

Название проекта.





Резюме.

О себе.

Концепция.

- Миссия: принести радость и новизну
- Идентичность: не имеет аналогов в России
- Ценности: жизнерадостность
- Способности: активность, радужность, приветливость
- Поведение: покупка земли, строительство и усердный труд
- Окружение: персонал, земля, спонсоры, кредит, инвесторы



Pest анализ.

Политические факторы

- Дорогая земля
- **Выход:** получение льгот от государства (парк, как способ привлечения туристов)

Экономические факторы

- Сложность получения большого кредита
- **Выход:** Привлечение инвесторов и сотрудничество с другими компаниями

Социальные факторы

- Невысокий доход на душу населения.
- **Выход:** система скидок (для студентов, школьников и т.д.)

Технические факторы

- Дорогое оборудование.
- **Выход:** окупаемость

Сегментирование.

Географ.

- Москва и область
- Холодная зима, теплое лето

Демограф.

- Возраст молодежи
- Возраст и количество детей в семье

Социал.

- Доход населения

Что?	Кому?	Обесп. Семьи с маленькими детьми	Обесп. Семьи с подростками	Менее обесп. Семьи с маленьким и детьми	Менее обесп. Семьи с подросткам и	Молодежь 16 -25 лет	Молодежь 25 – 35 лет	Итого
Местоположение		В	В	А	А	А	В	15
Безопасность		А	А	А	А	А	А	18
Цена		В	В	А	А	А	А	16
Имидж парка		В	В	В	В	А	А	14
Дополнительные услуги (еда и т.д.)		А	В	А	В	С	В	13
Итого		12	11	14	13	11	10	

Маркетинговый план.

- Методы
 - Промо акции
 - Публикация
 - Агитация среди школьников и студентов
- Затраты
 - Предоставление билетов
 - Около 6000 рублей.
 - Аренда автобуса – 600 рублей в час
- Заметки
 - Пример, собери 20 крышек и получи билет
 - Поможет привлечь клиентов ресторанов и авиалиний и т.д.
 - Предоставление автобуса и скидки на билеты

**Собери 20
крышек и
получи билет!**



5P.

Product

Уникальный в своем роде
Имеет аналоги только за
границей

Price

Стоимость входного билета –
1500 (действует весь день)
Скидки студентам,
школьникам и детям

Place

Строительство в
Подмосковье. Для удобства
посетителей будет ходить
рейсовый автобус от метро
(20 рублей)

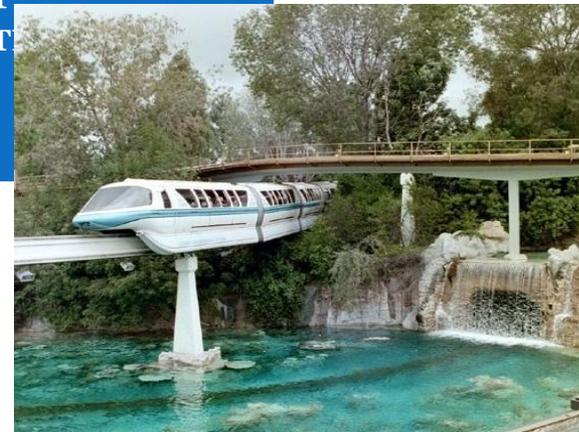
Promo

Тематический
парк – бренд
аттракцион Маг

то
ком
ю с
кц

People

НТ



Требование к команде.

Функционально-календарный план.

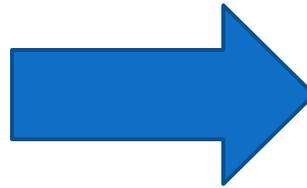
	Март – август 2011	Сентябрь – ноябрь 2011	Март – апрель 2011	Май 2011	Июнь 2011	Июль – октябрь 2011	Ноябрь – декабрь 2011	Январь – март 2012	Апрель 2012
Покупка и оформление земли	■								
Благоустройство		■	■	■					
Строительство кафе и гостиницы			■						
Покупка и монтаж аттракционов			■	■					■
Подборка кадров			■	■					■
Подготовка к открытию				■					
Открытие					■				
Работа					■	■			
Монтаж							■		
Работает как каток							■	■	
Монтаж							■	■	■

Договоры и сертификаты.

- Договор купли-продажи участка
- Договор об указании услуг
- Договор купли продажи товара
- Трудовой контракт с персоналом
- Договор на размещение рекламы в газете
- Сертификация персонала и парка



Кадровая политика.



- Для того чтобы вырастить настоящего специалиста нужно 3-4 года.
- Летом – парк аттракционов. Зимой – прокат коньков, выставки ледяных скульптур.
- Наличие квалифицированных работников круглый год.

Карта рисков.

внутренние

- финансовые
- кадровые
- технологические
- управленческие

внешние

- внутриэкономические
- внешнеэкономические



Swot анализ.

Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	Угрозы

