



# ПИТЧ-ПРЕЗЕНТАЦИЯ ШКОЛЬНОГО ПРОЕКТА

Андрей Андрусов  
izibiz.club



# АНДРЕЙ АНДРУСОВ

- Инвестиционный директор Центра «СОЛЬ»
  - *Подготовка и проведение инвестиционных сделок*
- Педагог в школе «Класс-Центр»
  - *Практика предпринимательства с 6 класса*
- Автор книги «Твой первый бизнес»  
[www.izibiz.club/book](http://www.izibiz.club/book)



# Курс «Настоящий проект» в Класс-Центре – это введение в практику предпринимательства

## Программа 6 класса:

- Поиск «своего» проекта (сент-окт)
- Проработка и защита идеи (нояб-дек)
- Начало реализации (янв-апр)
- Презентация (май)

## Программа 7 класса:

- Развитие «гибких» навыков
- Выбор проекта (продюсирование концерта или спектакля)
- Реализация проекта (фандрайзинг)
- Презентация результатов

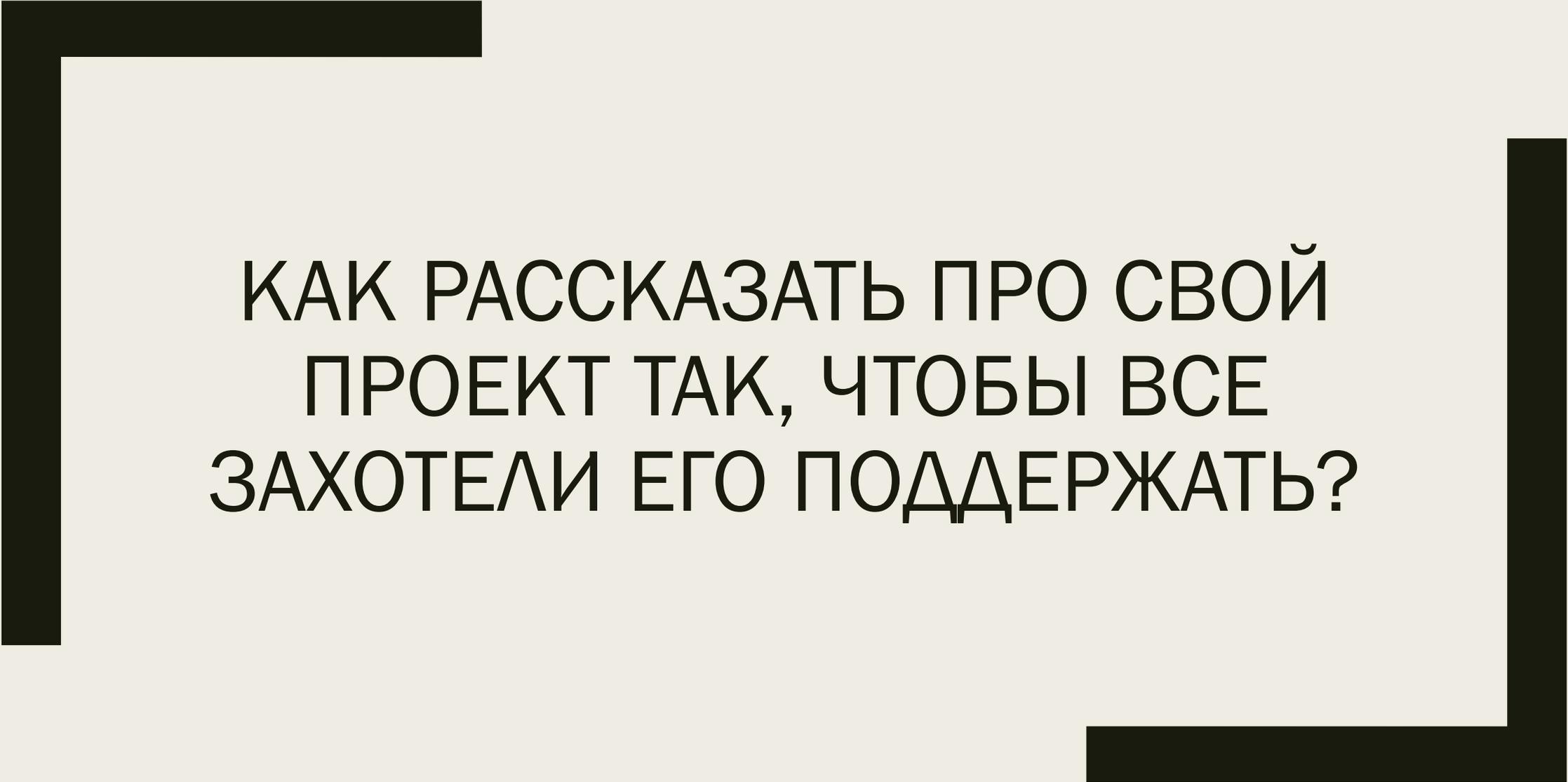
6е и 7е классы

1 час в неделю (ВУД)

Обязательный предмет, зачёт в мае

# Зачем презентация проекта ученику?

1. Отчёт о результатах работы на программе (оценка)
2. Привлечение внимания к своему проекту (продажи)
3. Привлечение инвестиций в проект
4. Выступление перед публикой, шоу

The image features two thick black L-shaped brackets. One is positioned in the top-left corner, and the other is in the bottom-right corner, framing the central text.

КАК РАССКАЗАТЬ ПРО СВОЙ  
ПРОЕКТ ТАК, ЧТОБЫ ВСЕ  
ЗАХОТЕЛИ ЕГО ПОДДЕРЖАТЬ?

Главный вопрос:

**Зачем нужен  
ваш проект миру?**

Что сейчас не так?

Что изменится, благодаря вам?

A glowing, textured light bulb hangs in a dark space filled with falling white particles. The bulb is on the left side of the frame, and the particles are scattered throughout, creating a sense of movement and depth. The overall mood is mysterious and ethereal.

**«Зачем?» = энергия и эмоции**



**Клиенты**

**Партнёры**

**Инвесторы / спонсоры**

**Чиновники**

**Сотрудники**

**Волонтёры**

Уточнение главного вопроса для питч-презентации:

**Зачем нужен  
ваш проект инвестору?**

Что получит инвестор?

Почему вы в этом уверены?

