

СЕТЕВОЙ АКСЕЛЕРАТОР ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

# “ЮЖНОЕ СОЗВЕЗДИЕ БАС”



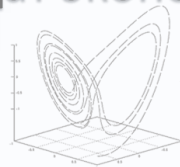
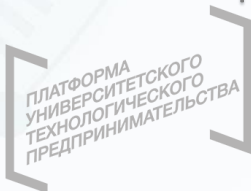
Построение воронки продаж (B2B, B2C, B2G).  
(Эффективные продажи)

Степанова Мария Андреевна

Руководитель акселерационной программы  
Сетевой акселератор технологического  
предпринимательства «Экспонента PRO»,  
бизнес-тренер,  
кандидат экономических наук, ЦНИ ИМИСЭ, ЮФУ



МИНОБРНАУКИ  
РОССИИ



BSAARC



20.35  
УНИВЕРСИТЕТ



GENERATION 



*Первый заместитель  
Председателя  
Правительства  
Российской Федерации  
Андрей Белоусов*

Андрей Белоусов провёл заседание президиума Правительственной комиссии по вопросам развития беспилотных авиационных систем «Национальный проект «Беспилотные авиационные системы» с 1 января 2024 года нацпроект должен заработать в полную силу.

- «Работа должна быть выстроена системно – все элементы должны быть взаимосвязаны в единую архитектуру». Он отметил, что есть три основных составных элемента, которые должна включать группа цифровых платформ в рамках нацпроекта: цифровые решения для разработчиков и производителей БАС по управлению всем жизненным циклом изделий – от проектирования до обслуживания, включая «цифровой двойник»; цифровые решения по эксплуатации БАС и организации воздушного движения, в том числе в едином воздушном пространстве; набор специальных цифровых решений для стартапов, для взаимодействия участников рынка (маркетплейс) и кадрового обеспечения.

Представители Минпромторга, Минцифры, Минтранса и Минобрнауки на заседании представили предложения по созданию и актуализации цифровых платформ, которые будут обеспечивать стимулирование спроса на беспилотники и их услуги, эффективную производственную кооперацию, доступность разработок и исследований, а также решения по оптимизации организационно-административных процессов, сертификации БАС и мониторингу стартапов в отрасли беспилотных авиационных систем.

По результатам обсуждения Андрей Белоусов поручил провести анализ клиентских путей производителей и пользователей услуг беспилотников и спроектировать их целевой облик на основе цифровых решений, а также провести инвентаризацию тех цифровых решений, которые будут интегрированы в национальный проект.





# Сфера применения БПЛА



## Особенности потребителей

<https://аэронет2035.рф/>



### Кейсы и учебные материалы

Подборка успешных практик и учебных материалов по применению беспилотников в различных отраслях экономики

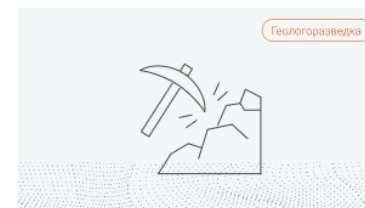
СФЕРА ПРИМЕНЕНИЯ ▾ ОТРАСЛЬ ▾

Поиск 🔍



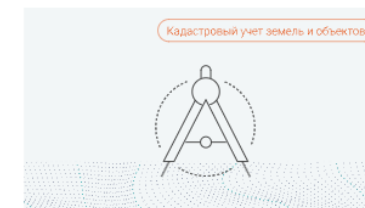
#### ПРИМЕНЕНИЕ БВС ГЕОСКАН 201 В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Инвентаризация сельхозугодий, создание электронных карт полей и кадастр. Мониторинг техники, состояния посевов и полей под парами, расчет NDVI.



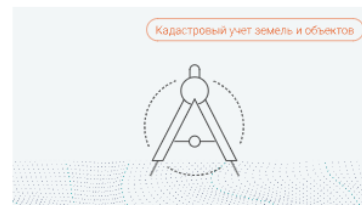
#### РАЗВЕДКА МЕСТОРОЖДЕНИЙ С ПРИМЕНЕНИЕМ БАС

Обнаружение руд черных и цветных металлов. Разведка коренных и россыпных алмазных месторождений. Геологическое картирование.



#### ПРИМЕНЕНИЕ БАС В ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВЕ И ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВЕ

Комплексные кадастровые работы. Земельный надзор и отслеживание изменений. Цифровая картография Проектирование в 3D.



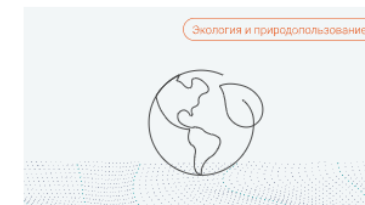
#### ПРИМЕНЕНИЕ БАС В ГЕОДЕЗИИ

Создание ортофотопланов. Создание топографических планов. ЦМР и гипсометрия.



#### ПРИМЕНЕНИЕ БАС В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Планирование и проектирование. Контроль качества выполняемых работ. Актуальная информация на всех этапах строительства.

