

Проект с фабрикой «Городецкая роспись»



Команда «Городчане»:

Галимбекова Алина

Кирнус Роберт

Макаренкова Мария

Старкова Руслана

Старкова Святослава

Руководитель проекта:

Осипова Ольга Сергеевна

Информация о компании

Фабрика
расположена
в г. Городец

Основной вид
деятельности
—
производство
изделий НХП.

С 2017 года
руководитель -
Латухин О. В.

7 сотрудников



Цель и задачи проекта

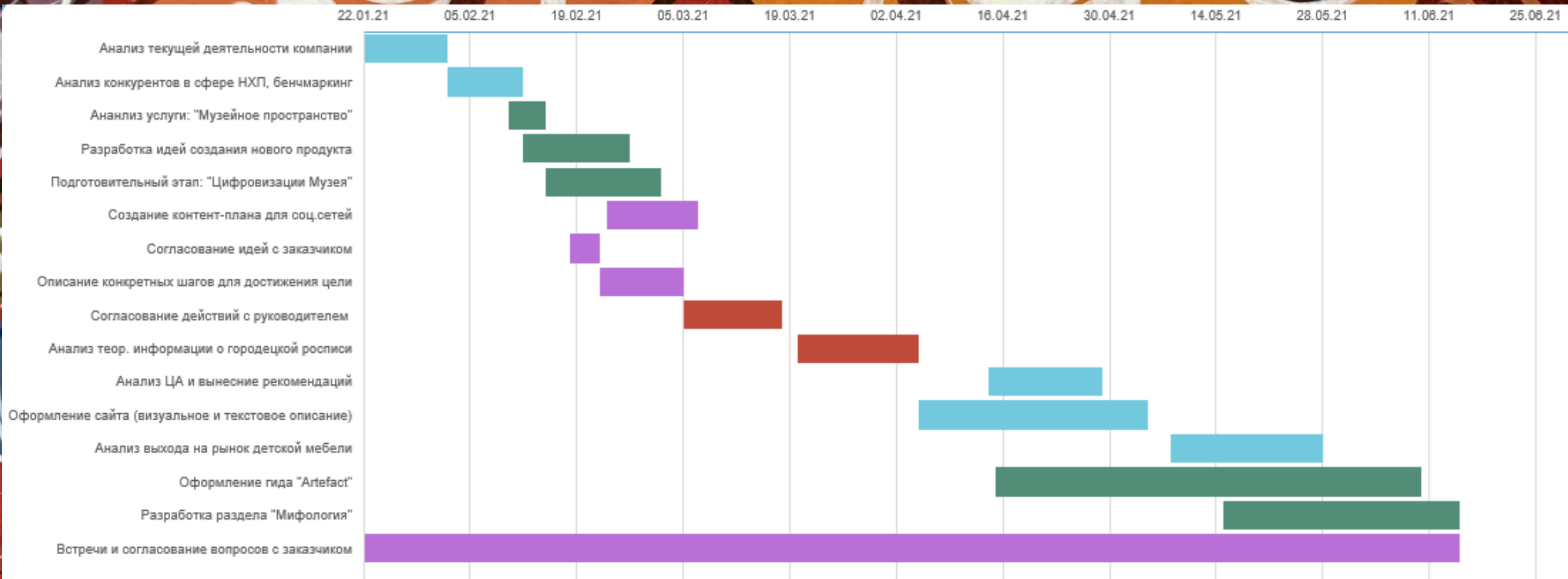
Цель: формирование предложений по развитию фабрики «Городецкая роспись».

Задачи:

1. Анализ текущей деятельности фабрики в канве бизнес-модели
2. Выявление ЦА и анализ ключевых целевых групп
3. Разработка стратегии выхода на рынок детской мебели
4. Посещение фабрики и сбор фото и аудио-материала
5. Анализ литературы на тему городецкой росписи
6. Развитие цифровизации музея
7. Разработка мифологии



План-график проекта



Результаты. Блок «Продукция»

Перечень из 12 видов продукции, по каждому из которых есть:

1. Название
2. Размеры
3. Описание
4. Фотографии с разных ракурсов

7. Шкатулка токарная.

Диаметр – 100

Высота – 100



Описание: Изящная шкатулка ручной работы, изготовленная из дерева и украшенная нежной цветочной росписью. Выполнена в 3х разных цветах, что позволит вам подобрать ту которая подойдет именно ваш интерьер. Такая шкатулка не только сохранит ваши украшения, но сама станет украшением вашего интерьера. Так же может использоваться как сосуд для хранения трав, чая, сахара и других сыпучих продуктов.

