

Презентация ГК «Алютех»



11 апреля в 13:05 в аудитории 908/4 для студентов ФМк и ФМ состоится презентация ГК «АЛЮТЕХ», приглашаются все желающие студенты, заинтересованные в прохождении практики, трудоустройстве в этой компании.

Кратко о компании

«АЛЮТЕХ» – это международная компания, которая специализируется на изготовлении секционных автоматических ворот, роллетных и алюминиевых профильных систем. Группа компаний «АЛЮТЕХ» – лидер рынка роллетных систем, ведущий производитель алюминиевых профильных систем и секционных ворот в Восточной Европе. Группа компаний «АЛЮТЕХ» объединяет 6 производственных предприятий и более 25 сбытовых компаний в Чехии, России, Беларуси, Украине, Германии, Австрии.

Сайт компании: <http://www.alutech-group.com/>

Презентация кейс-чемпионата McKinsey Business Diving 2017 пройдет в БГЭУ



Команда организаторов Business Diving 2017 приедет в Минск рассказать о [кейс-чемпионате](#)!

На мероприятии ты сможешь узнать об этапах, получить советы от консультантов McKinsey и задать любые вопросы.

Зарегистрироваться для того чтобы попасть на презентацию предстоящего чемпионата можно по [ссылке](#).

Где и когда?

Дата и время: 11 февраля, 13.00

Адрес: БГЭУ, пр. Партизанский, д. 26, корпус 3, аудитория 339



Условия участия в кейс-чемпионате

Подробнее об условиях участия в [кейс-чемпионате McKinsey Business Diving 2017](#).

**[КУКУ.іо](#) в гостях у студентов
[ФМК](#)**



Спикеры семинара Александра и Карина

Обучение SMM с KUKU.io

31 марта в стенах нашего университета состоялось мероприятие: “SMM сервис [KUKU.io](https://kuku.io). Как создать и продвинуть стартап-проект для управления социальными сетями до 20 000 пользователей за полгода?”, главными гостями которого стали бывшие выпускники БГЭУ.

Чуть больше, чем за час мы не только получили большое количество полезной информации, но и разобрали кучу практических примеров.



Студенты ФМк посетили мероприятие SMM сервис KUKU.io.

Александра Ломаченко, продакт менеджер [KUKU.io](https://kuku.io), рассказала нам, что такое [KUKU.io](https://kuku.io) и как это работает, поделилась методикой выбора подходящих инструментов для продвижения своего проекта, а главное, объяснила, как использовать эти инструменты, чтобы получить максимум результата.

Карина Дубовик, специалист по маркетингу [KUKU.io](https://kuku.io), показала нам о разные виды контента, которые действительно «выстреливают», а так же разобрала с нами несколько практических кейсов использования контент-маркетинга.

Спикеры не были голословны, всю информацию подкрепляли яркими запоминающимися примерами и полезными ссылками, которые можно найти в этой [презентации об инструментах SMM от KUKU.io](#).



И в заключении Александра и Карина рассказали нам, что стоит за стартапом, какие проблемы и ошибки встречаются на пути и какими же знаниями в области маркетинга стоит запастись тем, кто собирается создавать свой стартап.

**RDK Group – брендинг лифтов с
ИЗЮМИНКОЙ**



«СОТРУДНИЧЕСТВО ЧЕРЕЗ ПОНИМАНИЕ!»

Хотите повысить узнаваемость своей организации, увеличить ее прибыльность или привлечь поток новых клиентов? Стартап идея от команды RDK Group успешно справится с поставленными задачами. Суть данного проекта – создать конкурентоспособное предприятие, повысить узнаваемость заказчика, и, соответственно, его статус и прибыль. **Рабченак Ольга, Даник Анастасия и Куксенкова Юлия** представляют свою кампания по брендированию лифтов RDK Group.

Брендинг лифтов – ежедневная гарантия контакта Ваших потенциальных потребителей с рекламой. Охват аудитории и яркость изображения позволят клиенту не только увидеть, но и запомнить информацию. Данный вид рекламы действует 365 дней, 7 дней в неделю, 24 часа в сутки. Средняя оценка «силы» рекламы в лифте – 7,6.

С целью преодоления конкуренции и формирования уникального предложения бизнес-проект RDK Group предлагают развить программы лояльности. Стартап идея от студентов ФМк объединила достоинства других видов рекламы:

- контактная информация находится в непосредственной близости к конечному потребителю и доступна на протяжении всего срока размещения рекламы;
- сильный психологический эффект на восприятие человека;

- частота контакта;
- сила директ-мейла, возможность выбирать потенциального клиента по его адресу.