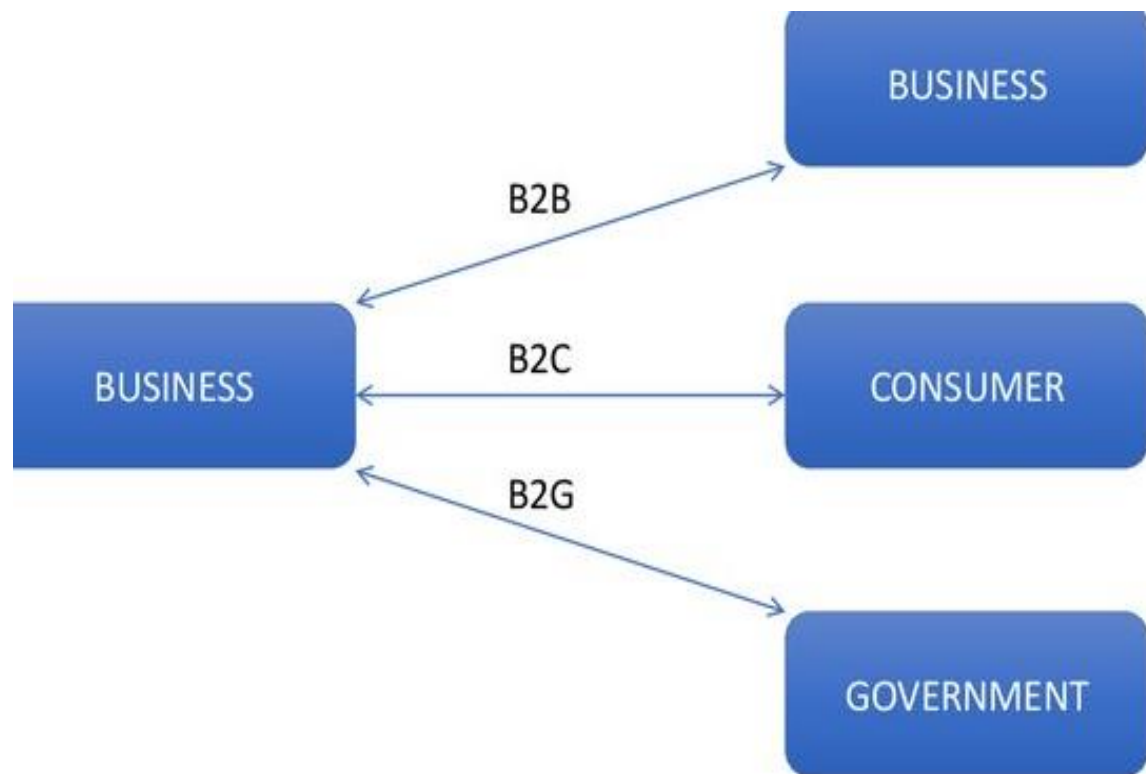


#### ПРЕИМУЩЕСТВА ПРИМЕНЕНИЯ БАС ГЕОСКАНА В ГОРНОМ ДЕЛЕ

Точные актуальные геометрические данные о поверхности карьера, разреза, рудника. Цифровая модель. Определение объемов добычи.



# Рынки





**B2B (Business to Business) - это коммерческая деятельность (бизнес) между двумя компаниями**



Клиенты одного предприятия - это другие компании



Сюда относятся услуги для бизнеса и аутсорсинговое обслуживание, франчайзинг.

Основное отличие - принимают решение о покупке несколько лиц, нет эмоциональных покупок.

<http://b2b-russia.ru/>

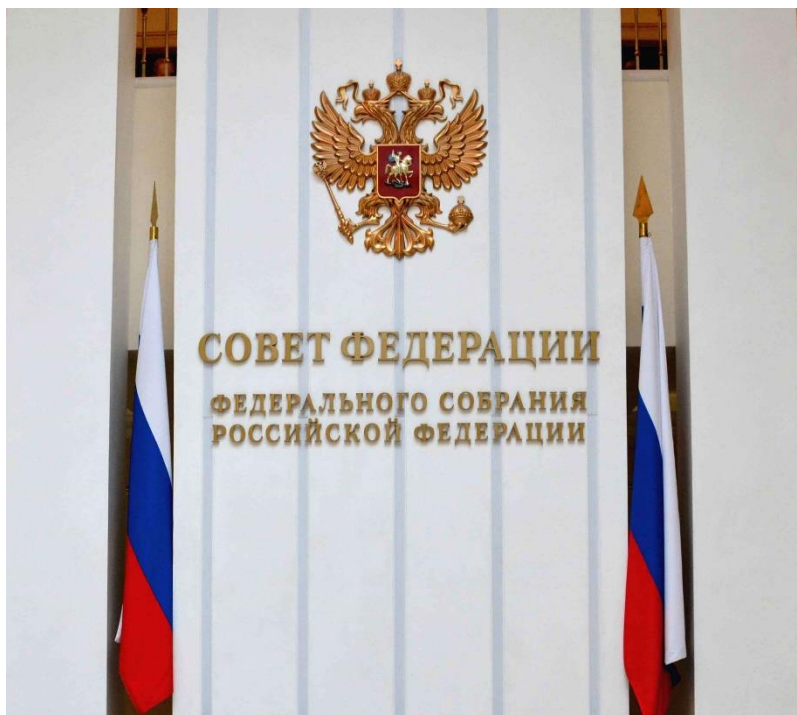
<https://kontur.ru/>

Основные потребности и «боли» B2B-компаний:

1. Ограниченное количество покупателей.
2. Необходимость построения устойчивых отношений с клиентами.
3. Понимание бизнес-процессов клиентов.
4. Высокий профессионализм клиентов.
5. Долгий цикл принятия решений.
6. Влияние человеческого фактора.
7. Сложность делегирования бизнес-процессов.
8. Потребность в грамотном руководителе с широким кругозором.
9. Наличие чёткой стратегии.



## B2G- бизнес для государства или это бизнес, который осуществляется между государственными и частными компаниями



- Инфраструктурные спецпроекты — строительство Крымского моста;
- Образовательные услуги — Президентская программа подготовки управленческих кадров;
- Экологические проекты — строительство мусоросжигательных заводов;
- Здравоохранение — ремонт / строительство больницы.

Основное модели B2G - компании отвечают на требования, опубликованные определенным государственным учреждением, посредством процесса торгов.

Сложный и прибыльный бизнес, государство - это самый крупный клиент в стране.

Данная модель подразумевает продажу товаров и услуг государственным органам и учреждениям, таким как: армия, полиция, суды, школы, детские сады, вузы, поликлиники, травмпункты, библиотеки, музеи и театры ..

---

В России взаимоотношения коммерческих организаций с государством строятся через госзакупки и регулируются ФЗ №44 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» и ФЗ №223 «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц». Существуют специальные тендерные (аукционные) онлайн — площадки (например, [roseltorg.ru](http://roseltorg.ru))



## B2C (Business to Consumer) – «бизнес для потребителя»



Продажа товаров и услуг клиентам-физическим лицам для личного потребления.



