|  |
| --- |
| **БРИФ ПО ПРОЕКТУ** |

Просим поделиться информацией о Вашем туристическом продукте (Проекте). При этом если у Вас нет ответа на какие-либо вопросы, просим это также указать. Отсутствие информации или точного понимания по каким-либо вопросам помогут нам определить зону особого внимания и помочь Вам найти ответы или наметить пути решения задач. При выборе участников Креатона организаторы оставляют за собой право отдавать предпочтение участникам, заполнившим более 70% брифа. Ваш ответственный подход к заполнению брифа продемонстрирует команде организаторов уровень серьезности Ваших намерений внести вклад в развитие собственного Проекта и туристической отрасли региона.

Просим направить заполненный в электронном виде бриф на следующие адреса:

[info@homutova.ru](mailto:info@homutova.ru)

[turizmkreaton75@mail.ru](mailto:turizmkreaton75@mail.ru)

В теме письма просим указать: КРЕАТОН ЧИТА 2023

|  |
| --- |
| **ДАННЫЕ УЧАСТНИКА** |

|  |  |
| --- | --- |
| ФИО |  |
| Должность |  |
| Название проекта |  |
| Населенный пункт, в котором Вы планируете развивать проект |  |
| К какой категории Вы себя можете отнести Просьба оставить, либо выделить наиболее подходящий вариант Вашего статуса |  Субъект МСП   Физическое лицо, планирующее осуществлять предпринимательскую деятельность   Самозанятый |
| Ваш контактный номер |  |
| Ваш электронный адрес |  |
| Сайт Вашего проекта, если имеется |  |

|  |
| --- |
| **ДАННЫЕ ПО ПРОЕКТУ** |

## **Опишите ваш проект в целом**

## Опишите в одном абзаце всю суть вашего продукта, его роль на туристическом рынке и полезность для региона.

## **Опишите ваш ключевой туристический продукт**

## Опишите, как клиент получает услугу или пользуется продуктом, какие особенности у вашего туристического продукта.

**Как возникла эта идея?**

**Увлечены ли вы по-настоящему своей идеей?**

Оцените уровень своей вовлеченности в идею от 0 до 100%, при которых 0% говорит о том, что вы не знаете, какую идею взять за основу проекта, а 100% - это ваша давняя мечта, вы точно уверены, что при первой же возможности реализуете свой проект.

## **Зачем этот бизнес нужен лично вам?**

Начинающие предприниматели часто думают, что собственный бизнес позволит им обрести свободу, финансовое благополучие, свободное время, популярность или даст возможность что-то доказать миру. Всё это совершенно разные цели. Нужно понимать свою истинную мотивацию.

**Каковы ваши амбиции в перспективе 5 лет? Чего бы вы хотели достигнуть?**

## Опишите именно ваши амбиции, как вы их понимаете. Цели у всех предпринимателей разные и не всегда они изначально измеряются конкретными финансовыми показателями на начальном этапе разработки проекта. Амбиции могут заключаться в решении глобальной проблемы, улучшения инфраструктуры, создание полезного ресурса или просто реализации мечты.

**Почему сейчас самое время для вашего туристического проекта?**

## **Какие преимущества имеет ваша идея?**

Чем больше у вас преимуществ, тем больше шансов на успех.

## **Каковы особенности вашего туристического продукта?**

Попробуйте перечислить 4-5 основных функций, которые предлагает ваш продукт или услуга. Если вам сложно найти эти функции, поставьте себя на место потребителя.

**В чем ваша инновационность?**

## **Существует ли уже подобный туристический продукт?**

У многих есть «оригинальная идея». Они вкладывают в нее время, деньги, а потом узнают, что подобные решения уже существуют на рынке. Поэтому сразу ответьте себе на вопрос: есть ли на рынке что-то подобное вашей идее. Если есть, то чем вы будете отличаться от других компаний?

## **Какую проблему региона и туристов решает ваша идея?**

Вы должны уметь четко и коротко описать проблему, которую решает ваш туристический продукт. Желательно, чтобы мысль была настолько емкой и простой, чтобы она могла быть даже вашим слоганом. На рынке есть много хороших продуктов и услуг. Если ваше решение не может решить проблемы, возникающие у туристов, то они не станут вам за него платить.

**Какой пробел вы заполните на туристическом рынке сегодня?**

## **Кто является вашей целевой аудиторией? Кто ваш турист?**

Самая важная задача – определить своего потенциального клиента. Вам нужно иметь четкое представление о нем: его возраст, демографическое положение, сфера деятельности, интересы, привычки, что ему нравится, что не нравится, его проблемы и многое другое. Опишите его как можно подробнее.

