



Разработка цифровой
платформы-агрегатора в
сфере художественной
гимнастики
«Мама Гимнастки»

«Всё для юной гимнастки — в одном месте»

ПРОБЛЕМА

Родители юных гимнасток тратят десятки часов на поиск проверенных ателье, подходящих предметов, психологов и актуальной информации о соревнованиях. Информация разрознена, нет единого надёжного источника.

АКТУАЛЬНОСТЬ

Рынок художественной гимнастики в России активно растёт (более 300 000 детей занимаются в секциях). При этом цифровая среда для родителей практически отсутствует.

Существующие решения (разрозненные блоги, чаты в соцсетях, сайты ателье) не дают комплексного и проверенного ответа.

- ❖ **40%** детей прекращают занятия в первые 2 года. Ключевая причина — организационная и психологическая перегруженность родителей ([Sports.ru](https://sports.ru), 2024).
- ❖ **70%** родителей тратят от 5 до 10 часов в неделю на поиск и проверку услуг: ателье, магазины, специалисты. (опрос ЦА)
- ❖ **82%** опрошенных мам гимнасток сказали, что готовы пользоваться специализированной платформой-агрегатором



РЕШЕНИЕ

Уникальность: Первый агрегатор, который решает не только вопрос «где купить», но и «как подготовить морально и физически», экономя главный ресурс мамы — **время**.

Что мы предлагаем:

Единую онлайн-платформу, которая собирает всё необходимое для мам гимнасток в одном месте.

Как решаем проблему:

- ❖ **Агрегация:** Собираем и верифицируем всех поставщиков услуг (ателье, психологи, мастера).
- ❖ **Экспертиза:** Создаем базу знаний (видеоуроки, статьи, гайды).
- ❖ **Удобство:** Внедряем онлайн-запись, календарь соревнований и личные кабинеты.
- ❖ **Поддержка:** Формируем закрытое сообщество мам и доступ к психологам.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И ЕМКОСТЬ РЫНОК

- ❁ «Мамы-новички» – их потребность в гайды «с чего начать», доверие к поставщикам, экономия времени.
- ❁ «Мамы-профессионалы» – эксклюзивный контент, доступ к топ-специалистам, психологическая поддержка

Показатель	Объем
РАМ (весь рынок)	50 млрд
TAM (онлайн-сегмент)	10 млрд
SAM (платежеспособная аудитория)	5 млрд
SOM (доля на старте)	18 млн



CUSTOMER DEVELOPMENT

Ключевые выводы из опроса:

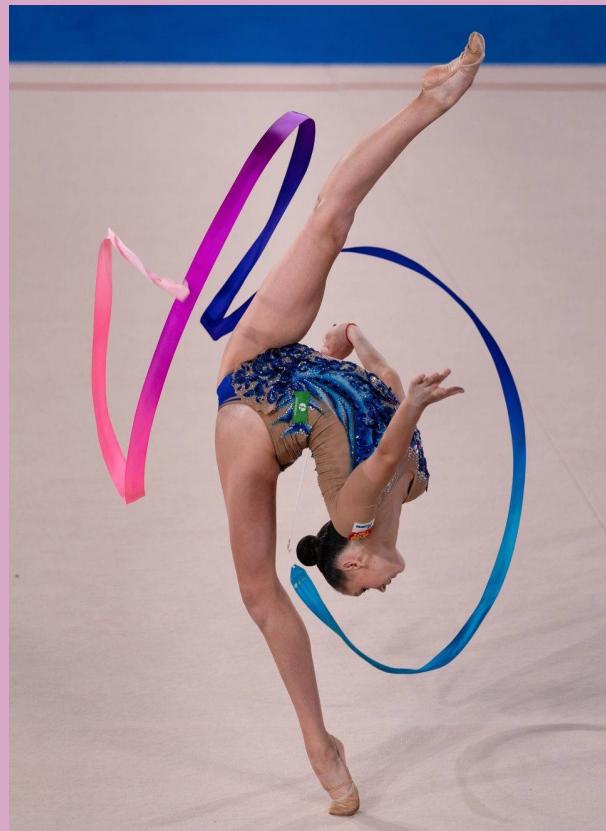
- ❖ Регулярно ищут информацию о гимнастике 60,6%
- Наиболее востребованы: обзоры купальников, психологическая подготовка 53,8%
- ❖ Считают отзывы критически важными 70,2%
- ❖ Готовы рассмотреть freemium-модель 36,2%

Требования к платформе (на основе опроса):