B2C как бизнес-модель обычно предполагает большой объем клиентов, но пропорционально меньший доход на единицу.

Пример:  
Продуктовый магазин, интернет-магазин или маленький офис бухгалтерских, сервисных услуг для населения – это все b2c.





## Полезные ссылки для описания рынка

### Производители БПЛА

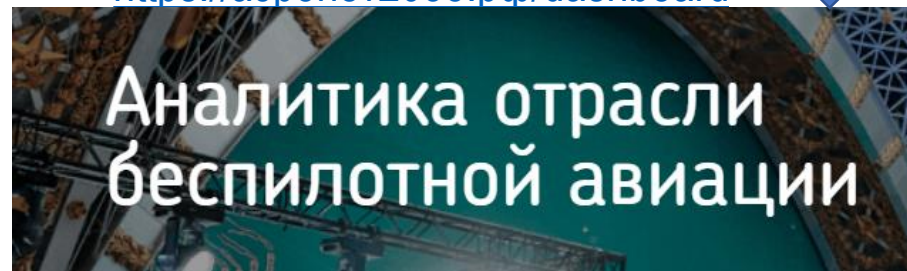
<https://аэронет2035.рф/catalog>

### Основные конкуренты на этом рынке



- |                                      |  |  |                                   |                |
|--------------------------------------|--|--|-----------------------------------|----------------|
| ✓ HIVE дронапорт                     | ✓ ГК Геоскан                               | ✓ МГТУ им. Н.Э. Баумана                | ✓ Самозанятый                     | ✓ Эколибри     |
| ✓ Molecula FPV                       | ✓ ГТЛК                                     | ✓ Манс                                 | ✓ Спектр                          | ✓ Эникс        |
| ✓ АДА Аэро                           | ✓ Гаскар Групп                             | ✓ НИИВК им. М.А. Карцева               | ✓ Стрекоза                        | ✓ ЮВЛ РОБОТИКС |
| ✓ АС-КАМ                             | ✓ Гироплан-Рус                             | ✓ НПО ИжБС                             | ✓ Съёмка с воздуха                | ✓ ЮВС Авиа     |
| ✓ Авиановации                        | ✓ Грузовые беспилотные системы             | ✓ НПП Авакс-Геосервис                  | ✓ ТАИП                            |                |
| ✓ Авиационные технологии и комплексы | ✓ Дронстрой                                | ✓ НПП Стрела (АФК Система)             | ✓ ТУСУР                           |                |
| ✓ Агримакс.Аэро                      | ✓ Дронсхаб                                 | ✓ НЦВ Миль и Камов                     | ✓ Тезона                          |                |
| ✓ Альбатрос                          | ✓ ИДС Технологии                           | ✓ Научно Инженерная Компания           | ✓ Техно-лидер                     |                |
| ✓ Атлас-Аэро                         | ✓ Индустриальные дроны                     | ✓ Нормальные исследования и разработка | ✓ Техноджет                       |                |
| ✓ Аэроглоуб                          | ✓ Интегральные роботизированные технологии | ✓ Нью Линк                             | ✓ Транспорт будущего (Эфко)       |                |
| ✓ Аэродин                            | ✓ КАМА                                     | ✓ ОКБ Валдай                           | ✓ УЗГА                            |                |
| ✓ Аэрокон                            | ✓ КБ Русь                                  | ✓ ОКБ Кулон                            | ✓ Университет Иннополис           |                |
| ✓ Аэроксо                            | ✓ Клеверкоптер                             | ✓ Омнитех                              | ✓ ФИНКО ГК Беспилотные системы    |                |
| ✓ Аэромакс                           | ✓ Компания «Сухой»                         | ✓ Оптиплейн Аэродинамика               | ✓ Федеральная ассоциация          |                |
| ✓ Аэростарт                          | ✓ Конструкторское бюро-7                   | ✓ Птеро                                | ✓ НПО «БПЛА»                      |                |
| ✓ БГ-Оптикс                          | ✓ Коптер Экспресс Технологии               | ✓ Радар ММС                            | ✓ Фонд перспективных исследований |                |
| ✓ Бозон Аэро                         | ✓ Корпорация Попов Радио                   | ✓ Райт Групп (Лаборатория дронов)      | ✓ Ховер                           |                |
| ✓ ВАСП Эйркрафт                      | ✓ Кронштадт                                | ✓ Робавиа                              | ✓ ЦСТ (ZALA AERO GROUP)           |                |
| ✓ ВР-Технологии                      | ✓ Лаборатория будущего                     | ✓ Роботикс                             | ✓ ЭНЛО АСК                        |                |
|                                      | ✓ Летаящие машины Тьюринга                 | ✓ Русдронапорт                         | ✓ Эйрбург                         |                |
|                                      | ✓ Летная Академия                          | ✓ СТЦ                                  |                                   |                |
|                                      | ✓ Люфтэра                                  |  |                                   |                |
|                                      | ✓ МАИ                                      |  |                                   |                |

<https://аэронет2035.рф/dashboard>







## Специфика моделей продвижения



	<b>B2b</b>	<b>B2c</b>	<b>B2g</b>	<b>C2c</b>
<b>Цель покупки</b>	Для развития бизнеса	Для личных нужд	Для государственных и муниципальных нужд	Для личных нужд
<b>Средний бюджет покупки</b>	Крупный	Небольшой	Может быть огромным	Небольшой
<b>Объем заказов</b>	Может быть значительным	Небольшой	Значительный	Небольшой
<b>Количество клиентов</b>	Ограниченное	Большое	Ограниченное	Большое
<b>Реклама и маркетинг</b>	Ориентированы на конкретного клиента	Ориентированы на неограниченное число клиентов	Ориентированы на информирование государственных и муниципальных заказчиков	Ориентированы на неограниченное число клиентов



## Воронка продаж



### Основные этапы:

1. Установление контакта
2. Выявление потребностей
3. Презентация товара
4. Работа с возражениями
5. Завершение сделки
6. Feedback / удовлетворенность

