



Выпускная квалификационная
работа в формате стартапа

Разработка стартап-проекта

Интерактивного музея «Мистериум»

ВЫПОЛНИЛИ:

Студенты 4 курса ВШКИ

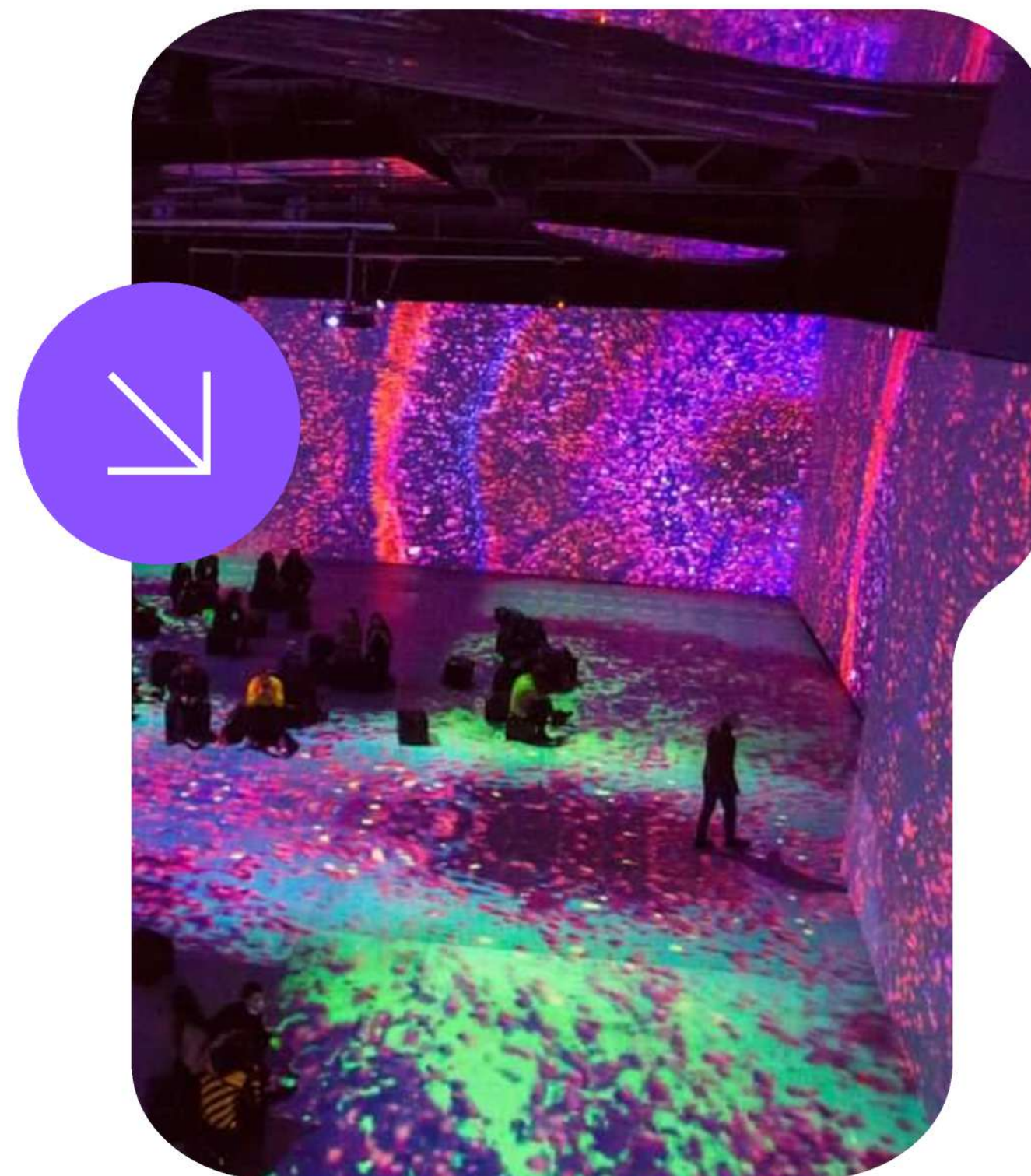
БАРЫШОВА ПОЛИНА ОЛЕГОВНА | 15.02Д-РСОБ4/21Б

БАХМУТСКИЙ ИЛЬЯ ГЕННАДЬЕВИЧ | 15.02Д-РСОБ4/21Б

МАКЕЕВА ПОЛИНА ПАВЛОВНА | 15.02Д-РСОБ4/21Б

Научный руководитель: к.э.н., доцент кафедры
рекламы, связей с общественностью и дизайна

ЛАДОГИНА АНАСТАСИЯ ЮРЬЕВНА



Бизнес-идея

Целевые аудитории

Концепция

Бизнес-модель

План действий

Анализ рынка

Анализ рынка сбыта

Конкуренты

Партнеры

План

Дерево целей

Айдентика

Платформа бренда

Продвижение

Бюджет

Специальные мероприятия

Создание контента

Доходы/расходы

Основные финансовые
показатели

Проблемы, которые мы решаем

На основе проведенных глубинных интервью

01

Дефицит мест, где можно получить интеллектуальные, но при этом эмоционально насыщенные впечатления



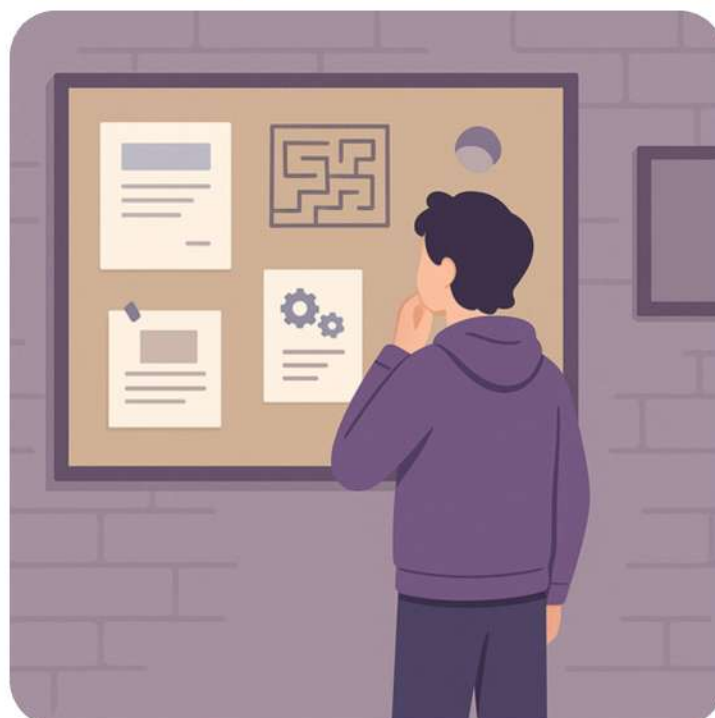
02

Трудно найти место, интересное и детям, и взрослым



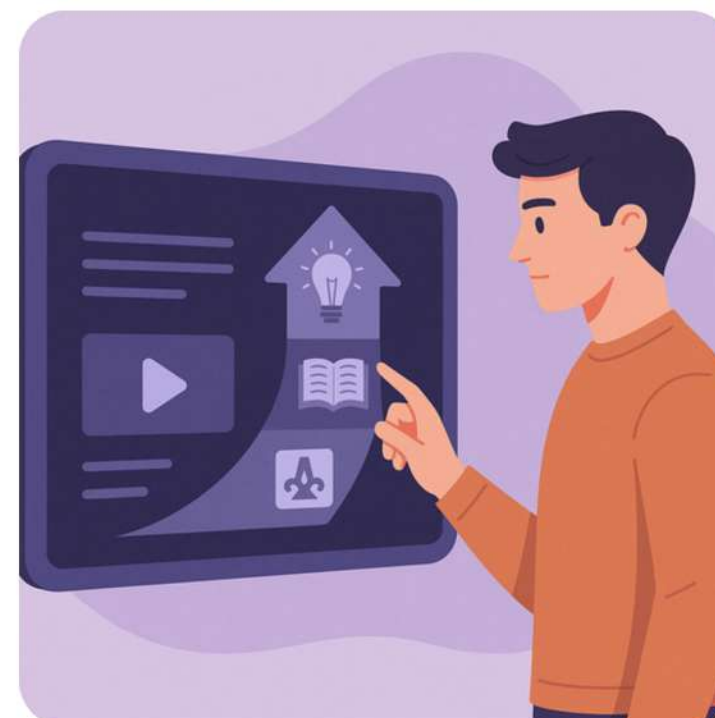
03

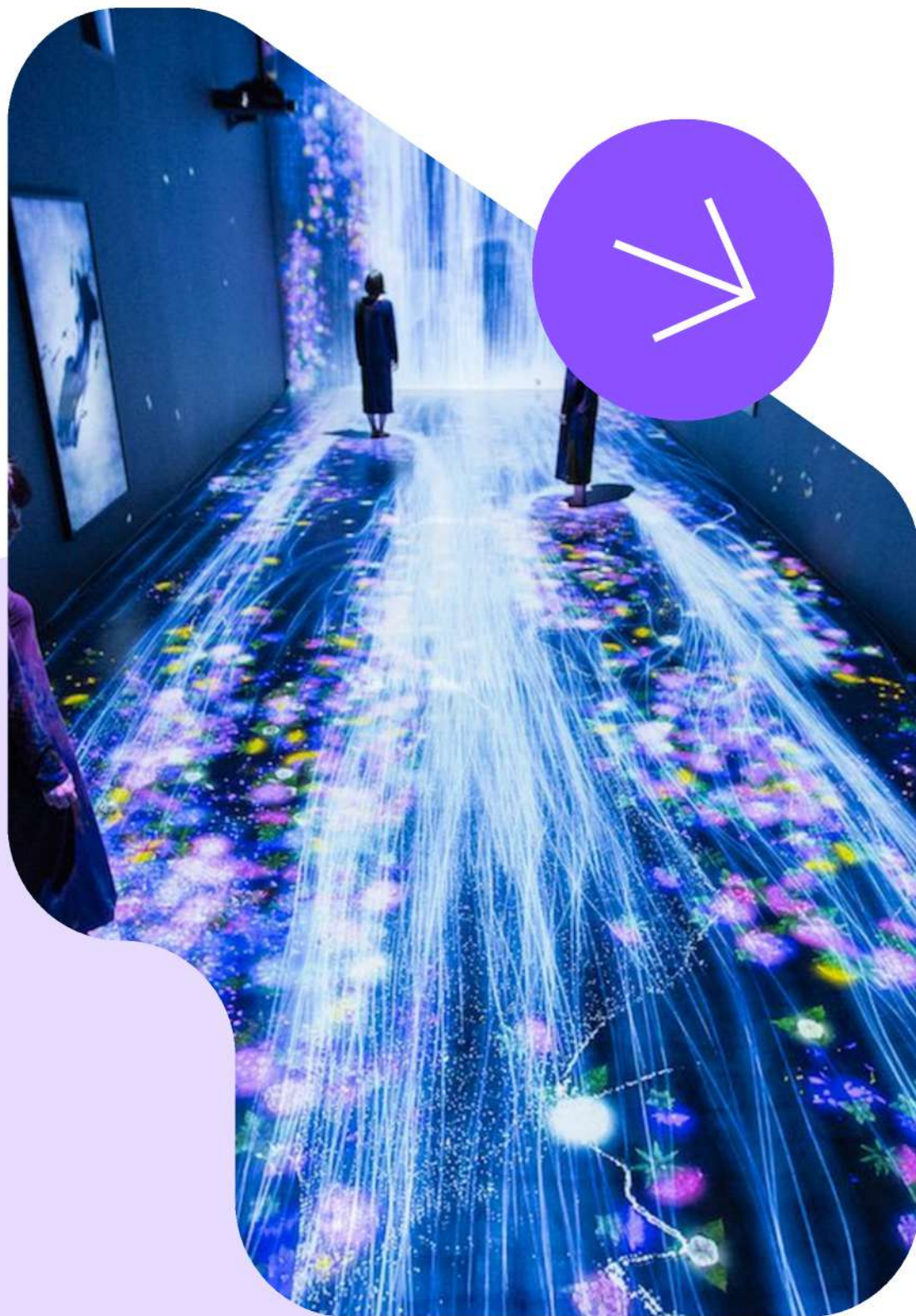
Отсутствие качественных интеллектуальных развлечений, выходящих за рамки стандартных квестов



04

Поиск качественного интерактивного контента, который обучает, а не просто развлекает





Бизнес-идея

Суть бренда: «Мистериум» предлагает уникальный опыт исследования эзотерических тайн, соединяя историческую достоверность, научные знания и интерактивные мистические квесты в одном музее

Миссия: предоставляем людям возможность расширить границы своего восприятия, открыть новые знания через личный опыт и взаимодействие. Мы объединяем древние мифы, артефакты и современные технологии, чтобы создать уникальную атмосферу погружения в мир неизведанного

Цель: разработать бизнес-план образовательно-развлекательного музея на тему эзотерики в России для просвещения широкой общественности в области эзотерики и развития критического мышления

Целевые аудитории музея



Семьи с детьми



Молодежь



Туристы

USER PERSONA



Было бы здорово, если бы музей смог заинтересовать моих детей, научив чему-то новому, а также отвлечь их на какое-то время

Филатовы

Хирург

Учительница начальных классов



Сергей (38 лет), Елена (35 лет), сын Матвей (10 лет), дочь Ева (8 лет)



Могут позволить себе крупную бытовую технику, поездку за границу на четверых на неделю, но не покупку квартиры



г. Химки

Потребности

- Найти интересный формат отдыха для всей семьи
- Соединить образовательный и развлекательный опыт
- Дать детям возможность узнать что-то новое, увлекательное, но не страшное
- Провести время вместе, обсудив увиденное после посещения
- Сделать необычные фотографии на память о посещении

Каналы коммуникации

Агрегаторы событий: Афиша.ru (раздел «С детьми»), KudaGo, Moskva.Deti

Соц. сети: ВКонтакте, Telegram, YouTube (группы про семейный отдых, образование детей, семейные блогеры)

ТВ-каналы: Пятница, ТНТ, СТС

СМИ: Счастливые родители, Ведомости, РИА новости

Личные качества

- Заботливость, ориентация на семью
- Любовь к обучению и познанию нового
- Осознанное отношение к досугу, стремление к совместному развитию

Досуг

- Поездки в музеи и на выставки
- Чтение научно-популярных книг
- Посещение детских мероприятий
- Совместные путешествия

Боли

- Трудно найти место, интересное и детям, и взрослым
- Большинство музеев либо слишком тяжело воспринимать информацию, либо рассчитаны только на детскую аудиторию
- Опасение, что тематика мистики может быть слишком пугающей для ребенка
- Поиск качественного интерактивного контента, который обучает, а не просто развлекает

USER PERSONA

Я хочу найти технологичное и интерактивное место, чтобы реализовать свою собственную идею по созданию новой программы



Игорь Самойлов

IT-специалист



22 года



Может позволить себе новую одежду, но не крупную бытовую технику



г. Москва

Потребности

- Найти место, которое будет интересным и развлекательным
- Вдохновиться идеей и придумать свою собственную по созданию интеллектуальных программ
- Опробовать технологические и интерактивные форматы взаимодействия с экспозицией
- Получить интеллектуальный вызов – разгадать загадки и найти скрытые смыслы

