

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
Высшая школа креативных индустрий
Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

Тема: Разработка и продвижение мобильного приложения для поиска заведений барного типа «выБар»

Выполнил обучающийся: Горбенко Екатерина Алексеевна
Группа: 15.02Д-РСОБ9/206

Научный руководитель:
к.ф.н., доцент кафедры рекламы,
связей с общественностью и дизайна
Кошель Владимир Андреевич



Актуальность стартап-проекта

Жители городов-миллионников часто сталкиваются с проблемой выбора хорошего ресторана или бара ввиду многообразия таких заведений

Объект

Стартап-проект «выБар» и условия его создания

Предмет

Реализация и продвижение стартап-проекта

На основе проведения анализа рынка разработать мобильное приложение, решающее проблему выбора конкретного заведения барного типа для проведения досуга.

Задачи

- определить тематику стартап-проекта и обосновать ее актуальность;
- установить методологию и технологию разработки стартап-проекта;
- предоставить общую характеристику стартап-проекта «выБар»;
- определить и подробно описать бизнес-модель стартап-проекта;
- спроектировать прототип мобильного приложения «выБар»;
- разработать стратегию рекламной кампании стартап-проекта;
- сформулировать PR-стратегию стартап-проекта «выБар».

Глава 1. Методология разработки стартап-проекта «выБар»

- Анализ рынка мобильных приложений-агрегаторов;
- Выявление недостатков существующих агрегаторов;
- Выбор методологии разработки ПО: прототипирование;
- Описание этапов технологии создания готового продукта: Архитектура, Frontend, Backend, Database.

Глава 2. Разработка стартап-проекта «выБар»

- **Создание прототипа** мобильного приложения;
- Подробное **описание функционала** мобильного приложения;
- **Описание сегментов ЦА.** B2B - заведения, артисты, рекламодатели.
B2C - молодые люди, регулярно посещающие бары;
- Подробное **описание бизнес-модели:** клиенты, ценность, каналы сбыта, доходы, издержки, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, анализ рисков, финансовый и производственный планы;
- **Проведение маркетингового анализа:** маркетинговое исследование, SWOT-анализ.

Стартап-проект ВЫБАР

 Мобильное приложение-агрегатор для поиска заведений барного типа

Цель по SMART: достижение трех тысяч скачиваний мобильного приложения пользователями в магазинах приложений в течение года после запуска проекта.



Дерево целей

Достичь трех тысяч скачиваний мобильного приложения пользователями в магазинах приложений в течение двух лет после запуска проекта

Проинформировать ЦА о запуске
стартап-проекта “выБар”



Разработка рекламной кампании
в сети Интернет



Публикация рекламных постов
на страницах блогеров

Запуск таргетированной рекламы
(ВК, Яндекс)

Контент-план ведения
социальных сетей

Подогреть интерес и сформировать
лояльность к сервису “выБар”



Создание рекламных материалов
для наружной рекламы

Обеспечить стабильную работу
мобильного приложения

Предложить выгодные условия для
размещения заведений

Гипотеза

жители крупных городов России в возрасте от 18 до 30 лет, регулярно посещающие бары, зачастую сталкиваются с проблемой выбора подходящего для проведения досуга заведения.

Результаты количественного исследования

208

респондентов

78.8%

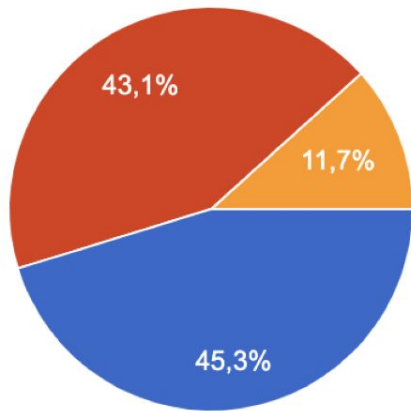
посещают бары

83.5%

испытывают
трудности при
поиске заведения

81%

не готовы тратить
много времени на
поиск заведения



● испытывают трудности при выборе **перед каждым походом** в бар

● **иногда** не могут определиться с местом

● **крайне редко** испытывают трудности при выборе подходящего места

SWOT-анализ

Сильные стороны

- “выБар” - единственный в данной нише агрегатор с подробными параметрами для поиска заведений;
- малое количество сервисов для поиска заведений, имеющих узкую направленность на барную индустрию

Возможности

- внедрение ИИ в работу мобильного приложения;
- создание более сложной версии ПО под каждую платформу (IOS, Android);
- углубление в барную индустрию (создание обучающего контента)

Слабые стороны

- разработка ПО с помощью React Native может привести к нестабильной работе приложения при высокой нагрузке на сервер;
- ограниченность финансовых ресурсов не позволяет использовать более надежные дорогостоящие вспомогательные сервисы, на этапах разработки (backend и database части)

Угрозы

- приостановка работы заведений барного типа в связи с обстановкой в стране (пандемии, военные конфликты);
- отключение России от глобальной сети Интернет

Стратегия рекламы



Таргетированная реклама
в ВКонтакте



Контекстная реклама
Яндекс Директ



Взаимодействие с ЛОМами



Закупка рекламы в Telegram:
Дима Коваль (55 тыс. подписчиков)
Бек Нарзи (5,5 тыс. подписчиков)



Закупка рекламы в YouTube:
Лиза Рудкевич
(207 тыс. подписчиков)



Стратегия PR-продвижения

Launch-мероприятие

Презентация сервиса “выБар” в формате закрытой вечеринки в баре-партнере с участием экспертов барной индустрии и инфлюенсеров.

Продвижение в социальных сетях

Активное ведение социальных сетей: ВКонтакте, TikTok. Преимущественно вовлекающий и развлекательный контент в юмористической подаче.

Программа коллабораций

Запуск фирменных коктейлей от сервиса “выБар” в барах-партнерах, а также розыгрыши призов совместно с другими компаниями.

Прототип мобильного приложения



Благодарю за внимание!