**Опишите сценарии использования вашего туристического продукта.**

**К какому результату стремится турист, пользуясь вашей услугой?**

**По каким причинам ваш туристический продукт может не понравиться клиенту?**

Какие факторы или свойства могут помешать вашему продукту стать востребованным.

## **Каковы размеры рынка, на который нацелен ваш туристический продукт?**

Сделайте оценку того, какое количество людей будет действительно нуждаться в вашем предложении и какую цену они готовы заплатить. Это нужно, чтобы вы понимали, возможна ли реализация вашей идеи с финансовой точки зрения. Исследуйте официальную статистику, интервью с экспертами, форумы, социальные сети, чтобы дать себе ответ на вопрос: как много людей сталкиваются с проблемой, которую вы готовы решить. Также вам помогут данные о продажах ваших конкурентов, чтобы увидеть сформированное ценообразование на подобный туристический продукт.

**Есть ли у вашего туристического продукта региональная особенность?**

## **Вы контактировали со своими потенциальными туристами?**

Эффективный способ выяснить, в правильном ли направлении вы двигаетесь, – получить обратную связь от своих потенциальных туристов.

## **У вас есть конкурентное преимущество?**

Есть ли у вашего туристического продукта функция, которую другие не смогут легко и просто скопировать? Это даст вам конкурентное преимущество и хорошие шансы на успешную реализацию идеи.

## **Вы провели SWOT-анализ идеи?**

Этот анализ помогает оценить сильные и слабые стороны, возможности вашей идеи и что ей может угрожать. Это позволит лучше понять имеющиеся риски и потенциал для успеха.

## **Пытался ли кто-то до вас решить эту проблему? По какой причине они потерпели неудачу?**

Проведите небольшое исследование рынка, которое поможет вам определить, кто пытался решить эту проблему до вас. Проанализируйте, что у них получилось. По мере выявления факторов, вы сможете модифицировать свою идеи.

## **Кто ваши конкуренты?**

Какое-то количество конкурентов на рынке будет, ведь спрос на вашу идею должен присутствовать. Однако если рынок слишком переполнен или один из конкурентов сильно опережает вас, а вы объективно не сможете конкурировать с ним, то лучше скорректировать свою идею. Даже если вы ворветесь на рынок, вам будет достаточно трудно конкурировать с более зрелыми предприятиями. Ваши клиенты выберут конкурентов по той причине, что у них больше возможностей, они более надежны или просто из-за того, что они популярнее и имеют больше отзывов.

**Кто ваш ключевой конкурент?**

**В чем преимущества ваших конкурентов?**

**В чем слабые стороны ваших конкурентов?**

## **Идеальный пример. На какой продукт, компанию вы бы хотели, чтобы был похож ваш туристический проект?**

## **У вас достаточно ресурсов для развития (запуска) туристического проекта?**

Вам потребуются инвестиции, время и другие ресурсы, чтобы начать проект. Вы знаете, как создавать собственный туристический продукт? Вы знаете людей, которые могут вам в этом помочь? Составьте список того, что вам необходимо для воплощения своей идеи.

**Какую поддержку проекта вы сможете получить?**

Какими ресурсами вы располагаете или сможете привлечь в будущем. От чего зависит эта возможность?

**Какими ресурсами вы уже располагаете?**

У вас есть предварительные договоренности с разработчиками, поставщиками, сбытовой сетью и пр.? Есть ли у вас понимание, кто составит вашу команду?

## **Как скоро вы выйдите на точку безубыточности?**

## **Можете ли вы привлечь клиентов и получить первую оплату еще до запуска?**

**Какие серьезные проблемы могут помешать реализации вашего туристического проекта?**

**Какими ресурсами вы располагаете сейчас для запуска проекта до этапа привлечения инвестиций?**

**Кто входит в вашу команду сейчас и может вам помочь в выполнении ваших планов?**

В команду могут входить единомышленники, те, кто смогут своими компетенциями, связями, временем и финансами помочь оформить проект, бизнес-план с анализом рынка, прототип продукта и т.д. для демонстрации потенциальным инвесторам.

**Есть ли у вас понимание о себестоимости туристического продукта?**

**Сколько вы будете зарабатывать. Оцените ключевые метрики, которые окажут влияние на прибыль проекта:**

**Стоимость первой покупки.**

**Частота повторных покупок.**

**Прибыль с потребителя за все время — сколько прибыли вы получаете с потребителя за всё время пользования вашим туристическим продуктом.**

**Как вы собираетесь начинать продажи? И как планируете их развивать?**

**Какие преимущества и улучшения получит регион при условии успешного развития вашего проекта?**