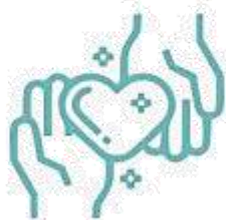
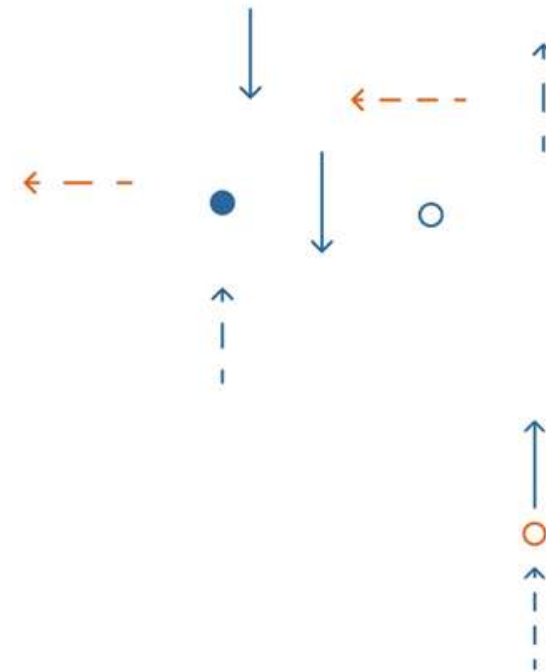


Социальный сервис “Вместе просто”



ВМЕСТЕ ПРОСТО

Технологическое направление: Когнитивные, информационные технологии



акселерационная программа

[2023]
ТраекториЯ

Аннотация

Цель:

разработка и запуск социального сервиса, реализованного в мобильном приложении, для людей, испытывающих чувство одиночества в связи с различными жизненными обстоятельствами, помогающего преодолеть сложности самостоятельного вхождения в новые социально-значимые группы и предоставляющего поддержку в режиме 24/7

Задачи:

1. Разработать мобильное приложение;
2. Разработать сервисы онлайн коммуникации и активностей;
3. Найти партнеров;
4. Интегрировать в приложение партнерские сервисы.

Целевая аудитория

основная:

физические лица в возрасте от 18 до 45 лет, оставшиеся в одиночестве по различным жизненным обстоятельствам и имеющие трудности с вхождением в новые социально-значимые группы.

потенциальная:

люди, которые хотят разнообразить свою жизнь, но не имеют идей/единомышленников для реализации своего досуга, а также испытывают коммуникационные сложности различного характера

Ожидаемые результаты

- Запуск мобильного приложения;
- Привлечение к совместной работе партнерских организаций, работающих в сходной проблематике и готовых оказывать поддержку;
- Развитие системы социальных сервисов для жителей г. Волгограда/приезжающих в регион;
- Повышение коммуникативных навыков;
- Снижение напряженности социальных групп

Область применения

1. Образование
2. Культура
3. Досуг
4. Развлечения
5. Туризм
6. Социальная коммуникация

Проблема

Сервис помогает решать проблему одиночества (временного, явного, латентного), у людей, для которых чувство, когда они не ощущают себя частью какой-либо группы или сообщества, не получают поддержки от окружающих, вызывает беспокойство и сильный дискомфорт. Игнорирование проблемы (по результатам исследований и экспертных мнений) может приводить к ряду негативных последствий: социальная изоляция, психологические проблемы, физические заболевания, экономические трудности, социальная дезинтеграция, снижение продолжительности жизни. Проблема по оценкам экспертов растет в геометрической прогрессии, усугубляются ее последствия.