Каналы коммуникации

Научно-популярные YouTube-каналы и подкасты: «ПостНаука», Vert Dider, «Научпок», «Суть», «Доказательное сознание», подкасты Arzamas
Мероприятия: Geek Picnic, «Наука 0+»
Образовательные платформы: Stepik, Lektorium, SkillFactory
Соц. сети: ВКонтакте, Telegram

Личные качества

- Логический склад ума, аналитический подход
- Скептицизм, критическое мышление
- Любовь к загадкам и сложным интеллектуальным задачам

Досуг

- Просмотр документальных фильмов
- Интеллектуальные развлечения
- Изучение древних цивилизаций
- Изучение кодексов алхимии
- Эксперименты с AR-технологиями

Боли

- Отсутствие качественных интеллектуальных развлечений, выходящих за рамки стандартных квестов
- Дефицит мест, где можно одновременно развлечься и получить ценные знания
- Желание избежать поверхностного и коммерциализированного подхода к эзотерике
- Недостаток научных и логически выстроенных объяснений сложных явлений

USER PERSONA



Было бы здорово, если бы музей не просто рассказывал об эзотерических практиках, а погружал в культуру и традиции разных народов

Ли Мэй

Аналитик в крупной компании



27 лет



Может позволить себе путешествовать 3 раза в год, но не может приобрести иномарку



Китай, г. Шанхай

Потребности

- Испытать эффект полного погружения в таинственную атмосферу
- Узнать больше о российской мистике, мифах и эзотерических традициях
- Ощутить культурный обмен и связь с древними цивилизациями
- Найти уникальный опыт, который можно запечатлеть и рассказать о нем
- Посетить место, которое выделяется среди стандартных туристических маршрутов

Каналы коммуникации

Соц сети: TikTok, Pinterest, Xiaohongshu (инфлюенсеры и тревел-журналисты из Азии, блогеры, продвигающие нетипичные маршруты)

Сервисы для путешественников: TripAdvisor, Airbnb Experiences, CultureTrip, Atlas Obscura (размещение экскурсий и мероприятий в разделе «Alternative tourism»)

Отзывы и статьи на англоязычных тревел-платформах: публикации в CultureTrip, Lonely Planet, Russian Travel Guide

Личные качества

- Открытость к новому, любознательность
- Гибкость, способность адаптироваться в чужой культуре
- Стремление к приключениям и исследованиям
- Эстетическое восприятие мира, любовь к артефактам и истории

Досуг

- Фотосъемка
- Коллекционирование талисманов
- Участие в тематических экспедициях
- Посещение музеев и выставок
- Путешествие по миру

Боли

- Трудно найти нестандартные, нетипичные туристические локации
- Желание избегать массового туризма и «раскрученных» достопримечательностей
- Поиск подлинного, аутентичного опыта, а не поверхностной коммерциализации мистики
- Ограниченный доступ к качественным англоязычным материалам о локальных мистических традициях

Бизнес-модель

Партнеры:

- Купонаторы
- Тематические интернет-порталы
- Онлайн-кинотеатры
- SMM
- Интернет-издания
- ЛОМЫ
- Поставщик сувениров

Основные ресурсы:

- Веб-сайт музея
- Площадки партнеров

Основная активность:

Продажа билетов
и организация квестов

Продукт:

- Билеты
- Сувениры
- Кафе
- Экскурсии
- Мастер-классы
- Лекции
- Квесты

Описание
товаров и услуг
музея



Отношения с клиентами:

Построение долгосрочных
взаимоотношений

Каналы связи:

- Купонаторы
- Веб-сайт музея
- Прямые продажи
- Порталы мероприятий

Расходы:

Постоянные: аренда, содержание кафе, персонала, сувенирной лавки,
коммунальные расходы

Переменные: тех. обслуживание, безопасность, материалы для мастер-классов,
рекламная кампания

Разовые: ремонт помещения

Доходы:

прямые продажи
билетов и квестов

План действий

Разработка концепции

Январь 2025 разработка
проекта
10 мес



Подготовка к запуску

Организация музейной
экспозиции,
подготовка ИМК
10 мес

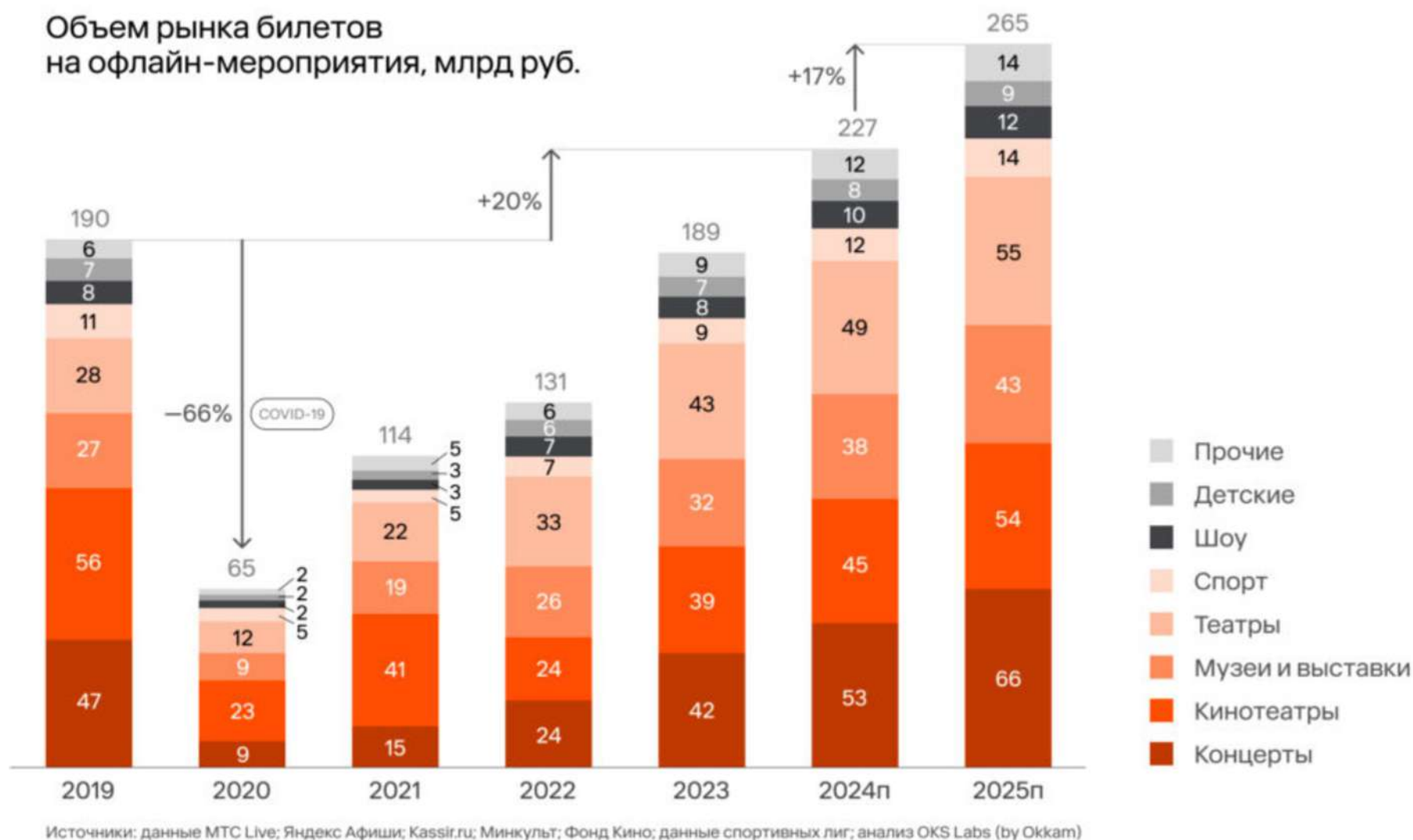


Запуск и мониторинг

Август 2026
Старт продаж,
оценка обратной связи



Рынок развлекательных музеев в России



Источник:
<https://okkam.group/press/oks-research-growth-of-offline-entertainment-market-due-to-inflation/?ysclid=m7ac93q4dv492405193>

Экономический регион	Москва и МО	
Численность населения (тыс. чел)	218	млн чел
Потребность в товаре (штуки) в 2024 году	14200000	посещений
Стоимость единицы товара (руб.)	400	руб
Емкость рынка (руб)	5680000000	руб (данные из Okkam)
Выпуск товара в 2024 году (штук)	13	млн билетов
Степень удовлетворения потребности (%)	80%	В некоторых музеях нужно заранее покупать билеты, иначе не попасть никуда

Источник: разработано авторами ВКРС

В среднесрочной перспективе рынок офлайн-развлечений сохранит положительную динамику

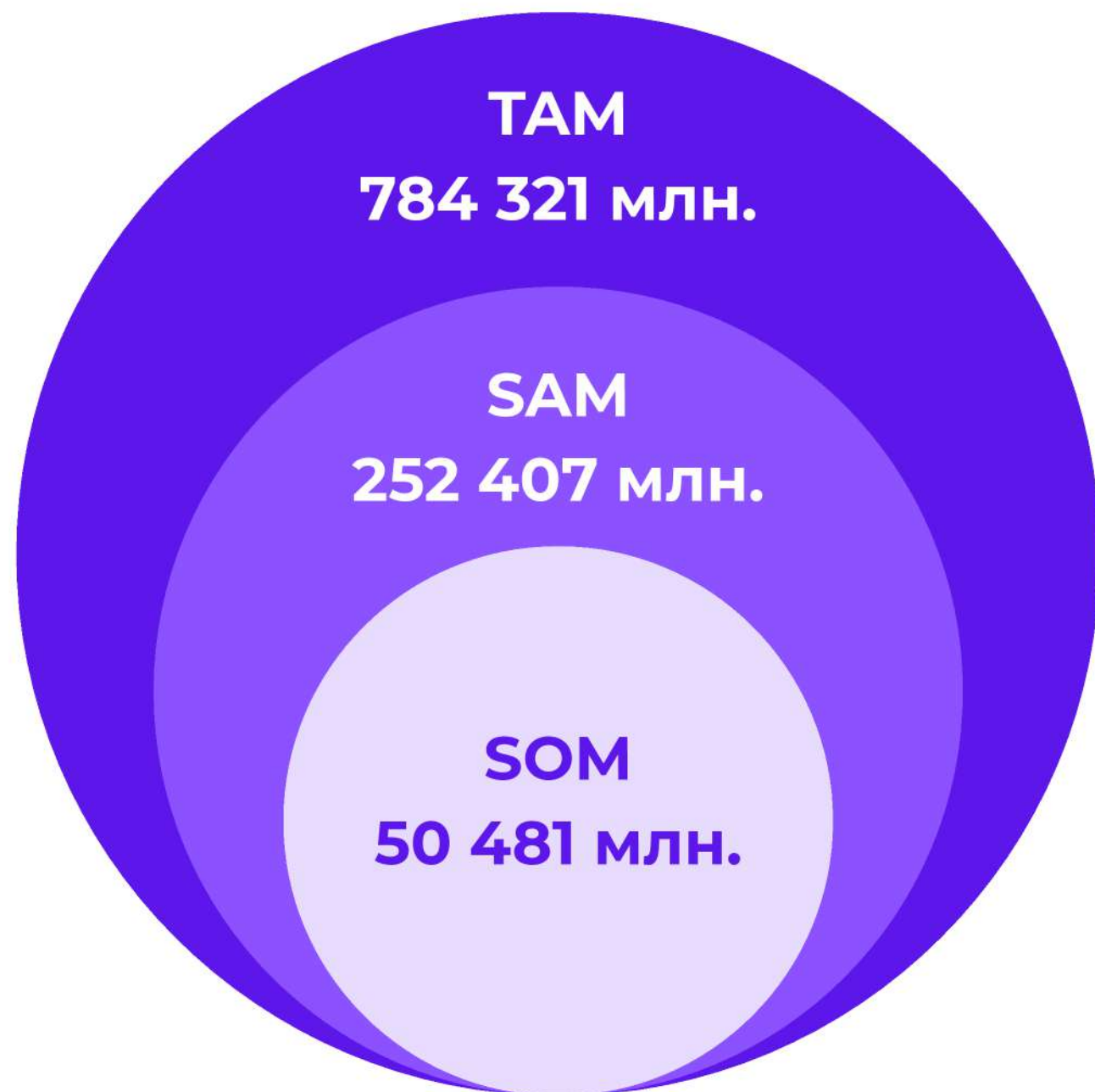
В 2024 году индустрия может рассчитывать на 20%-й рост в денежном выражении, в 2025 году — на прирост в 12%

На динамику продаж внутри сегментов будут влиять: популярность отдельных форматов (например, мюзиклов и стендапа), эффект высокой базы у театров, музеев и выставок, бум внутреннего туризма