### Дополнительные этапы:

7. Повторные продажи
8. Продажа отказавшимся





## Как обстоят дела на самом деле



### Ожидание

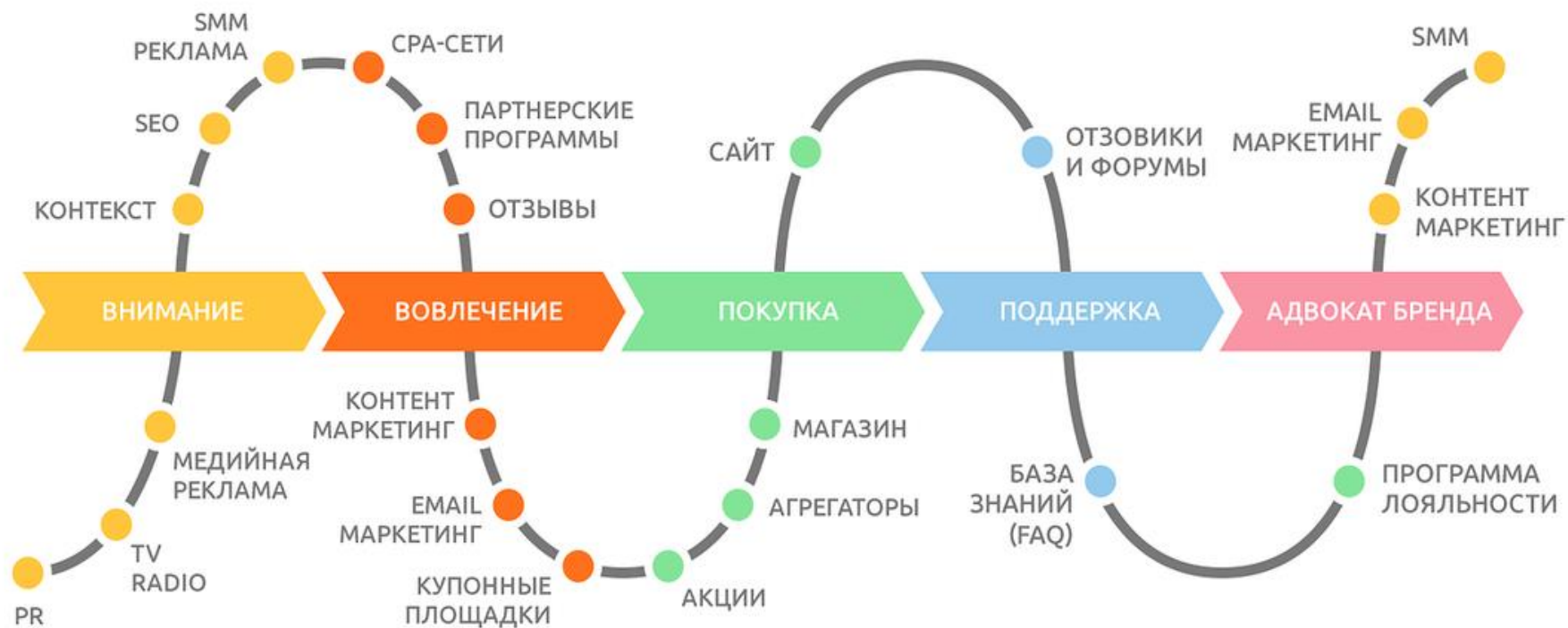


### Реальность



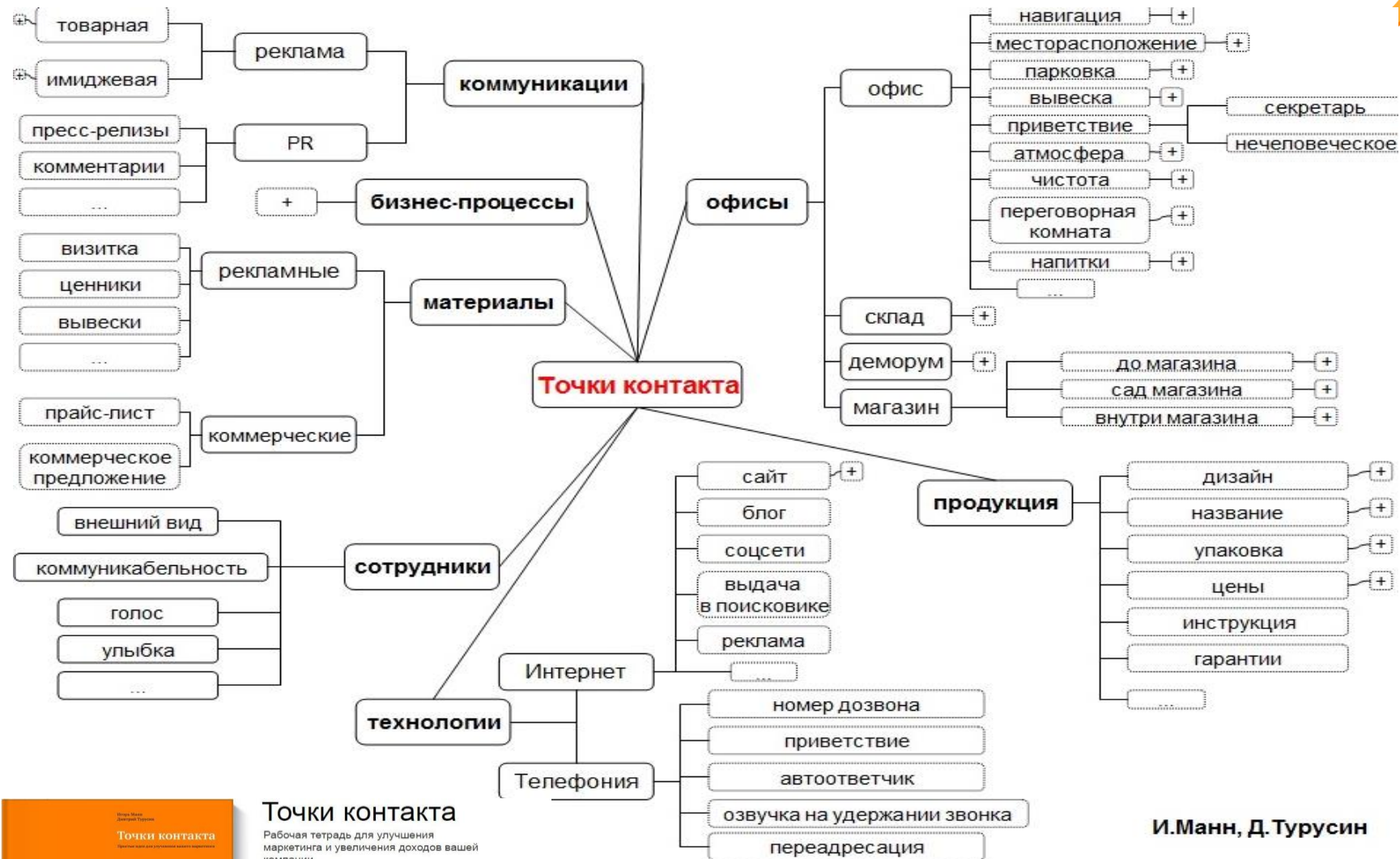


## Воронка продаж как путь клиента по горизонтали с точками касания потребителей





# Точки контакта потребителя с вашим продуктом



## Точки контакта

Рабочая тетрадь для улучшения маркетинга и увеличения доходов вашей компании

Илья Манн и Дмитрий Турусин

★ добавить в вишлист



И.Манн, Д.Турусин



**Customer journey map — это визуализация этапов, по которым проходит клиент на пути к покупке, как навигатор для водителя: он помогает понять, какой маршрут быстрее приведёт покупателя к цели.**



## Задачи которые решает CJM



### Диагностика проблем

---

Выявление ключевых «болей» и проблем пользователя в разных точках контакта



### Демонстрация стейкхолдерам

---

Наглядная визуализация опыта клиентов для быстрого и адекватного понимания того, «что происходит» в реальности



### Синхронизация команды

---

Единая картинка для разных департаментов — помогает всем быть «на одной странице» и не терять связь с клиентом



### Основа для улучшения

---

Инструмент быстрого принятия решений — позволяет оценить ситуацию и найти «лекарство» от проблемы



## Карты пути клиента бывают разными, примеры:



### Элементарная карта пути

Прописано время, шаги, этапы, впечатления и действия.



### Маркетинговая карта пути

Прослеживаются основные этапы привлечения пользователя и его вовлечения в услугу или сервис.



### Карта омниканального опыта

Этапы пути — это названия столбцов таблицы, точки контакта — названия строк, а на пересечении — сила и возможность влияния на каждом этапе.



### Каскадная карта пути

Показаны этапы пути, шаги, точки контакта и сила влияния стейкхолдеров.



