

## КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ

### Тематика проекта

**Название проекта:**

wheretogo.nsk — маркетплейс уникальных мест для ваших маленьких путешествий

**Поднаправления:**

Об.ИТ и видеоигр.

**Фокусная тематика:**

Другое (Технология)

**Запрашиваемая сумма гранта (рублей):**

1 000 000

**Срок выполнения работ по проекту:**

12

## ИНФОРМАЦИЯ О ЗАЯВИТЕЛЕ И УЧАСТНИКАХ ПРОЕКТА

### Основные сведения

**Заявитель:**

Галушкин Артур Дмитриевич

**Регион заявителя:**

Новосибирская обл., Новосибирск

**Наименование образовательной организации, в которой проходит обучение:**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "НОВОСИБИРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

**Карточка ВУЗа:**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "НОВОСИБИРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

**Тематика проекта соответствует одному из заявленных приоритетов:**

Нет

**Необходимо представить краткое обоснование соответствия проекта выбранному приоритету**

Отсутствует необходимость представлять обоснование, так как проект не соответствует ни одному из заявленных приоритетов

**Участие в программе «Стартап как диплом»:**

Да

**Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:**

Нет

**Члены проектной команды:**

Сотрудник	Должность	Роль в проекте	Опыт и квалификация
Еремкин Вячеслав Игоревич	Менеджер проекта, разработчик	Разработка архитектуры платформы wheretogo и принципов работы рекомендательной системы, написание технического задания и требований к системе	Опыт работы 4 года в разработке мобильных приложений, веб приложений в роли менеджера продуктов и проектов Бакалавриат НГУ по специальности “прикладная математика и информатика” Победитель акселерационной программы для студенческих проектов Новосибирского национального исследовательского государственного университета .catalyst 2022 Финалист кейс-чемпионата UFLЛ Организация мероприятий и проектов развития Механико-математического факультета НГУ
Галушкин Артур Дмитриевич	Руководитель проекта	Краевед и создатель контента, осуществление поиска и отбора локаций, создание макета сайта платформы	Опыт ведения сообществ в социальных сетях — 9 лет. 1. hylex — 100k подписчиков 2. wheretogo.nsk — 24k подписчиков Бакалавриат НГУ по специальности “прикладная математика и информатика” Опыт работы 3 года в сфере дизайна сайтов, презентаций и фирменных стилей Победитель акселерационной программы для студенческих проектов Новосибирского национального исследовательского государственного университета .catalyst 2022 Организация мероприятий и проектов развития Механико-математического факультета НГУ Финалист кейс-чемпионата UFLЛ Участник программы «Навигатор инноватора. Новосибирск»

Гинтер Анна Александровна	Аналитик	Работа с аналитикой и выстраиванием операционных процессов	Бакалавриат НГУ по специальности “менеджмент” Опыт работы в смежной отрасли 4 года. Опыт формирования операционных процессов предприятия Опыт финансового учета и аналитики Опыт организации и аналитики онлайн мероприятий Победитель акселерационной программы для студенческих проектов Новосибирского национального исследовательского государственного университета .catalyst 2022
Синигаева Дарья Денисовна	Финансист	Работа с финансовым планом, учет финансов, коммуникация с представителями государственного сектора	Бакалавриат НГУ по специальности “экономика” Опыт работы 1 год аналитиком аудиторского отдела в Б1(ЕУ) Опыт анализа систем и бизнес-процессов, аудита компаний финансового сектора, аудит финансовой отчетности Выпускник программы “Азбука предпринимателя” Победитель акселерационной программы для студенческих проектов Новосибирского национального исследовательского государственного университета .catalyst 2022
Михеева Дарья Игоревна	Маркетолог	Разработка и реализация маркетингового плана по продвижению проекта	Бакалавриат НГУ по специальности “менеджмент” 3+ лет опыта в маркетинге на рынке FMCG Участник кейс-чемпионатов Руководитель карьерной организации в НГУ Организатор ежегодного международного фестиваля современного искусства Победитель акселерационной программы для студенческих проектов Новосибирского национального исследовательского государственного университета .catalyst 2022

