 160	11 350 040
<b>Штат (Staff)</b>	6+4	6+6
<b>Общий доход:</b>		

(Total Income)		
- Online	1,782,000	13 128 000
- CPM+PPC	67,500	607 500
- Offline	<u>1,250,000</u>	<u>8 500 000</u>
	3,099,000	22 235 500
<b>Прогноз годовой прибыли</b> (Forecast Annual profit)	<b>- 4,361,160</b>	<b>+ 10 885 460</b>

Бизнес план проекта основывается на оптимистическом и пессимистическом вариантах и включает, как числовые, так и качественные (временные) показатели.

Маркетинговый анализ русскоязычного сегмента Интернета (глава 3) позволяет прогнозировать средний доход за услуги по Online - тестированию и консультациям **7'128'000 руб.** в год.

Нижняя граница стоимости услуги по тестированию 1 человека - 1500 руб.

Оценка рыночного спроса на Web-сервисы, аналогичные AL показала, что средний возможный доход от трафика (CPM приносит в среднем 4€ за 1000 просмотров. PPC (клик на баннер) - 0.05€): **50'625 руб.** в месяц. За год - 607 500 руб.

Прогнозный средний план реализации публичных учебных программ с практическим тестированием составляет за год **8 500 000 руб.**

За последние 3 месяца 1-го года планируем заработать 1,250,000 руб., за 12 месяцев 2-го года **8 500 000 руб.**

Исходные данные представлены в таблицах 2,3 «Фонд оплаты труда» и 4,5 «Ежемесячные постоянные затраты» для отделов: разработки и эксплуатации, коммерческого отдела.

#### **Ежемесячный Фонд оплаты труда отдела разработки и эксплуатации портала (Табл.2)**

№ п/п	Должность	Кол-во ед	Тарифная ставка 1год	Тарифная ставка 2 год
1	Руководитель проекта	1	60000	70000
2	Бизнес-аналитик	-	-	50000
3	Программист	1	50000	50000
4	Разработчик баз данных	1	40000	50000
5	Web-дизайнер	-	-	50000
6	Системный администратор	1	50000	50000
			<b>200000</b>	<b>320000</b>



**Ежемесячный Фонд оплаты труда коммерческого отдела (Табл.3)**

№ п/п	Должность	Кол-во ед	Тарифная ставка 1-й	Тарифная ставка 2-й
1	Маркетолог	1	30000	30000
2	Менеджер по продаже услуг	1	30000	30000
3	Менеджер по Online и Offline обучению	1	40000	40000
4	Экономист-бухгалтер	1	40000	40000
			<b>140000</b>	<b>140000</b>

**Ежемесячные постоянные затраты отдела разработки и эксплуатации портала (Табл.4)**

№п/п	Наименование	Цена с учетом ДС -ый год (6 сотр.)	Цена с учетом НДС 2-ой год (6 сотр.)
1	Фонд оплаты труда	200'000	320'000
2	Начисления на Фонд оплаты труда (30,2%)	60'40	96 640
3	Приобретение предметов снабжения и расходных материалов	10'000	40'000
4	Командировки	20'000	80'000
5	Услуги связи	-	30'000
6	Коммунальные услуги, включая аренду помещений	90 000	90 000
7	Прочие текущие расходы	5 000	5 000
8	Оплата услуг сторонних организаций	20 000	20 000
9	Приобретение ОС	4'000	4'000
10	Реклама и маркетинг	15'000	75'000
	<b>ИТОГО:</b>	<b>439'400</b>	<b>760 640</b>

**Ежемесячные постоянные затраты коммерческого отдела (Табл.5)**

№п/п	Наименование	Цена с учетом НДС 1-ый год (4 сотр.)	Цена с учетом НДС 2-ой год (4 сотр.)
------	--------------	--------------------------------------	--------------------------------------

1	Фонд оплаты труда	140'000	140'000
2	Начисления на Фонд оплаты труда (30,2%)	42'28	42'28
	<b>ИТОГО:</b>	<b>182'28</b>	<b>182'28</b>

## 8. Финансовый план

### 8.1 Базовые показатели

Бизнес план проекта основывается на оптимистическом и пессимистическом вариантах и включает, как числовые, так и качественные (временные) показатели. Это:

- *торговые* показатели: предполагаемое количество (сумма) услуг, которые будут обрабатываться в месяц.
- *договорные* показатели: договор по реализации проекта (стоимость и длительность разработки)
- *экономические и маркетинговые* показатели, определяющие долю расходной части в бюджете предприятия и время выхода на рабочие показатели (по количеству проданных услуг).

### 8.2 Оптимистический и пессимистический прогноз показателей.

Все вышеперечисленные показатели зависят от общих условий рынка и могут меняться в достаточно широких пределах. Поэтому, приняв два базовых набора как пессимистический и оптимистический, для расчета финансового плана принимаются следующие показатели:

Показатели	Оптимистический подход	Пессимистический подход	Финансовый план
<i>Торговые</i>			
Online - тестирование и консультации в месяц	1 968 000	722 000	1 094 000
Доход от трафика (CPM +PPC) в месяц	67 500	33 750	50 625
Offline - реализация публичных учебных программ с практическим тестированием в месяц	1006 667	533 333	708 333
Общий доход в месяц	2 702 167	1 487 083	1 852 958
<i>Договорные</i>			
Стоимость разработки портала	460 800	921 600	585 587

В месяц			
Длительность разработки портала	6	12	9
Стоимость продвижения портала, Online и Offline продажи услуг в месяц	150 640	320 000	182 280
<i>Экономические и маркетинговые</i>			
% расходов	67%	83%	74%
Выход на рабочую стадию	6	12	9

Возможность выдерживать указанные показатели должна быть обеспечена выделением средств на активное продвижение услуг и активной работой с расходной частью.

#### **Основные показатели финансового плана реализации проекта АЛ**

- финансовый план рассчитан на **два года**;
- общий объем финансирования за 2 года - **18 810 200 руб.**
- период инвестирования - **12 мес.**, (в т.ч. на разработку портала, на продвижение услуг, Online и Offline продажи услуг, реализацию учебных программ с практическим тестированием);
- размер прямых инвестиций – **7'460'160 руб.**,  
в т.ч.:
  - на разработку и сопровождение портала – **5,272,800 руб.**
  - на продвижение услуг, Online и Offline продажи услуг, реализацию учебных программ – **2,187,360 руб.**
- период возврата инвестиций – **22 мес.**
- срок окупаемости – **22 мес.**
- общий доход – **25 334 500 руб.**
- период получения чистой прибыли – **22 мес.**
- рентабельность инвестиций (процентное отношение очищенной от налогов прибыли к сумме прямых инвестиций) – **117 %**