Рисунок и цветовая гамма могут отличаться от представленных на фото.

Данный товар исторически производился и поныне производится в г. Городец Нижегородской области.

Результаты. Блок «Цифровизация»

Создана страница музея фабрики на платформе «Артефакт»:

1. Занесено более 40 экспозиций (фотоматериалы + текстовое описание, атрибуты (ФИО автора, техника создания, размеры, дата создания) + 3 точки интереса.
2. Прописано текстовое описание музея и выставки.
3. Представлена викторина с 10 вопросами по всей выставке

ARTEFACT

Олег Владимирович
Латухин

Выставки

Экспонаты

Музеи

Викторины

Экскурсии

Пользователи

Руководства

Самопроверка

Помощь и советы

Предложить идею

Техническая поддержка
art@team.culture.ru

Музей фабрики Городецкой росписи

[Редактировать описание музея](#) > Черновик

Поиск



17.06.21 10:42

Музей фабрики Городецкой росписи

Нижегородская обл.

Записи с 1 до 50 из 1,562 записей

Показать 50 записей

Результаты. Блок «Цифровизация»



На разных сторонах табуретки изображена всё та же пара, но в разных сюжетах: в компании музыкантов, рядом с женщиной и ее сыном.

Сундучок-табурет

Время создания

2010-е годы

Техника

Дерево, роспись

Коллекция

Музей фабрики Городецкой росписи

Выставка

Путешествие по городецким чудесам

0

здания
оды

роспись

ия
абрики Городецкой росписи

а
ствие по городецким чудесам

← 2 / 10 →



и очень убоистый сундук, и удобный табурет, и яркое украшение интерьера.

Результаты. Блок «Аналитика»

КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ (8)

Заказчики:
Администрация Президента РФ, Совет Федераций РФ, Управления делами Губернаторов различных регионов, крупные государственные корпорации и банки (ОАО «РЖД», АО АКБ «Газбанк», АО АКБ «НОВИКОМБАНК»): продажа продукции крупным заказчикам.

КЛЮЧЕВЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (7)

Компания:

- Разработка, создание продукции в стиле «городецкой росписи»;
 - Музей – знакомство с искусством, продажа;
 - Проведение мастер-классов по росписи.
- Клиенты:*
- Сопровождение при покупке, заключение договора на оказание услуг или приобретение товара;
 - Создание уникальных предложений – уникальная разработка дизайна, эскиза в соответствии с пожеланиями клиента.

Поставщики:

Выстраивание долгосрочных взаимоотношений с ключевыми поставщиками и заключение договоров.

КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ (6)

Материальные ресурсы:

Помещение (завод по изготовлению продукции); Специальное оборудование
Материалы (краска, дерево, лак по дереву)
Наличие товара (иконы, игрушки, панно, кухонная утварь);

Человеческие ресурсы:

Рабочая сила (художники, дизайнеры, токари, столары).

Информационные ресурсы:

Наличие официального сайта.

ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (2)

1. «Продают культуру» Историческая ценность, национальное достояние;
2. Уникальность, изысканность – ручная работа, неповторимое изделие;

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ (4)

- Расширение клиентской базы
- Консультация клиентов (выбор продукции, модели (размер), орнамент), сопровождение сделок (приобретение товара).
- Экскурсии и мастер-классы, проводимые на фабрике.

КАНАЛЫ СБЫТА (3)

Информационный:

1. Официальный сайт позволяет взаимодействовать с заказчиками и потенциальными покупателями;
2. Участие в специализированных фестивалях, посвящённых городецким промыслам или народным искусствам;

Оценочный

Получение обратной связи по номеру телефона или по почте

Продажный

1. Официальный сайт для связи с оператором;
2. Офлайн магазин при фабрике по (г. Городец, ул. Коминтерна, 87)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СЕГМЕНТЫ (1)

Физические лица:

1. «Сегмент среднего уровня»:

• *Семьи с детьми*

Возраст: от 27 до 60 лет

География: жители и гости г. Городец
«Получаемая выгода»: интерактивная программа - знакомство с историей Городецкой росписи, её продукцией и производством

• *Гости города*

Возраст: от 20 до 65 лет

География: гости г. Городец (РФ + зарубежные туристы)

