

«РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ВЫВЕДЕНИЯ НА РЫНОК НОВОГО ПРОДУКТА В СФЕРЕ ОНЛАЙН- ОБРАЗОВАНИЯ»

*Выполнил: студент группы _ ФИО
Научный руководитель:, к.э.н*

Актуальность

- Актуальность выбранной темы обусловлена задачами компании. Кроме своей основной деятельности, компания занимается разработкой образовательных продуктов для партнеров. Компания планирует создать образовательную экосистему с базой успешных выпускников для последующего трудоустройства: создание уникальных квалифицированных кадров как для компании, так и для партнеров. Создание экосистемы заключается в разработке и запуске нескольких образовательных онлайн-продуктов. Более того, актуальность определяется и проблемами, которые возникли в компании.

Цель, объект и предмет

Цель: разработка стратегии выведения на рынок цифрового образовательного продукта – онлайн-курса по допечатной подготовке для дизайнеров.

Объект: онлайн-курс по допечатной подготовке.

Предмет: показатели рынка, продукты конкурентов, обратная связь от потенциальных потребителей.

Задачи:

1. Проанализировать статьи о стратегиях выведения на рынок новых продуктов, подходах к выведению на рынок, особенностях образовательных продуктах, особенностях и развитии сферы образования
2. Проанализировать тенденции развития рынка образования РФ.
3. Провести анализ конкурентов для разработки дифференцированного продукта, отвечающего уникальным потребностям клиентов.
4. Провести интервью потенциальных потребителей из сегмента дизайнеров-фрилансеров и студентов-дизайнеров
5. Выявить боли, потребности и желания целевой аудитории, которые связаны с их опытом обучения онлайн
6. Разработка уникального торгового предложения (УТП) на основе анализа конкурентов и целевой аудитории
7. Разработка Customer Journey Map для проектирования и улучшения пользовательского опыта
8. Написание плана продвижения онлайн-курса с использованием AAARRR-фреймворка
9. Формулирование рекомендаций по выводу нового образовательного продукта на рынок

Методы исследования

- ✓ *анализ вторичной литературы*
- ✓ *конкурентный анализ*
- ✓ *инструмент для построения ценностного предложения
Value Proposition Canvas*

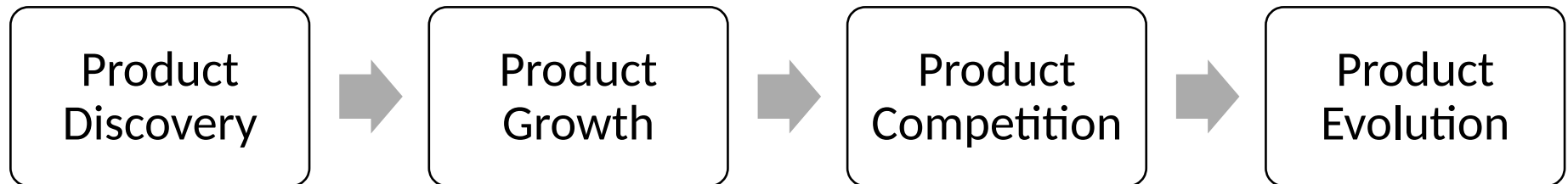
Результаты анализа конкурентов

Содержание и форматы курсов очень похожи: акцент на работе с цветом, работе в программах;

