



Наименование **бизнес-проекта**

АРТ-МЕДИА проект - коллективный блог культурной и социальной тематики.

Описание бизнес идеи, **бизнес-проекта**

АРТ-МЕДИА ПРОЕКТ – качественный коллективный *блог* культурной и социальной тематики, предоставляющий пользователям уникальный **КОНТЕНТ**

– от авторских текстов и репортажных фотосессий до видео и подкастов. Предлагаемый

медиа проект

- средство массовой коммуникации формата web 2.0, которое предоставляет площадку для ведения конструктивного диалога по наиболее актуальным темам современной российской культуры.

Диалог, возникающий в рамках **медиа проекта**, модерировается администрацией ресурса, что дает возможность направлять его в нужное русло, поддерживая принципы конструктивного обсуждения.

Сайт **медиа проекта** представляет собой социальную структуру, основанную на коллективном творчестве, где пользователям предоставляется широкий функционал для самовыражения и поддержки связей друг с другом (социальная сеть), равно как и для получения актуальной информации культурно-социальной тематики и ее обсуждения.

Каждый пользовательский материал, публикуемый на сайте **АРТ-МЕДИА ПРОЕКТА** – это продукт работы не только его автора, но и всего редакционного состава. Оставляя во главе угла принципы свободного наполнения, тексты, публикуемые на главных страницах сайта, проходят качественный отбор, корректуру, литературную редактуру, проверку фактов, верстку, подбор мультимедийного ряда, что позволяет предоставлять читательской аудитории

КОНТЕНТ

высокого качества и более глубокую и детальную информацию в рамках тематики.

АРТ-МЕДИА проект ориентирован на отражение ключевых культурных трендов по всей географической цепочке: мир – Россия – регион – область.

АРТ-МЕ

ДИА проект

- это объективный и независимый взгляд на проблемы российского кинематографа, на состояние современного арт-рынка, на процессы, происходящие в отечественной литературе.

Цель бизнес-проекта

Миссия проекта: создание качественного полижанрового СМИ, освещающего культурную, околокультурную и социальную тематику, делая при этом акцент на освещение не столько локальных, точечных событий, сколько на выявление и описание культурно-социальных трендов, которое также привлекает широкие массы пользователей Интернета к культурной и социальной проблематике современности, предоставляя все возможности для выражения собственного мнения и ведения тематических дискуссий.

Цель проекта: заполнить пустующую нишу в информационном пространстве как локального, так и федерального масштаба, связанную с отсутствием на рынке СМИ качественных масс-медийных проектов культурно-социальной направленности, освещающих немейнстримные процессы, аспекты культурной и социальной сфер.

В задачи **медиа проекта** входит предоставление аудитории возможности удовлетворить информационный пробел в непопулярных темах, связанных с андерграундными, субкультурными аспектами культурно-социальной сферы в востребованных, но не развитых на рынке текстовых и медийных жанрах.

Краткое описание рынка и возможностей

Сегодня в сегменте культура и искусство в Рунете существует два серьезных игрока: openspace.ru (web 1.0) и lookatme.ru (web 2.0), которые оставляют незанятой нишу полного удовлетворения широкой аудитории (1,2 млн. человек в сутки) в самореализации с одной стороны, и качественным свободным **КОНТЕНТОМ** с другой.

Описание проблемы

Нет *интернет-ресурса*, который бы обеспечивал удовлетворение аудитории в комбинации качественного **КОНТЕНТА**, самореализации и социализации.

Краткое описание решения

Техническая и идейная концепция [Web 3.0](#) ресурса, который удовлетворит потребности аудитории.

Преимущества проекта и рыночные возможности

Гибкость технологий и идейная гибкость дают неограниченные возможности для развития сообщества, качество **контента** гарантирует качество аудитории и ее стремление к социализации и повышения самооценки через авторство.

Краткий обзор технологии

Web 3.0 (определение Джейсона Калаканиса) - высококачественный **контент** и *интернет-сервисы*, которые создаются талантливыми профессионалами на технологической платформе Web 2.0.

Возможные аналоги, конкуренты, конкурентные технологии или существующие решения, направленные на ту же задачу

Тематические конкуренты: openspace.ru и lookatme.ru

Аналоги: Habra.ru, BigThink

Бизнес-модель

B2B

Предварительный прогноз продаж – кратко

Первые продажи через 4 месяца, выход на самоокупаемость на 8-ой месяц, 12-ый месяц – доход 2,3 млн. рублей.