### Графикообразная карта пути

Подробно описаны все этапы пути пользователя, есть цитаты, объясняющие силу влияния на каждом шаге.





















### Расширенная карта пути

Подробно описаны все этапы пути, указаны время, впечатления, действия, ожидания, добавлены артефакты (фотографии, схемы), обозначены барьеры, трудности, разрывы в опыте, «препятствия» на пути.



## Карта пути клиента интернет магазина (пример)



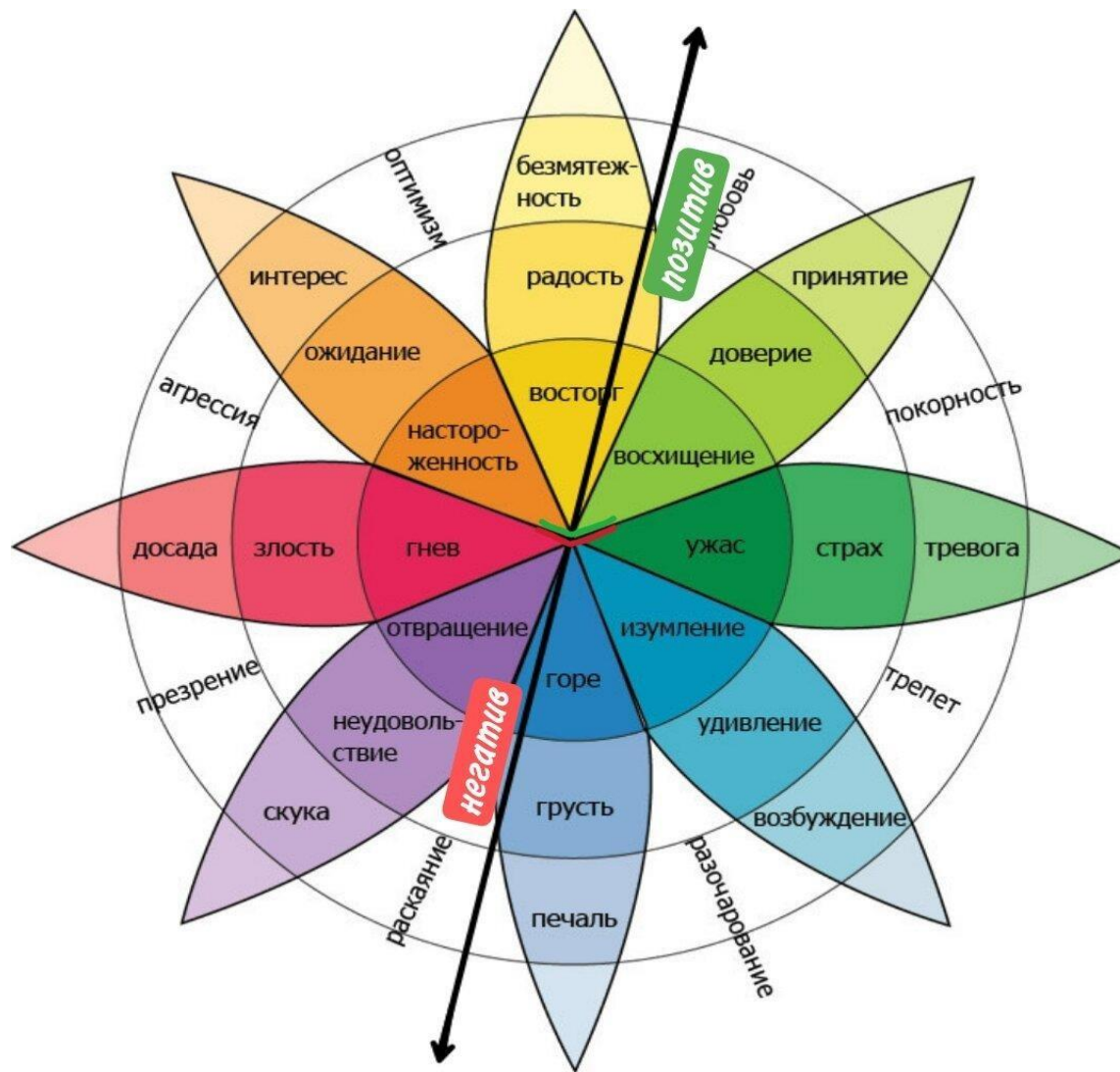
Стадии путешествия	Мотивация	Поиск в интернете			Поиск на сайте	Оценка товаров		Оплата	
Активности	Хочет купить подарок другу на новый год	Ищет товары в интернете по ключевым словам	Переходит по первому объявлению в результатах поиска	Еще раз сравнивает с другими сайтами в поисковой выдаче	Изучает текущие скидки и предложения	Открывает страницу товара, чтобы изучить детали	Открывает страницы других товаров, чтобы сравнивать информацию	Переходит к оплате выбранного товара	Связывается со службой поддержки для помощи
Чувства									
Счастлив									
В целом доволен									
Несчастлив									
Опыт	Приятно сделать подарок другу	Нравится большой выбор, но не знает как выбрать	Не нравится много бесполезной информации	Доволен обилием информации. Не уверена как найти лучшую цену	Удивлен обилием скидок	Разочарован отзывами других покупателей	Нравится дизайн и функциональность. Расстраивает, что многих товаров нет в наличии	Расстроен, что есть только один способ оплаты	Расстроен, что есть только один способ оплаты
Ожидания	Получать легкий доступ к информации о скидках	Релевантные результаты поисковой выдачи	Возможность скрывать ненужные объявления	Понятный и современный дизайн сайта	Больше праздничных скидок	Высокое качество товаров	Большой ассортимент и быстрая доставка	Больше способов оплаты	Высокая скорость работы сайта