# СТРУКТУРА ПИТЧ – ПРЕЗЕНТАЦИЯ



# Первый слайд

- Логотип / Название проекта – можно повторять на каждом слайде (помельче)
- Слоган (суть)
- Ссылка на сайт/паблик (QR?) – можно повторять на каждом слайде (помельче)

Из первого слайда должно стать понятно, в чём суть проекта, что предлагается



+Уже на первом слайде лучше заявить о социальной значимости проекта и, если уместно, сказать, относите ли вы его к социальному предпринимательству. Здесь же можно сразу представить **видение** проекта

# ДОШКОЛА ТИЛЛИ

Онлайн-платформа для занятий с дошкольниками  
и подготовки к школе

ЛОГИКА

ЧТЕНИЕ

СЧЁТ



TILLIONLINE.RU



PLAY MARKET

# Проблема

- Целевая аудитория
- Проблемы ЦА
- Цифры, доказывающие наличие проблем

Здесь важно рассказать о том, на решение каких проблем нацелен проект. Если есть какие-то исследования, доказывающие наличие проблемы, на них надо сослаться, если есть цифры (70% опрошенных нами представителей ЦА сказали, что это действительно важная для них проблема).



+Для социального проекта эта часть очень важна. Именно здесь мы формулируем **ключевую проблему, целевые группы и ключевые эффекты** для них. Устно можно рассказать о том, почему именно эта проблема касается вас лично.

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



## РОДИТЕЛИ, КОТОРЫЕ ХОТЯТ РАЗВИВАТЬ СВОИХ ДЕТЕЙ

- Не знают как, нет идей и нет времени
- Не знают как встроить занятия в график
- \* 64% всех воспитанников детских садов в РФ обращаются вне сада за доп. образованием. (потенциальная аудитория)
- \* Дети, не посещают никакие дошкольные учреждения



## ПЕДАГОГИ РАННЕГО РАЗВИТИЯ, ЛОГОПЕДЫ, ВОСПИТАТЕЛИ

- Постоянно в поиске идей как поддерживать мотивацию ребенка на занятиях
- Педагоги с небольшим опытом тратят от 3-х часов на поиск и подготовку материалов к занятиям;
- Проверка домашних заданий занимает много времени, остается мало времени на семью
- Хотят быть конкурентно способными и привлекать новых учеников



# БОЛИ КЛИЕНТОВ



- На следующий год в школу, а ребенок не умеет читать, считать.
- Развивающие занятия требуют 100 % вовлеченности родителя, самостоятельно ребенок не занимается. На занятиях ребенок не усидчив, самостоятельно увлекается только контентом на YouTube.
- Чтобы подготовить ребенка к школе, нужно водить в школу или центры. Поздно опомнились, нет мест, нет времени и дорого
- Страх, что ребенку может не хватить знаний и навыков для поступления в более сильный класс.
- Ребенок быстро теряет интерес к развивающим игрушкам. Требуется покупка, каждый раз новых развивающих пособий – затратная статья для семейного бюджета.



# РЫНОК

- Кто, как и почём решает эти проблемы сегодня?
- Цифры, показывающие устройство рынка
- Объём рынка аналогичных услуг/продуктов, как растёт объём рынка, какой прогноз
- TAM, TAM, SAM, SOM

Слова «у нас нет конкурентов» – означают, что вы неправильно понимаете слово «конкурент». Любая проблема уже как-то решается. Исключения крайне редки. На этом слайде будут уместными данные их готовых исследований рынка, которые можно найти в интернете или провести самим (опрос). Про каждого конкурента можно сказать его сильные и слабые стороны. Раз они есть, значит у них есть сильные стороны. Но что-то всё же не так, раз проблема пока не решена полностью.



+Здесь уместно отобразить **экосистему**, в которой работает социальный проект, существующие **роли** и масштабы игроков, **отношения** между ними (**5R**)

# ОЦЕНКА РЫНКА



5,9 МЛН. ДОШКОЛЬНИКОВ -  
ОБЪЕМ РЫНКА

НАШИ ПЛАНЫ  
ПО ВЫРУЧКЕ  
НА 2021 ГОД:  
60 МЛН. ₺



\* Исследование EdMarket.Digital <https://clck.ru/PLpTj>

# Наше решение

- Ценностное предложение
- Бизнес модель (не экономика, а модель отношений)
- Путь пользователя
- Конкурентные преимущества

Здесь важно показать, что именно вы предлагаете. Например, если вы производите супер-пылесос для чистки ковров, то можно предлагать пылесосы, а можно – услуги по чистке ковров. Здесь же уместно рассказать, чем отличает ваше решение, ваш продукт от того, что уже есть на рынке. Что делает его уникальным. Важно рассказать про бизнес модель.



+Тут может быть несколько слайдов про то, как (через какую **деятельность**) будут достигаться социальные эффекты и почему мы в этом уверены (**измерение**). Здесь уже можно сказать масштабирование социального воздействия.

# РЕШЕНИЕ

**КОНТЕНТ**



**ВОВЛЕЧЕНИЕ  
РЕБЕНКА**



**ДОСТУПНОСТЬ**

Тренажеры для пошагового обучения чтению и счету

Озвучено профессиональным диктором, занятия доступны 24|7, можно заниматься не выходя из дома, даже находясь на больничном

Игровой процесс освоения знаний вовлекает даже неусидчивых детей. Дополнительно мотивирует к занятиям система мотивации и накопление наград.

Более 7000 заданий по математике, развитию речи, чтению, развитие памяти, внимания, логики и занятия с логопедическим уклоном для детей от 2 до 8 лет



# ОТЗЫВЫ



ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА МОСКВЫ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА  
МОСКВЫ  
«Школа № 2121 имени Маршала Советского Союза С.К. Куркоткина»

109386, Москва, ул. Ставропольская д.20

т/ф (495) 359-37-10

E-mail: 2121@edu.mos.ru

## Отзыв о детской образовательной платформе Тилли

Мы с ребятами старшей группы «Ромашка», ДОУ №1 ГБОУ Школа №2121, в течении месяца апробировали образовательную платформу Тилли. Дети с удовольствием выполняли задания. Как педагог, я видела активность ребят, да и родители всегда могли оказать помощь. Это прекрасная тренировка без переутомления. Задания интересные, разнообразные, рассчитанные на разные возрастные категории детей дошкольного возраста. Благодаря вашей платформе, детям нравится учиться! Спасибо за предоставленные возможности!