Команда стартап проекта RDK Group также проанализировали конкурентную среду и сделали следующие выводы по превосходству над своими основными конкурентами:

- узконаправленность;
- различные подходы к каждому из сегментов;
- индивидуальные разработки;
- курирование каждого проекта специалистом;
- только оригинальные предложения.

RDK-Group – «СОТРУДНИЧЕСТВО ЧЕРЕЗ ПОНИМАНИЕ»

Не зря бизнес идея RDK-Group имеет именно такой девиз, ведь за основу они берут ориентацию на располагаемый рекламный бюджет и цена является плавающим элементом. Также команда разработала систему скидок и поощрения для своих заказчиков:

- ситуативные скидки;
- тающие скидки;
- скидка каждому 100-му клиенту;
- скидки нестандартному клиенту;
- спецпредложение для малого бизнеса – пробное размещение рекламы на месяц по себестоимости;
- скидка за быструю оплату.

И в результате Вы и Ваши клиенты остаются полностью удовлетворены предоставленными услугами, именно благодаря совместному сотрудничеству в полном объеме будут достигнуты поставленные задачи.

[Подробнее о бизнес идее команды RDK Group в презентации проекта.](#)

Владислава Урбанович

P.S. Это еще не все интересные бизнес идеи студентов ФМк.

Ознакомиться подробнее можно в рубрике [Идеи стартапов](#).

WIDEVIEW – стартап команда с потенциалом



Студенты третьего курса ФМк БГЭУ **Габриелик Эвелина** и **Скалабан Анна** разработали оригинальную идею стартап проекта под названием WIDEVIEW. WIDEVIEW – уникальное приложение, которое способно реализовать Ваши задумки. Пользователь сам создает собственный дизайн жилого помещения с возможностью 3D просмотра. Стартап команда WIDEVIEW также предусматривает в своем приложении содержания каталога с продукцией и товарами компаний-партнеров: строительные материалы, сантехника, окна и двери, осветительные приборы, мебель и бытовая техника.

В планах коллектива авторов данной стартап идеи разработка 2-ух версий приложения:

бесплатную:

- любопытные (возраст: 12-25, доход: низкий и средний)

- семейные (возраст: 21-50, доход: средний и выше среднего)

платную:

- специалисты (профессионально связаны со сферами дизайна интерьера и архитектуры)

На белорусском рынке бизнес-проект WIDEVIEW обладает уникальным предложением, а для сохранения данной уникальности необходимо постоянно исправлять ошибки, обновлять функционал и поддерживать быструю работу приложения. Предпосылки успешности данного стартап проекта заключаются в том, что рынок на данный вид продукта практически свободен от конкуренции. Это дает WIDEVIEW возможность легко занять свободную нишу и быстро развиваться в ней.

По результатам опроса выяснилось, что Также необходимо постоянно учитывать замечания пользователей по внесению изменений в работу приложения, дабы минимизировать риски данного бизнес проекта.

WIDEVIEW – построй свои желания!

Это не просто интересная бизнес задумка, а настоящий альянс возможностей для потенциальных потребителей, где Вы можете реализовать свои мечты.

Ознакомиться со всеми подводными камнями бизнес идеи в [презентации проекта WIDEVIEW](#).

[Скачать \(PDF, 1.44MB\)](#)

Владислава Урбанович

P.S. Другие интересные бизнес идеи студентов ФМк можно просмотреть в рубрике [Идеи стартапов](#).



Time2Drink – барная карта в твоем телефоне



Авторы
бизнес-проекта Time2Drink Антонюк А.А., Василевкая М.А.,

Кожемяко И.М. представляют Вашему вниманию мобильное приложение, которое будет функционировать в качестве барной карты нашего высокотехнологичного времени. Данная стартап идея будет первым в своем роде сервисом, который поможет Вам найти лучшие напитки в Вашем городе, быть в курсе всех событий, связанных с питейной культурой, объединит ценителей напитков, описывающих в сочных деталях тот кофе, коктейль или смузи, которые они когда-то попробовали в том или ином заведении, с теми, кто просто ищет ответ на вопрос: «Как всегда заказывать только самое лучшее?».

Коллектив авторов проекта Time2Drink также предлагают ознакомиться с бренд-элементами своей бизнес идеи:

Направление B2B

- создание и поддержание определенного имиджа;
- быстрый способ взаимодействия с целевой аудиторией;
- новая площадка для рекламы;
- привлечение новых клиентов и увеличение лояльности старых.

