

Бизнес-модель Проекта

<p>8. КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Международная гостиничная цепь 2. GDS (Expedia, Booking.com, etc.) 3. Поставщики гостиничных услуг 4. Посольства США, Израиля, Германии 5. Иностранные туроператоры 6. Корпоративные клиенты в Украине и за рубежом 	<p>7. КЛЮЧЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск заемных средств 2. Проектирование, дизайн и согласование 3. Реконструкция и оснащение 4. Рекрутинг и обучение персонала 5. Вступление в гостиничную цепь 6. Разработка маркетинговой стратегии 7. Начало операционной деятельности 8. Контроль качества обслуживания 9. Подготовка собственных кадров <p>6. КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Финансы: кредиты и инвестиции 2. Основные фонды: реконструкция зданий и территории, закупка оборудования и мебели 3. Человеческие: сотрудники (83 чел.) 4. Интеллектуальные: стандарты, бизнес-модель, стратегия развития 5. Нематериальные: лицензии, сертификаты качества и соответствия 	<p>2. КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Единственный в Умани категорийный отель, входящий в международную гостиничную цепь 2. Сервис на уровне лучших мировых стандартов 3. Уникальная концепция и дизайн отеля, связанные с историей края 4. Многофункциональная инфраструктура, позволяющая проводить мероприятия, концерты, фестивали, выставки и пр. 5. Наличие собственных экологически чистых продуктов и автономной системы отопления, электроэнергии и водоснабжения 	<p>4. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Корпоративные и постоянные клиенты гостиничной цепочки 2. Нарботка собственной клиентской базы (клиенты, заказывающие напрямую в отеле) 3. Постоянный контроль качества обслуживания <p>3. КАНАЛЫ</p> <p>Воздействие на потребителей:</p> <ol style="list-style-type: none"> а). Онлайн бронирование через систему гостиничной цепочки б). Прямые контракты с туроператорами в). Социальные сети и SEO г). Реклама на туристических выставках <p>Наиболее эффективный канал а</p>	<p>1. СЕГМЕНТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Туристы, нуждающиеся в конференц-услугах (MICE, team building и т.д.) - компании из Украины и стран Европы 2. Семьи из Украины и Европы со средним и высоким доходом 3. Группы хасидов из Израиля и США 4. Не религиозные индивидуальные туристы из Европы, США, Израиля <p>Возрастной сегмент - 10-75 лет</p>
<p>9. СТРУКТУРА РАСХОДОВ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Заработная плата 2. Налоги 3. Коммунальные платежи 4. Закупка продуктов и расходных материалов (постельные принадлежности) 5. Комиссия агентам и роялти гостиничной цепочке 6. Реклама и интернет продвижение 7. Строительство и оборудование 8. Амортизация <p>ИТОГО: от USD 74,000 в месяц (согласно расчету денежного потока)</p>		<p>5. ПОТОКИ ДОХОДОВ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бронирование номерного фонда - от USD 55,000 / мес. 2. Рестораны и бар - от USD 10,000 / мес. 3. Конференц-услуги - от USD 20,000 / мес. 4. Спа-центр, бассейн и фитнес - от USD 9,000 / мес. 5. Прочие доходы (экскурсии, паркинг, вертол. площадка) - от USD 30,000 / мес. <p>ИТОГО: от USD 124,000 в месяц</p>		