### Для исполнителей по программе УМНИК

Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК»:

Иное:

## ПРОЕКТ ПЛАНА РЕАЛИЗАЦИИ РАБОТ

### Аннотация проекта

Проект «Wheretogo» существует четыре года и представляет собой базу знаний краеведа об уникальных местах Новосибирска, с помощью которых пользователи получают информацию о местах для досуга и отдыха. По данным аналитики проекта на апрель 2023 года клиенты 530 раз приобрели доступ к информации из базы знаний мест Новосибирска

**Глобальная цель** – стать народным аналогом «Michelin» в туристической сфере

**Ближайшая цель проекта** – с июня 2023 года по июнь 2026 года организовать 6000 локальных путешествий по Сибири с помощью сообществ в социальных сетях и веб-сервиса Wheretogo

#### **Задачи:**

1. Разработать, протестировать и внедрить минимально-жизнеспособную версию платформы, с помощью которой пользователи смогут планировать свой досуг и отслеживать историю своих поездок
2. Подготовить и реализовать маркетинговую кампанию с целью привлечения 10 000 новых пользователей платформы
3. Добавить в базу знаний 50 новых мест для путешествия на территории Сибири

#### **Ожидаемые результаты:**

1. 10 000 человек – количество зарегистрированных пользователей платформы Wheretogo
2. 2% – средняя конверсия покупки на платформе Wheretogo
3. 6000 совершенных локальных путешествий зафиксированы в системе платформы Wheretogo

### Базовая бизнес-идея

#### **Какой продукт или услуга будет продаваться:**

Проект оказывает услугу по предоставлению информации о найденных уникальных локациях Новосибирска. При оформлении подписки или покупки отдельной локации пользователь получает необходимую информацию для планирования путешествия: подробный маршрут до места с указанием «сложных» участков, информация о рекомендуемом сезоне и времени посещения, удаленность от центра города и чем можно заняться на локации.

Продажи реализуются через разработанный проектной командой wheretogo ноу-код сайт. На сайте пользователь видит галерею из изображения (фотографий локаций), по клику на которую раскрывается карточка с фотографиями и кратким описанием — по этой информации пользователь принимает решение, подходит ему локация или нет. Если локация подходит

пользователю, то он совершает покупку, после которой получает всю необходимую информацию для организации путешествия.

***Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает:***

Проблема: отсутствие единой базы знаний краеведов о необычных и уникальных местах для досуга и проведения активного времяпрепровождения. На основе анализа пользователей проекта Wheretogo было установлено, что поиск необычных мест сейчас затруднён ввиду отсутствия единой базы знаний — люди тратят много времени на поиск локаций, так как вынуждены перебирать большой пласт неструктурированную информацию по различным сайтам.

Анализ опыта путешествий наших потребителей показал, что чаще всего данную услугу используют лица, старше 16 лет (без учёта поездок семей с детьми). Стоит отметить, что продукт не имеет возрастных ограничений в верхней границе, т.к. данный проект затрагивает и людей выше средней возрастной группы, приезжающих в город в оздоровительных и культурно-познавательных целях.

Анализ активных пользователей проекта wheretogo показал наличие нескольких групп потребителей со следующими проблемами, которые решает проект Wheretogo:

— Фотографы и видеографы, с их слов, испытывают проблему с актуальностью и полнотой информации во время поиска локаций для проведения коммерческих съёмок под открытым небом. На практике фотографам нужно понимать ракурсы и особенности локации, чтобы принять решение о проведении съёмки.

— Группа жителей города Новосибирска в возрасте от 25 лет путешествует с целью изучить родной город и его окрестности, посетить места, о которых никогда не подозревали. Также пользователи отмечают, что локальные путешествия позволяют им морально и физически отдохнуть от рабочего и городского ритма. Для данной группы пользователей Wheretogo важно быстро принять решение о поездке, быть уверенным в доступности локации и получить детальный маршрут до точки.