С уважением, Воспитатель: Наталья Олеговна Тараненко

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ  
Администрация городского округа «Город Калининград»  
Комитет по образованию  
МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА КАЛИНИНГРАДА ДЕТСКИЙ САД № 16

г. Калининград, ул. Тельмана 41,а

Тел. 21-19-22  
Факс 93-35-78

E-mail: ds016@edu.klgr.ru

Исх. № 2010001  
от 20.10.2020

ООО «Тилли Интегра», генеральному  
директору  
К.И. Деменишину

Уважаемый Кирилл Игоревич!

Администрация МБДОУ д/с № 16 благодарит Вас за приглашение участвовать в апробации электронного цифрового образовательного ресурса «Дошкода Тилли». Внедрение и развитие подобных площадок очень плодотворно влияет на формирование образовательного пространства для дошкольников и служит содействием реализации государственных проектов «Цифровая образовательная среда», «Образование».

Педагоги ДОУ (16 человек) с большим желанием приняли участия в проведении апробации цифрового электронного образовательного ресурса «Дошкода Тилли». Были привлечены к участию в образовательном процессе дети разного возраста и их родители.

Электронный образовательный ресурс «Дошкода Тилли» позволил организовать работу по образованию и воспитанию дошкольников в дистанционной форме, что очень актуально в сложившейся ситуации с распространением COVID-19. Педагоги получили возможность пользоваться разработанными, хорошо продуманными занятиями с использованием различных материалов для дошкольников. Детям было интересно заниматься в новых условиях с помощью компьютера и осваивать дополнительные навыки и знания. Родители воспитанников полностью поддержали начинания по формированию современной цифровой среды дошкольного образования с помощью, которой мы совместно с вами посеём зерно нового, коммуникабельного, образованного поколения нашей страны.

Наше с вами сотрудничество и в дальнейшем принесет много радости и знаний нашим дошколькам!

ЭТО ПРЕКРАСНАЯ ТРЕНИРОВКА  
БЕЗ ПЕРЕУТОМЛЕНИЯ. ЗАДАНИЯ  
ИНТЕРЕСНЫЕ, РАЗНООБРАЗНЫЕ.  
БЛАГОДАРЯ ВАШЕЙ ПЛАТФОРМЕ,  
ДЕТЯМ НРАВИТСЯ УЧИТЬСЯ!



Тараненко Н.О., воспитатель  
ДО №1 ГБОУ Школа2121

# КАК РАБОТАЕТ ПРОДУКТ ?



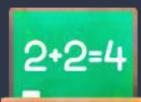
Личный кабинет  
родителя

Упражнения  
разделены  
по возрасту  
и предметам



Личный кабинет  
педагога для  
дистанционных  
занятий

Контент  
озвучен  
диктором



Игровой  
процесс  
получения  
знаний



Мотивация:  
звезды,  
кубки и  
сертификаты



Подбадривание  
подобранными  
психологом фразами  
от главного героя  
зайчика Тилли



# ПРЕИМУЩЕСТВА



Печать заданий



Личный кабинет для дистанционной отправки заданий



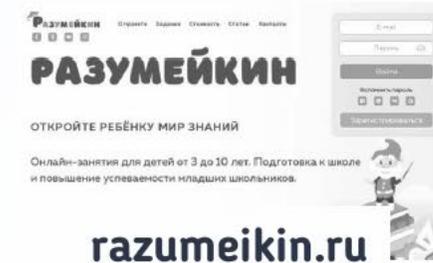
Уникальный персонаж, к которому привязываются дети – заяц Тилли



100 % контента озвучено диктором.



# КОНКУРЕНТЫ



# МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ



## ПОДПИСКА

**B2B**

**11 800** ₽/ГОД

Доступ к платформе  
Групповой тариф

**B2C**

**4 590** ₽/МЕС

Подготовка к школе:  
9 уроков с педагогом,  
доступ на платформу

**B2C**

**2 490** ₽/ГОД

Базовый контент

# Маркетинг

- Каналы продвижения
- Воронка продаж по каждому каналу
- Расчёт Стоимости привлечения клиента
- Целевой объём продаж (доля рынка) (SOM)

Цифры, которые будут на этом слайде должны быть если не проверены на практике, то хотя бы как-нибудь обоснованы. Например, можно узнать, какие были цифры (или какие есть) у ваших конкурентов, у любых похожих проектов. Спрашивайте экспертов. Но лучше всего – проверить на практике, чтобы не быть голословными. Расчёт стоимости привлечения клиента нужен для того, чтобы не ошибиться на слайде с экономикой.



+Обычно у социальных проектов благополучатели и плательщики/жертвователи – это две разные аудитории, требующие выстраивания разных воронок продаж со своими затратами