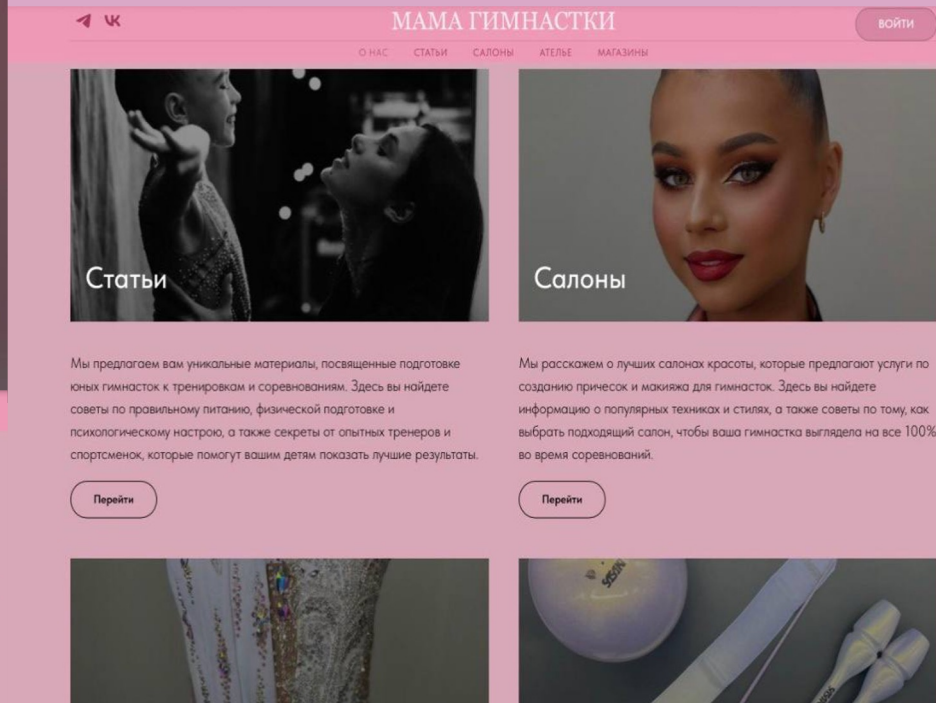
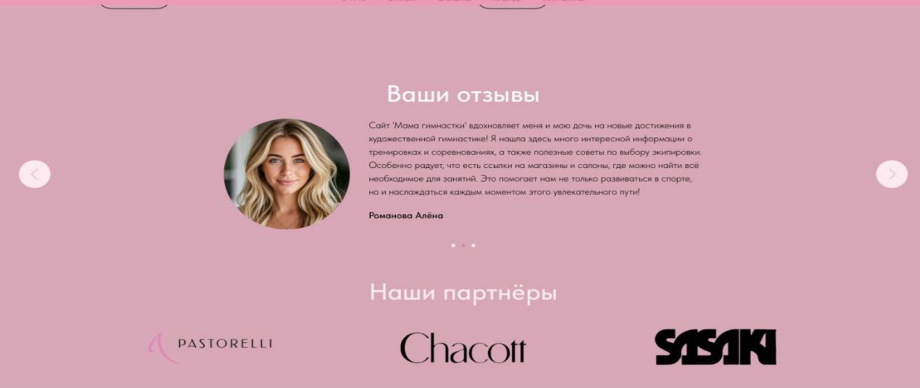
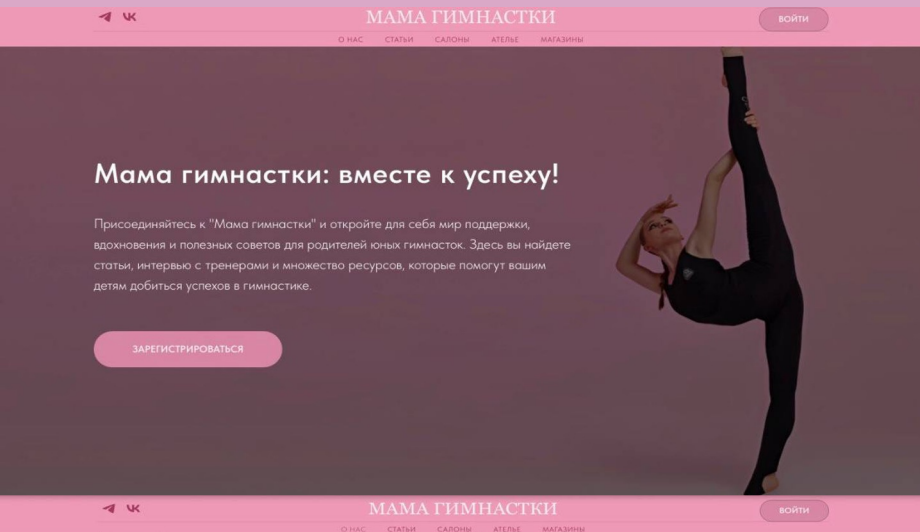
1. Система верифицированных отзывов и рейтингов
2. Видеоуроки по прическам и макияжу (63,8%)
3. Календарь соревнований с напоминаниями (48,6%)
4. Модель freemium с базовым бесплатным функционалом

*Опрос прошли более 100 респондентов

Гипотеза №1 (приоритетная) подтверждена: Если не менее 70% мам гимнасток тратят более 5 часов в неделю на поиск и организацию всего необходимого, то они будут заинтересованы в платформе.



MVP



JOBS TO BE DONE

Цель

Быстро, удобно и качественно подготовить ребенка к тренировкам и соревнованиям, получив все необходимое.

