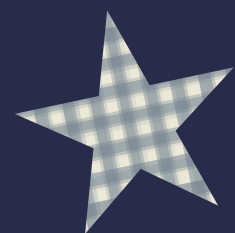


М В Ы Ш Е



ВОСХОЖДЕНИЯ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ АЛЬПИНИСТОВ

От городской суеты к первой вершине

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОПАСНОГО ПРОДУКТА

СМЕНИТЬ ОБСТАНОВКУ · НАЙТИ УВЛЕЧЕНИЕ · ИСПЫТАТЬ СЕБЯ

Даниил Маслов · Виктория Чугайнова · Ильдар Хакимов · Мария Ершова

ПРОБЛЕМА ОЖИДАНИЙ И ГЛАВНЫЙ ВОПРОС



Ситуация: перед заключительным выходом погода ухудшается, и руководитель разворачивает группу

КЛИЕНТ

«Я оплатил **вершину**»



ОРГАНИЗАТОР

«Мы предоставили **подготовку и сопровождение**»

РАЗРЫВ УСИЛИВАЮТ

01 Реклама только об успехе

02 Непонятные условия

03 Риски не объяснены

04 Переоценка своей
готовности

ГЛАВНЫЙ ВОПРОС ПРОЕКТА

Как построить прибыльную маркетинговую стратегию восхождений, которая поддерживает мечту о вершине, но сохраняет осознанный выбор клиента и ответственность организатора?

АНАЛИЗ РЫНКА: ЧТО УЖЕ ПРЕДЛАГАЮТ

Эльбрус с юга · три компании · предложения сезона 2027 года

Компания	Программа	Цена
АльпИндустрия	8 дней; гостиница и приют	от 160 900 ₽
Клуб Приключений	11 дней; палатки и приют	от 82 100 ₽ при условиях скидок
ЭльбрусТурс	8 дней; несколько тарифов	129 000–175 000 ₽

01 ФОРМАТ И ЦЕНА

Разная длительность, проживание и тарифы

02 СОСТАВ ПАКЕТА

Низкая начальная цена ≠ меньшие расходы: проживание, прокат, страховка, доплаты

03 ПОНЯТНОСТЬ ДЛЯ НОВИЧКА

Что уметь до поездки, кто готовит, что будет при изменении программы

7 критериев: аудитория · содержание программы · полный бюджет · подготовка · рекламное обещание · раскрытие рисков · условия изменения поездки

САММАРИ КЛИЕНТСКИХ ЖАЛОБ

20 публикаций с претензиями к горным программам → 3 темы



01

БЮДЖЕТ

Непонятно, сколько в итоге придётся заплатить

02

ГОТОВНОСТЬ

Ожидаемая сложность не совпадает с фактической нагрузкой

03

ИСПОЛНЕНИЕ УСЛУГИ

Вопросы к сопровождению, снаряжению и коммуникации

Подборка целевая: не показывает долю недовольных и не даёт рейтинга компаний — её задача выявить процессы, которые нужно продумать

ВЫВОД ДЛЯ ВЫШЕ

Помочь новичку соотнести ожидания с поездкой **до оплаты**: понятный пакет · связанная подготовка · единая координация

ЭТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

ТРИ ПОДХОДА ИЗ КУРСА

ПОЧЕМУ ЭТО ЭТИКА БИЗНЕСА

Компания зарабатывает на желании достичь вершины. Если реклама читается как гарантия, клиент выбирает по неверному представлению об услуге

01

ЭТИКА КАНТА

Человек — самостоятельная цель

ДЛЯ ВЫШЕ

До оплаты понятны требования, полный бюджет и ограничения; формальной подписи недостаточно

02

УТИЛИТАРИЗМ

Польза и вред для участника, группы, гидов, спасателей и среды

ДЛЯ ВЫШЕ

Решение о продолжении маршрута не зависит от давления продаж

03

ЭТИКА ДОБРОДЕТЕЛЕЙ

Честность и рассудительность

ДЛЯ ВЫШЕ

Разворот — не провал клиента; вершина — не единственный показатель работы гида

ИССЛЕДОВАНИЕ
CRUST ET AL., 2016

14 интервью с высотными альпинистами: устойчивость — это и упорство, и умение признать свой предел. **Реклама и премии не должны толкать к вершине любой ценой**