— Группе пользователей проекта Wheretogo от 18 до 25 лет, то есть представителям поколения Z, важно, чтобы локация находилась в доступности общественного транспорта, так как чаще всего у них нет личного автомобиля. Представители этой группы обычно посещают локации с целью сделать фотографии «не как у всех».

**На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан товар/изделие/технология/услуга (далее – продукция) (с указанием использования собственных или существующих разработок):**

Командой разработан прототип платформы (<https://wheretogo.su/nsk/place>), обладающий низкой производительностью и непригодный для внедрения рекомендательной системы.

Услуга будет предоставляться на основе разрабатываемой командой проекта платформы Wheretogo. В платформу будет включена собственно-разработанная модель контент-ориентированной рекомендательной системы, основанная на методе векторного пространства. В дополнении к этому проектная команда wheretogo планирует выйти за рамки работы с собственными краеведами и привлекать к платформе сторонних — для этого планируется создать функционал, позволяющий любому краеведу из России размещать информацию о своих локациях на нашей платформе и получать деньги в случае её продажи. В связи с этим фактом, дальше под «платформой» мы подразумеваем «платформу-маркетплейс», но называем её как и раньше «платформой».

Платформа Wheretogo будет состоять из ряда систем:

1. Витрина локаций
2. Система управления аккаунтами пользователей
3. Система добавления локаций в базу знаний краеведами
4. Система управления локациями в рамках базы знаний
5. Система фиксации факта посещения локации пользователем
6. Платежная система
7. Контент-ориентированная рекомендательная система

**Организационно-финансовая схема (принципы, алгоритмы) организации бизнеса:**

На платформе wheretogo краеведы смогут предоставлять (продавать) свою информацию о местах. С каждой покупки его локаций краевед получает 80% от стоимости локаций, а платформа wheretogo — 20%. Взаимодействие между предприятием, предполагаемыми потребителями и краеведами будет осуществляться на основании договора-оферты и лицензионного соглашения.

Путь пользователя до покупки локаций:

1. Из сообществ wheretogo в социальных сетях люди узнают о новых местах.
2. Через сообщества wheretogo в социальных сетях и поисковые запросы пользователи попадают на сайт.
3. Пользователь, заходя на сайт, имеет возможность приобрести три услуги: локацию (расположение одного места), подборку (расположение до 10 локаций по определенной тематике) и подписку (все локаций на определенный период. подписку на месяц/три месяца/полгода/год).

3.1. Приобретая локацию или подборку, пользователь получает письмо со следующими данными: шапка с благодарностью о приобретении, фото локаций, описание локаций с кнопкой «открыть место на карте». С каждого покупателя для обратной связи мы имеем почтовый адрес.

3.2. Приобретая подписку на неопределенный период, пользователь в личном кабинете получает полный доступ к расположению всех локаций на карте. С каждого покупателя для обратной связи мы имеем почтовый адрес и имя пользователя в мессенджере телеграм.

**Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества, дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.):**

Уже 4 года жители Новосибирска вместе с wheretogo исследуют НСО и ближайшие регионы. На момент 3.04.2023 запущена минимально целесообразная версия базы знаний в формате ноу-код сайта, с помощью которой пользователи сделали 6000 путешествий. Уже сейчас некоторая часть пользователей базы знаний wheretogo подтверждают, что приобретая подписку, они используют подобранные локации в профессиональной деятельности. Также локации из нашей базы знаний отличаются эстетикой и помогают больше узнавать нашу область.

Залогом устойчивости wheretogo является возвращаемость клиентов к покупке: на данный момент 365 клиентов купили подписки, 55 клиентов купили подписки с повторами, 790 клиентов купили отдельные локации, 167 клиентов купили локации с повторами.