Стратегия развития

- создание и отстройка постоянного потока качественной информации
- привлечение качественной читательской и авторской аудитории
- развитие коммерческих служб B2B
- развитие и поддержка сообщества
- постоянная аналитика и соответствующее развитие технологий
- развитие дополнительных *интернет-сервисов*

Риски проекта

Описание рисков

Основные риски **медиа проекта** относятся к нескольким сторонам:

- слабое внимание со стороны аудитории («тяжелая» аудитория с трудом воспринимающая «новое») – решается вложениями в рекламную кампанию
- слабая активность аудитории на сайте (те же причины) – решается поддержкой пользовательского диалога со стороны представителей администрации ресурса
- низкое входящее качество **контента** – решается с помощью деятельности редакции
- слабая активность рекламодателей – решается работой по программе лояльности, высоким уровнем обслуживания, высоким качеством аудитории

SWOT - анализ

Сильные стороны

Слабые стороны

- эксклюзивный пользовательский	КОНТЕНТ	ВЫСОКОГО
- доступная форма подачи материалов		
- наличие уникальных тематических рубрик и жанров		
- легкий для восприятия информации дизайн и высокий уровень юзабилити		
- широкая потенциальная аудитория в силу незаполненности данной информационной ниши		
- конкурентоспособное коммерческое предложение		
- расширенная социальная структура, что даёт возможность превратить		в интерактив
- платежеспособная целевая аудитория, что является преимуществом для рекламодателей		

- высокая стоимость производства	КОНТЕНТА
- «тяжелая» аудитория	
- узкий сегмент рынка	
- доход только от B2B	
- невозможность продажи большинства коммерческих услуг на ранних этапах	
- сильные конкуренты	

Возможности

Угрозы

- занять лидирующие позиции в тематике	
- получить широкую аудиторию и ее постоянный пассивный рост	
- привлечь широкий круг рекламодателей	
- получить значительный «капитал бренда»	
- привлечь гранты	
- расширять схему монетизации	
- низкая авторская активность	
- большой объем рекламы и представительств компаний может вызывать отторжение	
- незаинтересованность рекламодателей в тематике на постоянной основе	
- реакция и контр-действия конкурентов	

Финансовые показатели проекта

Объем и структура требуемых инвестиций

3 200 000 рублей.

Финансовый план проекта - Отчет о прибылях и убытках

Наименование показателя

1 год

2 год

Доходы и расходы по обычным видам деятельности
--

Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных платежей)
--

11 710 000

59 489 120

Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг

316 000

500 000

Валовая прибыль

11 394 000

58 989 120

Коммерческие расходы

1 405 200

7 138 695

Управленческие расходы

6 635 541

11 597 490

Прибыль (убыток) от продаж

3 353 259

40 252 935

Прочие доходы и расходы

Проценты к получению

-

-

Проценты к уплате

-

-

Доходы от участия в других организациях

-

-

Прочие операционные доходы

-

-

Прочие операционные расходы

2 323 500

1 630 000

Внереализационные доходы

-

-

Внереализационные расходы

590 000

620 000

Прибыль (убыток) до налогообложения

439 759

38 002 935

Отложенные налоговые активы

-

Отложенные налоговые обязательства

-

Текущий налог на прибыль

78 951

7 600 487

Чистая прибыль (убыток) отчетного периода

360 808

30 402 448

График использования инвестиций - Отчет о движении денежных средств

Наименование показателя

1 год

2 год

Движение денежных средств по текущей деятельности

Поступило денежных средств

11 710 000

59 489 120

Направлено денежных средств

11 315 241

29 086 672

Результат движения денежных средств от текущей деятельности

394 759

30 402 448

Движение денежных средств по инвестиционной деятельности

Поступило денежных средств

3 186 000

-

Направлено денежных средств

3 186 000

-

Результат движения денежных средств от инвестиционной деятельности

-

-

Движение денежных средств по финансовой деятельности

Поступило денежных средств

-

-

Направлено денежных средств

-

-

Результат движения денежных средств от финансовой деятельности

-

-

Результат движения денежных средств за отчетный период

394 759

30 402 448

Остаток денежных средств на начало отчетного периода

394 759

Остаток денежных средств на конец отчетного периода

394 759

30 797 207

Показатели проекта

Наименование показателя

Значение

IRR проекта (внутренняя норма доходности), %

210

NPV (чистая приведенная стоимость), млн. руб. за 2 года

10 200 000

DR (ставка дисконтирования)

0,5

Краткое обоснование ставки дисконтирования (DR)

Риски **медиа проекта**: в зависимости от угроз 25% (r), инфляция за 2010 год – 8,2% (i), средняя банковская ставка по вкладам 11% (s).