РЕАКЦИИ КОМПАНИЙ И ТРЕБОВАНИЯ К ВЫШЕ

ЧТО ПОКАЗЫВАЮТ ПРАКТИКИ КОМПАНИЙ

Раскрытие доп. расходов

→ поддерживает самостоятельный выбор

Объяснение ограничений результата

→ формирует реалистичные ожидания

Работа с претензией

→ готовность отвечать за исполнение

Но: правила на сайте и публичный ответ ≠ разрешённый конфликт; жалобы ≠ неэтичность конкурента

ТРИ ТРЕБОВАНИЯ К ВЫШЕ

01 Понятное обещание до покупки

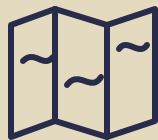
02 Подготовка и сопровождение, соответствующие программе

03 Ответственность за исполнение услуги

*Негарантированная вершина не оправдывает
неоказанные занятия*

КОМПАНИЯ ВЫШЕ И ПРОДУКТ

ВЫШЕ — подготовка и организация первого восхождения. «Первый Эльбрус»: 8 недель + 9 дней



01

ДО ПОЕЗДКИ

8 недель в Петербурге:
тренировки, теория, психолог и
2 похода; оценка соответствия
программе



02

ПРОГРАММА В ГОРАХ

9 дней с партнёрской командой,
названной до покупки



03

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Единый координатор: вопросы,
изменения и разбор обращений

179 000 Р

подготовка + экспедиция · проезд отдельно

В ПАКЕТЕ

Размещение, питание, местная
логистика, прокат, страхование

ГИПОТЕЗА ЦЕННОСТИ

Связанная подготовка и поездка в одном
пакете

ПЛАН ПОДГОТОВКИ

8 недель в Петербурге перед экспедицией



	НЕД. 1	НЕД. 2	НЕД. 3	НЕД. 4	НЕД. 5	НЕД. 6	НЕД. 7	НЕД. 8
Очно: физподготовка и практика со снаряжением	×2	×2	×2		×2	×2	×2	
Онлайн: теория	×1		×1		×1		×1	
Онлайн: консультация психолога		×1				×1		×1
Поход				2–3 дня				2–3 дня

12
очных тренировок

4
онлайн-занятия по теории

3
консультации психолога

2
похода по 2–3 дня

РЕКЛАМНЫЙ ПЛАКАТ

«С НАМИ ТОЛЬКО
ВЫШЕ»

ВОПРОС	«Что для тебя является достижением?»
ИДЕЯ	Вершина — один из вариантов: знакомства, познание себя, впечатления, знания
ПРОДУКТ	Подготовка + экспедиция · 179 000 Р · запись по QR-коду

Реклама не обещает вершину — достижение каждый определяет сам; условия и риски объясняем до оплаты



ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОВЕРКА СПРОСА

Набор · 6 недель

Подготовка · 8 недель

Выезд

БЮДЖЕТ КАМПАНИИ · 40 000 ₽

ВКонтакте		16 тыс.
Telegram		8 тыс.
Материалы		10 тыс.
Страница и заявки		6 тыс.

ПУТЬ КЛИЕНТА

- 01 Объявление
- 02 Условия
- 03 Консультация
- 04 Решение об участии

Показатели: подходящие заявки · оплаты · понимание условий

40 заявок → 8 оплат (20%) — сценарий, не результат

ЭКОНОМИКА: ПРИ КАКИХ УСЛОВИЯХ ПРОЕКТ ПРИБЫЛЕН

ЦЕНА 179 000 ₹ · ГРУППА 8 ЧЕЛОВЕК

342 000 ₹

остаток бюджета при 8 участниках — **не чистая прибыль**

Участников	Выручка, тыс. ₹	Бюджет, тыс. ₹	Остаток
6	1 074	980	94
7	1 253	1 035	218
8	1 432	1 090	342

Первый выезд оплачивает старт
120 000 ₹
с пермитом 15 000 ₹ на человека:
102 000 ₹