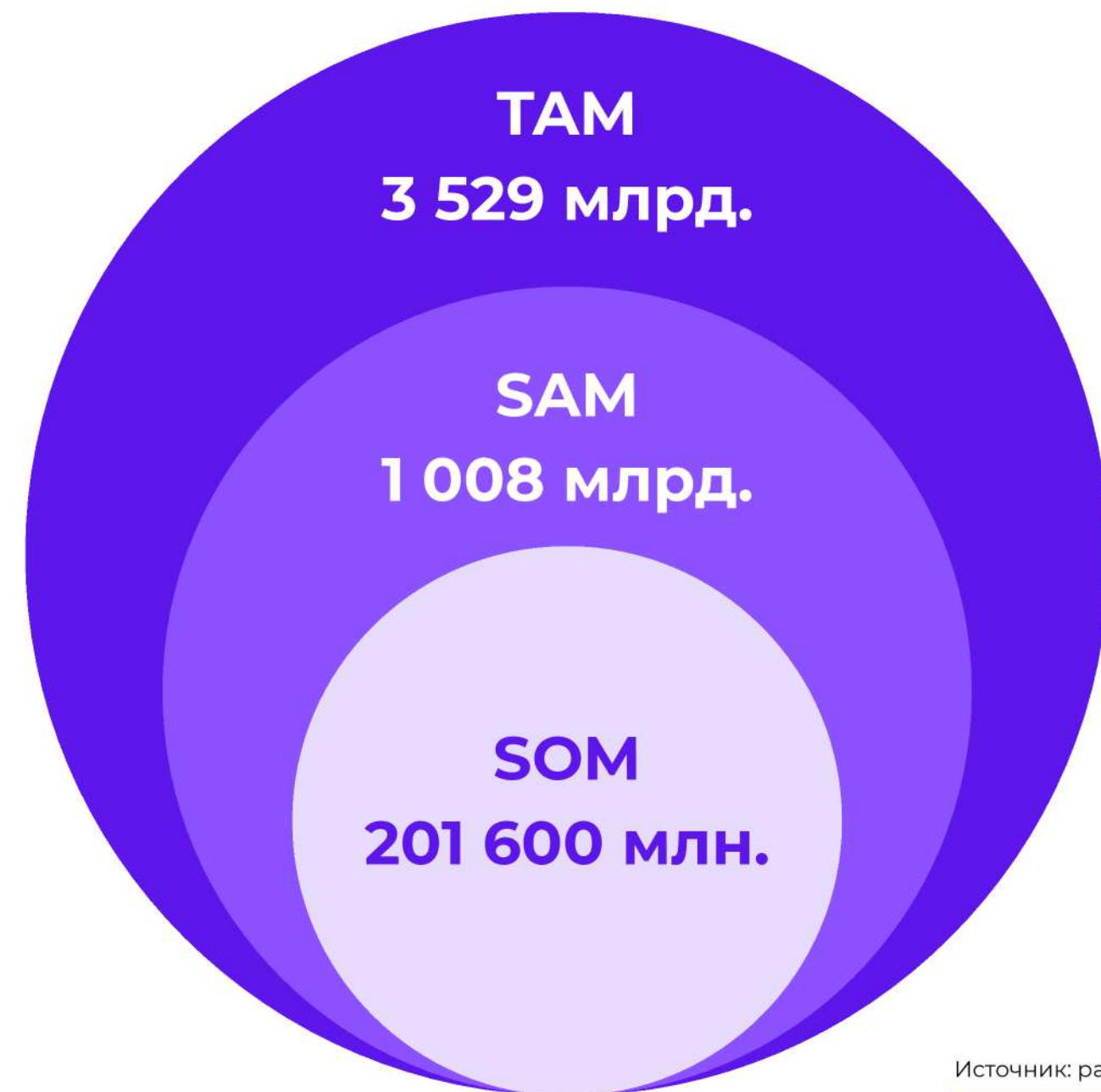
Анализ рынка сбыта

TAM, SAM, SOM

Рынок **молодежи** в Москве и МО

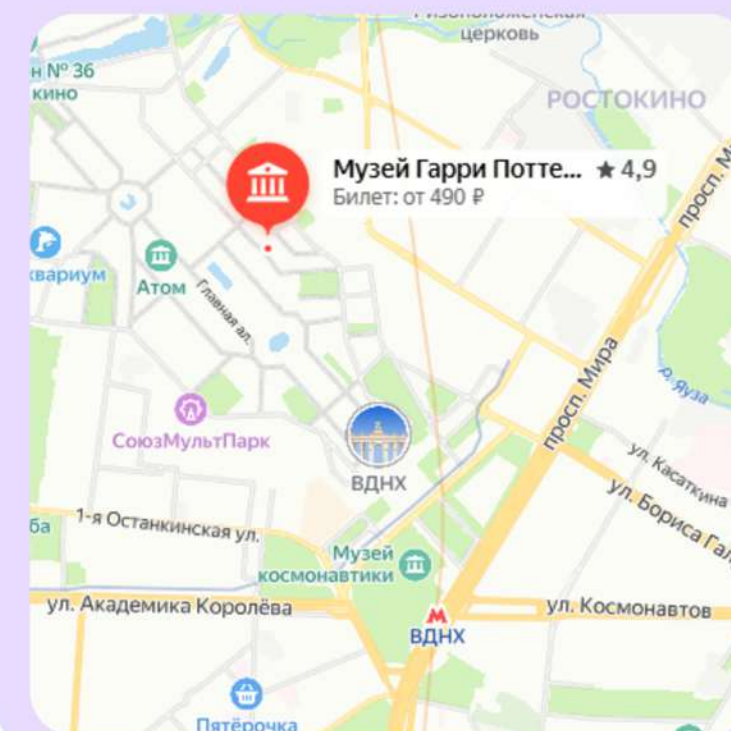
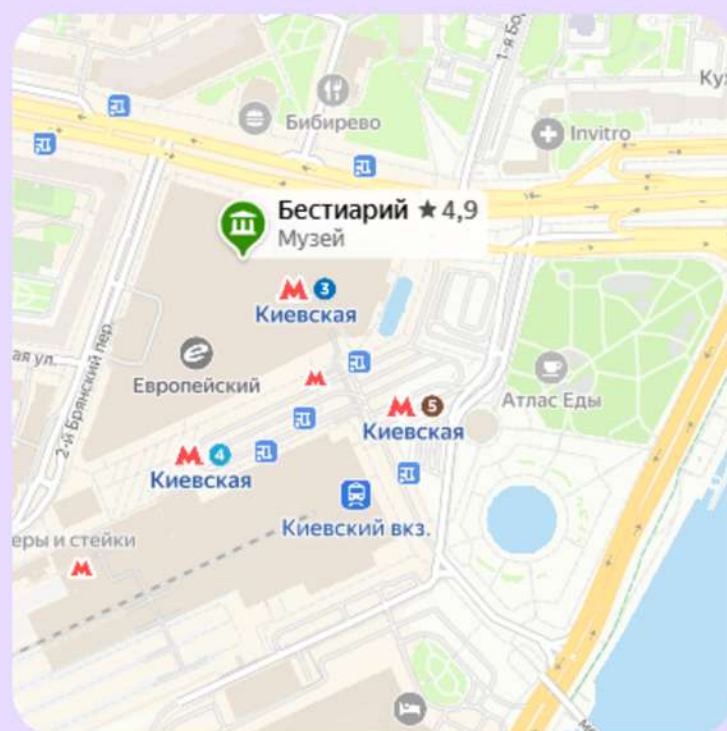
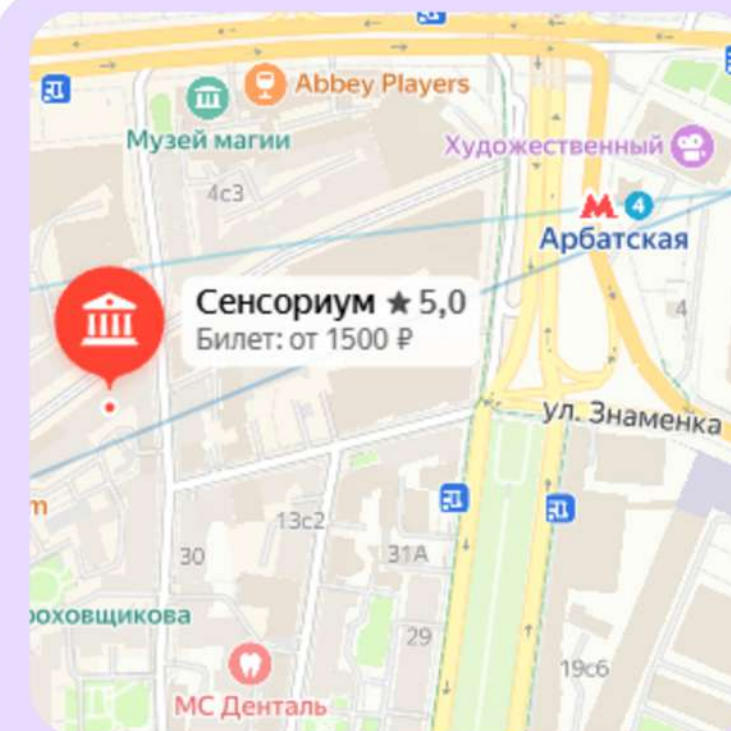
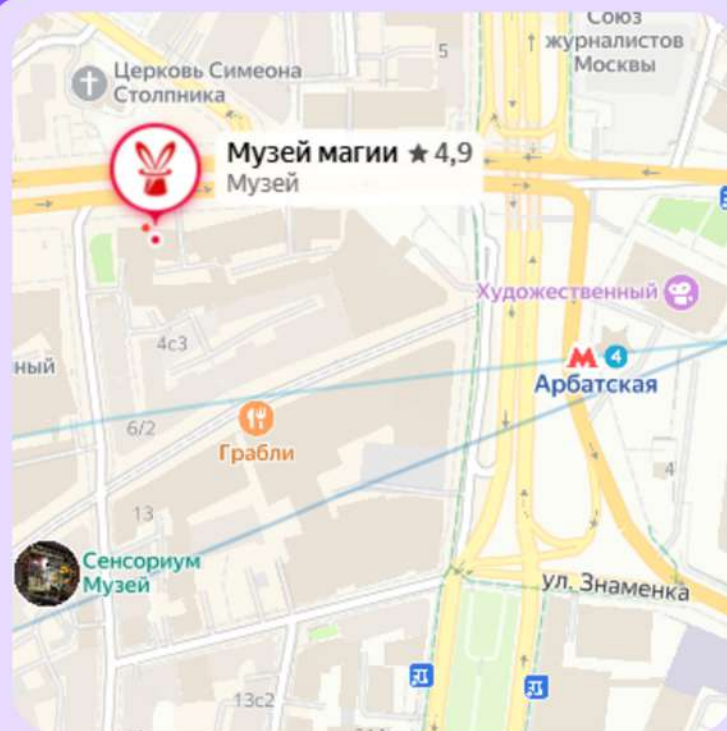


Рынок **семей с детьми** в Москве и МО



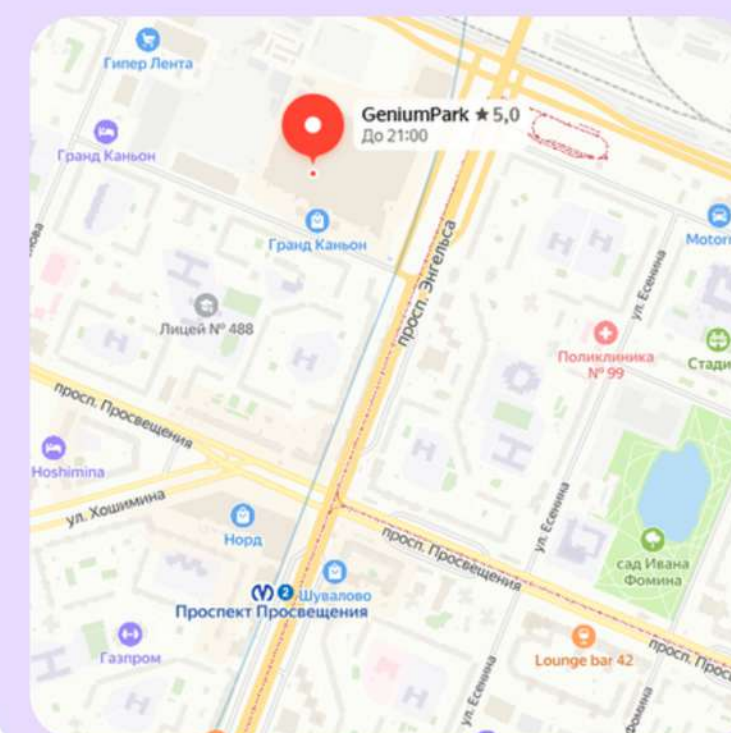
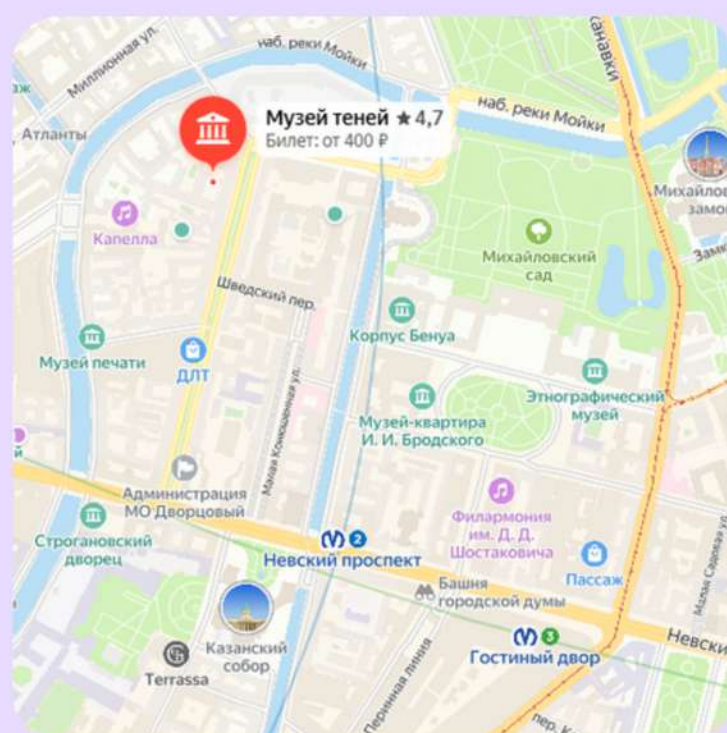
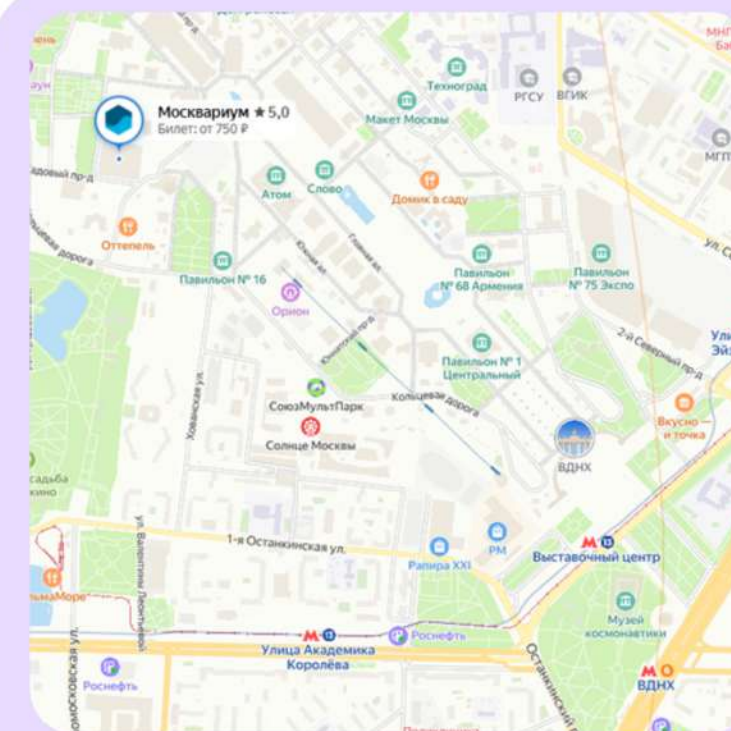
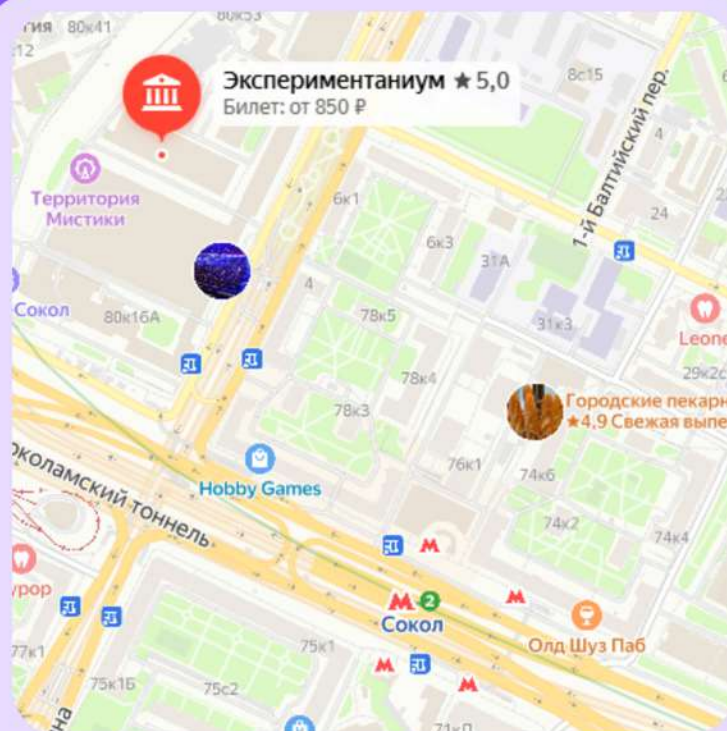
Конкуренты