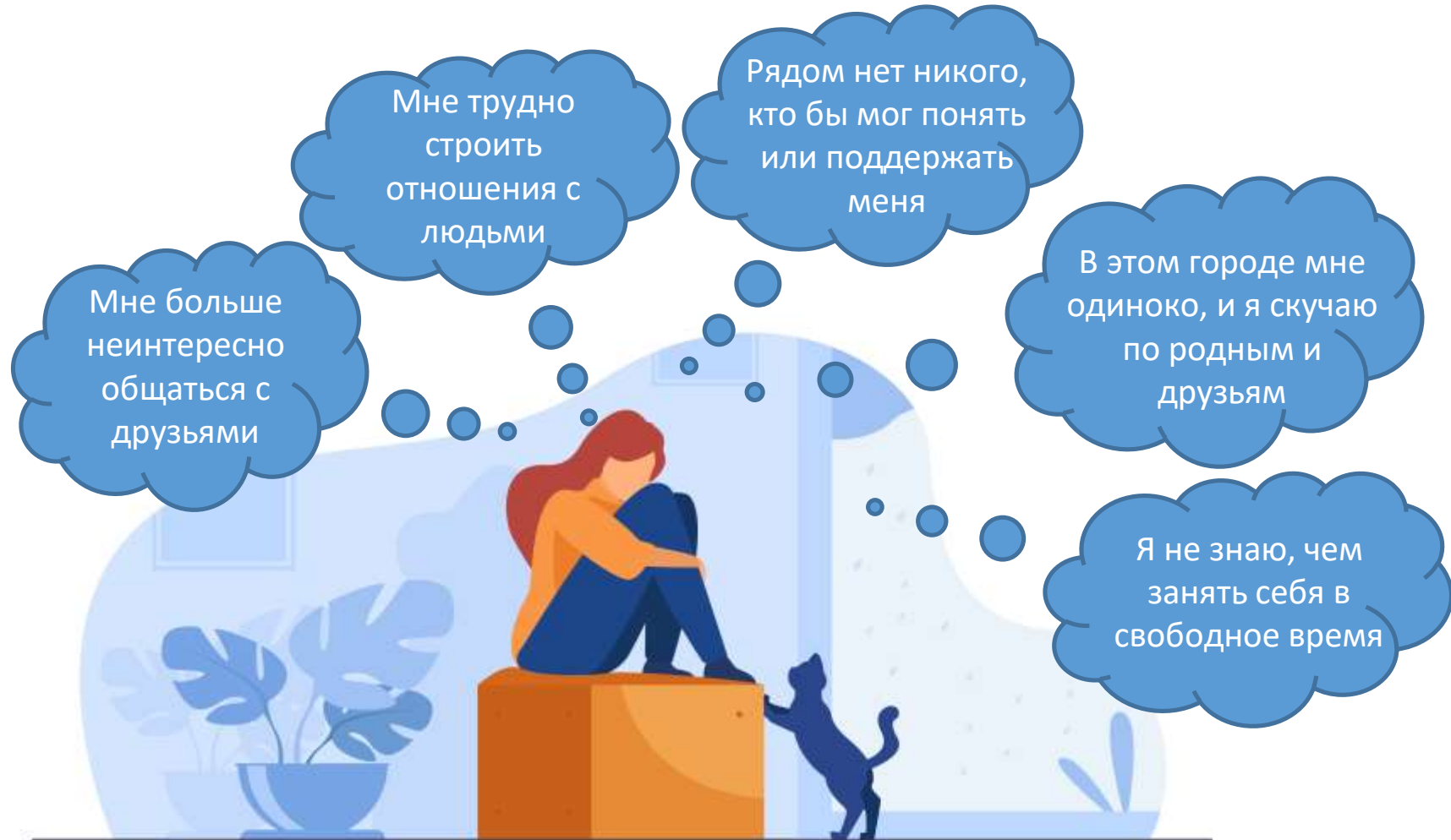
Рассматривается не только проблема явного одиночества, но и проблема «одиночества в толпе», когда человек утрачивает интерес к существующему социальному окружению (изменение интересов, ценностей, потребностей и т.д.), но имеет трудности для вступления в новые социально значимые группы.

Подтверждение актуальности:

Согласно исследованиям НИУ ВШЭ и ФНИСЦ РАН показали, что 43% взрослых испытывает чувство одиночества. Около 12% — на протяжении длительного времени. Статистика говорит, что это переживание испытывает треть людей в возрасте до 30 лет и 70% пожилых старше 85 (ресурс НИУ ВШЭ: <https://iq.hse.ru/news/428981923.html>).

В России рассматривалась инициатива создания агентства по делам одиночества. Авторы инициативы отмечали, что более 5 млн россиян страдают расстройствами психики и основным провокатором является патологическое одиночество. (ресурс РБК: <https://www.rbc.ru/society/09/10/2022/634278139a7947da6bbbee9b1>).