# СТРУКТУРА ТРАФИКА

ноябрь 2018 – январь 2021

## СЕКМЕНТ

название

11.2018\*

значение, %

01.2019

значение, %

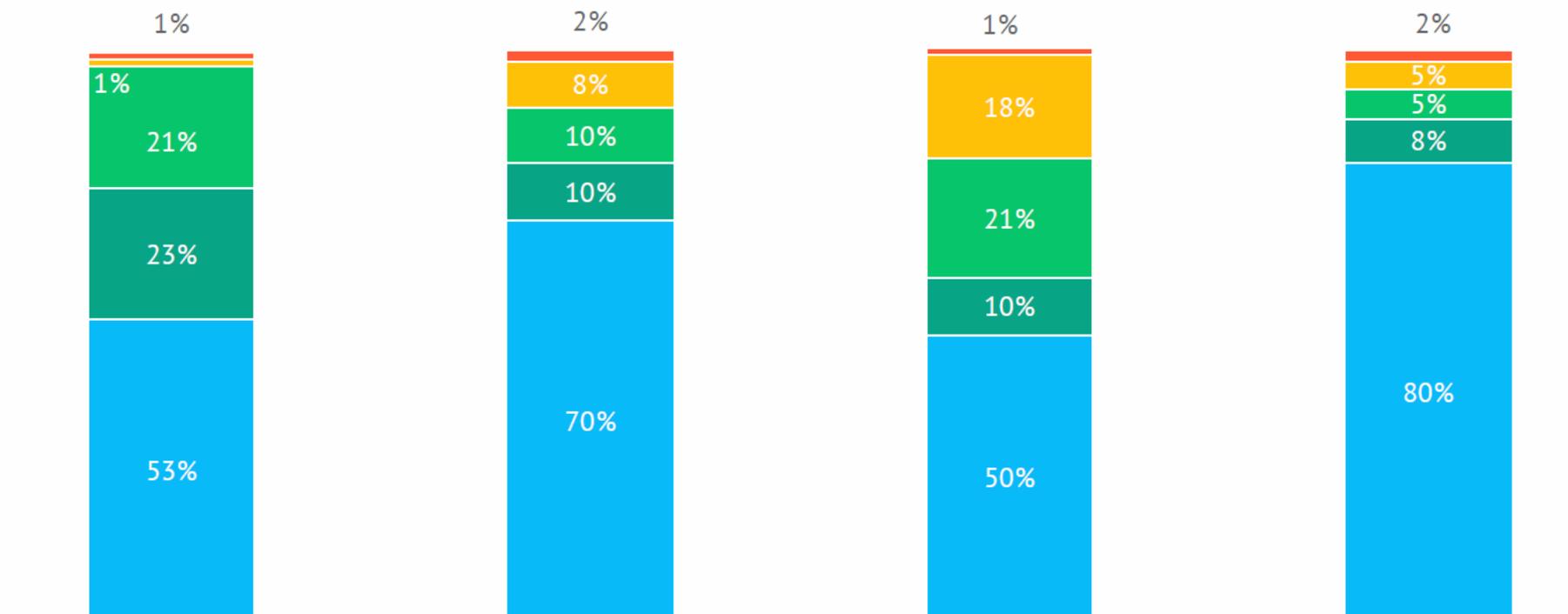
01.2020

значение, %

01.2021\*\*

значение, %

- Другое
- Социальные сети
- Поисковые запросы
- Прямые заходы
- Платное продвижение



\* За период 27.09.18 – 08.11.2018

\*\* С учетом планов по выходу на англоязычные рынки

# Экономика и финансы (лучше не в презентации, а в документе, который выдаётся на руки)

- Затраты (можно показать таблицу):
  - *Разовые (в начале проекта)*
  - *Постоянные (ежемесячно)*
  - *Переменные (на единицу продукции / услуги)*
- Стоимость продукции для клиента (если проект социальный, надо показать, кто платит)
- Точка безубыточности (сколько единиц продукции надо продавать в месяц, чтобы покрыть постоянные затраты)
- Плановые показатели (по неделям/месяцам или в год)
  - *объём продаж (в единицах продукции)*
  - *выручка*
  - *Прибыль*
- Точка окупаемости
- Необходимый объём инвестиций и источники



Если окупаемость не ставится целью, то последние два пункта не нужны

# UNIT ECONOMICS

|        | RENTAL | SALES  |
|--------|--------|--------|
| GMV    | \$2K   | \$344K |
| REV.   | \$1K   | \$9K   |
| COMM.  | \$0.6K | \$5K   |
| MARGIN | \$0.4K | \$4K   |
| C.A.C. | \$0.2K | \$3K   |

# FINANCIALS & PROJECTIONS

|      | 2017     |  | 2018    |
|------|----------|--|---------|
| GMV  | \$45MM   |  | \$100MM |
| REV. | \$1.3MM  |  | \$2.8MM |
| GM   | \$567K   |  | \$1.4MM |
| BURN | \$(1.3M) |  | \$(1MM) |

# КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ

ноябрь 2018 – январь 2021, средневзвешенные значения с учетом структуры трафика

| <b>МЕТРИКА</b><br>название | <b>11.2018*</b><br>значение | <b>01.2019</b><br>значение | <b>01.2020</b><br>значение | <b>01.2021**</b><br>значение |
|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| База пользователей, чел.   | 18 000                      | 22 500                     | 116 000                    | 500 000                      |
| MAU, чел./мес.             | 3 000                       | 4 300                      | 35 000                     | 100 000                      |
| CPC, руб./первый визит     | 2                           | 1.5                        | 1.7                        | 3                            |
| CPA, руб./регистрация      | 29                          | 21                         | 19                         | 50                           |
| CAC, руб./первая покупка   | 1 450                       | 800                        | 475                        | 1 000                        |
| ARPPU, руб.                | 500                         | 600                        | 660                        | 900                          |
| LTV, руб.                  | 500                         | 720                        | 1 600                      | 3 000                        |
| Revenue, руб./мес.         | 23 000                      | 95 000                     | 730 000                    | 13 500 000                   |

\* За период 27.09.18 – 08.11.2018

\*\* С учетом планов по выходу на англоязычные рынки

# Что сделано на сегодня

- Исследование рынка, общение с потенциальными клиентами...
- Продукт
  - *Идея – Прототип – Опытный образец – Несколько вариантов продукта...*
- Маркетинг
  - *Реклама*
  - *Сайт / группа ВК...*
- Продажи
  - *Встречи с потенциальными клиентами*
  - *Продажи (Деньги)*
- Партнёры

# МЕТРИКИ ЗА 6 МЕСЯЦЕВ



## 77 000

новых пользователей



## 78

стран - география  
пользователей

- Россия
- Украина
- Беларусь
- Германия
- Казахстан
- США и др.

## 2 000

КУПЛЕННЫХ  
ПОДПИСОК

LTV: 1 700 ₺

ARPPU: 950 ₺

КОНВЕРСИЯ ИЗ  
РЕГИСТРАЦИИ  
В ОПЛАТУ: 2,4%

CAC: 800 ₺

ВЫРУЧКА: 1,9 млн. ₺



## 60

запущенных апробаций  
платформы в детских  
образовательных  
учреждениях РФ

# Планы

## ■ Планы на недели, месяцы, годы

- *Завершить...*
- *Сделать...*
- *Начать...*

Чем конкретнее планы, тем больше верится в то, что они будут реализованы. Поэтому лучше рассказать про ближайшие планы, чем строить воздушные замки. Но в двух словах можно сказать и про долгосрочные амбиции.