Прямые



Конкуренты

Косвенные



Партнеры

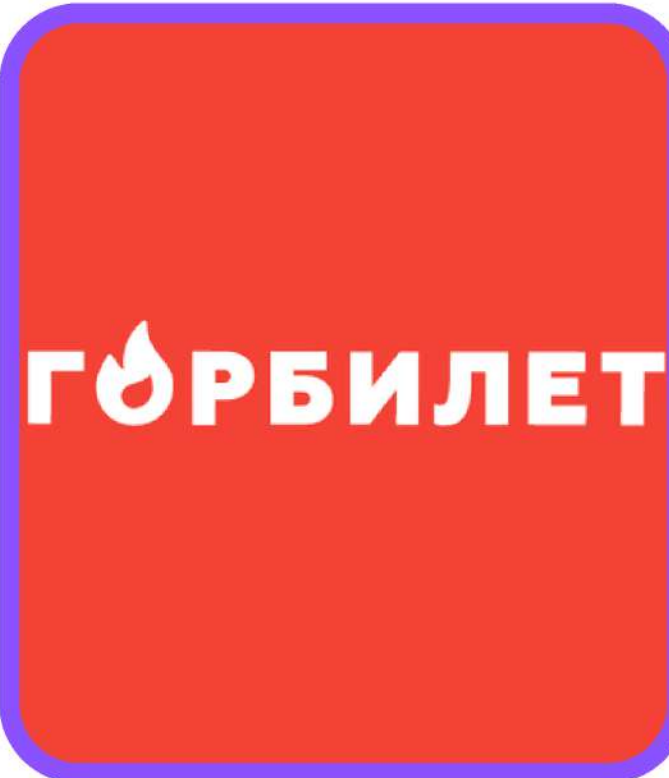
Городская медиаплатформа о культурной и досуговой жизни, предлагающая широкий выбор различных мероприятий по выгодным ценам

Аудитория и охваты:

- Более 1 млн посещений сайта в месяц
- Свыше 500 тыс. подписчиков в социальных сетях
- Основная аудитория: женщины (65%) в возрасте 25–34 лет

В рамках партнерства:

- Размещение анонсов мероприятий на сайте и в социальных сетях
- Рекламную и новостную поддержку



Гид-платформа помогает жителям и гостям Москвы находить интересные мероприятия

Аудитория и охваты:

- Более 2,5 млн просмотров сайта в месяц
- Свыше 1 млн подписчиков в социальных сетях Москвы
- Основная аудитория: женщины (67,5%) в возрасте 25–34 лет

В рамках партнерства:

- Размещение анонсов мероприятий на сайте и в мобильном приложении
- Поддержку через социальные сети и мессенджеры



Ведущий онлайн-гид по семейному досугу в Москве, специализирующийся на мероприятиях для детей и родителей

Аудитория и охваты:

- Более 20 000 уникальных посетителей в сутки
- Основная аудитория: родители в возрасте 30–40 лет с 1–2 детьми
- Активная подписка в Telegram: более 27 000 участников

В рамках партнерства:

- Размещение анонсов мероприятий на сайте и в Telegram-канале
- Рекламную и новостную поддержку

Цифровая платформа, предназначенная для планирования путешествий и культурного досуга по России

Аудитория и охваты:

- Более 4,8 млн визитов в месяц
- Основная аудитория: женщины (57%) и мужчины (43%) в возрасте 25–34 лет

В рамках партнерства:

- Размещение анонсов мероприятий и маршрутов на платформе
- Информационную поддержку через сайт и социальные сети

Партнеры

Онлайн-кинотеатр

Аудитория и охваты:

- Более 8,3 млн подписчиков
- Ежемесячная аудитория: 17 млн пользователей
- Основная аудитория: мужчины (59,8%) и женщины (40,2%) в возрасте 25–34 лет

В рамках партнерства:

- Размещение анонсов мероприятий на платформе
- Информационную поддержку через сайт и социальные сети

ökko



Всероссийская программа поддержки талантливой молодежи и молодых ученых

Аудитория и охваты:

- Около 200 000 участников по всей России
- Целевая аудитория: школьники, студенты колледжей и вузов, аспиранты и молодые ученые до 35 лет

В рамках партнерства:

- Размещение информации о мероприятиях на официальном сайте и в личных кабинетах участников
- Информационную поддержку через партнерские организации и социальные сети

Магазин эзотерических товаров, издательство и активное онлайн-сообщество

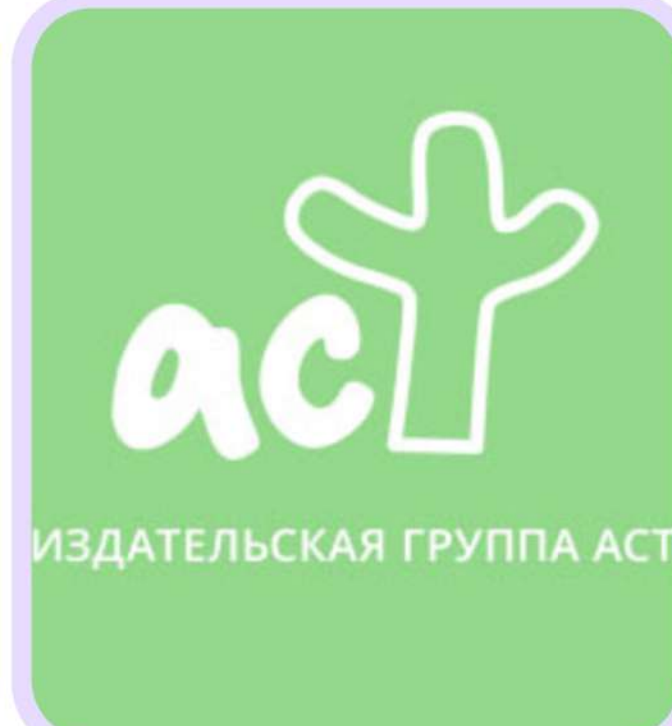
Аудитория и охваты:

- Целевая аудитория: женщины 25–44 лет, интересующиеся эзотерикой, самопознанием и культурой

В рамках партнерства:

- Размещение анонсов мероприятий на своих платформах
- Информационную поддержку через социальные сети и подкасты
- Привлечение целевой аудитории через коллаборации

MI MODERN
MAGIC



Крупнейшее универсальное издательство России, выпускающее литературу всех жанров

Аудитория и охваты:

- Более 1,5 млн активных подписчиков в соцсетях (VK, TG и др.)
- Основная аудитория — женщины (70%) в возрасте 25–44 лет
- Аудитория активно следит за новинками, участвует в офлайн-мероприятиях и книжных фестивалях

В рамках партнерства:

- Размещение анонсов и материалов о проекте в своих изданиях и онлайн-ресурсах
- Информационную поддержку через социальные сети и рассылки
- Привлечение целевой аудитории через мероприятия

Платформа бренда



Концепция



Мастер-классы



Свободное
посещение



Лекции



Экскурсии
с актерами



Интерактивные
квесты



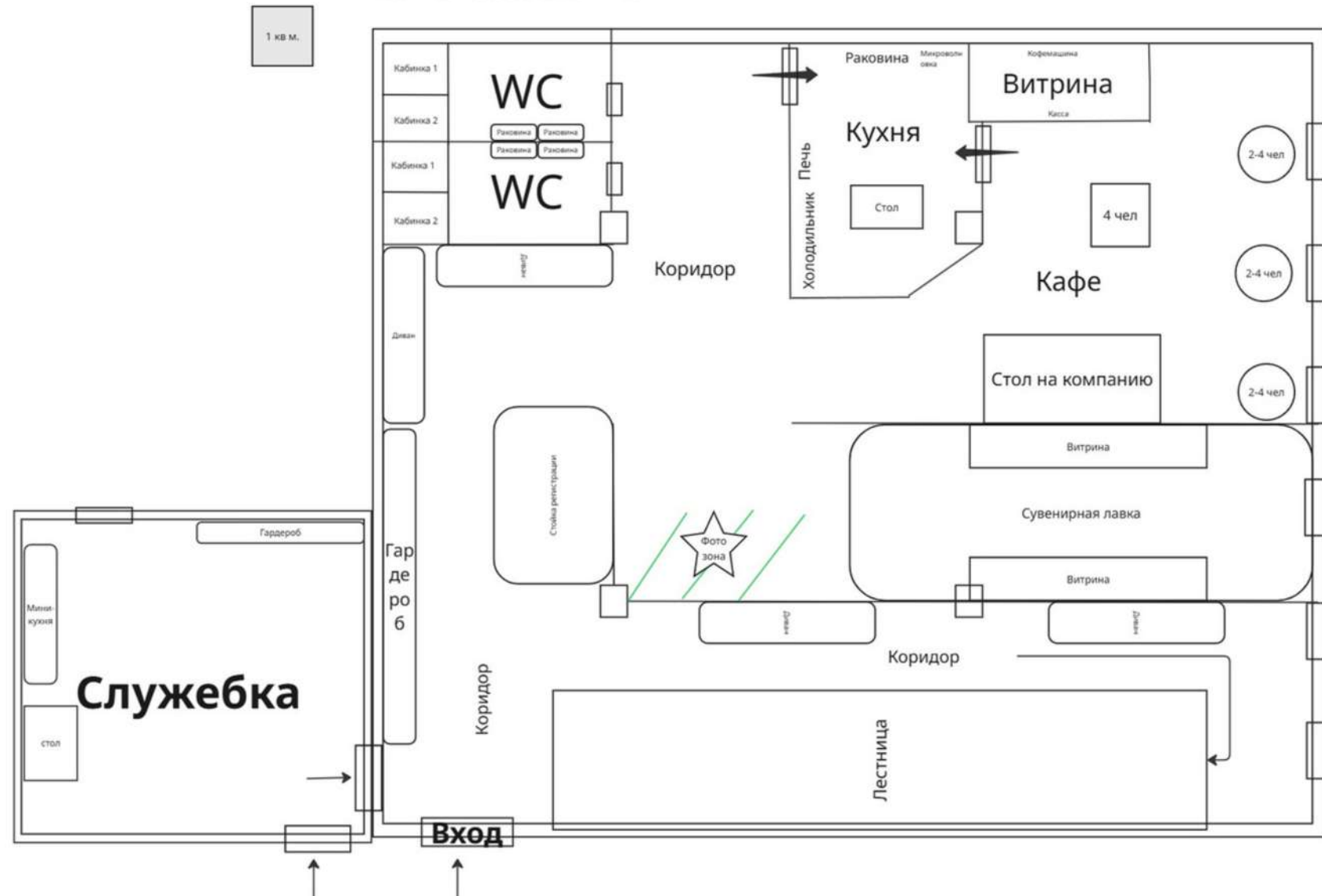
Схема музея

Стоимость аренды за 1 месяц: 3,6 млн. руб

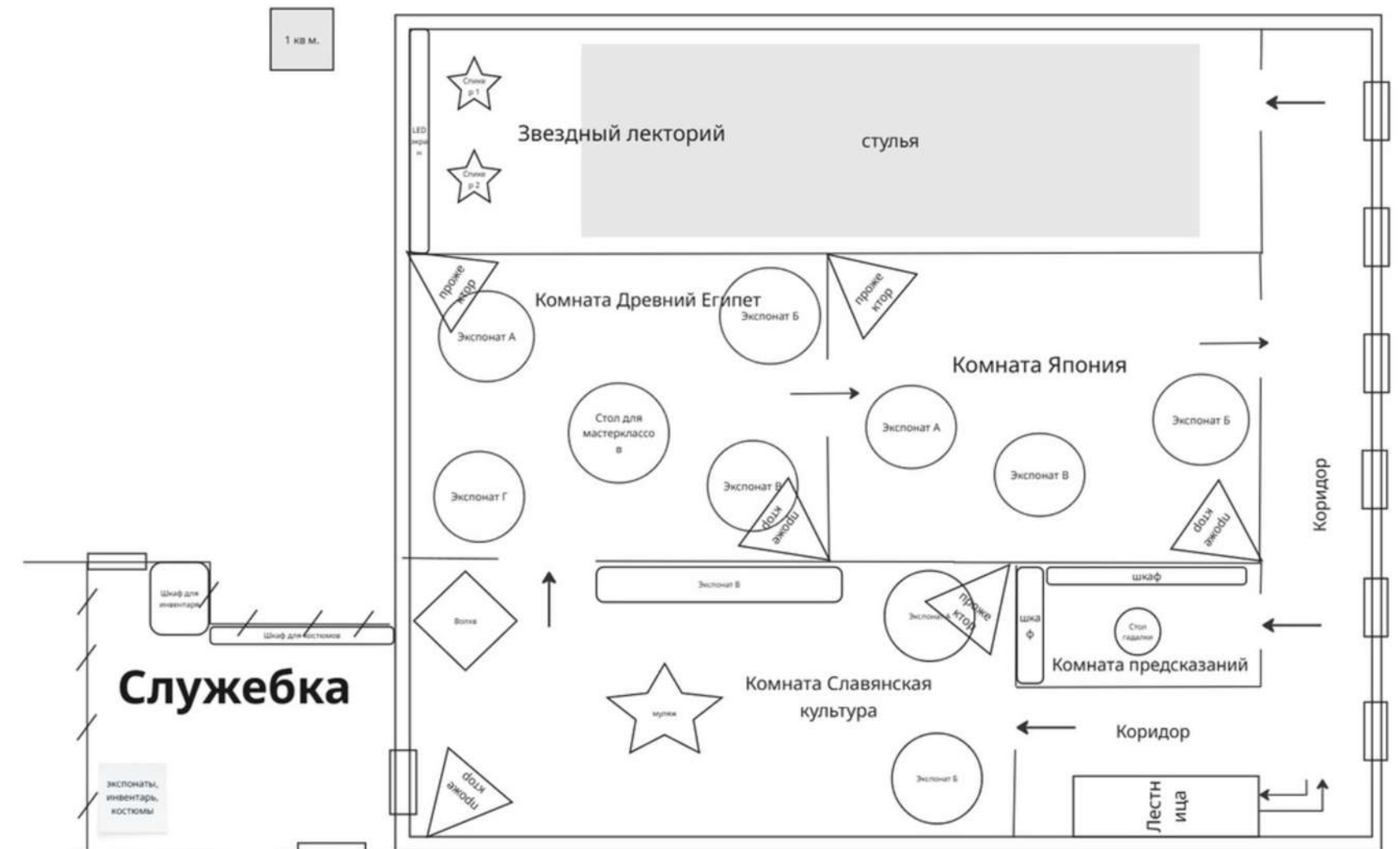
Стоимость аренды за год: 43,2 млн. руб

Стоимость ремонта: 11,2 млн. руб

Этаж 1



Этаж 2



Источник: разработано авторами ВКРС

Зал “Древний Египет”

Экспозиции и зоны:

Путешествие души в Дуат:

- Интерактивное 3D-проекционное шоу, где зрители проходят испытания “Осириса”
- Возможность влиять на путь: нажимать на символы, выбирать ответы

Маска Тутанхамона и ритуал мумификации:

- Ростовая фигура жреца демонстрирует процесс мумификации с озвучкой и световыми эффектами
- Муляж саркофага с возможностью его “открыть” (с безопасным эффектом неожиданности)

Магия Нила:

- Интерактивная карта: касаясь символов на сенсорной панели, посетитель узнает их смысл
- Проекция и запахи благовоний, иммерсивный звук, световые “волны Нила”

Фотозона “Стань фараоном”:

- Ростовые костюмы и фотозона с возможностью отправки фото в соцсети



Зал “Япония”

Экспозиции и зоны:

Интерактивный театр теней ёкаев:

- Проекционная сцена, где оживают духи японского фольклора (Каппа, Китсуне, Они)
- Гости могут управлять персонажами через жесты (технология Kinect)
- Возможность взаимодействовать с персонажами через сенсорный экран с выбором действий и последствий

Сад камней и арома-дзен:

- Зона покоя и медитации: муляж мини-сада, ароматы сандала и звуки ветра
- Сенсорные панели рассказывают философию дзен через японские сказки

Японское гадание омикудзи:

- Интерактивный автомат для предсказаний. Выдает бумажный “перевод” с японского
- Анимация голограммы оракула при вытягивании жребия



Зал “Славянская культура”

Экспозиции и зоны:

Голограмма жрицы Велесы и “живой” алтарь:

- Жрица рассказывает о каждом славянском боге, управляется голосом
- Алтарь реагирует на прикосновение, высвечивая символы: макошь, сварог, перун

Ростовые фигуры домовых, леших, волхвов:

- Интерактивная фигура существа
- Рассказывает миф или задает загадку

Календарь обрядов:

- Интерактивная стенка с сезонными праздниками: Масленица, Купала, Коляда
- На экране предоставляется возможность «вызвать» праздник, увидеть процесс обряда

Фотозона «Славянский дух»:

- Костюмы волхва, княгини, девушки в венке
- Фотозона в избе



Комната “Предсказаний”

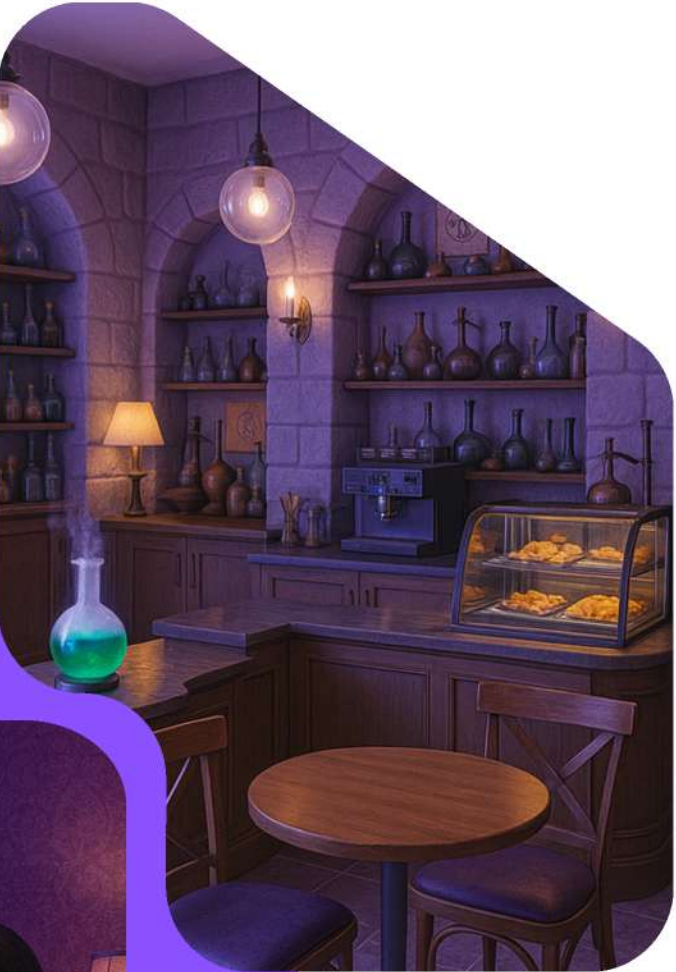
Комната для проведения мероприятий ориентированных на пары, индивидуальные мастер-классы и спец. программы

Например, “Волшебная веревочка - Аятори”

Кафе “Алхимик”

Кофе и чай		
“Эликсир мудрости”	400	Чай с травами
«Эликсир Просветления»	400	Классический эспрессо с добавлением кардамона и корицы.
«Чайный ритуал»	400	Сбор трав (мята, ромашка, чабрец) с медом и лимоном
«Магический матча»	400	Японский зеленый чай с кокосовым молоком
«Кофе Ньютона»	400	Латте с карамелью и яблочным сиропом (в честь яблока Ньютона).
Коктейли		
«Кровь Дракона»	500	Красный смузи из клубники, малины и граната
«Энергия Феникса»	500	Оранжевый фреш из апельсина, моркови и имбиря
«Зелье Бессмертия»	500	Мохито с мятой, лаймом и газированной водой
«Лунный нектар»	500	Молочный коктейль с бананом, ванилью и серебряным блеском
“Вино алхимика”	500	Безалкогольный коктейль с изменением цвета
Выпечка		
"Звездные пирожки"	100	Пирожки с разными начинками
"Солнечные булочки"	150	Булочки с цитрусовыми вкусами
"Космические круассаны"	150	Круассаны с тремя видами шоколада
"Сказочные песочные"	100	Печенье необычной формы с посыпкой
Десерты		
“Пророческий десерт”	550	Пирожные с записками-предсказаниями
«Пирог Судьбы»	550	Шоколадный торт с карамелью и морской солью.
«Черничный тарт Лунного затмения»	550	С миндальной основой и черничным кремом.
«Мороженое Хаоса»	550	Три шарика: ваниль, шоколад, клубника с карамельной крошкой.
«Макаруны Галактики»	550	Разноцветные макаруны с начинкой из малины, фисташки и ванили.

Источник: разработано авторами ВКРС





Звездный Лекторий

Звездный лекторий — это современное мультимедийное пространство. Зал оснащен профессиональным светом, звуком, проекционным оборудованием и может трансформироваться под формат события — от камерных семинаров до зрелищных презентаций

Вместимость: 70 чел.

Проводятся:

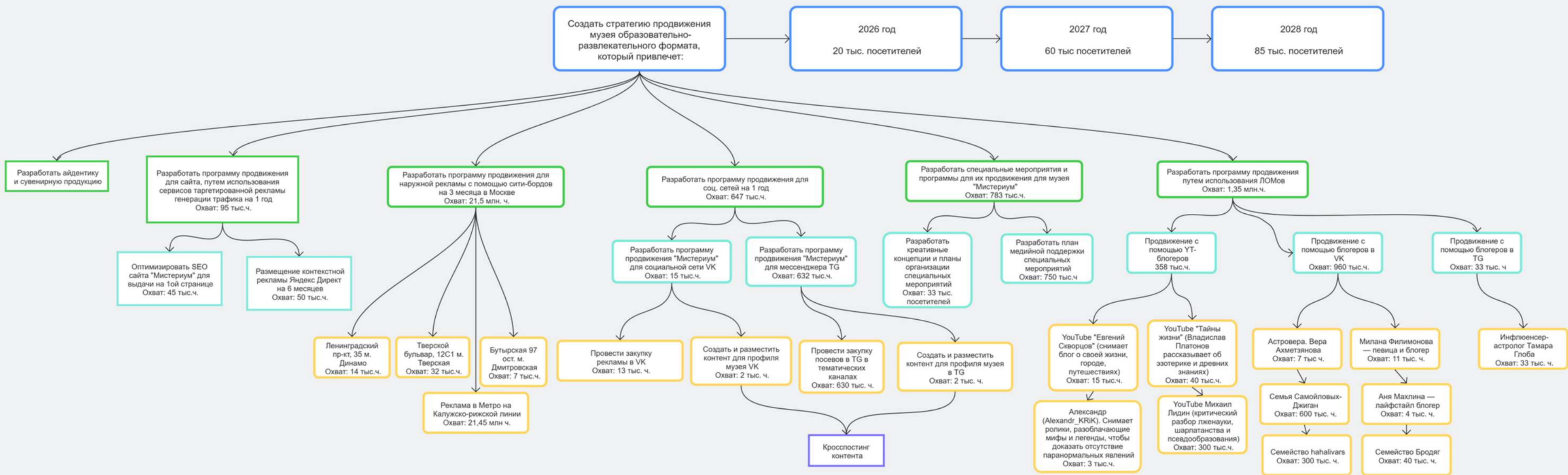
- Лекции
- Кинопоказы
- Мастер-классы
- Встреча с экспертами
- Специальные мероприятия

График мероприятий

Площадка	Размещение	Формат	Вид ИМК	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	ол-во размещ	стоимость, Р	Итог, Р
Special Event																		
Музей "Мистериум"	Звездный лекторий	Интерактивная лекция "Наука против Астрологии где"	Специальные мероприятия	1												1	138000	138000
Музей "Мистериум"	Комната "Древний Египет"	Мастер-класс для детей "Секреты мумий или как стать бессмертным"	Специальные мероприятия			1					1		1			3	135600	406800
Музей "Мистериум"	Комната предсказаний	Мастер-класс для пар: "Волшебная веревочка - Аятори"	Специальные мероприятия							1					1	2	70530	141060
Музей "Мистериум"	Комната "Славянская культура"	Мастер-класс для компании: Испытание Волхва	Специальные мероприятия		3				3		3			3		12	54200	650400
Музей "Мистериум"	Звездный лекторий	Вечер-интерактив: "Встреча сердец в "Мистериуме"	Специальные мероприятия		1	1				1	1	1				5	71800	359000
Музей "Мистериум"	Звездный лекторий	Лекция: "Сон разума: как интерпретировать сны по Фрейд и древним культурам"	Специальные мероприятия				1									1	44330	44330
Музей "Мистериум"	Комната "Древний Египет"	Мастер-класс для детей: "Хранители Философского камня"	Специальные мероприятия	2				2					2		2	8	46000	368000
Соц. сети (ТГ, ВК)	Группа "Мистериума" ВК	Онлайн-конкурс	Вирусный маркетинг				1			1		1				3	15000	45000
	Группа "Мистериума" ТГ						1			1		1				3	15000	45000

Источник: разработано авторами ВКРС

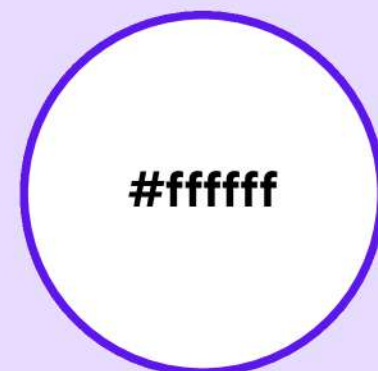
Дерево целей



Источник: разработано авторами ВКРС

Айдентика

Цвета:



Шрифт:

Мистериум (Philosopher)

Основной текст (Montserrat)

Логотип:



Слоган:

"Самый научный
музей эзотерики"

Айдентика



Кол-во: по 1000 шт. на каждую позицию товара за 1 месяц
(футболки, худи, бейсболки, шопперы, кружки, бейджи,
блокноты, коробки)