Благодаря переформатирования ноу-код сайта в платформу-маркетплейс мы можем масштабироваться в города-миллионники России посредством привлечения независимых краеведов. Помимо независимых краеведов платформа будет располагать интеллектуальной рекомендательной системой — она предоставляет персонализированные рекомендации для путешествия на основе предпочтений и поведения пользователя. Рекомендательная система позволит человеку с большей вероятностью сделать правильный выбор места для путешествия, остаться довольным и вернуться к нашему сервису вновь.

Основные конкуренты wheretogo:

- Места Сибири (<https://mestasibiri.ru>) — база знаний краеведа о уникальных местах в Алтайском крае, Кемеровской области и Новосибирской области. В будущем планируем завлечь этого краеведа на нашу платформу. Не обновляется

- Сибирь здесь (<https://t.me/siberiaishere>) — база знаний о уникальных событиях в Новосибирске. Активно обновляется

- ТУРИЗМ НСО (<https://turizm.nso.ru/ru>) — туристическая платформа Новосибирской области. Основной упор — организация экскурсий по знакомым объектам города и области. Активно обновляется

- Okolo.city (<https://okolo.city/>) — база знаний о уникальных местах от различных краеведом в Кемеровской области. Не обновляется

Конкурентные преимущества проекта Wheretogo:

- Гарантия доезда до места
- Сопровождение клиентов как в моменте выбора локаций, так и во время самого путешествия
- Выбор локации на основе запроса пользователя
- Верификация локации краеведом
- Экономия времени при поиске локации
- Безопасная оплата
- Сообщество пользователей
- Тенденции и тренды рынка:

Развитие внутреннего туризма в России является национальным приоритетом. Страна имеет колоссальный туристический потенциал. 24 декабря 2021 года Правительство утвердило государственную программу Российской Федерации «Развитие туризма», рассчитанную на срок до 2030 г. Михаил Мишустин отмечает необходимость создания современной туристической инфраструктуры, обеспечение доступной среды для поездок по России. Туристический поток в Новосибирской области по итогам шести месяцев 2022 года составил 508 тыс. человек, что на 15% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Источник:

<https://tass.ru/ekonomika/15628159>

## Характеристика будущего продукта или услуги

### ***Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту):***

Wheretogo – это платформа, на которой пользователи получают информацию о местах для досуга и отдыха напрямую от краеведов, а краеведы, в свою очередь, имеют возможность зарабатывать на накопленных знаниях. Платформа основана на базе знаний о локациях, которая пополняется местными экспертами и краеведами. Платформа является IT-разработкой, основанной на различных языках программирования. Backend часть будет написана на Fast API Python. Frontend часть написана на Vue.js. База знаний о локациях представлена в виде базы данных, написанной на postgresql. Серверная часть предоставляется сервисом облачных решений Selectel.

Платформа Wheretogo будет состоять из ряда систем:

1. Витрина локаций
2. Система управления аккаунтами пользователей
3. Система добавления локаций в базу знаний краеведами
4. Система управления локациями в рамках базы знаний
5. Система фиксации факта посещения локации пользователем
6. Платежная система
7. Контент-ориентированная рекомендательная система

### ***Организационные, производственные и финансовые параметры:***

## СТОРОНА КРАЕВЕДА:

### СПОСОБЫ ПОИСКА ЛОКАЦИЙ

Первый способ — рекомендации: информация о локации собирается через тематические сообщества в социальных сетях и форумах напрямую у людей, кто их посещал. Этот способ самый надежный — у автора локации (так называем людей, кто посещал то или иное место) узнаётся вся необходимая информация для понимания специфики локации и составления маршрута до неё. После получения необходимой информации краевед едет изучать, фотографировать и описывать локацию. Вероятность соответствия локации требованиям wheretogo этим способом поиска — 80%.

Второй способ — поиск локаций по краеведческим форумам и иным информационным материалам, в которых не предоставляется возможным прямая связь с автором локации. Этот способ является менее надежный, так как отсутствие прямой связи с автором локации ограничивает возможность обретения подробной информации о локации по требованиям wheretogo. В этом способе краеведу необходимо самостоятельно разведывать маршрут до места, что сильно снижает вероятность доезда до него. В силу ограниченности информации, вероятность соответствия локации требованиям wheretogo этим способом поиска — 60%.