+Особый интерес представляет масштабирование социального воздействия, которое может и не быть не связано напрямую с ростом масштаба организации и продаж вашего проекта

# ПЛАНЫ РАЗВИТИЯ

**2020 г.**

- Выход на оборот > 6 500 000 руб. в месяц
- 4 направления обучения
- Совместные проекты учеников
- Представители в 60 городах, в странах СНГ

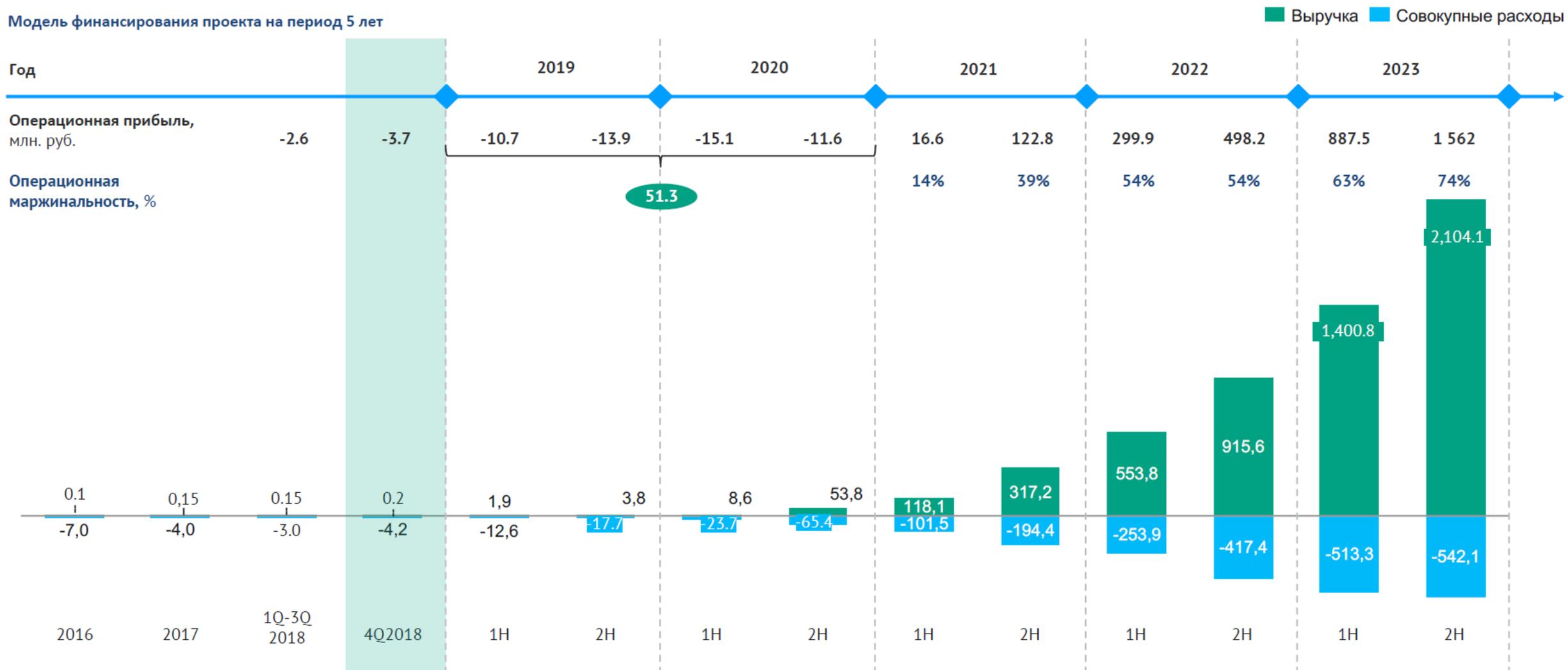
**2022 г.**

- Выход на оборот > 63 000 000 руб. в месяц
- 8 направлений обучения
- Внедрения Machine Learning, для построения индивидуальной траектории развития ученика
- Представители в 600 городах, в странах СНГ, Европы, Азии

# ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ

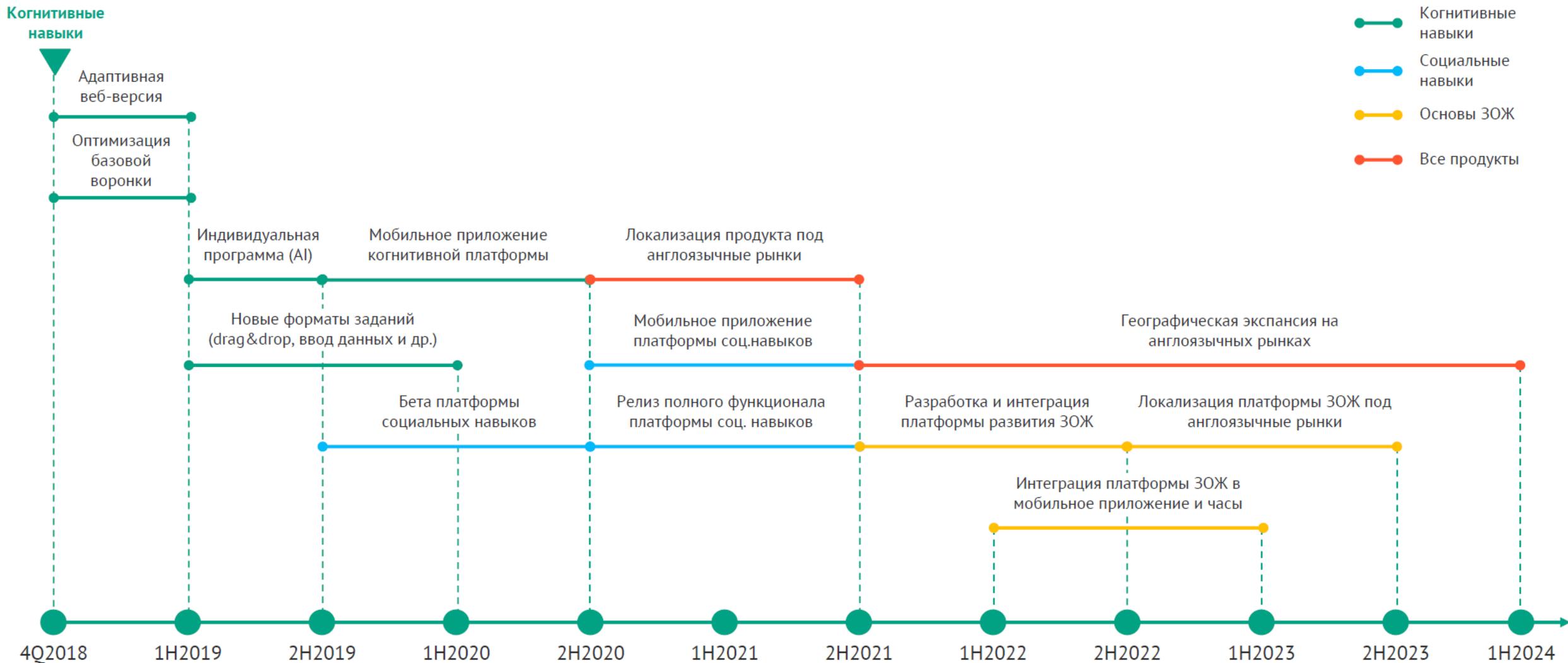
При инвестициях в размере \$800 тыс. компания выйдет на самоокупаемость продукта по развитию когнитивных навыков и разработает функционал социальной платформы