«Получаемая выгода»: интерактивная программа - знакомство с историей Городецкой росписи, её продукцией и производством; разнообразный выбор сувенирной продукции

2. «Премиум – сегмент»:

• *Гости города*

Возраст: от 20 до 65 лет

География: гости г. Городец (РФ + зарубежные туристы)

«Получаемая выгода»: интерактивная программа - знакомство с историей Городецкой росписи, её продукцией и производством; разнообразный выбор сувенирной продукции

• *Коллекционеры*

Возраст: от 35 до 65 лет

География: весь мир

«Получаемая выгода»: приобретение товара, который соответствует вышеперечисленным требованиям, обладает исторической ценностью

3. Магазины по продаже товаров НХП:

География: близлежащие города около г. Городец
«Получаемая выгода»: приобретение товара с фабрики, соответствующего требованиям и обладающего исторической ценностью для дальнейшего покупателя

СИ (9)

Коммунальные платежи, оплата заработной платы, обновление оборудования, закупка материалов для росписи, закупка оборудования, оплата домена сайта и его обслуживание.

ПОТОКИ ПОСТУПЛЕНИЯ ДОХОДОВ (5)

Разовые сделки: продажа продукции; корпоративные клиенты (изготовление тематической продукции предприятия); крупные заказы/ сотрудничество с предприятиями, выставками, правительством.

Результаты. Блок «Аналитика»

Проведен анализ целевой аудитории, результат — отчет, включающий:

1. Описание потребительского сегмента детских садов с указанием ключевых характеристик
2. Расчёт объема рынка государственных и частных детских садов
3. Перечень стандартов и ГОСТов по производству мебели для детских садов