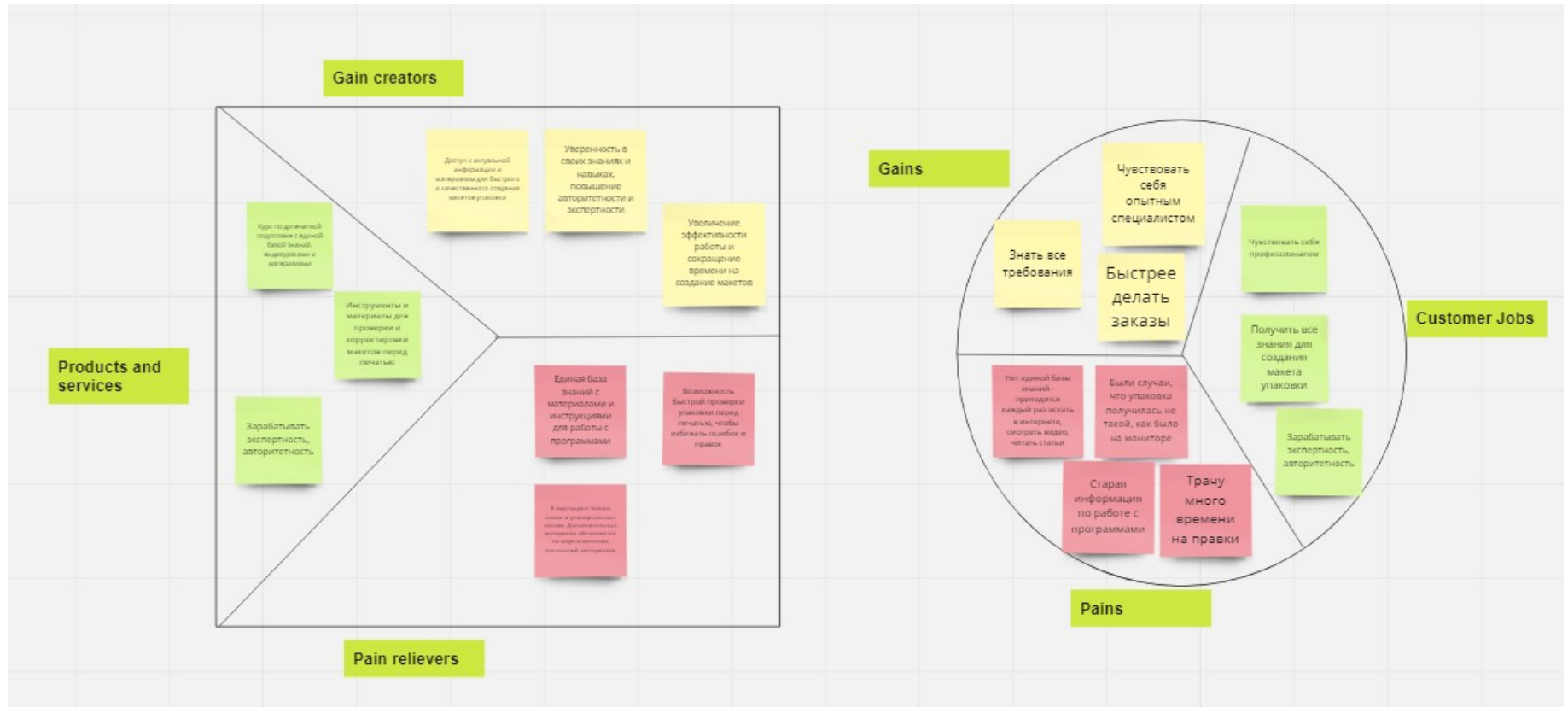
Особенности работы именно с картонной упаковкой не рассматриваются либо не заявлены: процесс создания упаковки и тонкости при печати.

Все лендинги имеют одну структуру.

Четыре стадии жизненного цикла продукта



Value Proposition Canvas



Выводы

Большое количество игроков на рынке, участившиеся случаи мошенничества и обмана в сфере онлайн-образования заставляют потребителей быть более внимательными и избирательными при выборе продукта. Поэтому необходимо не только сформулировать клиентоориентированную стратегию, но и обеспечить будущую успешность и стабильность благодаря работе над проходимость курса и удержанием потребителей - для получения дополнительной прибыли, а также для формирования резерва специалистов для экосистемы. Это поможет не только достичь цели компании, но и решить проблему с увеличением времени на разработку и корректировку макетов. В ходе работы над ВКР был создан проект программы для онлайн-курса по допечатной подготовке, а также сформулированы стратегические шаги и тактические рекомендации по выведению онлайн-курса на рынок. Одобрение шагов и рекомендаций было получено от коммерческого директора компании. Так, компания уже приобрела доступ к платформе для размещения курсов с возможностью помодульной оплаты CoreApp, осуществляет переговоры с GonzoDesign по возможности партнерства, ведется работа над платформой экосистемы, поэтому цель ВКР можно считать достигнутой

Спасибо за внимание!