Потребительский сегмент – сектор рынка **B2C**



Результат / продукт

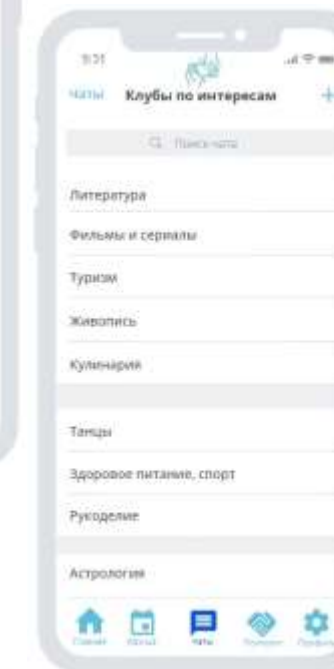
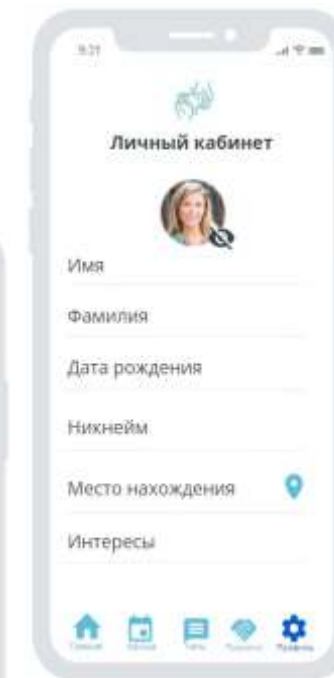
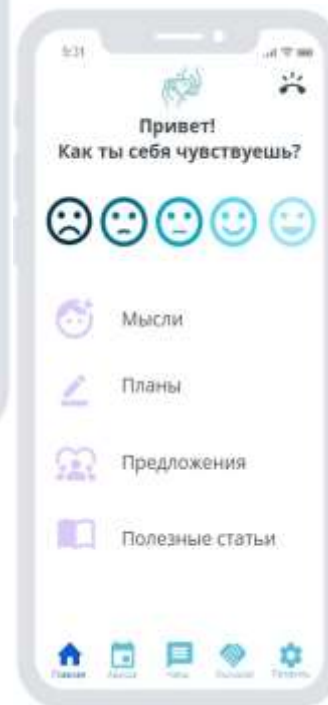
Тип результата / Социальный сервис, реализованный в виде мобильного приложения (на начальном этапе проекта)

Описание продукта:

Онлайн сервис будет включать инструменты, позволяющие на начальном этапе:

1. Произвести первичную сегментацию ЦА (по интересам, по возрасту);
2. Осуществлять подбор активностей в соответствии с фильтрами;
3. Начать общение в клубах по интересам: книги, фильмы, музыка, иные варианты хобби;
4. Вести общение в клубе анонимных одиночек («разговоры ни о чем»);
5. Начать совместные активности: онлайн-тренировки, «готовим вместе онлайн» и т.д.;
6. Получить психологическую помощь;
7. Вести календарь мероприятий с уведомлениями о времени;
8. Создавать свои активности, формировать сообщества;
9. Отсеивать нежелательный контент;
10. 24/7 Чат-бот собеседник

Базовый пакет услуг (1,2,3,4,9,10) 1-ый месяц бесплатно, далее 150 руб./месяц



Решение: как продукт решает проблему потребителя



Проблемы, боли (pains)

Что мешает потребителю выполнять свои задачи?

Что волнует потребителя до, во время и после выполнения задачи?

Не желательные свойства продукта, препятствия?

- Коммуникационные сложности/барьеры;
- Отсутствие возможностей решить задачу офлайн (география, время, финансы);
- Особенности характера, темперамента, типа личности, физиологическая специфика;
- Социальная дезориентация и изоляция;
- Отсутствие поддержки;
- Боязнь нежелательной коммуникации



Потребности/задачи/работы (jobs)

Какие задачи потребителя решает продукт?

Для чего потребитель покупает продукт?

Какие потребности закрывает?

- Разнообразие досуга;
- Социальные контакты с единомышленниками;
- Реализация интересов;
- Поиск друзей;
- Доступ к сервису вне зависимости от географии, времени;
- Заполнить время на период социальной изоляции (потери и т.д.)



Преимущества, выгоды (gains)

Результаты и преимущества продукта, которые желает получить потребитель

- Консультативная помощь;
- Круглосуточная поддержка;
- Безопасная онлайн-среда для общения;
- Возможность сэкономить (совместные сервисы онлайн);
- Сообщество единомышленников

Ценностное предложение

Социальный сервис – мобильное модерлируемое комьюнити, обеспечивающее безопасную среду для нахождения единомышленников, учитывающее индивидуальные запросы/интересы клиента, желающего решить проблему одиночества, получение поддержки, возможности самостоятельно моделировать свои коммуникации по запросу в режиме 24/7.

Найдём вам компанию, избавим от скучных серых будней, прогоним все ваши страхи и проблемы, ведь вместе просто! Приходи и почувствуй тепло наших сердец!