## Карта эмоций потребителя

Эмоции, которые испытывает Потребитель в каждой точке касания с вашим продуктом





## ИНСТРУКЦИЯ (пример 1)



### Информация для покупателей и пользователей беспилотных летательных аппаратов (БПЛА)

#### НУЖНО

Знать основные характеристики беспилотного летательного аппарата и принципы его безопасного пилотирования

Осуществлять полеты на высоте не менее 100 м.

Уважать приватность – удерживать расстояние между БПЛА и людьми, животными, сооружениями и имуществом не меньше 50 м.

Осуществлять полеты на расстоянии ближе чем 5 км от границ аэродромов, запретных и опасных зон

Осуществлять полеты над движущимися транспортными средствами для предотвращения отвлечения внимания водителей

Пилотировать аппарат над скоплением людей – во время спортивных мероприятий, фестивалей, концертов и т.п.

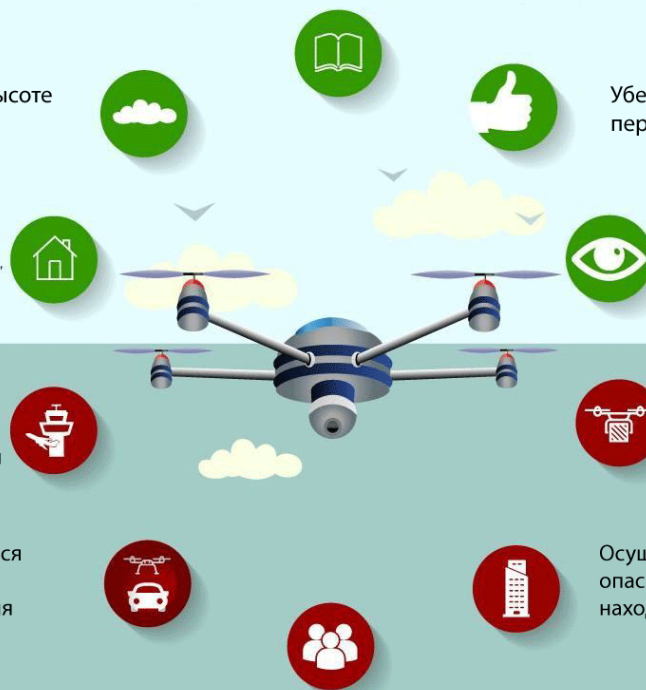
Убедиться в исправности аппарата перед его использованием

Осуществлять полёты лишь в условиях хорошей видимости и в поле зрения пользователя при отсутствии сильных порывов ветра и осадков

Подвешивать и монтировать на аппараты какие-либо предметы и средства, не предусмотренные конструкцией аппарата