Стоимость: 3 млн. руб

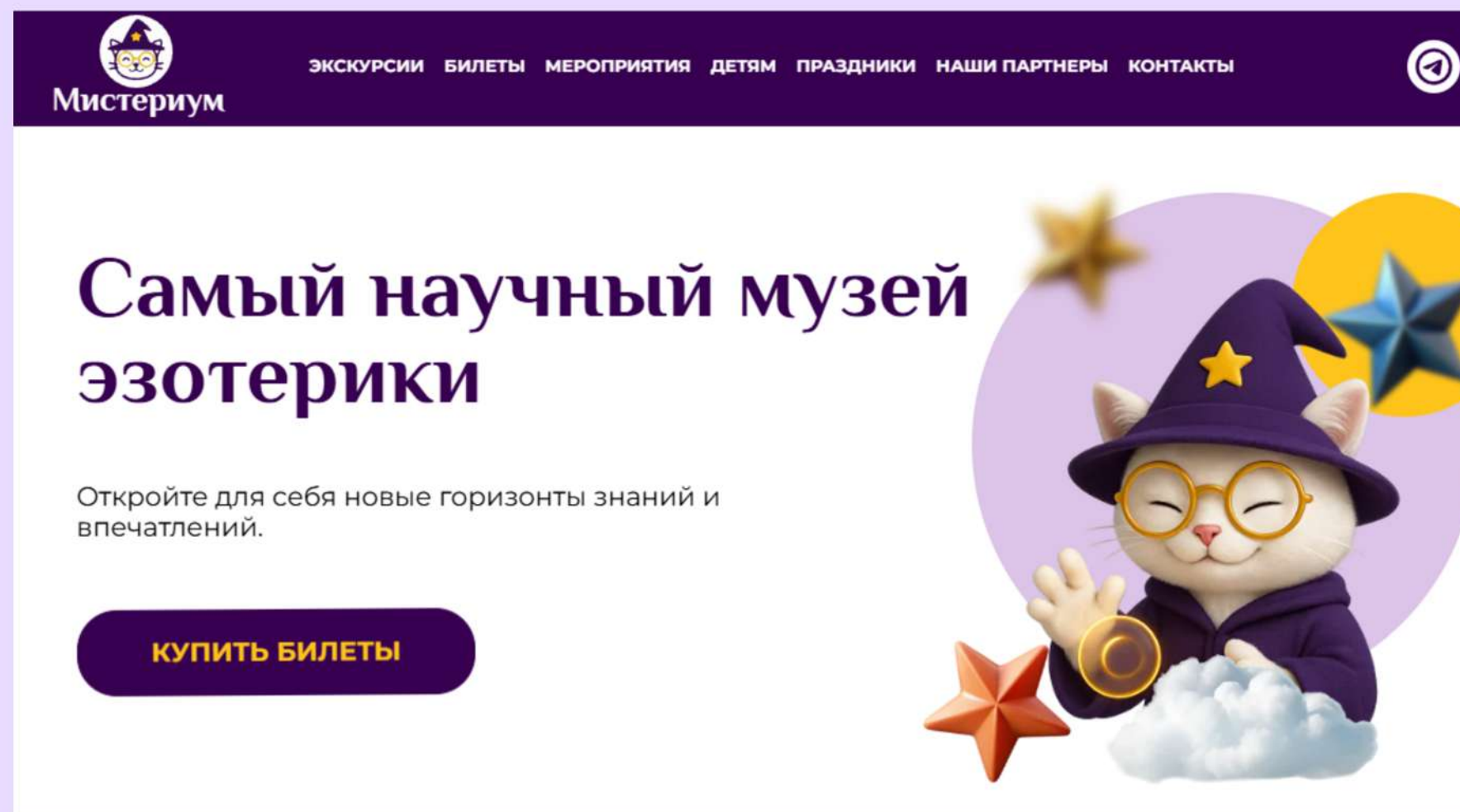


Источник: разработано авторами ВКРС

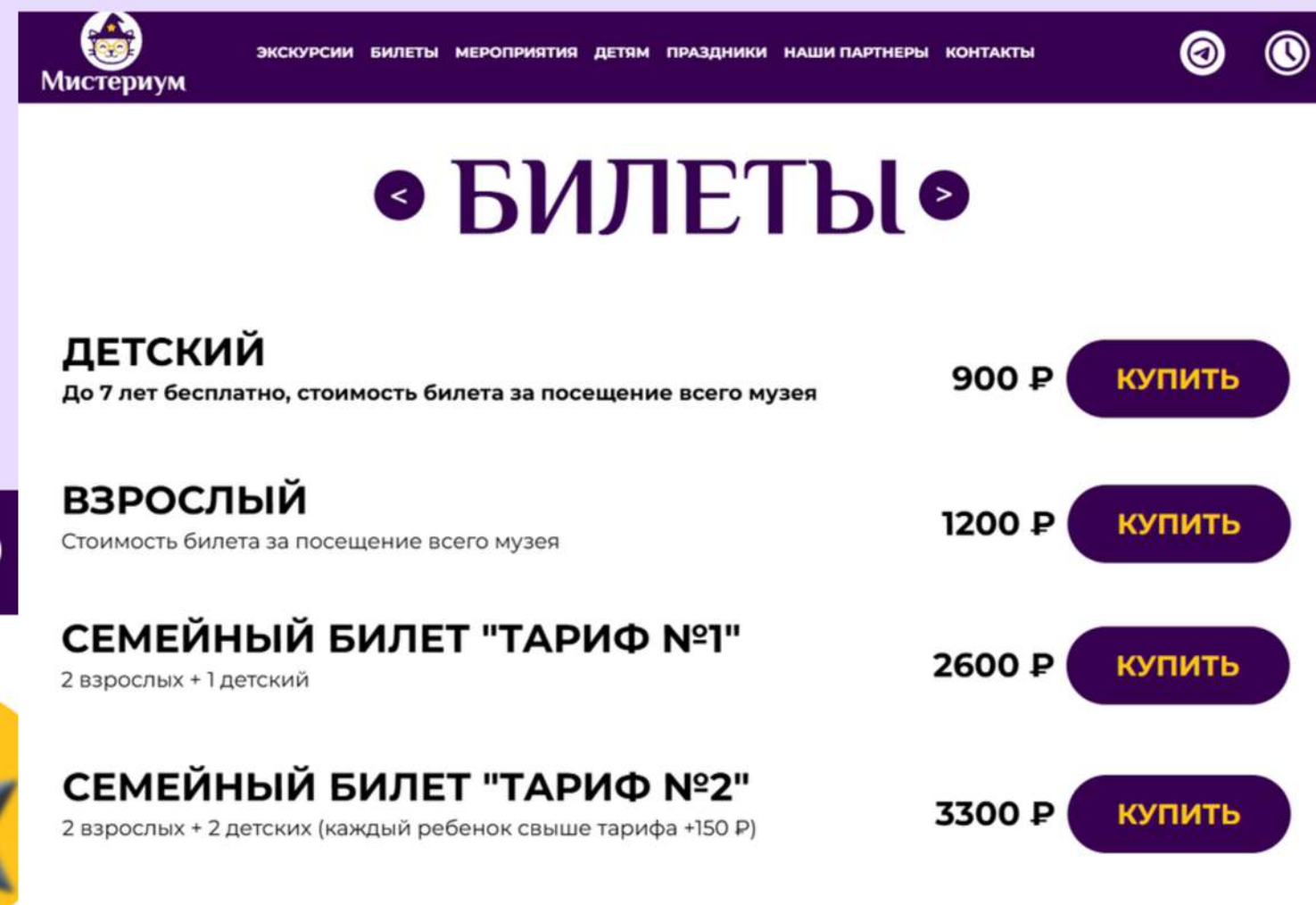


Функционал сайта

<https://mysterium-museum.tilda.ws/>



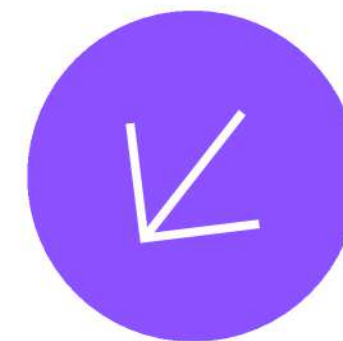
Источник: разработано авторами ВКРС



QR-код
на сайт



Продвижение



01

**ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА
ПУТЕМ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
СЕРВИСОВ
ТАРГЕТИРОВАННОЙ
РЕКЛАМЫ
И ГЕНЕРАЦИИ
ТРАФИКА**

02

**РАЗРАБОТКА
И ПРОДВИЖЕНИЕ
СПЕЦИАЛЬНЫХ
МЕРОПРИЯТИЙ
МУЗЕЯ**

03

**ПРОДВИЖЕНИЕ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ
ИНСТРУМЕНТОВ
INFLUENCE-
МАРКЕТИНГА**

Бюджет

Продвижение сайта путем
использования сервисов
таргетированной рекламы
и генерации трафика

7 607 272 (₽)

Охват: 24,2 млн. ч.

Бюджет ИМК



Интернет-реклама

Контекстная реклама

Наружная реклама

SEO

Реклама в соц.сетях

Special Events

Реклама у ЛОМов



Интернет-реклама

1 707 780 (₽)

- Тематические интернет-порталы
- Онлайн-кинотеатры

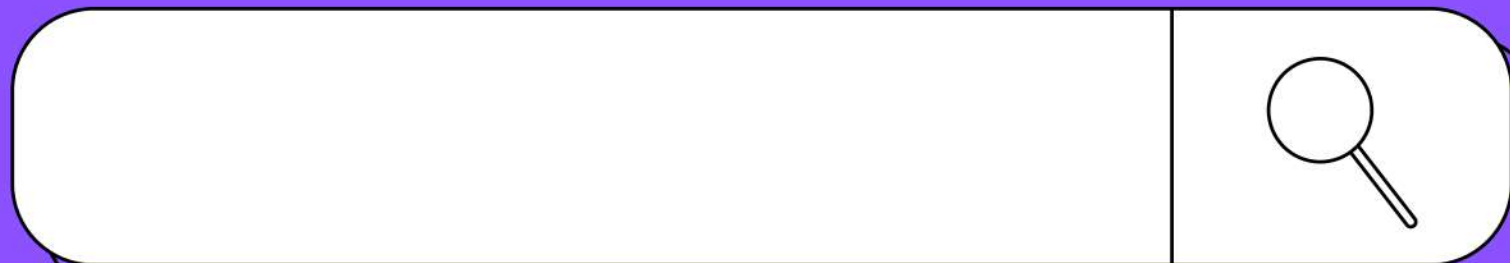
Общий охват: 50 тыс. ч.

Мистериум

Музей Мистериум в Москве

Музей эзотерики

Музей Мистериум отзывы



Музей Мистериум цена

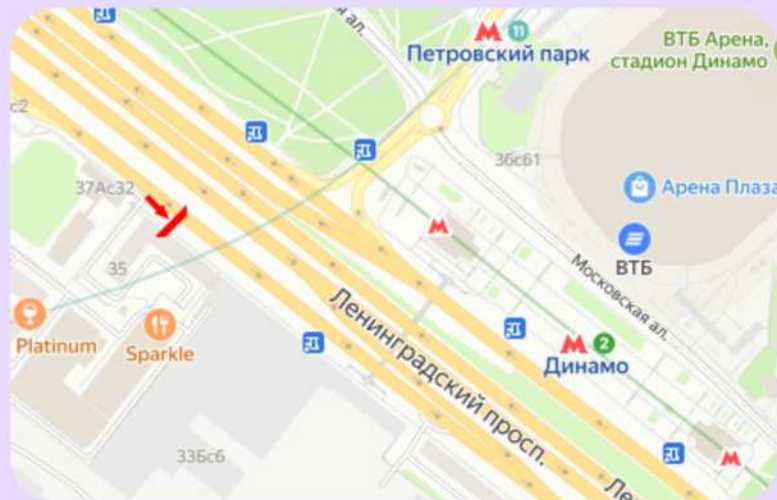
Музей Мистериум

Музей Мистериум трубная

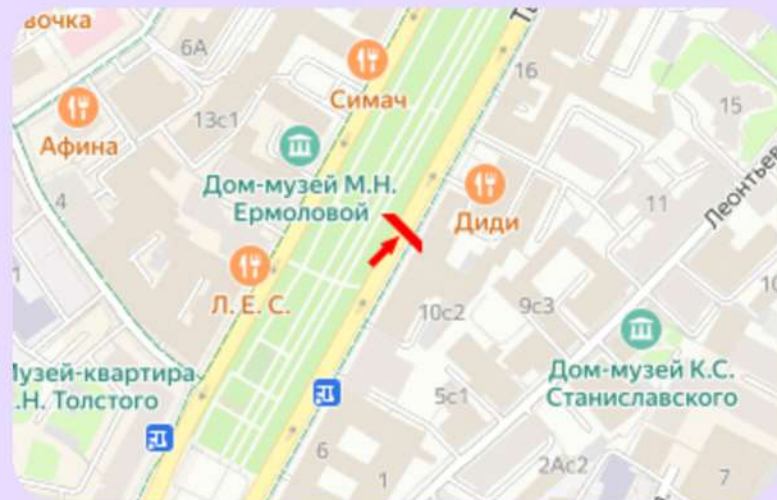
SEO

1 440 000 ₹

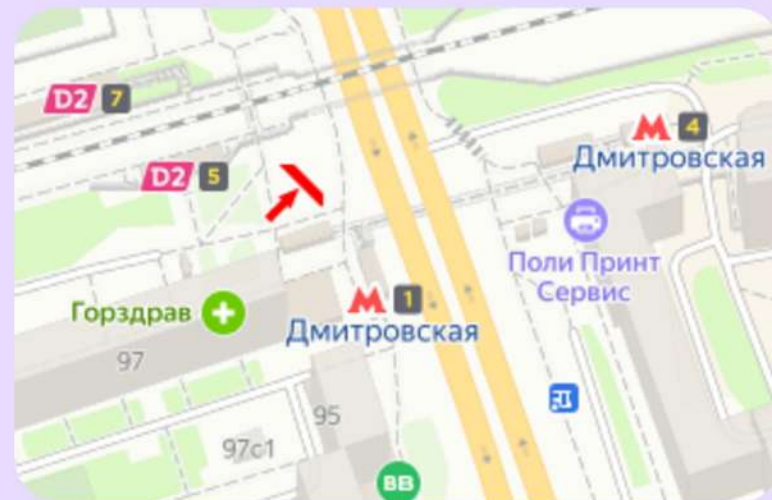
Общий охват: 45 тыс. ч.



Ленинградский проспект, 35
Стоимость: 93 600 тыс. руб. за 3 мес.



Тверской бульвар, 12С1
Стоимость: 259 200 тыс. руб. за 3 мес.



Бутырская, 97, ост. м. Дмитровская
Стоимость: 107 100 тыс. руб. за 3 мес.



Размер: стикеры 42х35 см
в простенке 2 ярус
Линия: Калужско-Рижская
Кол-во: 59 шт на 1 мес.
Стоимость: 354 тыс. руб.

Наружная реклама

813 900 (₽)

- Сити-борд, билборд
- Реклама в метро

Общий охват: 21 509 млн. ч.

Реклама в соц. сетях

759 000 (₽)

Общий охват: 647 тыс. ч.



Московская птичка
136 249 подписчиков

Охват: 32 тыс. ч.

Пример рекламного поста

**ОТКРЫТИЕ
В МОСКВЕ!**

МИСТЕРИУМ

**ИНТЕРАКТИВНЫЙ
МУЗЕЙ ЭЗОТЕРИКИ**

В Москве открылся музей, где можно послушать Фрейда и обнять кота в шляпе.

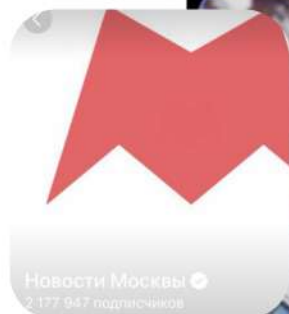
«Мистериум» — это не просто музей, это место, где вам могут выдать свечу, попросить закрыть глаза и сказать: «Назовите, что вы хотите забыть».

Здесь всё про мистику — но без шарлатанов. Наука, эзотерика, алтарь с травами, зал с мумиями и мастер-классы, где дети делают амулеты, а взрослые проходят испытание Волхва.

И да — тут есть талисманы, руны, чай с мелиссой и кот, который точно что-то знает.

📍 Музей уже открылся. Метро Трубная.
🎫 Билеты — от 900₽
📄 Слоты и афиша — по ссылке в боте

Если хочется чего-то... странного, но светлого — вы знаете, куда идти.



Новости Москвы
2 177 947 подписчиков

Охват: 600 тыс. ч.

Пример рекламного поста

В центре столицы открылся интерактивный музей «Мистериум» — необычное пространство, сочетающее мистику, древние обряды и научный подход.

Внутри — карты Таро, квесты по мифам, мастер-классы по созданию амулетов, лекции о снах и предках и даже... кот-талисман в очках и волшебной шляпе 🐾👓

📍 Музей уже открыт, м. Трубная
🗓 Мероприятия — каждую неделю
🎫 Билеты — от 900 ₽, запись — в боте

edited 19:16 ✓



🌿 **Испытание Волхва**
🔥 по древнеславянским праздникам | зал
Славянской культуры

Когда последнее пламя уходит в золу,
а запах полыни застилает воздух,
начинается путешествие...
внутрь себя.

Ведущий — Волхв в белой рубахе и венке из зверобоя.

Ты проходишь испытания:

- ♦ вытягиваешь свою руну судьбы,
- ♦ смотришь на огонь и слышишь, что молчит,
- ♦ выбираешь траву — и она выбирает тебя.

А потом отвечаешь на загадку Велеса и, может быть, находишь в кругу чужое имя, которое неожиданно откликнется в тебе.

В финале — ритуал очищения, свечи, слова, что шепчутся в полголоса.

И да — ты уйдёшь с настоящим оберегом, созданным в тишине, где что-то древнее всё ещё дышит.

📍 Запись только по предварительной регистрации

🎫 Количество мест ограничено

🗓 Следующая дата — уже скоро. Не пропусти 🔥

[#Мистериум](#) [#испытаниеволхва](#) [#славянскаямагия](#)
[#музейэмоций](#) [#гаданиябезстраха](#)

18:25 ✓

Пример поста
таргетированной рекламы

Специальные мероприятия

Стоимость: 589 800 (₽)

Общий охват: 783 тыс. ч.



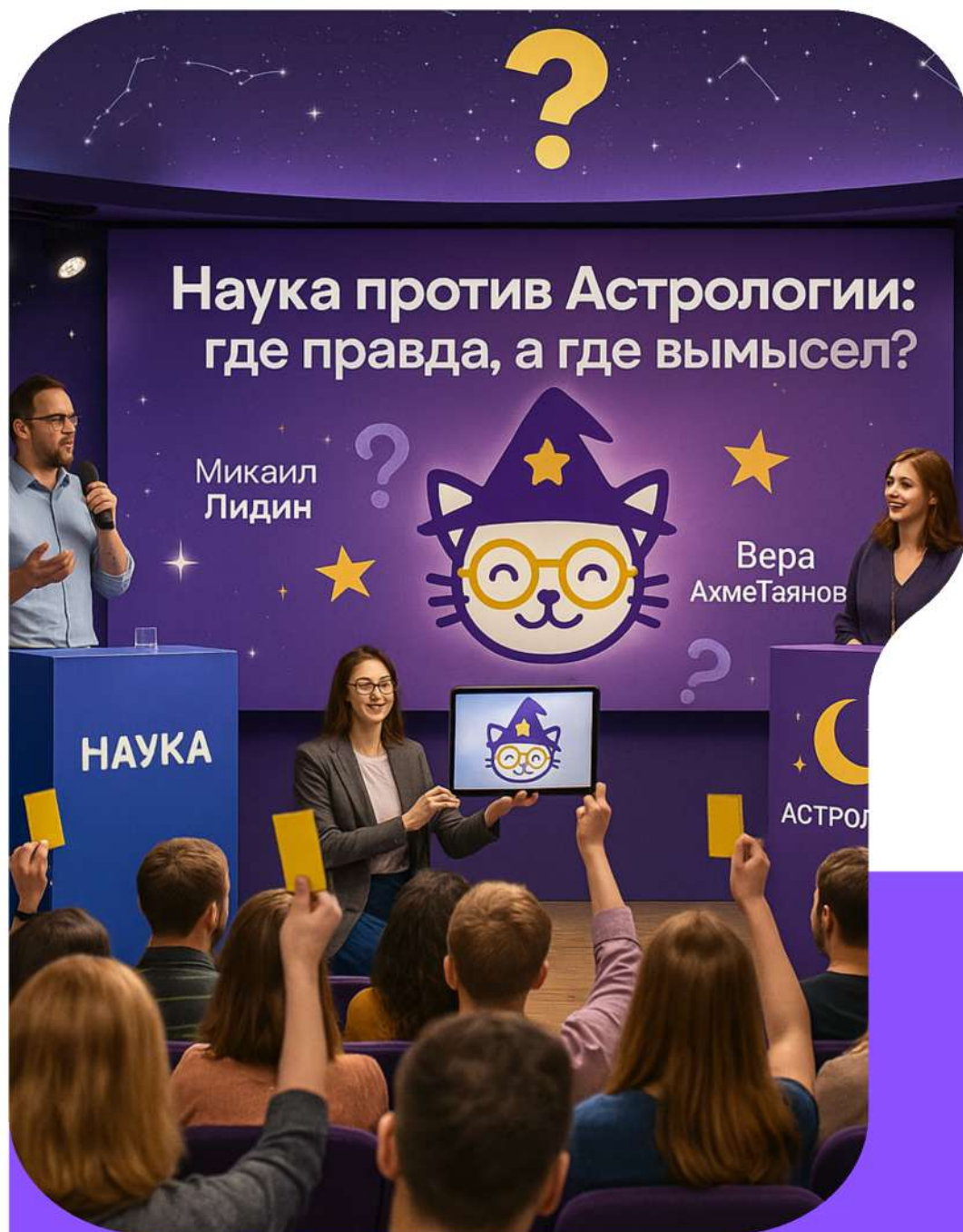
Наука против Астрологии:
где правда, а где вымысел?