Третий способ — поиск локаций по спутниковым снимкам картографических сервисов. Этот способ является ещё менее надежным — краевед руководствуется только спутниковым снимком и не может проверить соответствие локации требованиям wheretogo. В этом способе краеведу также необходимо самостоятельно разведывать маршрут до места, что сильно снижает вероятность доезда до него. В силу ограниченности информации, вероятность соответствия локации требованиям wheretogo этим способом поиска — 40%.

### ИССЛЕДОВАНИЕ ЛОКАЦИИ НА МЕСТЕ

Дорога. Большинство локаций, которые соответствуют требованиям wheretogo, находятся вне области доступности общественно транспорта, поэтому краеведу требуется личный автомобиль (затраты краеведа на этом требовании — бензин). В среднем дорога до локации занимает 1-4 часа. Изучение самой локации занимает от 30 минут до четырех часов. Средняя вероятность доезда до локации — 70%, так как часто на пути встречаются преграды, которые не позволяют добраться до места (изменение погодных условий, закрытие дороги и т.д.), но также часто сама локация вживую оказывается не такой, как была представлена во время сбора информации, поэтому такие локации в wheretogo в дальнейшем не распространяются (затраты краеведа в этом случае — личное время).

Съемка фото и видео контента. По приезде на локацию краеведу необходимо провести фото и видео фиксацию окружающей среды. По требованиям wheretogo на контент съемка должна проводиться на мобильный телефон по определенным авторским правилам, фотографии должны предоставляться в определенном качестве и формате. Существуют требования на построение кадров, например: в кадре обязательно должен присутствовать человек (опыт wheretogo показал, что люди чаще покупают локации, фото на которых сделаны с людьми), достаточная освещенность. Это самый важный этап, потому что по фотографиям люди выбирают локацию и распространяют контент в социальных сетях. На качество результата влияют: рельеф,

внешние особенности локации, ракурс, освещение, подсветка, отыгрывание живых эмоций и погодные условия.

## ДОБАВЛЕНИЕ ЛОКАЦИИ В БАЗУ ЗНАНИЙ

После непосредственного исследования локации и создания визуального контента краеведу необходимо разместить всю собранную информацию на платформу wheretogo через личный кабинет краеведа. wheretogo запрашивает следующую информацию.

Визуальный контент — 10 фотографий и 5 видео локации с разных ракурсов по требованиям wheretogo. Текстовое описание — краткое описание локации без указания на её расположение (эта информация будет отображаться потребителю до покупки локации. она ответит на основные вопросы во время выбора локации — примерное расстояние, доступность, указание на время и сезон посещения), подробное описание локации с указанием на её расположение (эта информация будет отображаться потребителю после покупки локации. Подробное описание маршрута, вариантов досуга на локации). Отрисовка маршрута до локации — краеведу необходимо представить подробный интерактивный маршрут до локации, который будет отображать точку парковки машины и пеший маршрут непосредственно до самой локации (пример). Предоставление координат — краеведу необходимо добавить координаты локации в систему в формате десятичных градусов (пример — 54.991943, 82.848759). Добавление категорий — необходимый пункт для правильной работы рекомендательной системы. Краевед выбирает из предоставленного списка тегов те, которые точно категоризируют локацию (тип места, удаленность, погодные локации, и т.д.)

## СТОРОНА ПЛАТФОРМЫ WHERETOГО:

### МОДЕРАЦИЯ ПРЕДЛАГАЕМОГО КОНТЕНТА

Перед размещением на платформе wheretogo контент краеведов проходит модерацию. Проверяется соответствие предоставленной информации (визуального и текстового контента, а также выбранным категориям) заявленным требованиям и соответствию. В случае нестрогого несоответствия, краеведу предлагается отредактировать предоставленную информацию — после редактирования проходит повторная итерация модерации — в случае соответствия всем требованиям контент публикуется на платформе wheretogo и начинает продаваться. В случае строгого несоответствия требованиям — контент отклоняется. На первых этапах работы платформы модерация контента проводится экспертами wheretogo в ручном режиме.