Модель финансирования проекта на период 5 лет



# ДОРОЖНАЯ КАРТА РАЗРАБОТКИ

Верхнеуровневый план разработки продукта, ноябрь 2018 – декабрь 2023



# Команда

- Кто что делает
- Кто какой опыт имеет
  - *Положительный и отрицательный*
  - *В этой и в смежных областях*

Главный слайд для проекта на ранней стадии, привлекающего инвестиции.  
Надо показать, что проект в надёжных руках.  
Надо показать, что проект, действительно, вам важен.



+Если вы не рассказали в начале презентации, почему выбранная социальная проблема лично для вас является важной, то это можно сделать здесь

# КОМАНДА



**КИРИЛЛ ДЕМЕНИЦКИЙ**  
**COO**

Процессы, финансы,  
отчетность, контент

Предприниматель с 2014 г.,  
Руководитель разработки АСО



**ОЛЬГА ДЕМЕНИЦКАЯ**  
**CEO**

Стратегическое планирование,  
продажи, развитие продукта

Предприниматель,  
Мама 2-х детей



**ИЛЬЯ ДЬЯЧЕНКО**  
**СТО**

Team-lead

Более 8 лет в разработке  
и управлении ИТ-проектами



**ДМИТРИЙ ВАТЮТОВ**  
**СРО/СМО**

Стратегия выхода на  
зарубежные рынки, продажи

Серийный предприниматель,  
Преподаватель, Эксперт



# Последний слайд

- Это последний слайд. Он запомнится.
- Здесь может быть запрос: «Мы привлекаем 100 000 ₽ для разработки MPV». Важно, чтобы слушатели понимали, что от них хотят. Мысль должна быть короткой и ясной.
- Здесь указать свои контактные данные, название сайта, чтобы что-то осталось.

# ПРИВЛЕКАЕМ 20 МЛН ₽ ЗА 10% ДОЛИ



янв. 21

фев. 21

мар. 21

апр. 21

май 21

4 млн ₽

Маркетинг



Увеличение штата высококвалифицированных специалистов



Расширение базы контента, новые курсы (лепка, рисование и др.)



Выпуск мобильного приложения для IOS (русская и версия на английском языке)

Переработка приложения для Android



Онлайн-платформа для занятий с дошкольниками  
и подготовки к школе «ДОШКОЛА ТИЛЛИ»

# ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ



Ольга Деменицкая

+7 911 856-79-90

[info@ddoshkola.ru](mailto:info@ddoshkola.ru)



TILLIONLINE.RU

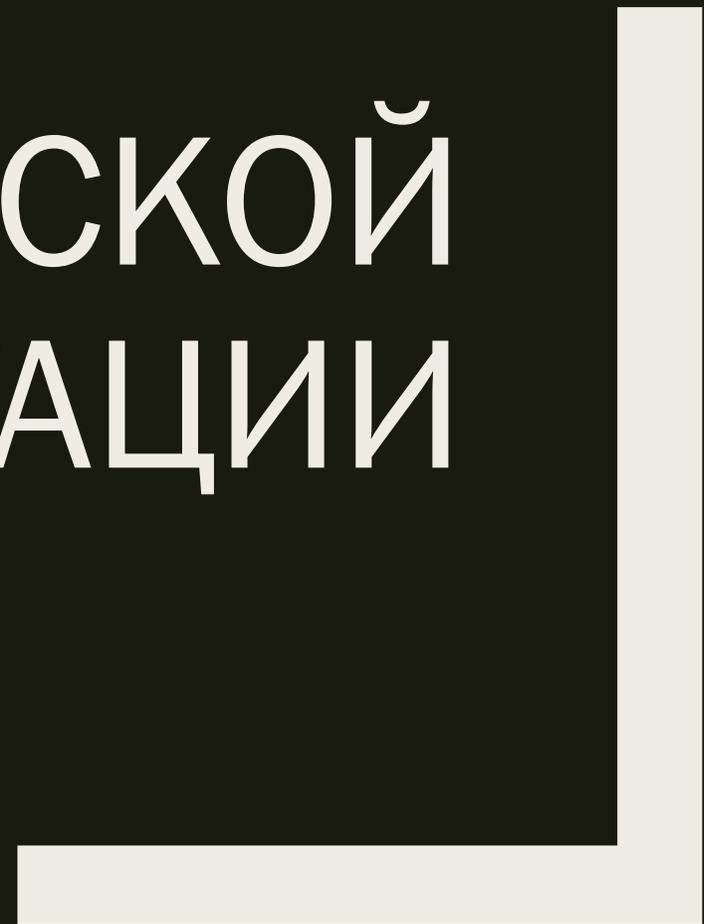


PLAY MARKET

# Финальные рекомендации

- Знайте свои финансовые показатели: ROI, ежемесячный рост, потенциальный размер рынка и другие.
- Не бойтесь поделиться своим видением, но за ним должен быть продуманный план.
- Поделитесь текущими достижениями: покажите прототипы и отзывы счастливых пользователей.
- Используйте юмор, чтобы вас запомнили.
- Используйте инфографику: иконки, схемы, графика позволяют быстрее воспринимать информацию.
- Рассказывайте историю: поделитесь проблемой и покажите, что ваш продукт – это лучшее решение.
- Вызывайте доверие: продемонстрируйте свою команду экспертов, свой опыт.
- Дайте себе преимущество: добавьте в презентацию что-то такое, что есть только у вас.

