

Climbing Wall VR – пожалуй, самая спортивная стартап идея

Весь семестр студенты 3 курса факультета маркетинга и логистики создавали собственные стартап проекты. Каждую неделю мы будем размещать самые яркие стартап идеи по мнению эксперта в этой области **Разумовой Светланы Васильевны**.

Сегодня, в эпоху высоких технологий, мы как раз хотели бы поделиться с вами очень спортивной и инновационной идеей.

Студентки 3 курса группы ДМВ: **Леонова Анна, Толокняник Виктория** и **Маслова Настя** – решили совместить в одном проекте спорт и технологии. Поднять площадки для скалолазания на новый уровень – максимально близко к реальным условиям.

Стартап проект **Climbing Wall VR** – это скаладром с возможностями Virtual Reality.



Кому же будет полезен данный проект:

- Школам туризма, университетским группам. Как доступная площадка для тренировок;
- Любителям скалолазания и спорта. Как повод для эффективного времяпрепровождения;
- Всем, кто ищет новые ощущения и эмоции. Как уникальный в мире проект.

Какие услуги будет предоставлять проект **Climbing Wall VR:**

- Разовые посещения и абонементы на подъемы;
- Тренировки с визуализацией Virtual Reality;
- Школа скалолазания для новичков и детей;
- Аренда снаряжения.

Более подробно ознакомиться с концепцией проекта можно в презентации.

[Скачать \(PDF, 1.85MB\)](#)

Climbing Wall VR – Нереальное реально

Владислава Урбанович

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

Идея-стартапа: “FastWork” он-лайн сервис по поиску работы

В поисках работы?

Очередной проект студентов ФМк, который был по праву отмечен жюри на стартап-мероприятии «Молодежь в предпринимательстве». Проект «FastWork» – это средство от головной боли для тех, кто ищет подработку, стажировку или волонтерский проект.



Стартап “FastWork” он-лайн сервис по поиску работы

Идея: он-лайн сервис по поиску работы для студентов «FastWork»

Авторы: Курецкая Виктория, Пуховская Дарья, Щит Екатерина

Результат: лучшая бизнес-идея 2016 в направлении «IT-проекты»

Идея: онлайн-платформа в виде сайта и приложения, где будут размещаться все предложения об одноразовой подработке, частичной занятости, стажировках, промо-акциях и волонтерских проектах.

Как это работает?

Студент проходит регистрацию на сайте и знакомится с его требованиями. Пройдя процедуру верификации, он может начать поиск интересующей его работы. Если студента устраивают все условия и цена найденного им задания, он нажимает кнопку «Выполнить». Сразу же открывается диалог с работодателем, где оговариваются все нюансы задания, а выбранная вакансия блокируется. Причём одно задание может иметь несколько предложений от исполнителей. Заказчик выбирает одного из исполнителей, исходя из его рейтинга и отзывов. Если работодатель выбрал студента исполнителем, он может приступить к выполнению работы. От качества и оперативности выполнения задания зависит дальнейшая репутация такого студента на сайте.



Проректор по научной работе Короленок Геннадий Антонович награждает авторов проекта: Пуховскую Дарью, Курецкую Викторию, Щит Екатерину

Выгоды для студента:

1. большое количество предложений на одной платформе;
2. гарантированная безопасность и оплачиваемость выполняемой работы;
3. возможность сбора отзывов и рекомендаций от работодателей для использования при устройстве на постоянную работу.

Почему заинтересован работодатель?

1. большая база проверенных исполнителей;
2. страхование от неявки работника или от некачественного выполнения задания;
3. готовность студента выполнить работу за более низкую цену, чем квалифицированный специалист.

Более подробно ознакомиться с концепцией проекта можно в презентации.

[Скачать \(PDF, 1.2MB\)](#)

Путинцева Татьяна

Идея стартапа: Умный замок Friday Smart Lock

На страже прогресса!

А мы продолжаем знакомиться с лучшими проектами прошедшего 27 октября стартап-мероприятия «Молодежь в предпринимательстве». Проект «Умный замок», разработкой которого занимались студентки ФМк, занял призовое место в направлении «IT-проекты».

Идея: «Умный замок» Friday Smart Lock

Авторы: Корейво Юлия, Червякова Дарья, Лапко Валерия

Результат: лучший бизнес-проект 2016 в направлении «IT-проекты»

Описание идеи: возможность открывать дверь без ключа, с помощью одного смартфона.