### ПРОДАЖА КОНТЕНТА

После модерации контент краеведов размещается на витрине платформы wheretogo и предлагается к продаже. Точность заявленных краеведами категорий локации повышают вероятность её дохождения до целевого потребителя (с помощью рекомендательной системы), а качество описательной информации о локации повышают вероятность её приобретения. Потребитель принимает решение о покупке места исходя из представленного контента, поэтому между краеведами ведется конкурентная борьба за внимание пользователя и, как следствие, повышается качество предлагаемого ими контента. Wheretogo, как платформа,

взимает комиссию 20% в случае продажи локации, остальные 80% зачисляются краеведу-автору. Краевед имеет возможность отслеживать приход денежных средств за продажу его локаций в личном кабинете — там же он имеет возможность вывести деньги на свой счет любым удобным способом.

#### СБОР ОБРАТНОЙ СВЯЗИ ОТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Клиенту платформы wheretogo после приобретения и исследования локации предлагается оставить оценки соответствия её в реальности и в контенте на платформе. Также предлагается описать сложности, которые возникли при поездке и описать локацию. С помощью этих действий модераторы платформы wheretogo адаптируют информацию о всех локациях под настоящее время. В случае полного соответствия описанию локация ранжируется рекомендательной системой как «удовлетворяющей критериям» и предлагается пользователям чаще. Если локация получает негативную обратную связь, то краеведу предлагается отредактировать и актуализировать информацию о локации.

#### ПРОДВИЖЕНИЕ ЛОКАЦИЙ В СООБЩЕСТВАХ WHERETOGO В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Лучшие локации (по представленному краеведами контенту по мнению экспертов wheretogo) продвигаются в сообществах wheretogo в социальных сетях. Контент-мейкеры wheretogo используют контент краеведов и адаптируют его под формат повествования в различных сообществах в социальных сетях (монтируют видео, обрабатывают фотографии, адаптируют тексты)

#### ***Основные конкурентные преимущества:***

Основные конкуренты wheretogo:

— Места Сибири (<https://mestasibiri.ru>) — база знаний краеведа о уникальных местах в Алтайском крае, Кемеровской области и Новосибирской области. В будущем планируем завлечь этого краеведа на нашу платформу. Не обновляется

— Сибирь здесь (<https://t.me/siberiaishere>) — база знаний о уникальных событиях в Новосибирске. Активно обновляется

— ТУРИЗМ НСО (<https://turizm.nso.ru/ru>) — туристическая платформа Новосибирской области. Основной упор — организация экскурсий по знакомым объектам города и области. Активно обновляется

— Okolo.city (<https://okolo.city/>) — база знаний о уникальных местах от различных краеведом в Кемеровской области. Не обновляется

Конкурентные преимущества проекта Wheretogo:

1. Высокая гарантия доезда до места для большинства мест (80% доезда пользователя до купленной локации). Предоставляется подробный проработанный краеведами wheretogo маршрут до каждой локации. В коллекции wheretogo есть «сложные» места, доезд до которых может быть затруднён (охрана, плохая дорога и т.д.) — эти факты подробно описываются.

2. Сопровождение клиентов как в моменте выбора локаций, так и во время самого путешествия. Пользователи платформы имеют возможность задать любой вопрос по локациям службе поддержки wheretogo и получить на него ответ. Основной пласт вопросов у пользователей возникает до покупки — им нужно помочь принять решение на основании всех запросов. Другой тип вопросов — после покупки. Иногда у пользователей возникают вопросы в процессе поездки — в такие моменты важна оперативность ответа, которую мы гарантируем.

