

І. Выполнение практического задания

Максимальный балл – 25

Ответ в виде файла в формате doc, pdf

Практическое задание (кейс)

Кейс: «Распорядись информацией с умом!»

В жизни, как правило, преуспевает больше других тот, кто располагает большей информацией (Бенджамин Дизраэли)

1. Ситуация:

Онлайн-биржу KupiProday.ru (название вымышлено) Максим Артеменко и его друг запустили летом 2010 года. Идея возникла после того, как они в очередной раз пожаловались друг другу на нехватку времени, нежелание заниматься скучными делами, из-за чего второстепенные или неинтересные задачи постоянно откладывались на потом. К тому же Максиму хотелось получить опыт развития стартапа в Интернете. Знания и умения партнеров (инвестиционный банкир и опытный операционный управляющий) вполне позволяли рассчитывать на успех.

KupiProday.ru – интернет-площадка, на которой те, кому нужна помощь в каком-то деле, могут подобрать исполнителей, а умеющие что-то делать – найти подходящую задачу и получить вознаграждение за ее выполнение. Сейчас у портала 5400 зарегистрированных пользователей и более 400 посетителей в день. В ближайшем будущем владельцы хотят достичь таких показателей: 2000 посещений, 50–60 регистраций и размещение 10–20 задач ежедневно.

При подготовке проекта партнеры изучили рынок подобных онлайн-услуг, проанализировали особенности и преимущества других ресурсов. В частности, их внимание привлекли такие сайты:

— www.free-lance.ru (IT-услуги; сервис ориентирован только на специалистов, отсутствует широкая аудитория);

— www.pogucheno.ru (сайт агентства, которое берет дополнительные деньги за посреднические услуги и ограничивает в выборе исполнителей);

— www.youdo.ru (проект нацелен на молодежь и посвящен в основном развлечениям);

— www.time4money.ru (идея примерно такая же, как на предыдущем сайте, но акцент только на заказчике);

— www.shorttask.com и www.domystuff.com (американские ресурсы, не адаптированные для отечественного пользователя).

В результате были четко сформулированы отличия и преимущества запускаемого портала:

— сайт ориентирован на широкую аудиторию, не ограничен какой-либо отраслью или сферой деятельности;

— заказчик сам ищет исполнителя и взаимодействует с ним напрямую, портал лишь помогает найти нужного человека;

— исполнителям ресурс предоставляет не меньше возможностей, чем заказчикам;

— портал дает возможность переложить на другого неинтересную, рутинную работу или высвободить время для занятий чем-то приоритетным не в ущерб другим делам; владельцы ресурса поняли, что сама по себе экономия времени для заказчика ценности не представляет.

Сейчас портал существует на деньги соучредителей, лимит – 1000 долл. США в месяц (сайт пока еще остается хобби, и именно такую сумму партнеры могут позволить себе на него тратить). Размещать на портале рекламу учредители не спешат: с одной

стороны, мало что можно предложить рекламодателям, с другой – проект только начал развиваться и сначала нужно понять, какую аудиторию он заинтересует (это позволит в дальнейшем привлекать целевую рекламу). Монетизировать проект владельцы собираются за счет основной услуги портала, а также за счет продажи дополнительных возможностей. Но это – планы на будущее.

А пока идет подготовка к прорыву (тогда уже понадобятся инвестиции). Текущая задача – достичь указанных выше показателей. Для этого сейчас активнее всего ведется работа в блогах, на форумах – используется партизанский маркетинг (он оказался самым эффективным). Кроме того, статистика показала, что трафик и интерес к ресурсу тем выше, чем больше на нем размещено задач. Поэтому основные силы сосредоточили на создании потока заказчиков. А исполнители приходят сами – сейчас уже сформировался круг лояльных пользователей: фрилансеров-профессионалов, любителей (студенты, домохозяйки и пр.) и компаний (доставка, ремонты, консультации), которые используют ресурс для того, чтобы обеспечить свою занятость.

Команда (владельцы и пока единственный сотрудник, поддерживающий сайт) пробовала использовать и другие методы продвижения: контекстную рекламу, плату за переходы, доски объявлений, вирусный маркетинг. Однако они не принесли желаемых результатов.

2. Проблема указанной ситуации состоит в следующем: какие пути повышения эффективности работы сайта могут быть предложены? Какие информационные ресурсы было бы желательно изучить владельцам и разработчикам сайта? Какую информацию разместить на сайте для повышения эффективности его работы? Верно ли решение владельцев не размещать на данном этапе рекламу вообще, а в дальнейшем использовать ее очень выборочно? Какие дополнительные сервисы, позволяющие получить прибыль, можно было бы предложить посетителям? Какими способами, кроме уже испробованных, портал может обеспечить себе большой поток заказчиков?

3. Ключевое задание.

Рассмотреть представленную ситуацию и разработанные мероприятия по устранению проблем в работе портала. Проанализировать возможности на предмет реальности проведения всех намеченных (предложенных Вами) мероприятий. Разработать варианты решения проблем и обосновать оптимальный вариант.

Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).