Направление B2C

- удобный стильный интерфейс, полный перечень всех напитков;
- самая актуальная информация по тематике;
- «звездная» программа скидок.

Бизнес стартап идея Time2Drink как и все без исключения имеет риски. На наш взгляд они следующие:

- недостаточно сформированная информационная база к моменту запуска приложения;
- «провал» приложения в App Store;
- восприятие аудиторией популяризатора потребления алкоголя.

Но ведь, кто осведомлен – тот вооружен!

Заинтересованы? [Ознакомьтесь с презентацией интересной и современной бизнес идеи команды “Time2Drink”](#)

[Скачать \(PDF, 1.53MB\)](#)

Владислава Урбанович

P.S. Ознакомиться с другими бизнес идеями студентов ФМк можно в рубрике [Идеи стартапов](#).

BOOK SAFE – стартап идея с душой



Таня Бабушкина, Елизавета Серегина и Лилия Столпинская решили позиционировать свой стартап проект, как душевное место с приятной атмосферой для молодежи. Их задумка сфокусирована на том, чтобы в одном заведении сочеталось и кафе, и библиотека, и книжный магазин, а в это время на фоне играла приятная музыка и вы могли наслаждаться горячим напитком или десертом. При этом девушки для своей стартап идеи разработали выгодные программы лояльности для будущих клиентов. Каждый посетитель будет заноситься в базу данных заведения, с её помощью будет

легко отследить количество посещений каждого. В «BOOK CAFE» частым посетителям будет предлагаться накопительная карта лояльности, которая позволит постоянно накапливать 10% от стоимости входа.

В планах у команды «BOOK CAFE» разработка сайта с приятным интерфейсом, способным передать атмосферу заведения. Чтобы после просмотра сайта заведения «BOOK CAFE» каждому захотелось прийти и прочесть книжку за чашкой чая или кофе.

Помимо сегментирования и позиционирования своей задумки, команда проекта «BOOK CAFE» смогла доступно описать цели и задачи для реализации своей стартап-идеи.

[Подробнее о бизнес идее «BOOK CAFE» в презентации проекта.](#)

[Скачать \(PDF, 765KB\)](#)

Владислава Урбанович

P.S. Ознакомиться с другими разработками студентов ФМк можно в рубрике [Идеи стартапов](#)

Стартап идея лофт-проекта
Этажи



Представительницы прекрасного пола и просто студентки красавицы нашего факультета Цагойко Дарья и Круглей Лена весьма удачно смогли разместить свою идею Лофт-проект «Этажи» на республиканском конкурсе «100 идей для Беларуси».



Студенты ФМк на Республиканском конкурсе «100 идей для Беларуси».

Бизнес идея лофт-проект «Этажи» призвана развивать социальную активность граждан нашей страны. Данная стартап идея призвана совмещать в себе культурные и образовательные аспекты вместе с оригинальными модными развлечениями, а также привлекать интересную публику под одной крышей многофункционального торгово-выставочного пространства. Лофт-проект «Этажи» в Минске будет включать в себе: площадку для проведения концертов, постановок, выставок и частных мероприятий, также будут представлены услуги бара «Север», хостела, кофейни. Вам также будут рады на территории пространства «Крыша» и не забудьте обновить свой гардероб в LOFT SHOPPING STORE.



Студенты ФМк на Республиканском конкурсе «100 идей для Беларуси».

Бизнес идея лофт-проекта «Этажи» в Минске будет весьма актуальная для нашего города, ведь это гораздо больше, чем просто ТВЦ. На площадках «Этажей» буду предлагаться различного рода экспозиции, соседствующие с обширной событийной

программой, в которую будут входить серии лекций и дискуссий, кинопоказы, театральные события, занятия теорией и практикой кураторства, мастер-классы и многое другое.

Студентки Дарья и Лена с большим удовольствием познакомили нас со всеми подводными камнями своей идеи для стартапа. Привлечь инвестиции в лофт-проект «Этажи» – значит активно развивать в городе Минске выставочную и образовательную деятельность, внедрять в массы искусство и творчество.