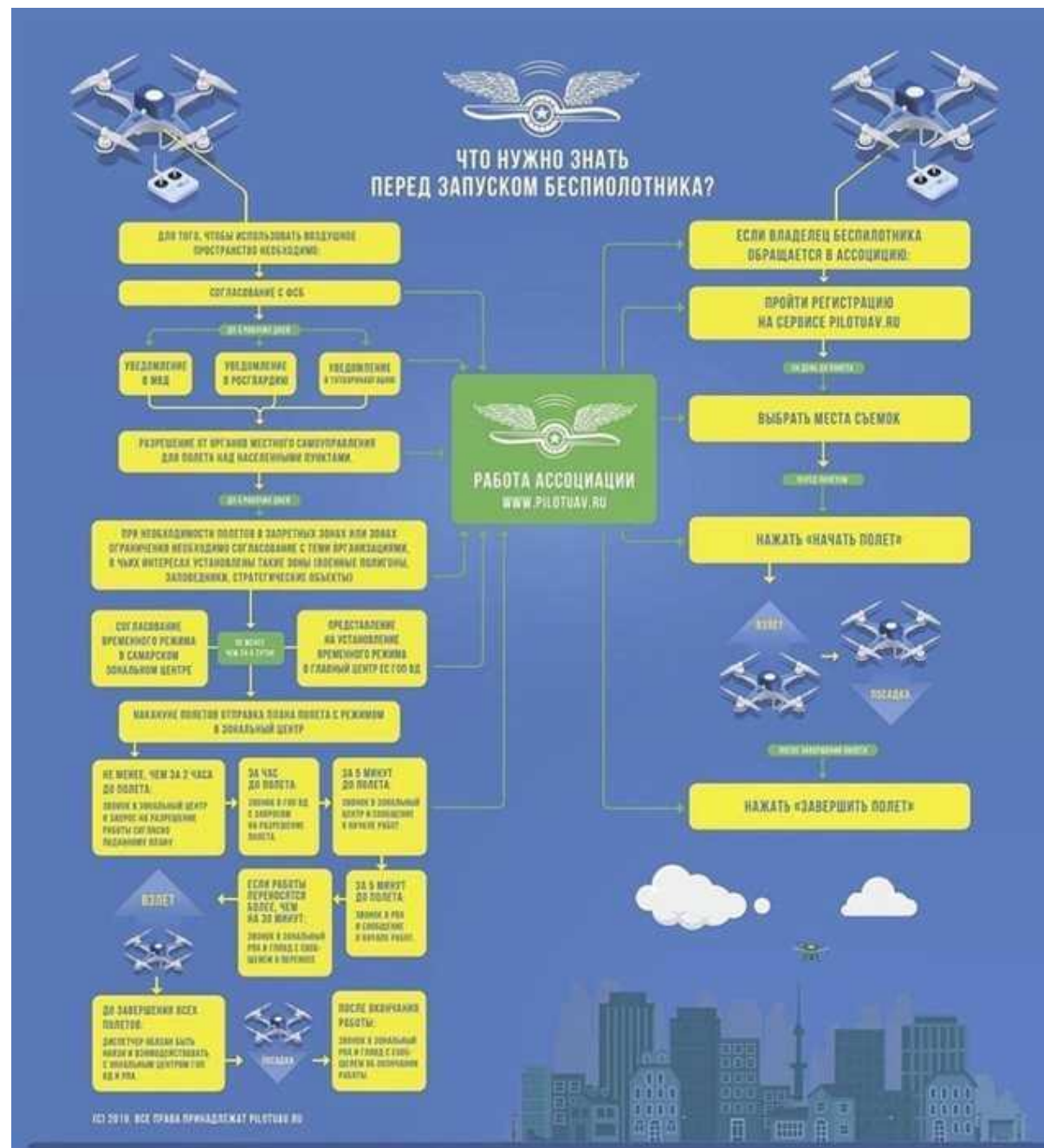
Осуществлять полеты над запрещенными и опасными зонами и объектами, находящимися под охраной

#### НЕ НУЖНО





# ИНСТРУКЦИЯ (пример 2)





## Задание для работы

Карты пути клиента можно по-разному визуализировать, однако главное, чтобы карта соответствовала вашим задачам и состояла из реальных историй респондентов, а не экспертной оценки.





## Карта пути клиента

Образец таблицы для заполнения пути клиента



Этапы взаимодействия Точки касания				
Задачи и потребности				
Действия				
Боли/ проблемы				
Цитаты				
Эмоции потребителя				
Предложения по улучшению				





## Этапы построения пути клиента



01 Выбираем задачу, шагами какого клиента мы будем строить путь клиента

02 Какой наш путь по времени

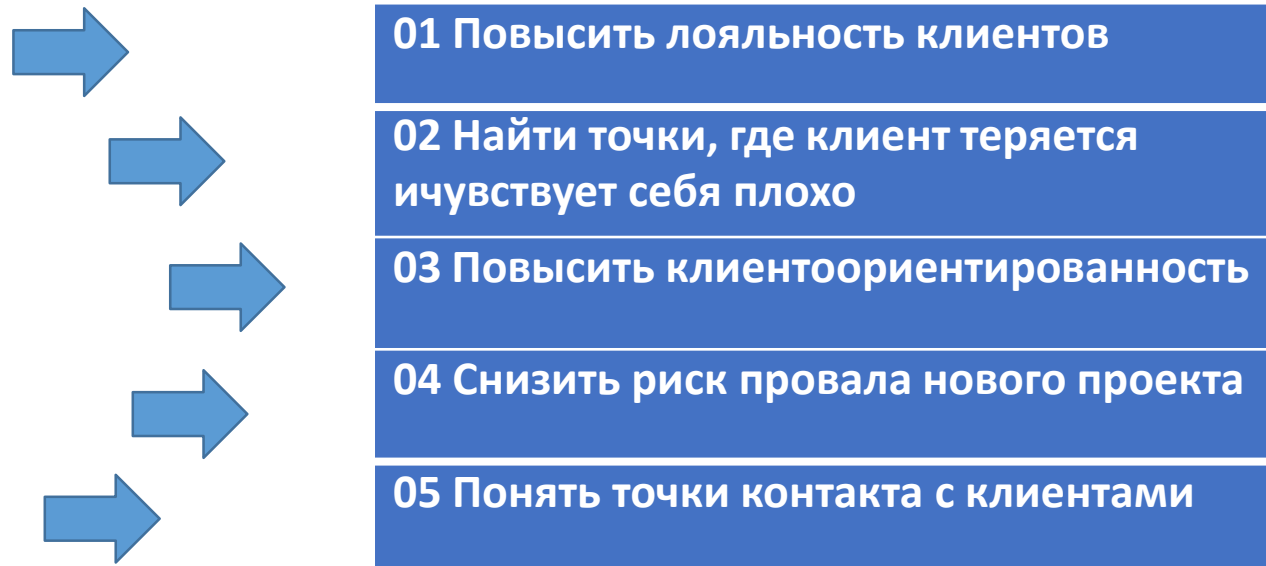
03 Записываем основные точки взаимодействия клиента