222 000 ₹

Сезон: 4 выезда по 8 человек
с пермитом: 768 000 ₹ — сезон в
плюсе

1 248 000 ₹

ЗАКЛЮЧЕНИЕ · ОТВЕТ НА ВОПРОС ПРОЕКТА

ПРОДВИГАТЬ МЕЧТУ О ВЕРШИНЕ ДОПУСТИМО ПРИ РЕАЛИСТИЧНЫХ ОБЕЩАНИЯХ

ЭТИКА

Понятное обещание до оплаты; решение гида выше продаж; разворот — не провал

ЭКОНОМИКА

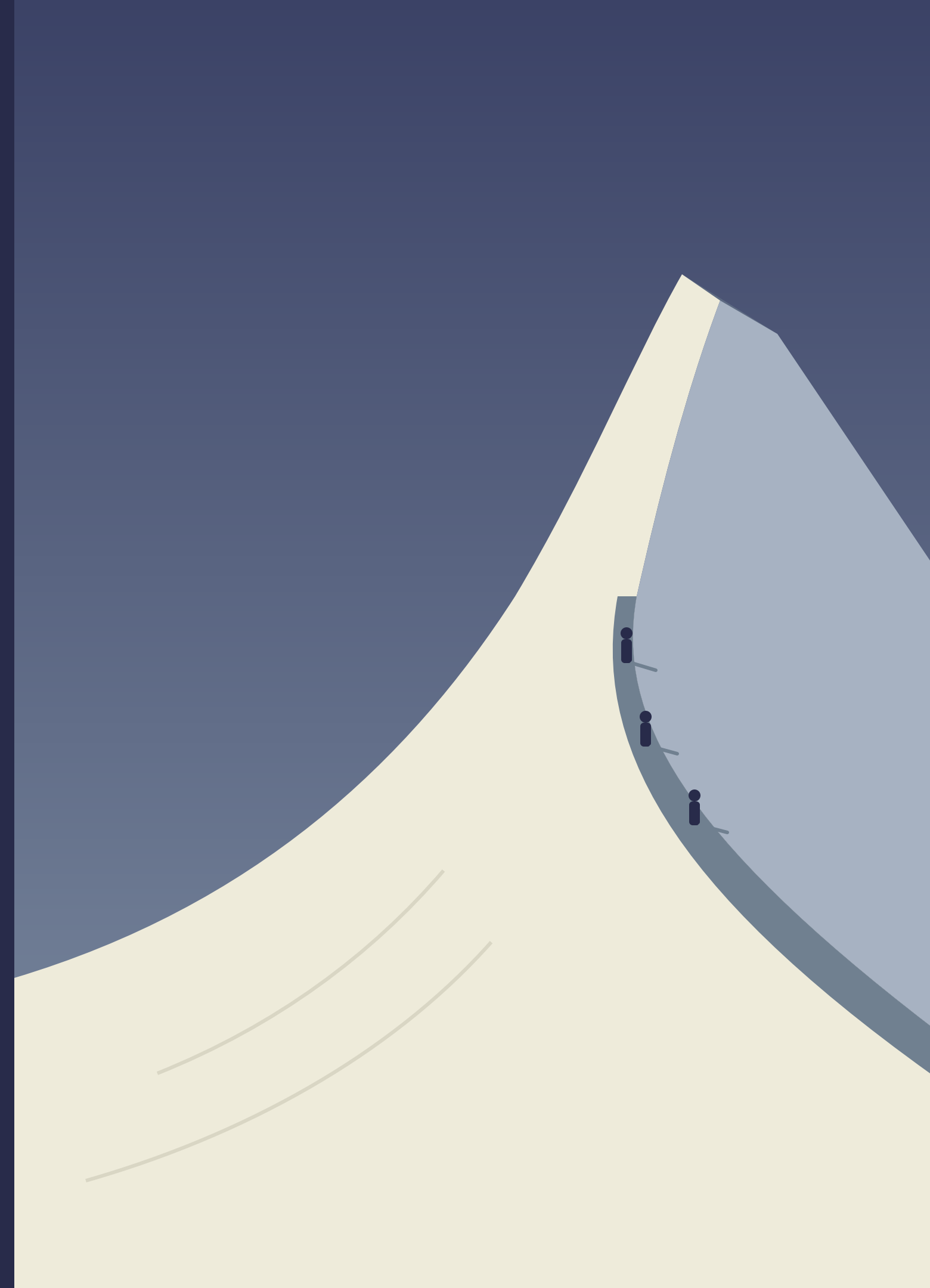
При цене 179 000 ₽ сезон прибылен от 7 участников на выезд