Проректор по научной работе Короленок Геннадий Антонович награждает авторов проекта: Лапко Валерию, Червякову Дарью, Корейво Юлию.

Вам приходилось когда-нибудь терять ключ от дома, гаража или офиса? Возвращаться домой с тяжелыми пакетами и с ужасом вспоминать, что ключи лежат на самом дне сумки? Инновационный проект «Умный замок» Friday Smart Lock позволит вам забыть о подобных трудностях!

Smart Lock работает на основе технологий Wi-Fi и Bluetooth. Главная особенность – возможность открывать дверь без ключа, с помощью смартфона. Дверь может разблокироваться и в автоматическом режиме, при приближении хозяина извне с помощью технологии Bluetooth. Аналогичная ситуация происходит и при выходе из помещения – дверь автоматически закрывается.

Умный замок устанавливается на внутренней стороне двери, не привлекая к себе нежелательного внимания.

Преимущества Smart Lock перед аналогичными товарами на рынке:

- 1) одна из самых долговечных непerezаряжаемых литиевых батарей;
- 2) открытие/закрытие двери при приближении/отдалении хозяина;
- 3) возможность работы устройства круглогодично;
- 4) небольшие размеры (в отличие от аналогов ширина умного замка менее 8 см, высота менее 5 см).

Потенциальные клиенты:

- 1) собственные паркинги банков, жилых домов, офисных зданий, торговых центров;
- 2) жилые дома (шале, дуплекс, двух- трехэтажные постройки).

Вы все еще пользуетесь обычными дверными замками? Позвольте себе не думать о безопасности вашего дома, просто доверьте его умному замку Smart Lock!

Более подробно ознакомиться с концепцией проекта можно в презентации.

[Скачать \(PDF, 3.05MB\)](#)

Путинцева Татьяна

Идея стартапа: Кафе маркетинговых исследований

Новые возможности!

27 октября в стенах БГЭУ прошло республиканское стартап-мероприятие «Молодежь в предпринимательстве». В рамках данного мероприятия был проведен конкурс бизнес-идей и проектов по

следующим направлениям: «Услуги», «Производство», «Социальные проекты», «IT-проекты». Всего на Конкурс было представлено 57 амбициозных проектов, а в финале за звание лучший бизнес-проект и лучшая бизнес-идея сразились 37 проектов.

Среди участников были студенты и магистранты высших учебных заведений Республики Беларусь. Также в стартап-мероприятии приняли участие студентки факультета маркетинга и логистики. Предлагаем вам ознакомиться с их проектом, который выиграл в номинации «Лучшая бизнес-идея 2016» по направлению «Услуги».



Авторы проекта: Маслова Анастасия, Леонова Анна, Толокняник Виктория

Идея: Кафе маркетинговых исследований «Mark.Place – прастора

для swaix»

Авторы: Леонова Анна, Маслова Анастасия, Толокняник Виктория

Результат: Лучшая бизнес-идея 2016 по направлению «Услуги»

Описание идеи: создать кроссплатформенную площадку в формате кафе для проведения маркетинговых исследований.

Проект подразумевает, что Производитель предоставляет кафе новый продукт. Баллы, начисленные как проценты от суммы заказа в кафе, посетители могут использовать для тестирования новейших изобретений и приложений, дегустации новых блюд, и т.д., оставляя при этом подробные отзывы и впечатления о продукте.



Кафе маркетинговых исследований – Mark.Place

Мы даём Производителю заинтересованную аудиторию и самые честные отзывы. Это – новый уровень отношений.

Кому это выгодно?

1. Производителям – уменьшение затрат на маркетинговые исследования спроса и тестирование продукта. Требуется просто предоставить образец товара кафе и получать ценные отзывы от потенциальных клиентов.
2. Клиентам предоставляется возможность попробовать первыми мировые новинки и передовые технологии. Бесплатно.
3. Нам – получение дохода с продаж в кафе, дополнительная выручка от предоставления в аренду зала для мероприятий,

отчисления производителей за предоставляемые им результаты опроса потребительского мнения.

Наша главная цель – помочь производителям и разработчикам получить дешёвую, качественную, быструю обратную связь от потенциальных Клиентов, сэкономив на проведении дорогостоящих МИ.

