

# **СТРАТЕГИЯ** **развития и монетизации продукта**

**Продвижение программного продукта**

A photograph of four call center agents (two men and two women) sitting at a long desk in a modern office. They are all wearing headsets and looking at their computer monitors. The agents are smiling and appear to be engaged in their work. The background shows large windows with a view of a city skyline. The overall atmosphere is professional and collaborative.

# СОДЕРЖАНИЕ:

	стр.		стр.		стр.
<b>РЕЗЮМЕ</b>		<b>АНАЛИЗ РЫНКА</b>		<b>ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН</b>	
Описание проекта	3	Конъюнктурный анализ	8	Инвестиции	14
Особенности технологии	4			Постоянные расходы	15
Возможности программы	5	<b>МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН</b>		Прогноз продаж	16
Достижения	6	Целевая аудитория	9	Прогноз доходов	17
		Конкурентные			
Интегральные показатели	7	преимущества	10	Бюджет доходов и расходов	18
				Движения денежных	
		Жизненный цикл	11	средств	20
		Прогноз продаж	12		
		Каналы продвижения	13		
<b>КОНТАКТЫ</b>	22				

# РЕЗЮМЕ. Описание проекта



Устное общение по-прежнему остается одним из основных способов коммуникации. Колл-центры и службы технической поддержки давно стали полноценными каналами связи с клиентами или всеми подразделениями компаний.

Основные проблемы в устном общении для колл-центров и служб технической поддержки заключаются в том, что операторы зачастую подвержены стрессу и проблемам со слухом, из-за шума в колл-центрах трудно расслышать клиента, персонал центров часто сменяются и недостаточно мотивированы, компании приходится обучать новых сотрудников, что влечет за собой дополнительные затраты и недовольство клиентов.

Компания ITFORYOU ([www.itforyou.pro](http://www.itforyou.pro)) разработала программу PETRALEX **Speech Communication**/Call Center Solutions для колл- и контакт-центров, которая, которая устанавливается на компьютер и улучшает голос и слух оператора.

## Цель проекта

Организация продвижение организация программного продукта PETRALEX **Speech Communication**

# РЕЗЮМЕ. Особенности технологии



## Убедительный голос

Технология глубокого преобразования речи, адаптирующая голос оператора для лучшего восприятия удаленным абонентом.



## Выразительный голос

Технология изменения тембра голоса, позволяющая придать речи оператора соответствующие акценты.



## Компрессия

Выравнивание громкости звуков, благодаря которому абонент будет лучше слышать тихие звуки.



## Подавление шумов микрофона

Технология подавления артефактов микрофонного оборудования, проявляющихся в виде низкочастотных шумов.



## Темп речи

Технология измерения скорости речи оператора.



## Антистресс

Технология изменения психологической окраски входного речевого сигнала, основанная на изменении режима фонации.



## PETRALEX® Улучшение слуха

Технология, улучшающая слуховое восприятие оператора и поддерживающая здоровье его слуха.



## Преодоление окружающего шума

Технология, позволяющая вести сеанс связи в насыщенной шумовой обстановке.



## Удаление тональных сигналов

Технология удаления тональных сигналов, производимых нажатиями кнопок телефона.

# РЕЗЮМЕ. Возможности программы



## НАШИ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Наш опыт в сфере цифровой обработки сигнала, наша интеллектуальная собственность в сфере анализа и синтеза речевого сигнала и наши исследования в области компенсации снижения слуха.



## НАША ГИБКОСТЬ

Программное обеспечение, предусматривающее многопользовательский режим работы, быстрое включение/отключение режимов обработки голоса, комбинирование режимов в зависимости от задач и предпочтений сотрудника, а также доступ к легко регулируемым настройкам.



## ВАШ ПОТЕНЦИАЛ

Повышение эффективности работы сотрудников ведущих деловые голосовые коммуникации за счет влияния на восприятие клиентов – новое и очень перспективное направление в клиентоориентировании.



## ВАША ЗАБОТА О СОТРУДНИКАХ

Снижение утомляемости и вреда профессиональных неблагоприятных факторов для здоровья, в том числе слуха, поддержание психологического комфорта, повышение восприятия – все это крайне востребовано у людей, посвящающих значительную часть своей жизни голосовым коммуникациям, как делового, так и личного характера.