Идеальный результат

Процесс, который занимает минимум времени и нервов, где все решения принимаются на основе проверенных рекомендаций и экспертных советов.

Что движет спросом

Высокая загруженность родителей, отсутствие времени на «ручной» поиск, сильное желание дать ребенку все лучшее и избежать ошибок, а также потребность в поддержке и обмене опытом с такими же родителями.

Ключевой конфликт

Мамы хотят удобства и всего в одном месте, но при этом не доверяют новым непроверенным площадкам и боятся столкнуться с низким качеством услуг.

Инсайт для решения

Им нужен не просто «агрегатор», а доверенное сообщество с жесткой системой рейтингов и отзывов, которое берет на себя функцию проверки и гарантии качества, становясь их надежным помощником.

Главные боли и барьеры

Страх получить некачественную услугу, нежелание разбираться в сложных интерфейсах, скептицизм к платным онлайн-сервисам и укоренившаяся привычка искать все самостоятельно в соцсетях и по рекомендациям в чатах.

КОНКУРЕНТЫ

Конкурент	Сильные стороны	Слабые стороны	Наше преимущество
Группы в соцсетях (VK, Telegram)	Бесплатно, большая аудитория	Низкое доверие, нет структуры, спам	Модерация + проверка партнёров + экспертные статьи
Сайты ателье/мастеров, магазинов	Профессионально, портфолио	Только одна услуга, нет отзывов	Агрегатор + отзывы + сравнение
Каналы о гимнастике	Много видео	Нет системы, нет персонализации	Структурированные уроки + чек-листы
Маркетплейсы (Ozon, WB)	Широкий ассортимент, логистика	Нет специализации, сложно искать	Узкая ниша + экспертность

Наше конкурентное преимущество:

- ❖ Уникальная модель «**всё в одном месте**» (товары + услуги + знания + сообщество)
- ❖ Упор на мам как на главного пользователя и экономия их времени (ключевая боль)
- ❖ Верифицированные партнеры и экспертный контент (решает проблему доверия у 70% опрошенных)

БИЗНЕС МОДЕЛЬ

Ключевые партнеры	Ключевые активности	Ценностные предложения	Отношения с клиентами	Каналы поставки
1. Спортивные школы(клубы) 2. Ателье 3. Визажисты 4. Психологи 5. Магазины спорттоваров 6. Блогеры	1. Развитие и модерация платформы 2. Привлечение и проверка новых партнеров 3. Создание контента 4. Маркетинг Ключевые ресурсы 1. Сама платформа 2. База проверенных партнеров 3. Активное сообщество 4. Качественный экспертный контент		1. Персональная поддержка 2. Создание закрытого сообщества 3. Проведение вебинаров с экспертами 4. Внедрение системы рейтингов и отзывов Сегменты потребителей 1. Мамы юных гимнасток 2. Партнеры: мастера, визажисты, психологи, магазины	
Структура издержек 1. Затраты на разработку и поддержку платформы 2. Фонд оплаты труда 3. Маркетинг 4. Комиссия платежных систем		Источники доходов 1. Комиссия с каждой сделки, заключенной через платформу 2. Платная премиум-подписка с эксклюзивной выгодой 3. Размещение рекламы от партнеров		

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ

Показатель	1-й год	2-й год
Выручка	18 млн руб.	25 млн руб.
Чистая прибыль	3,1 млн руб.	8,5 млн руб.
Рентабельность	17%	34%
Окупаемость	11 мес.	-

- Первоначальные инвестиции: кредит 3 млн и вклад инвестора 500 тыс
- NPV положительный, IRR 45% - проект эффективен

В финансовой модели учтены только прямые продажи (курсы, консультации, мерч). Комиссия с партнёров и премиум-подписка не включены в расчёты и будут дополнительным источником дохода после выхода платформы на операционную мощность, что создаёт потенциал для роста выручки на 30-50%.



РИСКИ И ИХ НИВЕЛИРОВАНИЕ

Тип риска	Наименование риска	Вероятность	Влияние	Способ снижения
Рыночный	Низкий трафик и регистрации пользователей	Высокая (4)	Высокое (4)	Партнерство со школами гимнастики, коллаборации с блогерами-мамами, SEO-продвижение
Рыночный	Отток партнеров (ателье, мастеров) в «серую» схему	Высокая (4)	Высокое (4)	Заключение юридических договоров (SLA), UTM-метки, программа лояльности для партнеров
Финансовый	Снижение платежеспособности целевой аудитории	Средняя (3)	Высокое (4)	Freemium-модель, премиум-подписка от 200 руб./мес., антикризисные тарифы, рассрочка
Юридический	Утечка персональных данных (особенно детей)	Низкая (2)	Критическое (5)	Соответствие 152-ФЗ, сквозное шифрование, регулярный аудит безопасности
Операционный	Уход ключевого сотрудника (разработчик, контент-мейкер)	Низкая (2)	Среднее (3)	Документирование процессов, кросс-функциональное обучение, база проверенных фрилансеров