



ПРОЕКТ:

«Создание приложения
«Путник» для генерирования
уникальных маршрутов и
планирования путешествия »

Акселератор

МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)

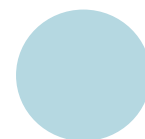


АКТУАЛЬНОСТЬ:

Позволит популяризировать российский туризм с помощью стимулирования интереса пользователей на основе уникальных функций приложения:



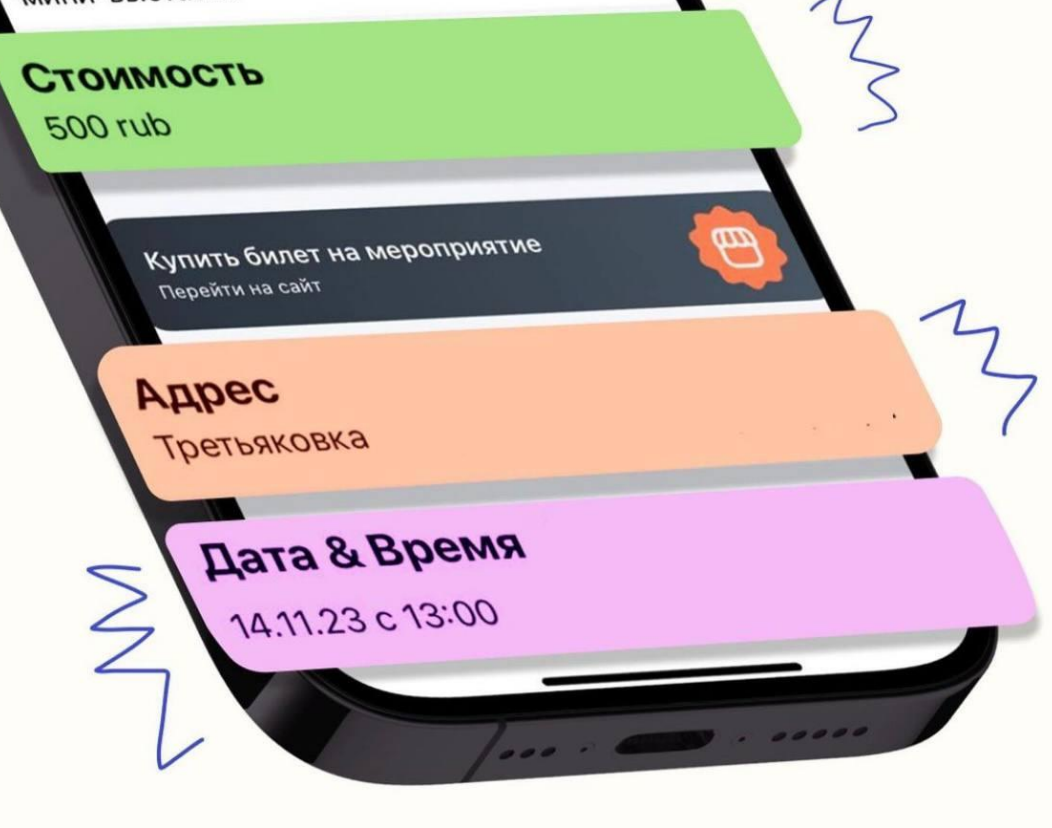
Предоставление интерактивной информации с элементами дополненной реальности



Подборка персонализированных маршрутов путешествий



Опции, помогающие оценить качество и уровень логистической доступности



ПРОБЛЕМА



Боли путешественника:



Временные затраты

Подбор жилья, мест питания и развлечений, поиск билетов и оценка рейтингов вынуждает потребителя по несколько часов бродить по просторам интернета в поисках нужной информации



Несоответствие ожиданиям

бывает, что фотографии не отображают полной действительности, а отзывы оказываются купленными, так что представления о маршруте оказываются неполными. Это касается не только эстетического, но и практического плана

Решение: наш продукт

Боли клиента (b2b):