**WINNER**  
— 2015 —  
**B2C CATEGORY**

Победа приложения – плеера UrbanDenoiser в кубке разработчиков Европы, проводимым Microsoft в марте 2015 года.

<http://appcup.eu/finalists/>



*“Information That Works!”*

Совместный проект приложения Petralex с лидирующим в Центральной и Восточной Европе центром компьютерного обучения «Специалист», предоставляющим возможность людям с нарушением слуха получать образование, стал победителем ежегодной конференции «LERN» в 2015 году.

# РЕЗЮМЕ. Интегральные показатели

# АНАЛИЗ РЫНКА. Конъюнктурный анализ

%

составляет ежегодный рост рынка услуг call-центров

млрд.

оценивается мировой рынок ПО для call-центров

%

населения США и Европы заняты в сфере call-индустрии

По оценкам Datamonitor, среднемировой показатель роста рынка аутсорсинговых call-центров составляет \_\_\_\_\_. По итогам 2012-14 гг. Россия смогла продвинуться на шестое место в рейтинге создания рабочих мест. Число созданных рабочих мест достигло около \_\_\_\_\_тысяч, что составляет \_\_\_\_ от общей численности мест в странах Европы. В США и на европейском континенте порядка % населения занято в сфере кол-индустрии.

Широко используются кол-центры и в банковском секторе, где успешно внедряются последние новшества – средства голосовой биометрии. По мнению специалистов наиболее востребованными инновациями в кол-индустрии являются системы защиты и блокировки от мошенничества (%), средства планирования (%), системные методы анализа речи (%), CRM (35%).

Особенно успешно развивается рынок аутсорсинговых кол-центров в России. Если в 2010 г. объем рынка достиг отметки млрд. руб., то к 2016 г. специалисты прогнозируют двукратное увеличение рынка примерно млрд. руб.

С ростом спроса и расширения сферы услуг растет и стоимость обслуживания запросов, к примеру, исходящие на %, входящие на %.

Основными потребителями услуг кол-центров за прошедшие два года стали финансовые учреждения (в том числе банки), телеком, ритейл, IT-отрасль.



## Целевая аудитория

Основными потребителями предоставляемых услуг являются:

- банки и финансовые структуры
- потребительские компании
- интернет-магазины
- аутсорсинговые колл-центры

География предоставления услуг:

- США
- СНГ
- Европа
- Китай
- страны юго-восточной Азии



# МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. Конкурентные преимущества



## Лояльные клиенты

Более 70% протестировавших приложение сочли обработанный голос более убедительным и привлекательным.