ГЛАВНЫЙ РЕПУТАЦИОННЫЙ РИСК

Ожидание гарантированной вершины → честная реклама, подготовка, разбор каждой претензии

СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ

Пилотный опрос по рекламе и сметы партнёров



ИСТОЧНИКИ: ПРЕДЛОЖЕНИЯ И НАУЧНАЯ ОПОРА

- [1] **АльпИндустрия Тур.** Эльбрус с юга: программа, календарь 2027, состав цены — alpindustria-tour.ru/programms/voskhozhdenie-na-elbrus-s-yuga.html
- [2] **Клуб Приключений.** «Твоя вершина»: 11 дней, включённые услуги, условия скидок — vpoxod.ru/route/elbrus/prielbrusje_s_voshozhdeniem
- [3] **ЭльбрусТурс.** Эльбрус с юга: тарифы 2027, примечания о попытке и ограничениях — elbrustours.ru/voshod/south
- [4] **Crust L., Swann C., Allen-Collinson J.** The Thin Line: A Phenomenological Study of Mental Toughness and Decision Making in Elite High-Altitude Mountaineers // JSEP. 2016. 38(6): 598–611. DOI 10.1123/jsep.2016-0109 — pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28033024
- [5] **UIAA Mountain Ethics Declaration, 2009.** Профессиональный этический документ — theuiaa.org/documents/declarations/UIAA_2009_Mountain_Ethics_Declaration-2.pdf
- [6] **Яндекс Карты: АльпИндустрия Тур.** Отзывы Renat Chernyaev (18.07.2025), Дениса Щ. (10.02.2023) — yandex.com/maps/org/alpindustriya_tur/1006906625/reviews
- [7] **АльпИндустрия: горная школа «Лидер», Безенги.** Отзывы Александра и Ольги, ответ С. В. Ковалёва — alpindustria-tour.ru/programms/gornaya-shkola-v-bezengi-kurs-lider.html

ИСТОЧНИКИ: ОТЗЫВЫ, РЕАКЦИИ И ЛИТЕРАТУРА

[8] **Алексей Тюжин, Пикабу**. Рассказ о восхождении 25.06.2019, части 7–11 — pikabu.ru/story/voskhozhdenie_na_yelbrus_250619_chast_711_7806010

[9] **Otzyvru: Клуб Приключений**. Анонимная публикация от 23.10.2018 — otzyvru.com/turisticheskiy-klub-kp-vpoxod/review-521637

[10] **Яндекс Карты: Страху нет**. Жалобы из реестра, отзыв Максима Петрухина (05.10.2023) — yandex.com/maps/org/strakhu_net/65205722082/reviews

[11] **Яндекс Карты: Elbrus Climbing**. Отзывы карточки; исполнитель части отзывов не уточнён; это не ЭльбрусТурс — yandex.com/maps/org/elbrus_climbing/83489352641/reviews

[12] **Яндекс Карты: XGuide**. Отзыв Валерия Г. (12.09.2025) — yandex.com/maps/org/xguide/43085477273/reviews

[13] **Oliver R. L.** A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions // Journal of Marketing Research. 1980. 17(4): 460–469. DOI 10.1177/002224378001700405 — journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224378001700405

[14] **Hart M.** Exploring Cognitive Dissonance on a Ski Mountaineering Traverse: A Personal Narrative of an Expedition to ISHINCA (5530m) in PERU // Sports. 2019. 7(12): 249. DOI 10.3390/sports7120249 — pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6956002

ИСТОЧНИКИ: БИЗНЕС-ЭТИКА

[15] **Friedman M.** The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits // The New York Times Magazine. 13.09.1970 — fermatlibrary.com/s/the-social-responsibility-of-business-is-to-increase-its-profits

[16] **Freeman R. E.** Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman, 1984 — cleo.rutgers.edu/articles/strategic-management-a-stakeholder-approach

ДЕКЛАРАЦИЯ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИИ

Инструменты генеративного ИИ (в том числе Claude) использовались для поиска и систематизации материалов, подготовки сценария и речи, оформления слайдов и создания иллюстрации рекламного плаката. Команда проверила источники, расчёты и аргументацию и несёт ответственность за итоговый результат.

Спасибо за внимание