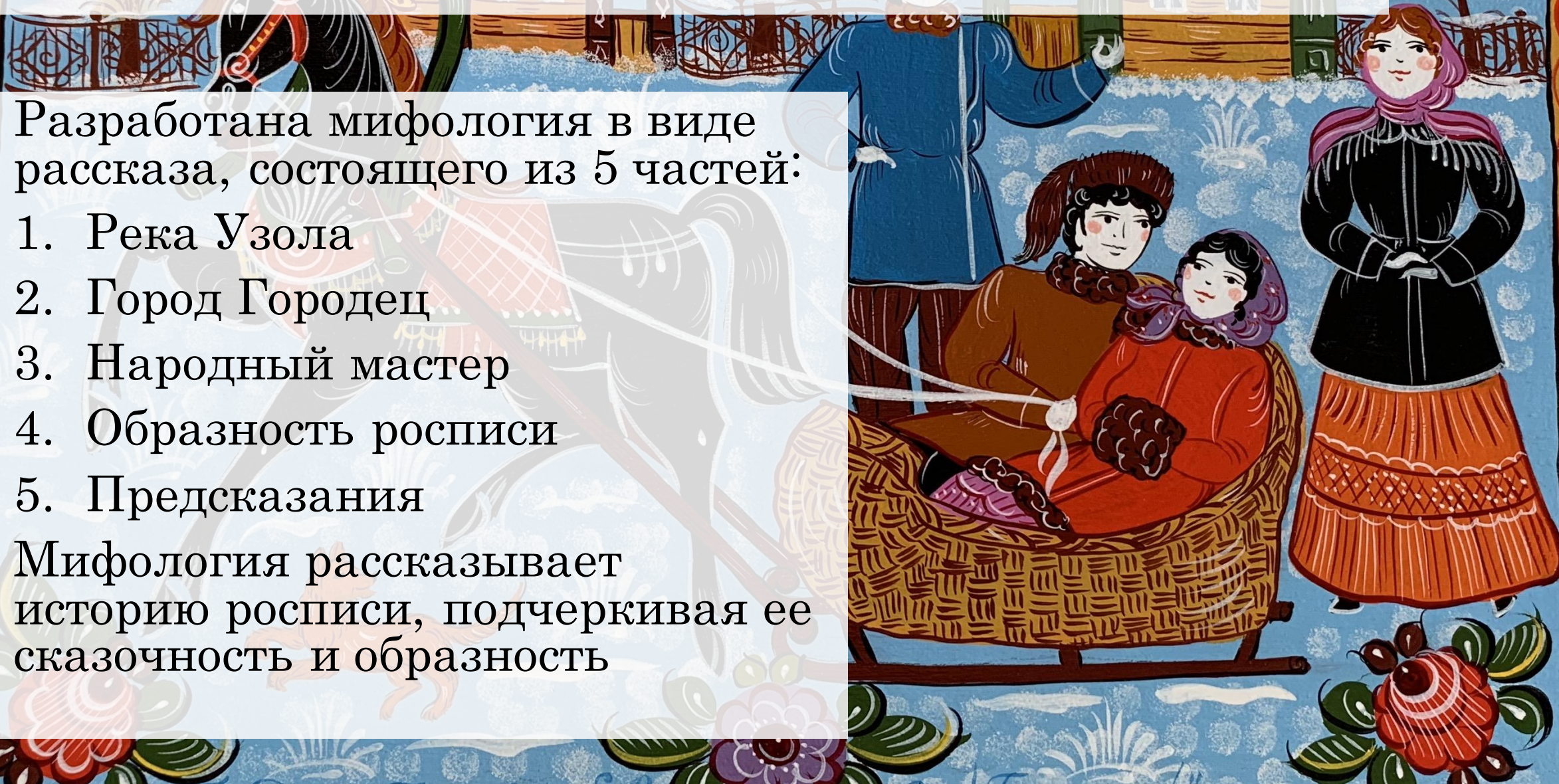


Результаты. Блок «Мифология»

Разработана мифология в виде рассказа, состоящего из 5 частей:

1. Река Узола
2. Город Городец
3. Народный мастер
4. Образность росписи
5. Предсказания

Мифология рассказывает историю росписи, подчеркивая ее сказочность и образность



Результаты. Блок «Рекомендации»

Управлению фабрики
предоставлены рекомендации по:

1. Дизайну и оформлению сайта
2. Приложениям для создания анимации
3. Созданию новых продуктов
4. Приоритетным направлениям развития и каналам продаж



Сложности и их решения. Группа 1

«Трудности коммуникации и взаимодействия»

Проблема	Решение	Статус
Отсутствие четкого ТЗ и непонимание желаний заказчика	Общая встреча команды с заказчиком и куратором проекта с определением четких границ работы	РЕШЕНА
Длительность согласования промежуточных результатов	Привлечение третьего лица – креативного директора, ставшего посредником между командой и заказчиком	ЧАСТИЧНО РЕШЕНА
Демотивация команды	<ol style="list-style-type: none">1. Неформальная встреча команды с временным смещением фокуса2. Поездка на фабрику3. Составление четкого план-графика	РЕШЕНА

Сложности и их решения. Группа 2 «Отсутствие теоретической базы в области НХП»

Проблема	Решение	Статус
Сложности при описании продукции	<ol style="list-style-type: none">1. Поездка на фабрику и ознакомление с городецкой росписью «воочию»2. Изучение специализированной литературы об НХП и городецкой росписи	РЕШЕНА
Сложности при создании мифологии	<ol style="list-style-type: none">1. Встреча с экспертом в области НХП с последующим моговым штурмом2. Изучение специализированной литературы об НХП и городецкой росписи	РЕШЕНА

Сложности и их решения. Группа 3

«Технические сложности»

Проблема	Решение	Статус
Временные затраты на решение технических вопросов, связанных с музеем дополненной реальности «Артефакт»	<ol style="list-style-type: none">1. Изучение инструкций и технической документации платформы2. Консультации со службой технической поддержки	РЕШЕНА
Утеря фабрикой домена сайта	<ol style="list-style-type: none">1. Перевод работы над данной частью проекта в формат рекомендаций2. Подготовка материалов для дальнейшего размещения руководством после окончания проекта	НЕ РЕШЕНА

Роли и функции участников проекта

А вот и мы, слева направо:

1. **Алина** – Управленец, ответственная за направление цифровизации музейного пространства
2. **Руслана** – Практик, ответственная за связь с куратором и развитие сайта
3. **Роберт** – Коммуникатор, ответственный за направление мифологии
4. **Слава** – Эксперт, ответственная за развитие сайта и повышение узнаваемости бренда
5. **Маша** – Мастер отчетов и презентаций, ответственная за аналитическую часть



Выводы по проекту

В ходе работы над проектом участники команды:

Убедились в важности командной работы

Приобрели навык ведения переговоров с заказчиком на предмет определения и корректировки ТЗ

Приобрели уникальные знания в области НХП

Развили навыки работы с онлайн-технологиями

Благодарим за внимание!