# ПРИМЕР ДЕТСКОЙ ПИТЧ-ПРЕЗЕНТАЦИИ



# BRISTOL PET SHOP



[bristollpslove@gmail.com](mailto:bristollpslove@gmail.com)

## Для кого предназначен проект?

Данный проект не подойдет для  
каждого человека!

Он предназначен для  
коллекционеров которые  
увлекаются коллекционными  
фигурками **PET SHOP**  
выпускавшиеся компанией  
Hasbro



# проблема

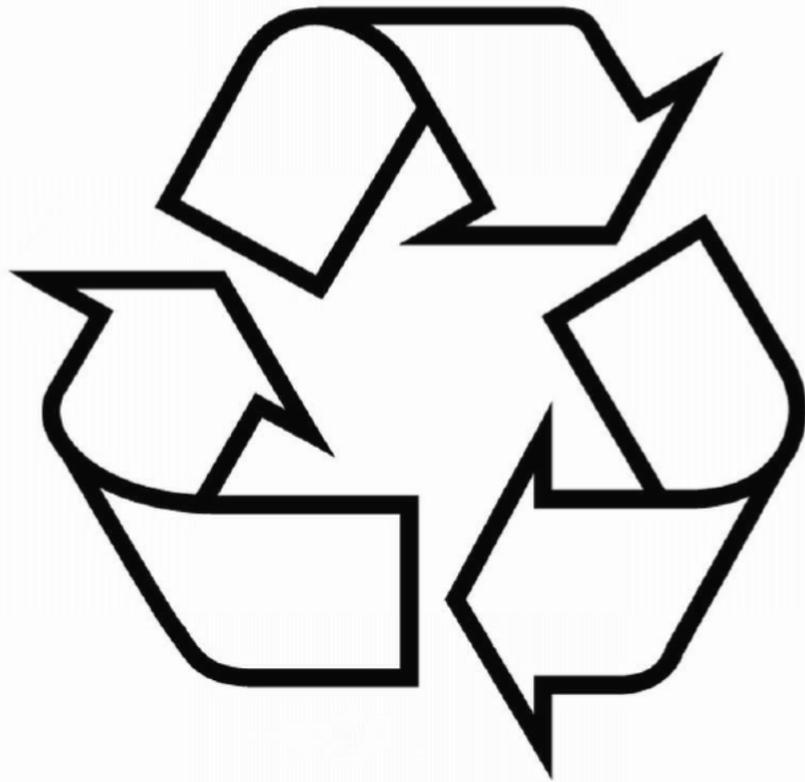


## Проблема данного проекта

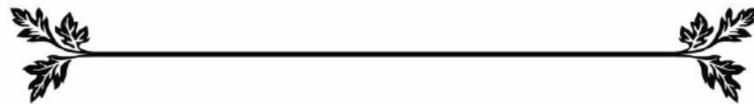
Проблемой данного проекта является то что многим коллекционерам сейчас трудно найти – чистую , качественную, а главное оригинальную фигурку по адекватной цене



# Суть проекта



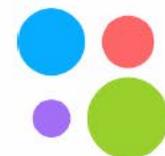
Я нахожу на сайтах оригинальные фигурки плохого качества и реставрирую их после чего перепродаю по своей цене



# Конкуренты моего магазина



**AliExpress**<sup>™</sup>  
Smarter Shopping, Better Living!

 **Avito**

# МОИ ЦЕНЫ

Цена моих  
фигурок зависит  
от чистоты и  
качества

Чаще всего  
фигурка стоит  
700 рублей

Также цена  
может зависеть  
от редкости  
самой фигурки



# МАРКЕТИНГ

Привлечение  
покупателей в моем  
Проекте не так  
сложно

Чаще всего они  
приходят из отзывов  
Которые оставляют  
коллекционеры



# ОТЗЫВЫ



Плейлист с  
распаковками  
Моих покупателей



Распаковки покупателей 🐱  
BRISTOL

2/3 ▾

Лр  
Str

72 просмотра · 7 месяцев назад

Yo  
uT  
ub  
e  
Де  
та

Покупатели всегда рады своим покупкам!

# Мои планы

В моих планах  
Состоит пополнить  
Ассортимент  
Игрушками из  
Других вселенных!



# Наша команда

Макар Кобельский

Кирилл Цимбалов

Тимофей

Сагатовский

Артем Мазур



Майя ростиславина

руководитель



# МНЕ НУЖНО 25000 РУБЛЕЙ

И ТОГДА Я

Добавлю Более редких Ips в  
продажу!

Сделаю более безопасную упаковку

**А ГЛАВНОЕ!** Добавлю фигурки из других вселенных  
В магазин!



ВПЕРЕД ЗА ПОКУПКАМИ К НАМ!