04 Добавляем эмоциональную карту клиента

05 Обязательно добавляем значимость каждого шага клиента



## ЗАЧЕМ СТРОИТЬ ПУТЬ КЛИЕНТА?

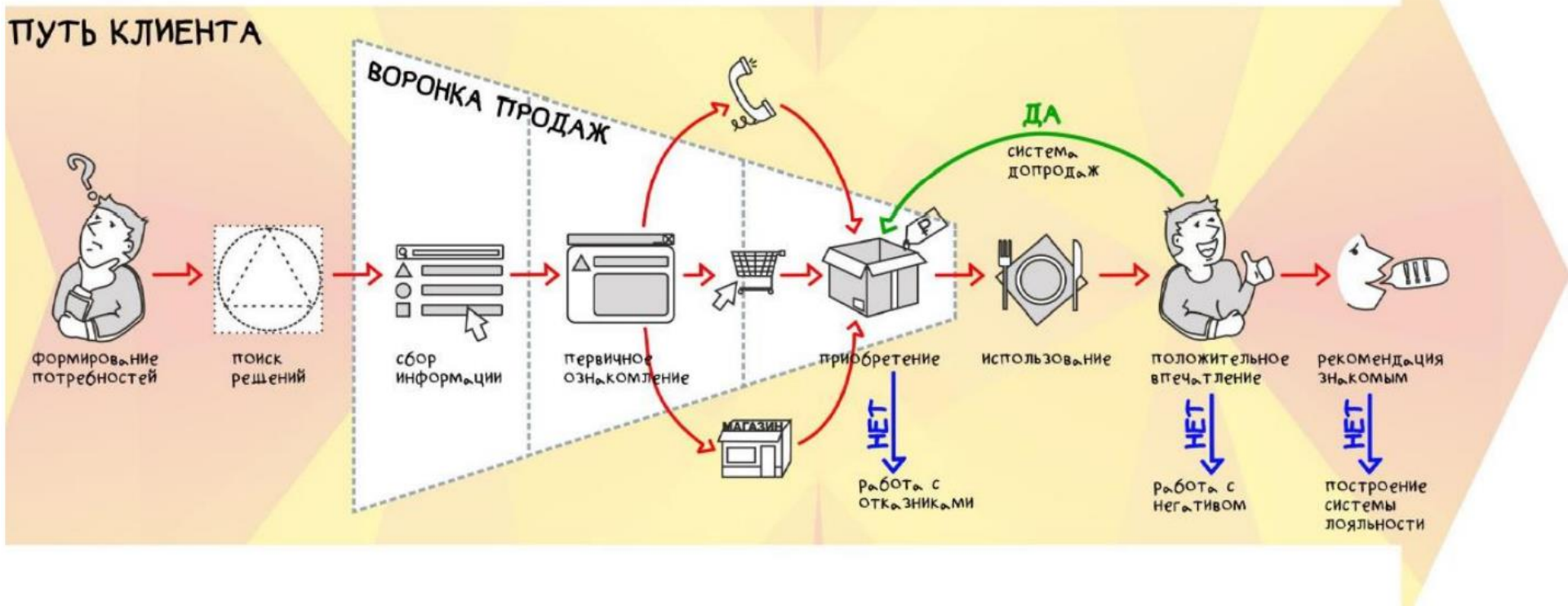


### Обратить внимание при построении!

- Строим идеальную карту вашего клиента (когда продукт в фазе создания)
- Указываем все каналы коммуникации
- Учитываем все точки контакта



# Путь клиента







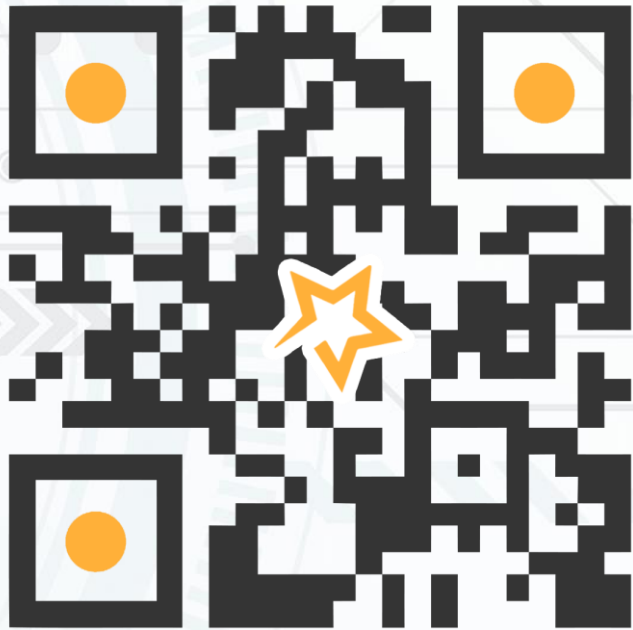
## Полезные книги при построении пути клиента на разных рынках



Книга:  
Найден более быстрый маршрут. Применение карт путешествия потребителя для повышения продаж и лояльности. Теперь и в B2B.

СЕТЕВОЙ АКСЕЛЕРАТОР ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

# “ЮЖНОЕ СОЗВЕЗДИЕ БАС”



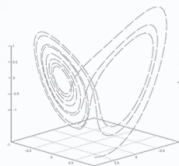
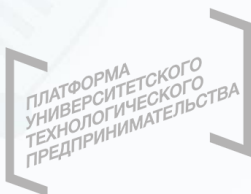
[BAS.SFEDU.RU](http://BAS.SFEDU.RU)

## Боровская Марина Александровна

Президент Южного федерального университета,  
председатель Совета ректоров вузов Юга России  
член-корреспондент Российской академии образования,  
доктор экономических наук, профессор



МИНОБРНАУКИ  
РОССИИ



20.35  
УНИВЕРСИТЕТ



GENERATION