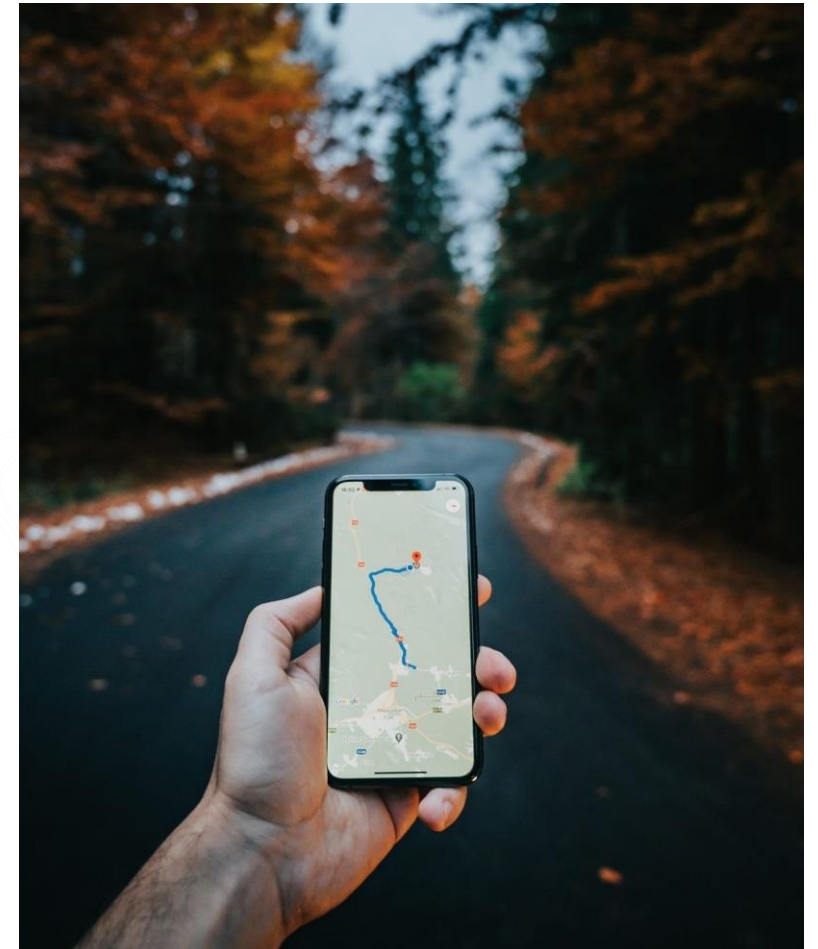
теряют своих клиентов
по причине низкой
осведомленности и
вовлеченности
потенциальных клиентов

сложности с
повторными
продажами из-за
низкого интереса
потребителей



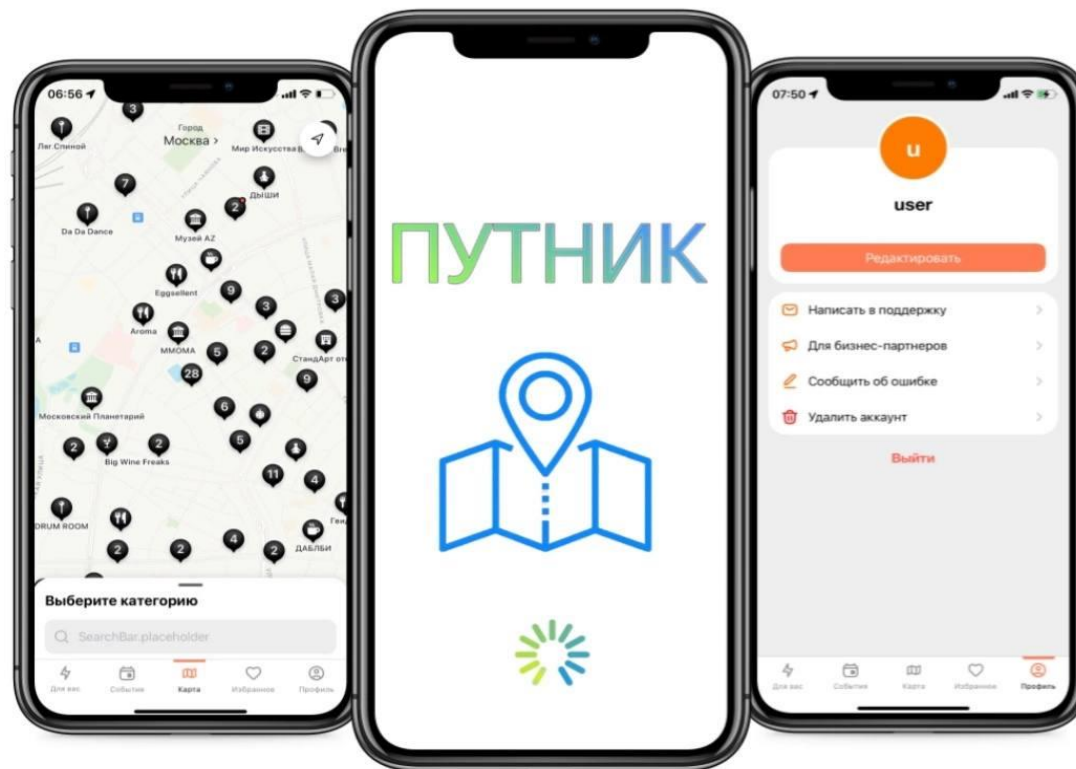
уровень продаж падает из-за отсутствия
оптимального маршрута к точке продаж