[Подробнее о бизнес идее лофт-проекта «Этажи» в презентации проекта.](#)

[Скачать \(PPTX, 868KB\)](#)

Владислава Урбанович

Lunch box – бизнес идея команды студентов ФМк

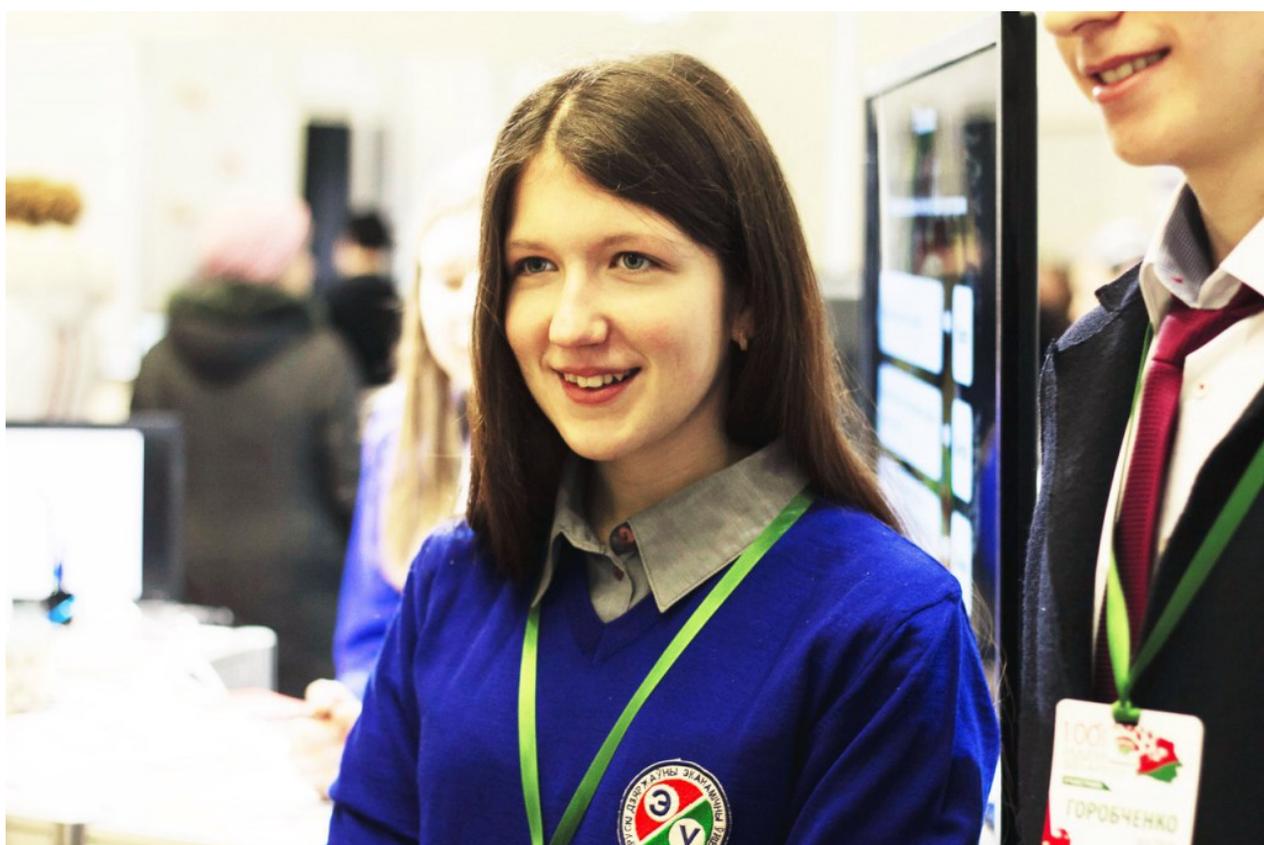


Бизнес идея команды «Lunch box» поднимает важную проблему в нашей стране: организация полноценного питания на рабочем месте. Настя Вечер, Ира Евсевицкая и Матвей Горобченко сумели найти решение этой проблемы. Они разработали проект по доставке обедов в офисы из ресторанов и кафе. Стартап идея «Lunch Box» имеет четкую бизнес-модель и алгоритм работы на будущее. Также на основе проведенного маркетингового исследования и подробного анализа помимо доставки обедов, ребята предлагают своим потенциальным потребителям своего рода отдых от рабочей рутины: квесты, которые позволят забыть на некоторое время о рабочих хлопотах и наконец-таки спокойно насладиться вкусным обедом. Такая идея для стартапа весьма интересна, ведь данная задумка также поспособствует сплочению коллектива и поднятию настроения работникам.



Студенты ФМк на Республиканском конкурсе «100 идей для Беларуси».