Интерактивный мастер-класс:
Секреты мумий



Онлайн-конкурс «Аркан Тайны»
в соц. сетях музея «Мистериум»



**Первый в Москве
научно-эзотерический баттл
с участием публики, где истина
определяется аудиторией**

Расходы: 138 000 руб.
Доходы: 45 000 руб.

Наука против Астрологии: где правда, а где вымысел?

Дата: 25 августа

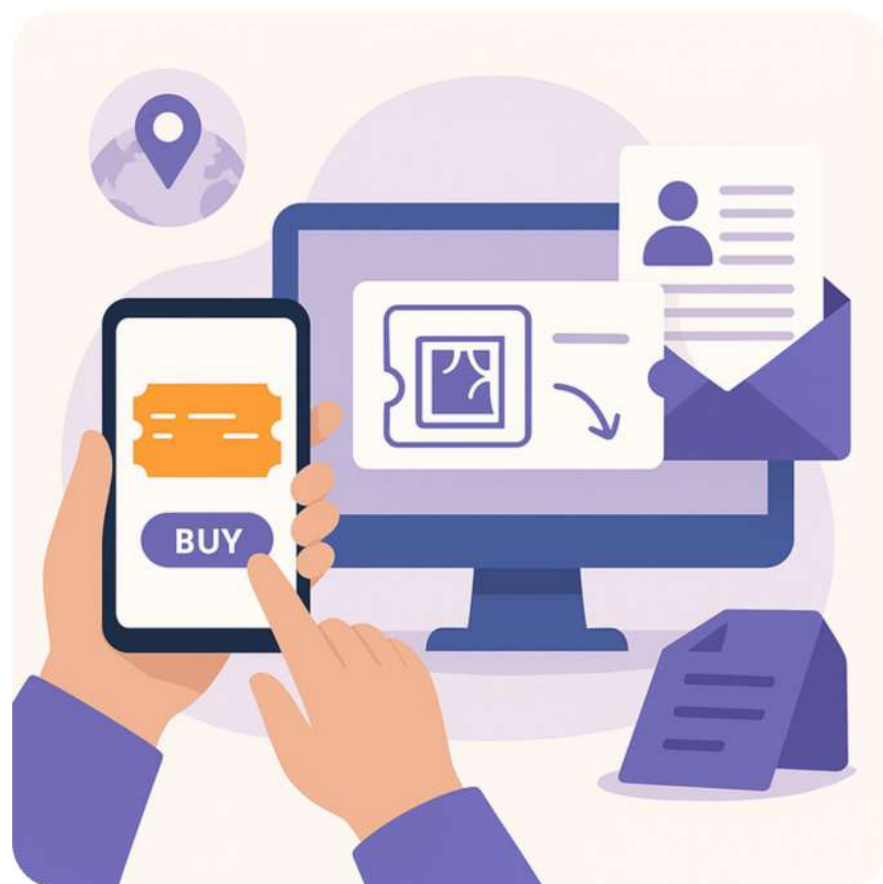
Место: музей "Мистериум", звездный лекторий

Цель:

- Сформировать у ЦА новый эмоциональный опыт, связанный с "Мистериумом"
- Создание инфоповода для продвижения музея "Мистериум"
- Проинформировать ЦА о фактах и мифах в науке и астрологии

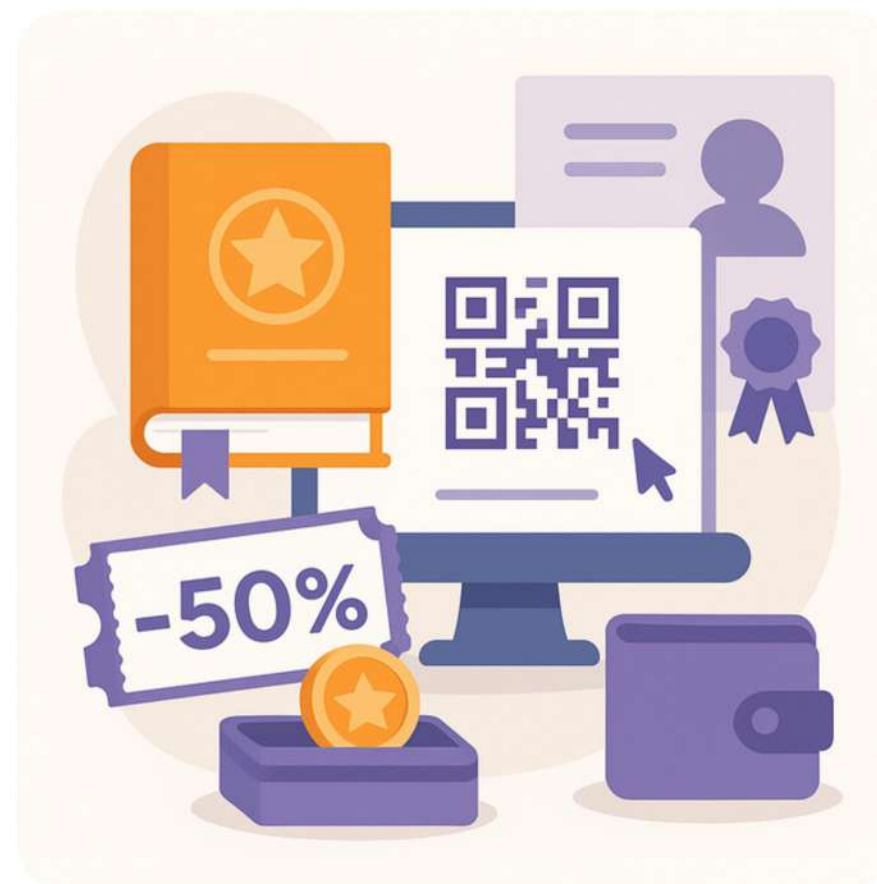
Суть: противостояние науки и эзотерической практики, два спикера выступают перед людьми и играют в две правды и одну ложь, рассказывая факты из своей области. Но судьями, угадывающими ложь, являются посетители. В конце правда раскрывается и спикеры делают вывод, а посетители получают сувенир

ЦА: люди в возрасте 18-30 лет, студенты, офисные работники, пары, эзотерики, ученые



Дистрибуция

- Продажа входных билетов
- Бесплатная регистрация на тематических порталах
- (Куда Гоу, Таймпад и тд)
- QR-билеты, ссылка из соцсетей и на сайте музея
- Партнерские рассылки (университеты, сообщества)



Работа со спонсорами

- Издательство книг по эзотерике "Велигор" — скидка 50% на приобретение книги
- Коллаб с образовательной платформой "Академия ПостНауки" — скидки на курс обучения, приз 1000 бонусных рублей на курс по психологии



Работы после мероприятия

- Фотоотчет и видео в соцсетях музея "Мистериум"
- Интервью с участниками после проведения лекции
- Публикации в СМИ (Афиша, Moskvich Mag)
- Сбор обратной связи через Google Form

Реклама и PR в офлайн:

- Промоутер с флаерами
- Плакат у входа в музей
- Партнерские афиши в магазинах эзотерики (Мастерская магии Александра Шепса; Ведьмино счастье; Modern Magic)

Реклама и PR в онлайн:

- Посты и сторис в собственном паблике VK/ТГ
- Реклама через ЛОМов: ТГ канал Михаил Лидин, ВК Вера Ахметзянова
- Анонс на порталах мероприятий: Таймпад, Афиша ру
- Анонс мероприятия на официальном сайте музея

Охваты

- Флаеры в музее: 2500 чел.
- Промоутер (м. Комсомольская): 1000 чел. за 3 дня
- Афиши в тематических магазинах: 3000 чел. за три недели
- Трафик с соц сетей музея: 250 чел.
- Реклама у спикеров: ТГ канал Михаил Лидин (8000 чел.), ВК Вера Ахметзянова (7300 чел.)
- Анонс на порталах мероприятий: Таймпад, Афиша ру

Итого: 22 050 чел.



Единственный в Москве креативный мастер-класс на тему мумификации с историческими фактами и творческим процессом для детей

За 1 день мастер-классов (4 шт.)

Расходы: 45 000 руб.

Доходы: 90 000 руб.

Интерактивный мастер-класс: Секреты мумий

Дата: 29–31 октября, 25-29 марта, 2-4 мая

Место: музей “Мистериум”, комната Древнего Египта

Цель:

- Повысить узнаваемость бренда музея “Мистериум”
- Создать теплый инфоповод на Хэллоуин
- Повысить доверие родителей через образовательный контент
- Вовлечь детей в мир истории и мистики через игру и творчество

Суть: в рамках Хэллоуина музей проводит мастер-класс для детей, где они узнают о ритуалах мумификации в Древнем Египте, а затем создадут собственную “мумию” из куклы, используя краску, бинты, клей и фантазию

ЦА: дети 7–14 лет, родители, школьники



Дистрибуция

- Онлайн-запись через Timerpad / соцсети / оф. сайт музея
- QR-код в сторис
- Партнерские рассылки в детских клубах, школах



Работа со спонсорами

- Магазин детского творчества "Леонардо" (материалы по бартеру)
- Издательство книг о мифах (АСТ, серия книг о мифах со всего мира) — призы для детей



Работы после мероприятия

- Создание фотоальбома в ВК сообществе музея
- Отзывы родителей в соц.сетях музея
- Stories с готовыми работами + репосты участников
- Благодарность участникам в рассылке

Реклама и PR в офлайн:

- Афиши в детских центрах (ArtRoom - Территория Счастья; Семейный клуб Дом Волшебников | центр детского творчества; Кубик-рубика)
- Анонсы в партнерских пространствах, например по бартеру (Сенсориум)

Реклама и PR в онлайн:

- Посты и сторис с ведущим-актером в соц. сетях музея
- Рассылка о проведении мероприятия в школы
- Telegram-каналы: Москвичок, "Москва детям | Куда сходить?"
- ВК сообщества: "Куда сходить с детьми в Москве"; Москва Flash

Охваты

- Афиши в детских центрах: ArtRoom - Территория Счастья – 4000 чел. за 3 недели, Семейный клуб Дом Волшебников | центр детского творчества – 1500 чел. за 3 недели, Кубик-рубика – 1500 чел. за 3 недели
- Анонсы в партнерских пространствах: Сенсориум – 3000 чел.
- Посты и сторис с ведущим-актером в соц. сетях музея и на официальном сайте: 250 чел.
- Рассылка о проведении мероприятия в ближайшие школы м. Трубная
- Реклама в Telegram-каналах: Москвичок (51 600 чел.), “Москва детям | Куда сходить?” (135 801 чел.)
- Реклама в ВК сообществах: “Куда сходить с детьми в Москве” (6 200 чел.); Москва Flash (90к чел.)
- Анонс на порталах мероприятий: Таймпад, Афиша ру

Итого: 293 851 чел.



**Первый в Москве конкурс,
где арканы приводят к настоящему
магическому квесту**

Расходы: 65 000 руб.

Онлайн-конкурс «Аркан Тайны» в соц сетях музея «Мистериум»

Дата: 12–30 ноября

Платформы: VK, Telegram

Цель:

- Увеличить количество офлайн-посетителей музея
- Формировать эмоциональную связь с музеем через игру
- Увеличить вовлеченность аудитории в соцсетях

Суть: каждый день в сторис и постах публикуется один «аркан» — зашифрованная загадка, визуальный ребус, метафора или фрагмент мистической истории. Участники собирают арканы, разгадывают тайный смысл и присылают ответ в комментарии. В конце те, кто собрал минимум 6 арканов и дал верные ответы, участвуют в розыгрыше:

- 3 билета на магический квест
- 5 сертификатов на мастер-классы
- 1 персональный сеанс гадания в зале «Предсказаний»
- 3 купона в магическую лавку Modern Magic

ЦА: молодежь 18–35 лет, студенты, эзотерики, любители загадок и квестов, активные пользователи соцсетей, пары



Дистрибуция

- Участие бесплатно
- Онлайн-участие через соцсети
- Запись победителей в таблицу (Google Form)

M MODERN
MAGIC

Работа со спонсорами

- Коллаборация с Modern Magic



Работы после мероприятия

- Пост с победителями
- Фото вручения призов
- Подборка лучших арканов
- Сторис «как это было»
- Призыв к следующей игре «Арканы 2: Оракул»



Реклама и PR в офлайн:

- Баннеры с QR кодом в музее

Реклама и PR в онлайн:

- Реклама в ВК сообществе Modern Magic "Адекватное Таро"
- Таргетированная реклама в ВК

Охваты

- Баннеры с QR кодом в музее – 2500 чел.
- Реклама в ВК сообществе Modern Magic “Адекватное Таро” – 64 000 чел.
- Таргетированная реклама в ВК - 12 000 руб. за 400 тыс. показов

Итого: 466 500 чел.

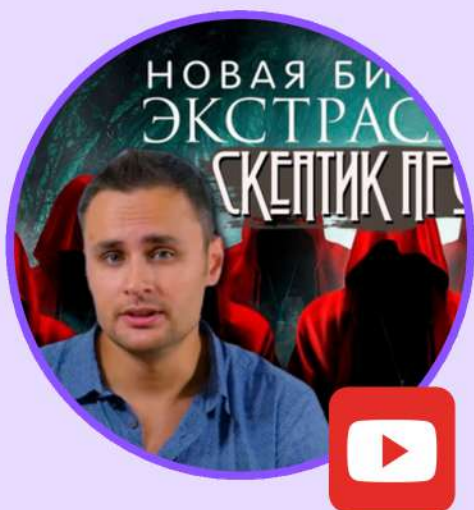


Тамара Глоба
Российский астролог и телеведущая

Кол-во подписчиков: 32 233

Формат: пост

Стоимость: 100 000 руб.



Михаил Лидин
Скептик и видеоблогер

Кол-во подписчиков: 573 тыс.

Формат: видеообзор

Стоимость: 70 000 руб.



Семейство hahalivars — семейные блогеры

Кол-во подписчиков: 680 тыс.