В ходе работы команде проекта удалось связаться с представителями крупных компаний, работающих на белорусском рынке и получить одобрительные отзывы, а также рекомендации по совершенствованию идеи. Своим мнением поделились менеджер по маркетингу ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» Анна Кушнир, а также представитель компании «Санта Бремор», признав идею жизнеспособной и достаточно перспективной.

Более подробно ознакомиться с концепцией Кафе маркетинговых исследований можно в [презентации проекта](#).

[Скачать \(PDF, 3.06MB\)](#)

Мы правда надеемся, что идея проекта будет новой, увлекательной и, возможно, заинтересует кого-то из инвесторов или же даст нам новые возможности для действия.

Путинцева Екатерина

[New project](#)

МаeSens – новый проект “Бабушкин чеснок”

Помочь бабушкам, торгующим на улице, стало проще благодаря новому проекту “Бабушкин Чеснок”! Интересно узнать, что же за проект? Специально для тебя мы встретились с одним из организаторов и задали ему пару вопросов.



– Как вам пришла идея этого проекта?

– Почему именно эта идея? Она взята из жизни: это то, что нас окружает. Думаю, каждый из нас обращал внимание на торгующих на улице бабушек и дедушек. Многие из них торгуют не от хорошей жизни. Ведь, реализовав свои продукты, пенсионеры получают дополнительную копеечку. Они вынуждены нелегально торговать произведенной ими продукцией на улицах Минска. Мы задумались о том, как можно помочь нашим пенсионерам легально и комфортно продавать свою продукцию. А также, как желающим потреблять в пищу натуральные продукты быстро, удобно и безопасно совершать покупки, поддерживая при этом пожилых людей. Так родилась идея создания интернет-магазина “Бабушкин

чеснок”. Порядка 60% опрошенных нами людей высказали заинтересованность в приобретении произведенных пенсионерами продуктов через интернет-магазин. Во-первых, мы хотим уйти от чувства жалости к пенсионерам, торгующим на улице. Большинство из них позитивные, трудолюбивые и щедрые люди, и они заслуживают другого чувства – уважения. Во-вторых, мы хотим показать не только натуральность продуктов (что может граничить с их неидеальностью), но и их наполненность любовью человека, его историей и самобытностью. В-третьих, создавая удобное современному поколению место для приобретения продуктов, мы не хотим потерять антураж покупки у бабушек и дедушек. Они не придерживаются стандарта обслуживания, а их пожелания и благодарность уникальны.

– Почему вы решили помочь именно бабушкам, продающим чеснок и многое другое?

– Помочь решили именно бабушкам, потому что им больше никто не поможет. Молодежь продает через интернет вещи, купленные за копейки в Китае, зарабатывая на этом хорошие деньги. Почему бабушки и дедушки, которые упорно трудятся на огороде, должны нелегально торговать в необорудованных местах на улице целый день, чтобы продать хоть что-то из своих продуктов. А ведь они сделаны не бездушным роботом-машиной, а человеком с душой и историей.

– Какова была ваша цель?

– Наши цели: снизить число пенсионеров, стихийно торгующих на улице; увеличить их уровень доходов за счет увеличения продаж своих продуктов; создать офф-лайн площадку для общения пожилых людей; развить навыки пенсионеров по пользованию компьютерами и интернетом; создать удобное место покупки натуральных продуктов и самобытных вещей.

– Как можно помочь вам с этим проектом? Может быть возможно пополнить ряды тех людей, которые занимаются им?