На этом они решили не останавливаться и заявили о себе на Первом республиканском форуме молодежного стартап-движения в Пинске. Студенты нашего факультета хорошо себя там проявили и следующим их этапом стало участие в республиканском конкурсе «100 идей для Беларуси».



Ребята с энтузиазмом рассказывали и даже показывали, что из себя представляет проект «Lunch box». Помимо участия в данном конкурсе Настя, Ира и Матвей настроены на привлечение

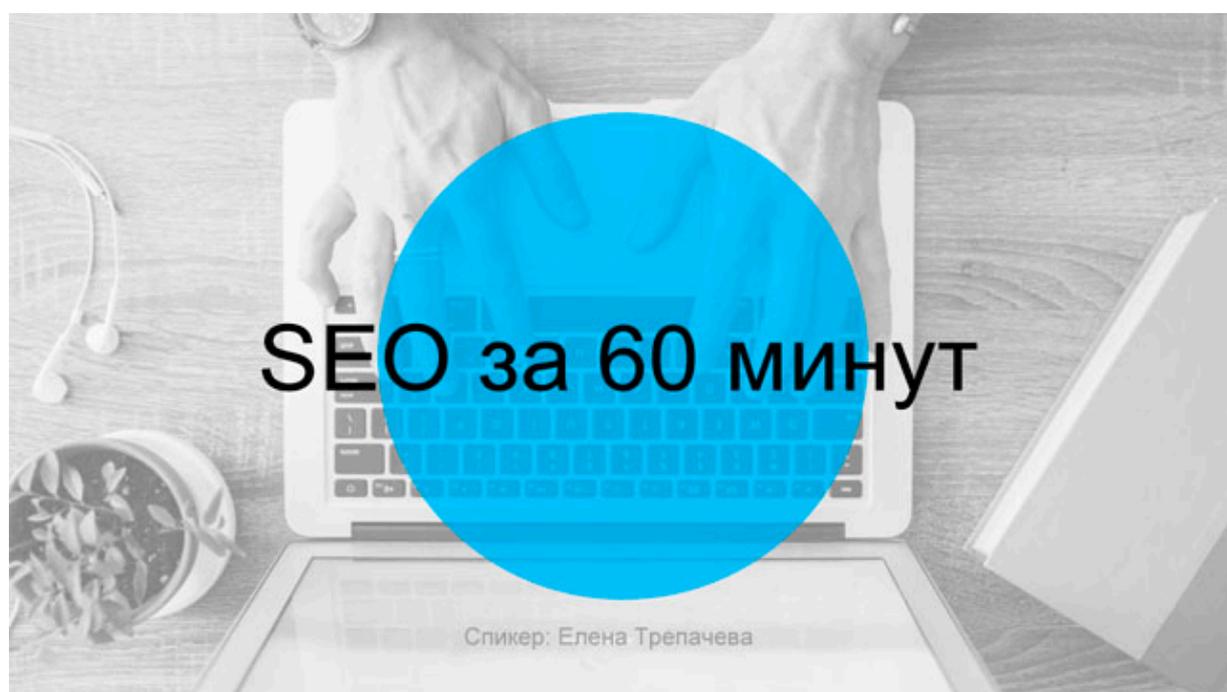
инвестиций и реализацию данной идеи в будущем. Такое хорошее начало у ребят, говорит нам о том, что все у них впереди. Что ж пожелаем им удачи.

[Подробнее о стартап идее Lunch box в презентации проекта.](#)

[Скачать \(PDF, 900KB\)](#)

Владислава Урбанович

Узнай все о SEO за 60 минут на ФМк!



Лекция руководителя отдела продвижения Студии Борового – Елены Трепачевой: “SEO за 60 минут” для студентов ФМк БГЭУ

16 декабря на ФМк БГЭУ прошла встреча руководителя отдела продвижения [Студии Борового](#) – Елены Трепачевой со студентами выпускных курсов в рамках авторской лекции: “SEO за 60 минут”.



Елена Трещачева рассказывает об опыте продвижения сайтов в поисковых машинах студентам факультета маркетинга и логистики БГЭУ

Елена Трещачева поделилась секретами того, как выводить сайты на лидирующие позиции в результатах выдачи поисковых машин, ответила на вопросы студентов и предложила попробовать свои силы в SEO на стажировке.

Презентационные материалы лекции в формате PDF доступны для ознакомления: [Факультет маркетинга и логистики БГЭУ: SEO за 60 минут – спикер Елена Трещачева – начальник отдела продвижения Студии Борового.](#)

[Скачать \(PDF, 922KB\)](#)