Решение: наш продукт



ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА И ТЕХНОЛОГИИ

Размещение информации в приложении. Заказчик обращается к нам, чтобы разместить свой товар/услугу на карте приложения для охвата и привлечения новой аудитории, поддержания интереса к своему бизнесу. Мы, в свою очередь, создаём элементы дополненной реальности под заказчика.



КОНКУРЕНТЫ

Конкуренты:	Возможность бронирования	Составление индивидуального маршрута	Встроенные покупки	AR технологии	Аудиальный/ текстовый гид
Путник	★	★	★	★	★
Яндекс Карты				★	
Tripadvisor		★			★
КудаGo		★			
Aviasales	★		★		
Tripzaza	★		★		

Гипотеза 1

Покупатели в сфере туризма заинтересованы во включении дополненной реальности в свои маршруты путешествий, чтобы отличаться от конкурентов, создавать уникальную торговую точку и привлекать новых клиентов.



Гипотеза 2

Покупатели в сфере обслуживания, скорее всего, будут размещать свои точки на интерактивной карте с элементами дополненной реальности, так как это позволит привлечь новую аудиторию

Гипотеза 3

Покупатели в образовательном секторе, например в школах и университетах, могут быть заинтересованы в маршрутах путешествий с дополненной реальностью как в инструменте, расширяющем возможности обучения и практического опыта для учащихся, улучшая результаты обучения и вовлеченность

<p>Ключевые партнеры:</p> <p>Туристические агентства;</p> <p>Сервисы покупок авиа и ж/д билетов;</p> <p>Блогеры;</p>	<p>Ключевые виды деятельности:</p> <p>Создания уникальных маршрутов путешествий с элементами дополненной реальности</p>	<p>Ценностные предложения:</p> <p>возможность выделиться на переполненном рынке, предоставлять инновационные услуги своим клиентам и потенциально получить конкурентное преимущество. Такое сотрудничество может привести к повышению удовлетворенности клиентов, их лояльности и дифференциации на рынке</p>	<p>Взаимоотношения с клиентами:</p> <p>Коммуникации с ЛПР;</p> <p>Маркетинг ключевых клиентов</p>	<p>Клиенты:</p> <p>Малый и средний бизнес (гостиницы, точки питания, развлекательные мероприятия, музеи)</p>
<p>Ресурсы:</p> <p>Навыки работы с AR;</p> <p>Опыт организации туристических маршрутов для малых групп;</p>	<p>Каналы сбыта:</p> <p>Магазины мобильных приложений;</p> <p>Социальные сети;</p> <p>Онлайн-туристические форумы и сообщества;</p>			
<p>Издержки:</p> <p>Затраты на тех. оборудование, на разработку и поддержку мобильного приложения, маркетинг</p>		<p>Доходы:</p> <p>С размещения контекстной рекламы в приложении и создания под неё новых элементов дополненной реальности</p>		

БЮДЖЕТ И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ:



Выделено несколько способов коммерциализации: внедрение платы за размещение информации и создание под неё новых элементов дополненной реальности, размещение в приложении контекстной рекламы и взимание комиссии за бронирование/покупку в приложении:

Размещение рекламы в приложении и создание под неё новых элементов дополненной реальности – 30 тыс. рублей