По формуле $DR = (1+r) \times (1+i) \times (1+s) = 0,5$

Предложение инвестору

Цели инвестиций

Полученные средства планируется направить на развитие **АРТ-МЕДИА ПРОЕКТА** по трем направлениям:

1. Редакция:

- создание собственного высококачественного **контента**
- расширение тематик *сайта*
- привлечение сторонних авторов на материальной и нематериальной основе
- обработка материалов сторонних авторов
- взаимодействие с активными авторами и сетевыми селебрити
- поиск и публикация качественного и актуального аудио-, видео-, **медиа-контента** сторонних авторов и привлечение их на сайт

- проведение мероприятий по поддержке пользовательской активности на *сайте проекта*
- проведение анализа пользовательской деятельности на *сайте проекта* и составление предложений по улучшениям, новым формам и видам информации

- своевременная и качественная техническая поддержка пользователей
- производство **контента** для маркетинговых и рекламных целей
- создание предложений по введению платных сервисов, расширению тематик, привлечению рекламодателей, способам продвижения

2. Маркетинг:

- разработка стратегии продвижения *сайта проекта* в Рунете:

- привлечение известных публицистов, журналистов и *блогеров*, а также селебрити на *сайт проекта* в качестве авторов **контента**

- привлечение на сайт представителей основных информационных ресурсов
- привлечение на сайт партнеров, PR-агентств и других участников рынка
- распространение **контента** в информационных ресурсах
- продвижение в социальных сетях и продвижение в блогосфере
- продвижение среди прочих ресурсов с высокой концентрацией целевой аудитории
 - разработка партнерских программ для пользователей и компаний
 - анализ и разработка форм и видов **контента** для рекламных и партнерских целей
 - создание предложений по введению платных сервисов, расширению тематик, привлечению рекламодателей, способам продвижения
 - управление рекламной кампанией в контекстных системах
 - управление действиями сторонних подрядчиков по поисковой оптимизации
 - создание предложений по улучшению *интернет-сервиса* для повышения эффективности продвижения
- проведение мероприятий по поддержке пользовательской активности на *сайте проекта* (конкурсы, поощрения и прочее)

3. Монетизация:

- разработка и внедрение рекламной политики
- разработка рекламных акций
- привлечение рекламодателей на сайт
- разработка схем эффективных продаж рекламы
- поддержка рекламодателей, привлечение на повторные заказы
- поддержка интереса рекламодателей к культурно-социальной тематике (исследования, аналитика)

Структура владения до инвестиций

Директор - 50%, главный редактор - 50%.

Структура владения после инвестиций

Инвестор - 30%, директор - 35%, главный редактор - 35%.

Основные условия Сделки (акции/доли/долг)

Доли в уставном капитале.

Инвестиционные транши

Первый транш должен покрывать затраты на поисковую оптимизацию и первые 3 месяца работы, и составлять 2 600 000 рублей.

Выход из проекта

Стратегия выхода Инвесторов

Выкуп доли инвестора совладельцами предприятия

Планируемый срок выхода

2 года

Предполагаемая цена выхода

16 500 000 рублей.

Мультипликатор при выходе (x)

6

Описание команды проекта

Краткая информация об опыте и компетенции ключевых участников **бизнес-проекта**

София - главный редактор, совладелец.

Пять лет работала редактором отдела культуры в издании «Эксперт-Сибирь» (ИД «Эксперт»), неоднократно публиковалась в других изданиях холдинга и на сайте «Эксперт Онлайн». Ее материалы культурной тематики были сотни раз процитированы различными сетевыми изданиями. За время работы София писала о культурных тенденциях, отслеживала и выявляла основные культурные тренды, принимала активное участие в культурной жизни. София проводила интервью с самыми известными людьми в культурно-социальном поле России и Европы, такими как поэт и литератор Лев Рубенштейн, режиссер Жанна Берту, писатель Виктор Ерофеев, английский социолог Энтони Гидденс, глава Болонского процесса в Европе Жан-Пьер Рус, главный дирижер Большого театра Александр Ведерников и пр.

Евгений - директор проекта, совладелец

Опыт руководства IT и медиа-проектами пять лет. Руководитель и стартап-менеджер конструктора социальных сетей Tabu.ru. Директор и соучредитель ООО «Информационные ресурсы» - разработка решений для управления предприятиями, разработка интранет-систем, корпоративных сайтов. Директор интернет-магазина gotti.ru. Управляющий проектом eztun.com.

Программы мотивации ключевых участников и сотрудников **бизнес-проекта**

Квартальные премии по результатам работы всем сотрудникам кроме собственников и рекламного отдела. Рекламный отдел - процент с продаж.

Список Приложений

- Бизнес-план
- Финансовый план
- Таблица конкурентов

ТЭП **бизнес-проекта АРТ-МЕДИА ПРОЕКТ** - коллективный блог культурной и социальной тематики см. в разделе ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ по [ссылке](#)