Ключевые конкурентные преимущества:

Онлайн сервис позволит людям (представителям ЦА):

- ❖ Начать коммуникацию анонимно (при необходимости), сохранить конфиденциальность (через систему личных кабинетов),
- ❖ Получить консультативную помощь (при необходимости),
- ❖ Получать рекомендации по активностям с учетом профиля клиента (данных личного кабинета),
- ❖ Вести свой календарь, получать уведомления,
- ❖ Начать общение в безопасной (модерлируемой) среде,
- ❖ Получать поддержку 24/7,
- ❖ Использовать гибкую систему скидок при организации совместных активностей.



<p>Ключевые партнеры </p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Соглашения с психологическими центрами; 2.Соглашения с фитнес клубами; 3.Соглашения с блогерами о проведении мастер-классов, лекций, игр; 4.Соглашения с клубами творчества. 	<p>Ключевые виды деятельности </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка мобильного приложения; 2. Создание линейки активностей онлайн; 3. Поддержание функционала базового пакета; 4. Разработка и интеграция платных сервисов, включая партнерские ресурсы 	<p>Ценностное предложение </p> <p>Социальный сервис – мобильное модерируемое комьюнити, обеспечивающее безопасную среду для нахождения единомышленников, учитывающее индивидуальные запросы/интересы клиента, желающего решить проблему одиночества, получение поддержки, возможности самостоятельно моделировать свои коммуникации по запросу в режиме 24/7.</p>	<p>Взаимоотношения с клиентом </p> <p>Каналы продвижения: реклама в социальных сетях, на сайтах партнеров, баннеры, листовки, реклама на партнерских каналах</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Персональная поддержка 2.Автоматизированное обслуживание (чат бот) 	<p>Потребительские сегменты </p> <p>Нашей целевой аудиторией являются физические лица (мужчины, женщины), ведущие активный образ жизни, которые в силу различных причин имеют трудности с вхождением в новые социально значимые группы (переезд, смена интересов, потеря единомышленников, трудности коммуникации и т.д.), а также оставшиеся в одиночестве по иным жизненным обстоятельствам.</p>
<p>Структура издержек </p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Заработная плата и отчисления – 1 587 600 руб.; 2.Разработка приложения – 1 250 000 руб.; 3.Расходы на рекламу и продвижение – 981 500 руб.; 4.Оплата услуг по договорам (психолог, тренер, фуд-блогер) – 696 000 руб.; 5. Регистрация интеллектуальной собственности – 60 000 руб.; 6. Прочие расходы – 457 510 руб. <p>ИТОГО: 5 032 610 руб.</p>		<p>Потоки доходов </p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Оплата подписки – 1 080 000 руб. (150 руб. в мес.*600 чел.*12 мес.); 2.Оплата за дополнительные услуги, не входящие в базовый пакет – 8 190 000 руб.; <p>ИТОГО: 9 270 000 руб.</p>		



Что есть сейчас?

Задел команды:

Для тестирования гипотезы был проведен опрос среди жителей Волгограда и Волгоградской области (280 респондентов). Гипотеза подтверждена: испытывают чувство одиночества респонденты в возрасте от 16 до 30 из-за отсутствия рядом людей, которые разделяют их интересы и идеи, а также внутренних блоков (стеснение, боязнь общения, страх заговорить первым). 9,9 % респондентов в возрасте от 31 до 71 испытывают одиночество по тем же самым причинам, что и люди в возрасте от 16 до 30.

Текущие результаты:

Проект представлялся на мероприятия. Получена обратная связь от экспертов

Уровень готовности проекта – TRL 2: Концепция продукта и области его применения сформулированы. Команда на стадии предварительного технического задания



Команда



Манокина Валерия
Лидер



Плахова Екатерина
Интегратор



Скоробогатова Арина
Администратор



Мокренко Дарья
Исследователь



Юрова Ольга Витальевна
Наставник



Абрамова Оксана Федоровна
Трекер



План развития стартапа

- Участие в акселерационных и грантовых программах;
- Открытие центра в Волгограде (для реализации сервиса в гибридном формате: онлайн/офлайн*);
- Расширение целевой аудитории (привлечение людей иных возрастных категорий) до 10 000 человек;
- Увеличение перечня сервисов, реализуемых в мобильном приложении.



*Офлайн сервисы предполагается включить в проект на следующем этапе развития, когда клиенты пройдут этап первичной социализации и будут готовы встречаться и общаться очно. Они включают: организацию совместных мероприятий (экскурсии, выезды на природу, походы в театры/музеи/кино, квесты, игры, кружки, тренинги. Организовать активности офлайн помогут специальные сервисы мобильного приложения.