Контекстная реклама 15 тыс. рублей

Транзакции за покупки через приложение в размере 7%

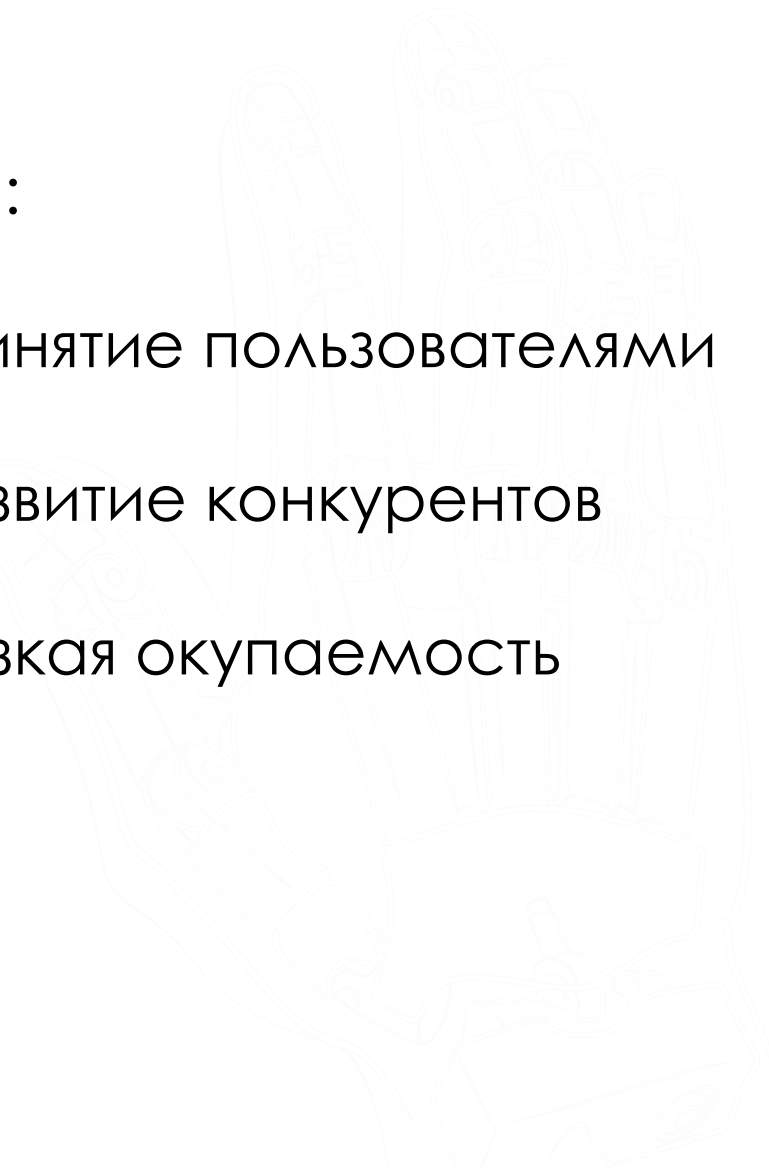
На 7 июня 2023 года по данным пресс-службы мэрии Москвы в городе насчитывается 20,9 тысяч кафе, баров и ресторанов. Если учесть 1% привлеченной аудитории от общего числа, получится ≈ 210 заведений. Значит доход составит $\approx 6,3$ млн.

По данным Гостиничного фонда Москвы, на 12 февраля 2021 года в Москве зарегистрировано 1718 гостиниц. Если учесть 1% привлеченной аудитории от общего числа, получится ≈ 17 гостиниц, значит прибыль составит ≈ 510 тыс.

Возможности:

1. Территориальное расширение приложения
2. Развитие бонусной системы и партнерской программы лояльности
3. Лидирующая позиция в нише Отечественного туризма

Риски:

1. Принятие пользователями
 2. Развитие конкурентов
 3. Низкая окупаемость
- 

КОМАНДА ПРОЕКТА



Гаврилова Елизавета



Копылов Александр



Просьяникова Элина



Поникоровски Илья

1. <https://tass.ru/obschestvo/6653769>
2. <https://vc.ru/u/587670-anton-almazov/156122-povtornye-prodazhi-kak-instrument-povysheniya-pribylnosti>
3. <https://corp.wtcmoscow.ru/>
4. <https://42clouds.com/ru-ru/articles/Problems-business-in-2019.html> (2019)
5. UPTOWN.com