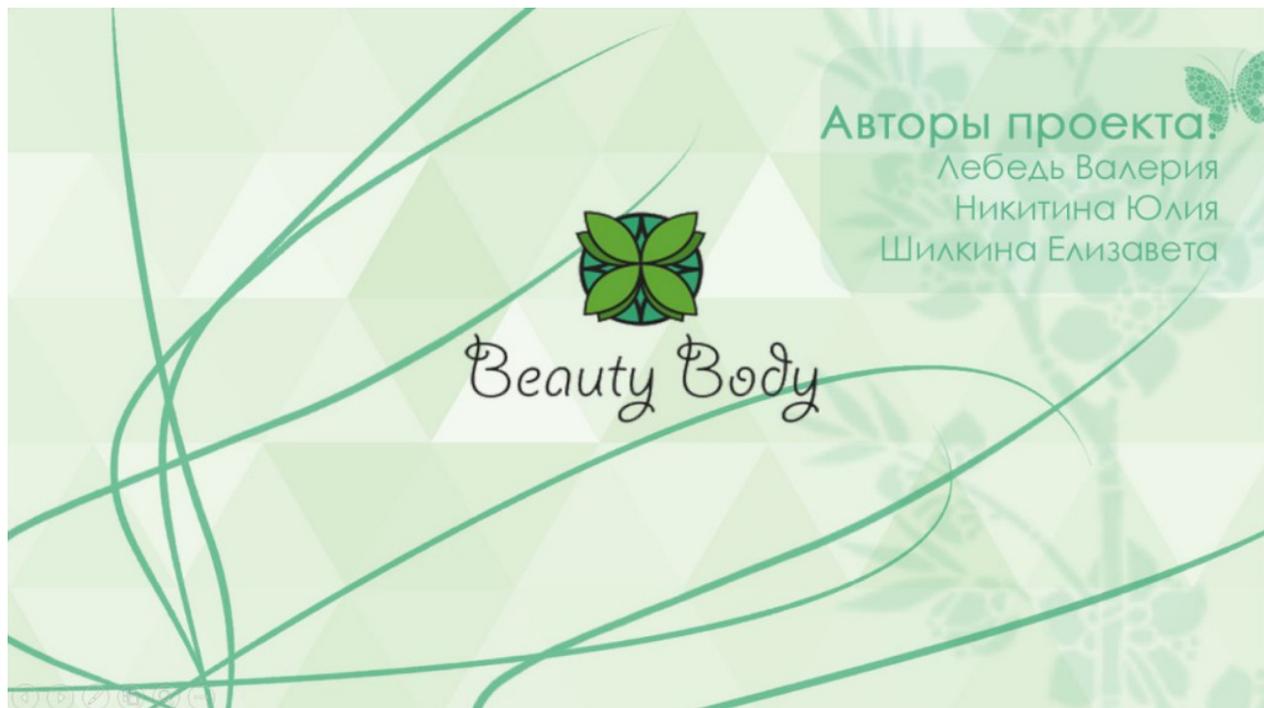
– Нам можно помочь через площадку maesens.by голосами и финансово; распространением информации в соцсетях (группа [vk](#)); контактами бабушек, торгующих на улице и желающих что-то поменять.

“БЧ” – проект, который достоин внимания. Над ним работают преподаватель, выпускник и студент ФМк. Если ты неравнодушен к труду наших бабушек и дедушек, то, пожалуйста, помоги проекту стать реальностью.

От лица ФМк хотим пожелать участникам проекта удачи, успехов и больше творческих идей!

Евгения Ащеулова

Beauty Body – пожалуй, самый здоровый бизнес стартап!



Плохая экология, качество потребляемых продуктов, отсутствие физической нагрузки и большое многообразие факторов, влияющих на наше здоровье – все это влияет на трудоспособность нашего общества. Не знаете как вернуться в форму и быть здоровым? Коллектив авторов стартап проекта **Лебедь Валерия, Никитина Юлия** и **Шилкина Елизавета** знают, как сделать так, чтобы люди стремились к красивому телу, правильному питанию и здоровью в целом. Фитнес-центр Beauty Body поможет не только добиться этих целей, а также найти единомышленников.

Цель здоровой бизнес идеи состоит в том, чтобы:

- создать условия, чтобы фитнес стал частью повседневной жизни для любого человека независимо от возраста и статуса;
- помогать людям в достижении желаемых результатов.

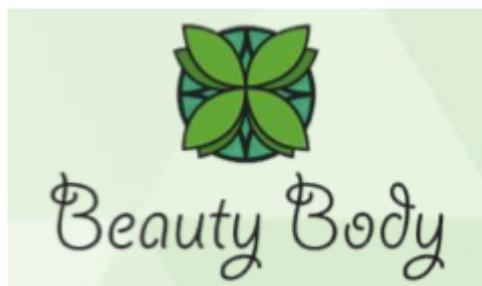
«Создавая лучшее фитнес-агентство, мы искренне помогаем людям быть здоровыми, красивыми и успешными».

Главной отличительной особенностью фитнес-агентства Beauty Body будет в том, что в первую очередь оно специализируется на выборе диеты для каждого клиента, а после подбирается индивидуальный комплекс упражнений. Также предоставляются

услуги квалифицированного специалиста, который будет мотивировать Вас на достижение конечной цели, ради которой Вы и пришли в фитнес-агентство Beauty Body.