Формат: сторис, пост

Стоимость: бартер

Реклама у ЛОМов

410 000 ₹

- TG
- Youtube
- VK

Общий охват: 1,35 млн. ч.

VK

Охват: 960 тыс. чел.

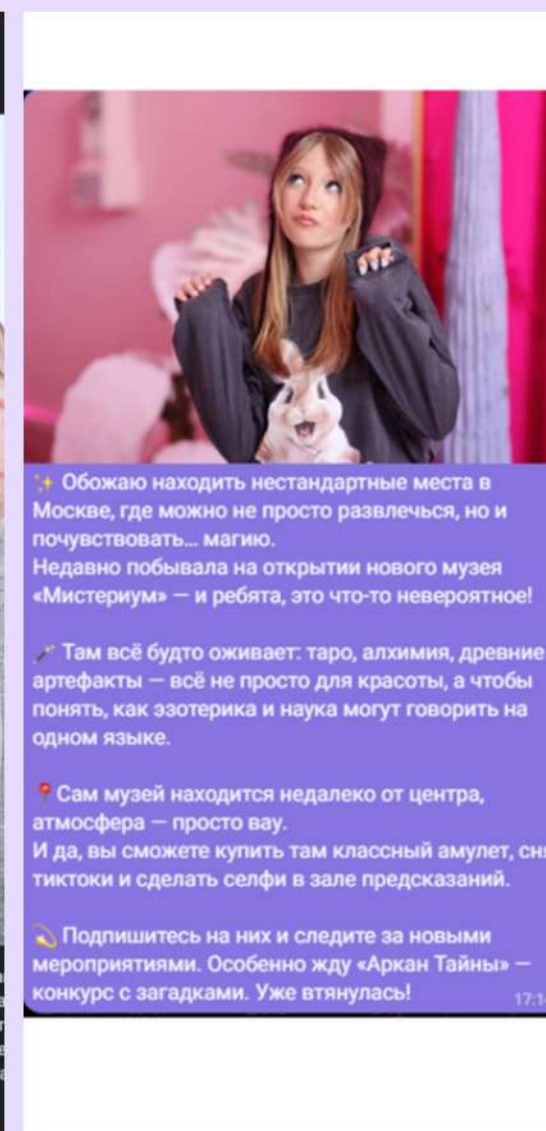
Бюджет: 150 000 руб.



Примеры интеграции



Пост



Пост



Сторис

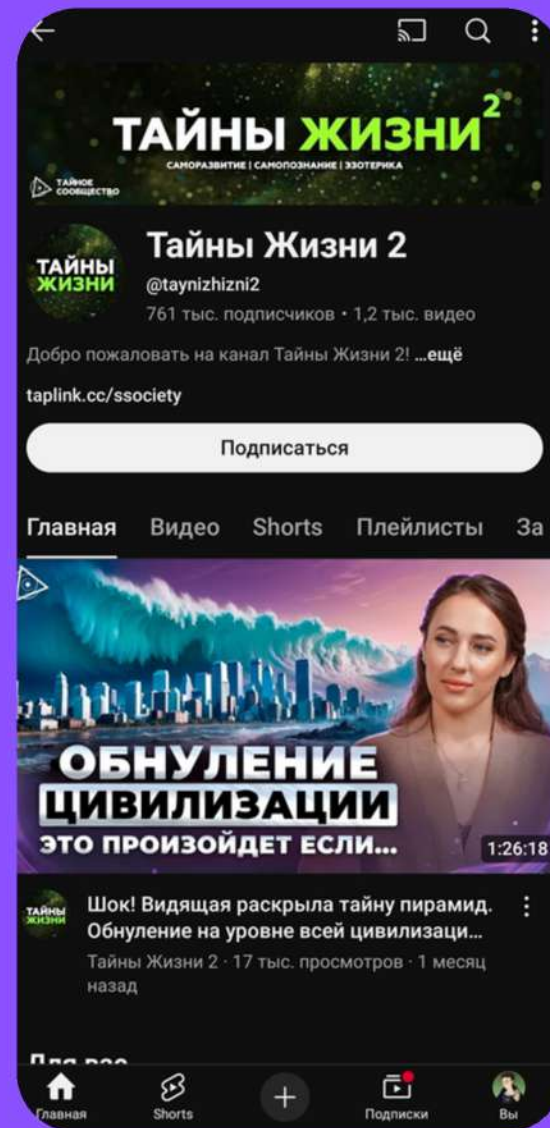
YouTube

Охват: 358 тыс. чел.

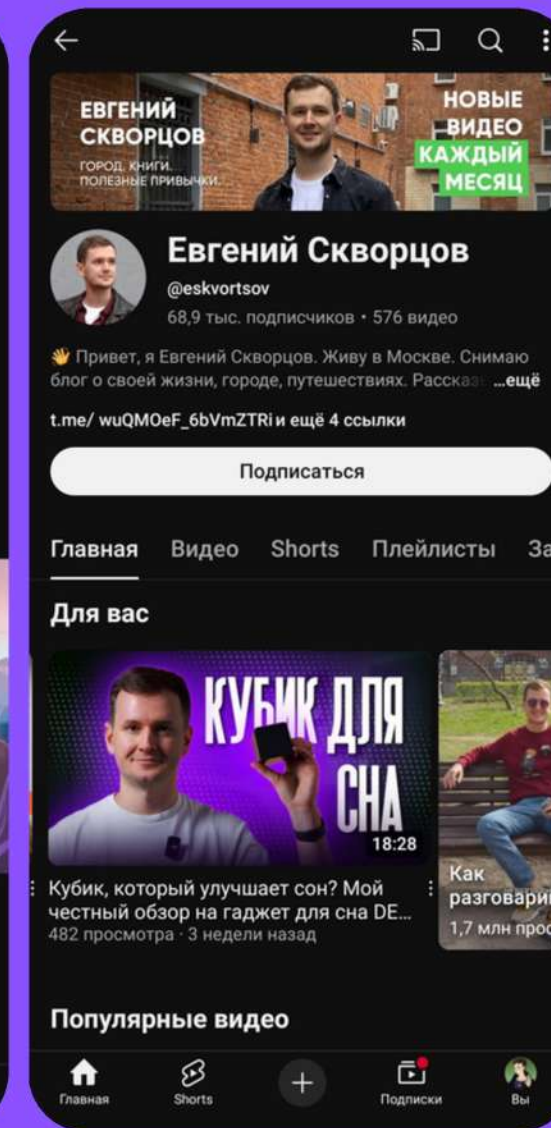
Бюджет: 160 000 руб.



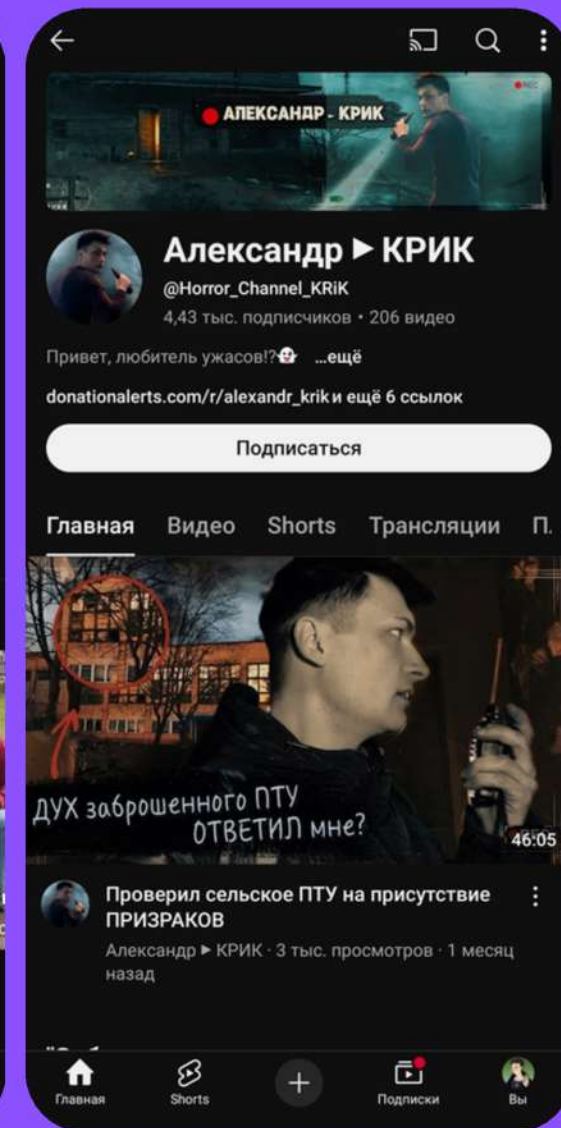
Примеры интеграции



Видеообзор



Видеообзор



Видеообзор

Создание контента



Бюджет: 600 000 руб.
VK + TG

Частота публикаций: 4–5 постов в неделю + сторис каждый день

Рубрики для VK:

#А_вы_знали? — короткий факт или легенда (эзотерика, мифология, ритуалы древности)

➤ Частота: 2 раза в неделю

#Анонс — предстоящие мероприятия и мастер-классы

➤ Частота: 1–2 раза в неделю

#Закулисье_Мистериума — как создаются экспозиции, рабочие моменты, подбор артефактов

➤ Частота: 1 раз в неделю

#Сокровищница — крупный пост с визуалом о необычном предмете со своей историей

➤ Частота: 1 раз в неделю

#Голоса_Мистериума — мнения гостей, сторителлинг, UGC

➤ Частота: 1–2 раза в месяц

#Семён_играет — викторины, ребусы, арканы, загадки

➤ Частота: 1 раз в неделю

#Семён_читает — цитаты, фрагменты из эзотерических или научно-популярных книг

➤ Частота: 1 раз в неделю

Пример сторис VK:

Утро: «Готовы к новой загадке?»

Днем: опросы, обратная связь

Вечером: тизеры предстоящих событий

Частота: ежедневно (3–6 сторис в день)

ГОТОВЫ
К НОВОЙ
ЗАГАДКЕ?



Создание контента



Бюджет: 600 000 руб.
VK + TG

Частота публикаций: 1–2 поста в день, с учетом новостей, тизеров и закулисья

Рубрики для Telegram:

Факт или вымысел? — рубрика с проверкой популярных мифов (в формате 2 правды и 1 ложь)

➤ Частота: 2–3 раза в неделю

Афиша — компактные афиши с форматами, датами и ссылками

➤ Частота: при старте и за 2–3 дня до мероприятия

Озарение — посты от имени “героя” (инфлюенсера, гостя, волонтера)

➤ Частота: 1 раз в неделю

Интересное — нарезки из лекций, закулисье, отрывки из экскурсий

➤ Частота: 1–2 раза в неделю

“Аркан Тайны” — визуальные загадки или фрагменты из ритуалов

➤ Частота: при активной кампании — ежедневно

Розыгрыши и промо — короткие посты с условиями

➤ Частота: 1 раз в 2–3 недели

Рефлексия — цитаты, мысли для размышления

➤ Частота: 2 раза в неделю



Доходы/расходы

Доходы	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц	7 месяц	8 месяц	9 месяц	10 месяц	11 месяц	12 месяц	Всего доходы:
Выручка	10 400 000	5 200 000	5 200 000	7 800 000	10 400 000	13 000 000	15 500 000	18 600 000	18 600 000	21 700 000	24 800 000	28 800 000	180 000 000
Продажи	4 000	2 000	2 000	3 000	4 000	5 000	5 000	6 000	6 000	7 000	8 000	8 000	60 000
Средний чек	2 600	2 600	2 600	2 600	2 600	2 600	3 100	3 100	3 100	3 100	3 100	3 100	3 600
Расходы													Всего расходы:
Переменные расходы	2 683 253	2 644 169	2 644 169	2 800 169	2 956 169	3 112 169	3 262 169	3 448 169	3 448 169	3 634 169	3 820 169	4 060 169	38 513 112
Закупка сувенирной продукции	0	272 916	272 916	272 916	272 916	272 916	272 916	272 916	272 916	272 916	272 916	272 916	3 002 076
Закупка продукции для кафе	337 500	337 500	337 500	337 500	337 500	337 500	337 500	337 500	337 500	337 500	337 500	337 500	4 050 000
Налоги 6% от оборота	624 000	312 000	312 000	468 000	624 000	780 000	930 000	1 116 000	1 116 000	1 302 000	1 488 000	1 728 000	10 800 000
НДФЛ 13%	252 323	252 323	252 323	252 323	252 323	252 323	252 323	252 323	252 323	252 323	252 323	252 323	3 027 876
ФОТ 30%	1 469 430	1 469 430	1 469 430	1 469 430	1 469 430	1 469 430	1 469 430	1 469 430	1 469 430	1 469 430	1 469 430	1 469 430	17 633 160
Постоянные расходы	6 595 417	6 595 417	6 595 417	6 595 417	6 595 417	6 595 417	6 595 417	6 595 417	6 595 417	6 595 417	6 595 417	6 595 417	79 145 004
Реклама	634 000	634 000	634 000	634 000	634 000	634 000	634 000	634 000	634 000	634 000	634 000	634 000	7 608 000
Аренда помещения	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	43 200 000
Заработная плата сотрудников	1 689 000	1 689 000	1 689 000	1 689 000	1 689 000	1 689 000	1 689 000	1 689 000	1 689 000	1 689 000	1 689 000	1 689 000	20 268 000
Тех обслуживание здания	592 500	592 500	592 500	592 500	592 500	592 500	592 500	592 500	592 500	592 500	592 500	592 500	7 110 000
Коммунальные расходы	79 917	79 917	79 917	79 917	79 917	79 917	79 917	79 917	79 917	79 917	79 917	79 917	959 004
Разовые расходы	22 385 300												22 385 300
Ремонт помещения	11 180 000												
Создание сайта	150 000												
Декорации, арт-объекты, тематическое оформление	4 500 000												
Приобретение компьютерного оборудования	100 000												
Мультимедийное оборудование для музеев	5 000 000												
Покупка сантехники для туалетов	60 000												
Расходные материалы	15 000												
Принтеры	15 000												
Кассовое оборудование	13 200												
Стойка ресепшена	60 000												
Диван	80 000												
Шкафы	175 000												
Акустическая система	50 000												
Музейные витрины	460 000												
Оборудование для кафе	452 100												
Витрины для сувенирной лавки	75 000												
Итого расходы	31 663 970	9 239 586	9 239 586	9 395 586	9 551 586	9 707 586	9 857 586	10 043 586	10 043 586	10 229 586	10 415 586	10 655 586	140 043 416
Чистая прибыль по месяцам	-21 263 970	-4 039 586,00	-4 039 586,00	-1 595 586,00	848 414,00	3 292 414,00	5 642 414,00	8 556 414,00	8 556 414,00	11 470 414,00	14 384 414,00	18 144 414,00	39 956 584,00
Чистая прибыль нарастающим итогом	-21 263 970	-25 303 556,00	-29 343 142,00	-30 938 728,00	-30 090 314,00	-26 797 900,00	-21 155 486,00	-12 599 072,00	-4 042 658,00	7 427 756,00	21 812 170,00	39 956 584,00	39 956 584,00

Источник: разработано авторами ВКРС

Основные финансовые показатели

EBITDA/средняя рентабельность	71 417 620 млн. руб / 40 %
Точка безубыточности	10-й месяц со старта работы музея
Зона устойчивого роста	С 5 месяца выручка превышает расходы
CAPEX/OPEX	22 385 300 млн. руб / 9 170 843 млн. руб

Спасибо
за
внимание