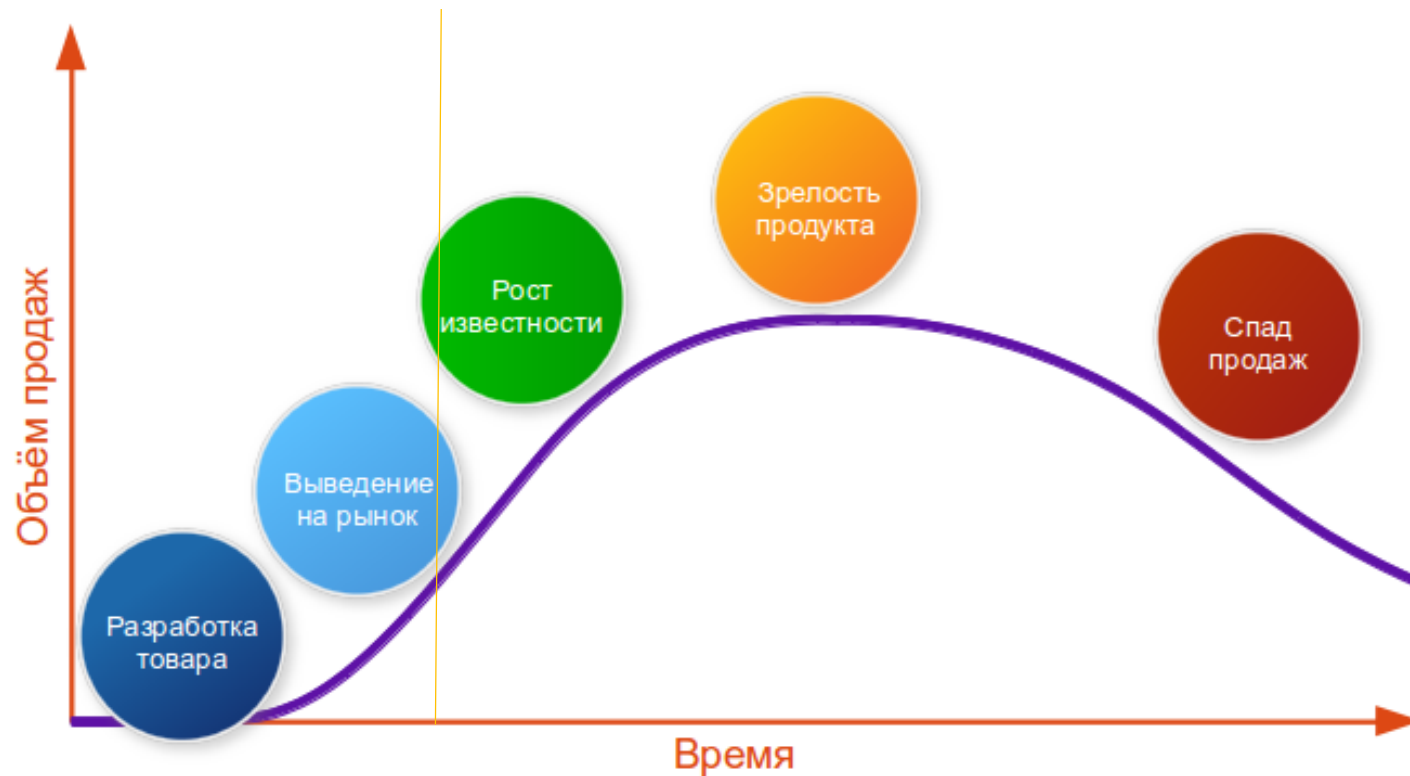
## Довольный персонал

Приложение снижает слуховую утомляемость и эмоциональную нагрузку.

## Сокращение затрат

Стоимость нашего приложения от \$ за одно рабочее место в год.

# МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. Жизненный цикл



## Стадия продукта

– новый продукт, находящийся в начале стадии роста.

Резкий рост продаж обусловлен двумя факторами: привлечением новых потребителей к товару (все больше потребителей начинают узнавать о существовании продукта и совершают пробные покупки) и совершения повторных покупок существующими потребителями, которые уже приобретали товар и имеют положительный опыт от его использования. Прибыль на стадии роста растет также стремительными темпами и достигает на данном этапе своего пика, так как не требуется сверх-инвестиции для жесткой конкурентной борьбы.

# МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. Прогноз продаж

## Организация продаж

Основные этапы

3 мес.

\$ МЛН.

6 мес.

\$ МЛН.

12 мес.

\$ МЛН.

# МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. Каналы продвижения

## Основные каналы продвижения

### On-line реклама

- контекстная и баннерная реклама
- e-mail рассылка
- реклама на профильных сайтах

### Участие в выставках

- выставка в Берлине
- выставка в Москве
- выставка в Шанхае

## Стратегия продвижения

Стратегия продвижения преследует следующие цели - top of mind в сознании потребителей, формирование высокой приверженности к продукту, повышение частоты использования, развитие рекомендаций товара. Продвижение товара на стадии роста должно состоять из следующих пунктов:

- участие в выставках и конференциях, ориентированных на целевую аудиторию, изначально заинтересованную в продуктах определенной тематики.
- семинары и презентации продуктов
- раздаточные материалы, в т.ч. сувенирная продукция – неременный атрибут бизнеса b2b
- кросс-маркетинг, т.е. совместное продвижение товаров и услуг
- стимулирующие акции для агентов и дилерских компаний

# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. Инвестиции

# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. Постоянные расходы

# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. Прогноз продаж



# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. Прогноз доходов

# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. Бюджет доходов и расходов, 1-6 мес.