Стартап проект Beauty Body имеет также элементы бренд-стратегии, которые включают в себя:

▪ **Логотип:**



▪ **Слоган:** Всё получится!

▪ **Идентичность бренда:** Beauty Body не просто фитнес-агентство, а настоящий альянс здорового и подтянутого тела, правильного питания и красоты.

Проведенный PEST-анализ показал положительные аспекты данного бизнес проекта в Республике Беларусь при нынешней экономической ситуации.



Как и любой другой стартап проект Beauty Body имеет свои риски:

- Маркетинговый риск – риск недополучения выручки в результате недостижения планового объема продаж или снижения цены реализации относительно запланированной.
- Риск изменение спроса на услуги, являющиеся источником доходов проекта.
- Риск неэффективности кадрового состава.
- Риск неблагоприятных социально-политические изменений в стране или регионе.
- Риск экономической нестабильности.

Как говорится: кто не рискует, тот не пьет шампанского!

[Ознакомьтесь подробнее с самым здоровым бизнес стартапом наших студентов.](#)

[Скачать \(PDF, 2.76MB\)](#)

Владислава Урбанович

А пропитаться насквозь интересными бизнес проектами студентов ФМк можно в рубрике [Идеи стартапов](#).

**Кнопка жизни – заботливая
бизнес идея**

Проект «Кнопка Жизни»

Авторы:

Урупина Виктория

Сомова Анастасия

Стешиц Роман



Урупина Виктория, Сомова Анастасия и Стешиц Роман предложили нужную на сегодняшний день бизнес идею «Кнопка жизни» – проект, предлагающий первую в Беларуси систему медицинской сигнализации – экстренного вызова помощи для пожилых людей, инвалидов и беременных.

В Республике Беларусь проживает 2 311 000 пенсионеров, 545 539 инвалидов и 120 000 беременных в год. Такие цифры говорят нам о том, что ценность данной стартап идеи вырастает в разы, с помощью «Кнопки жизни» будет осуществляться следующее:

1. Моментальный прием сигнала SOS (в круглосуточном диспетчерском центре, если человек попал в беду).
2. Вызов скорой помощи (Вашему близкому человек на место, откуда поступил сигнал).
3. Оповещение родных о случившемся (тотальный контроль действий скорой помощи).
4. Хранение данных о заболеваниях (аллергиях для более оперативного реагирования Скорой).

Стартап команда студентов факультета ФМк «Кнопка жизни» рассматривают также несколько вариантов направления развития своего бизнес предложения. Это введение следующих разработок:

1. Устройство для детей
2. Подкожный датчик для измерения сахара в крови
3. Весы с wi-fi

Бизнес идея «Кнопка жизни» имеет огромное количество положительных характеристик:

1. Широкий ассортимент продукции
2. Ценовая политика (цены ниже, чем у конкурентов)
3. Отсутствие прямых товаров-заменителей
4. Многофункциональность данного устройства
5. Социальная направленность

КНОПКА ЖИЗНИ – проявите заботу о своих близких

На сегодняшний день данный стартап проект достиг множество целей:

1. Был выбран наиболее прибыльный стартап для рынка Беларуси
2. Взгляд на бизнес проходил непосредственно через призму маркетинга
3. Поиск инвестиций и альтернативных источников дохода
4. Рациональное распределение средств
5. Централизация взглядов
6. «Уже не новички»!

Были выбраны 4 основные целевые аудитории, которые позволят выявить уровень спроса на продукцию:

Мы предлагаем устройства с кнопкой SOS

Для пенсионеров



Кулоны

Для инвалидов



Телефоны

Для беременных



Часы

1. Пожилые (47% в общей доле потенциальных покупателей) – средний класс
2. Родственники (40% в общей доле потенциальных покупателей) – высший/средний класс
3. Инвалиды (8% в общей доле потенциальных покупателей) – любой класс
4. Беременные (5% в общей доле потенциальных покупателей) – высший класс

Кнопка жизни – забота о Вас и Ваших близких!

[Подробнее о бизнес идее «Кнопка жизни» в презентации проекта.](#)

Владислава Урбанович

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

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 развивать 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 посмотреть 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](#).