BRISTOL



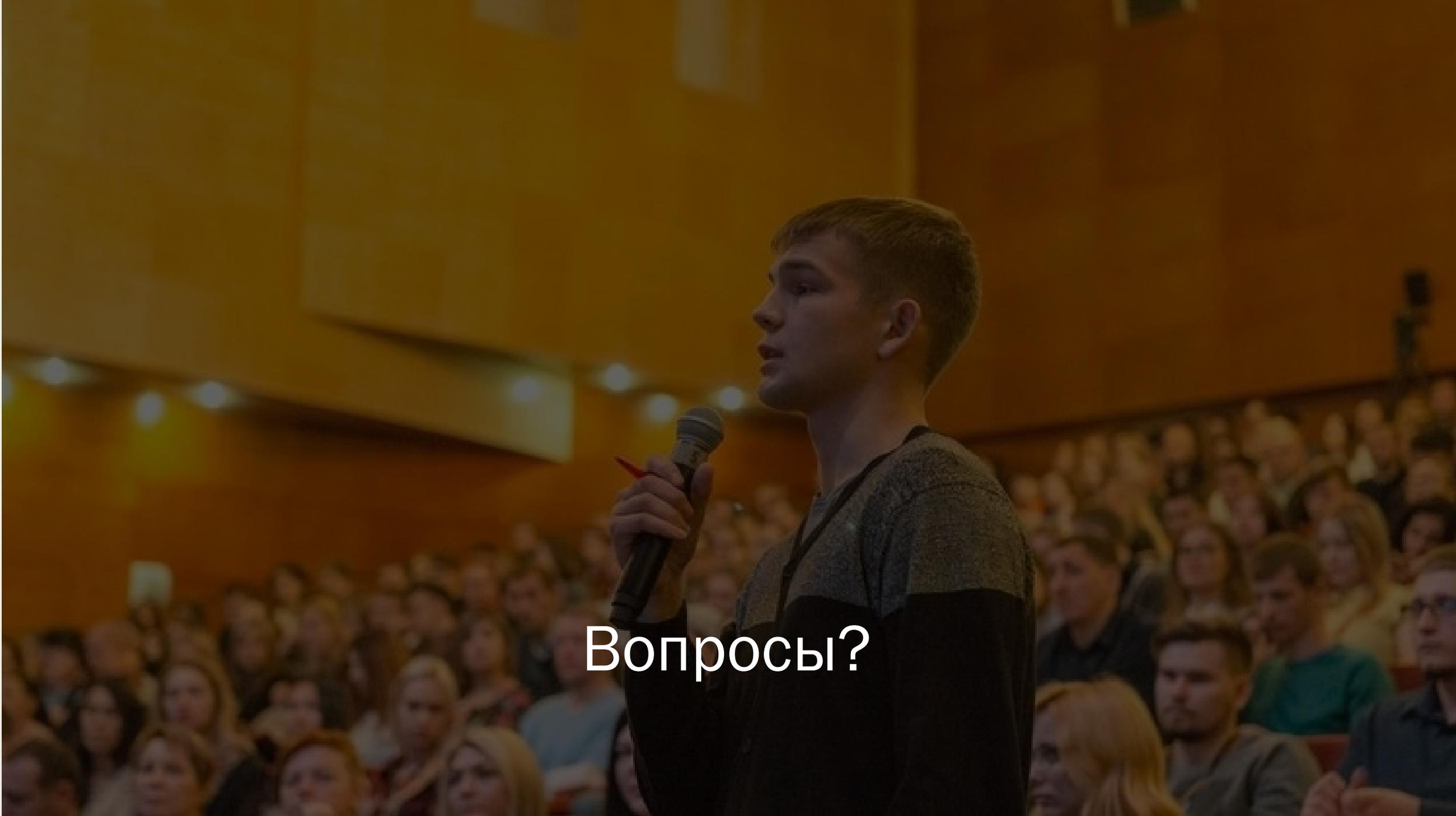
Bristol\_oficial



bristolpslove@gmail.com



Приятных покупок!

A young man with short hair, wearing a grey and black long-sleeved shirt, stands in profile on a stage, holding a microphone. He is addressing a large, seated audience in a dimly lit room with warm, yellowish lighting. The audience members are looking towards the speaker. The overall atmosphere is that of a formal presentation or lecture.

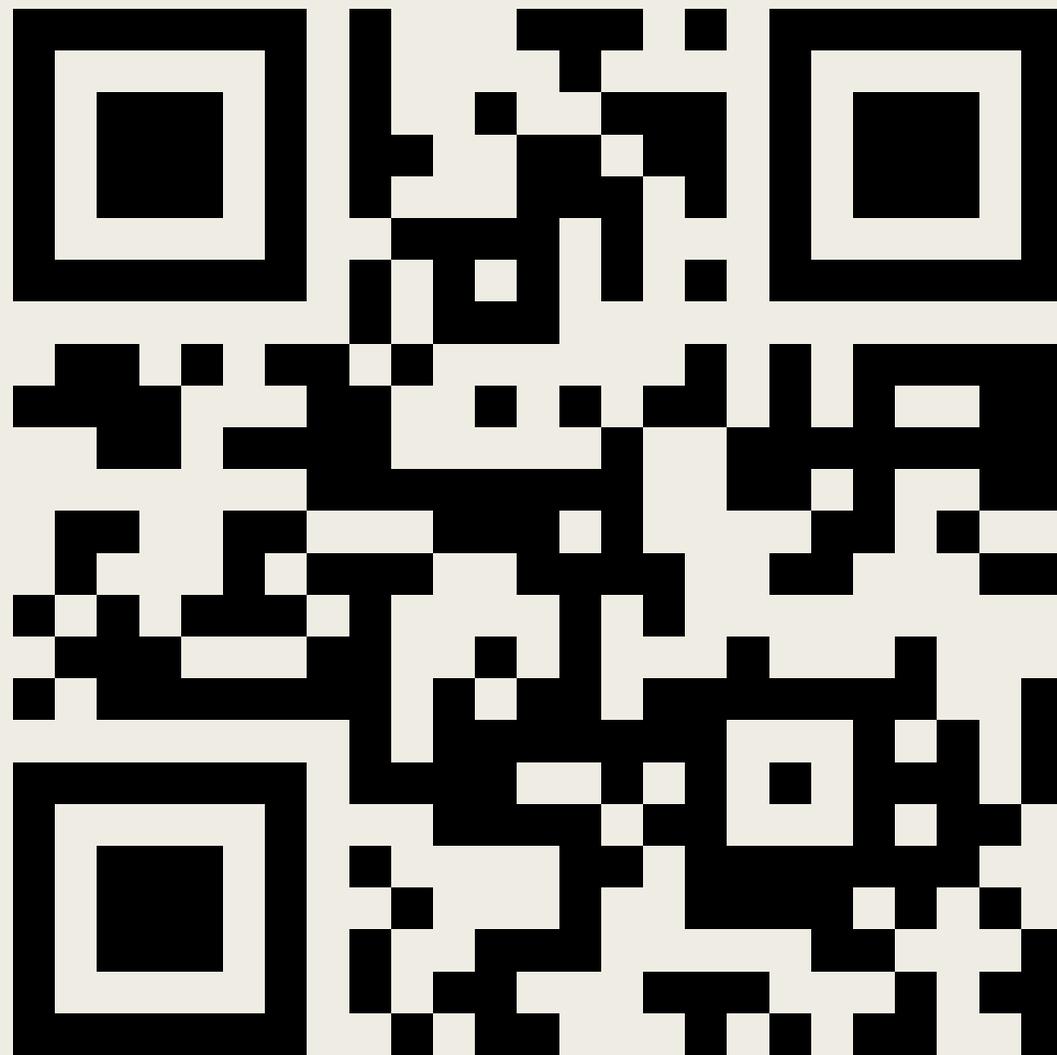
Вопросы?

Давайте дружить

izibiz.club

vk.com/izibiz.club

Андрей Андрусов  
+79175791620



Ссылка на WhatsApp