3. Выбор локации на основе запроса пользователя. Большая база знаний и гибкая система фильтрации позволяет пользователю найти релевантную локацию по его запросу. (80% вероятность попадания в запросы пользователя).

4. Верификация локации краеведом. Все локации на платформе wheretogo исследованы непосредственно нашими краеведами. Собирается максимальное количество информации о локации, которая позже предоставляется пользователям.

5. Экономия времени при поиске локации. С помощью платформы wheretogo и её обширной базы знаний пользователь закрывает основные вопросы при планировании досуга и ему не приходится обращаться к другим сервисам. (с помощью нашей платформы пользователь тратит на 40% времени на поиск релевантных его запросам локаций)

6. Безопасная оплата.

7. Сообщество пользователей. Wheretogo обладает собственным сообществом лояльных пользователей, которые коммуницируют между собой и готовы делиться экспертизой по использованию базы знаний wheretogo с новыми его клиентами. Лояльность сообщества позволяет проектной команде тестировать новые гипотезы и предложения.

**Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции:**

Существующие на данный момент опыт: — По состоянию на 3.04.2023 проектная команда wheretogo обладает уникальной базой знаний в виде ноу-код сайта. Сайт выступает в качестве песочницы, на которой проектная команда wheretogo проверила большое количество гипотез касательно работоспособности проекта на лояльной аудитории из сообществ wheretogo в социальных сетях (суммарное количество лояльной аудитории на момент 3.04.2023 — 4000 человек). В результате исследования клиентов Wheretogo была выявлена особая важность скорости выбора локации клиентом и выбора локации на основе запроса пользователя, так как это напрямую влияет на конверсию покупки и повышает лояльность пользователей. Также повышается вероятность повторной покупки именно на нашем сервисе. — Опыт работы пользователей с ноу-код сайтом, с одной стороны, доказал работоспособность проекта, а с другой — выявил слабые места, которые необходимо доработать до выхода проекта wheretogo до этапа масштабирования. Среди слабых мест — отсутствие рекомендательная система и ноу-код сайт, от которого нужно перейти к платформе-маркетплейсу. Платформенность позволит краеведам из любого города России размещать знания о уникальных местах своего города и продавать информацию о них. Технологии, которые будут применяться в создании платформы-маркетплейса: — Технологии, при помощи которых будет создана платформа, находятся в открытом доступе и не требуют лицензий на использование: Fast API Python, Vue.js (языки программирования), PostgreSQL (база данных). — Разработка функционала, связанного с витриной локаций, системой управления аккаунтами пользователей, системой управления локациями в рамках базы знаний, системой фиксации посещения локации пользователем и платежной системой, будет осуществляться по средствам аутсорс услуг. Для этого отобрана команда разработчиков с необходимым набором компетенций, навыков и знаний. — Такие конкурентные преимущества как гарантия доезда до места; сопровождение клиентов; верификация локации краеведом реализуется посредством сохранения в базу знаний проекта знаний краеведов о конкретной локации. Далее эта информация предоставляется пользователям в виде описания локации и детального маршрута в виде рисунка на карте. Данный функционал является IT-разработкой, основанной на различных языках программирования. Backend часть будет написана на Fast API Python. Frontend часть написана на Vue.js. База знаний о локациях представлена в виде базы данных, написанной на PostgreSQL.

— В рамках проекта планируется повысить конверсию покупки, а также скорость выбора локации, количество повторных покупок через систему рекомендаций мест, основанной на предпочтениях пользователя, а также на основе его опыта нахождения на локациях.

Суть контент-ориентированного подхода заключается в том, что сопоставляются пользователи с тем контентом, который им нравился или локациями, которые были ими куплены. Здесь важны атрибуты пользователей и продуктов. Например, для рекомендаций к локациям используются такие признаки, как категория локации, сезонность, удаленность, доступность. Кроме того, извлекаются такие характеристики, как оценка настроения пользователя после визита на локацию. Цель контент-ориентированного метода — создать «профиль» для каждого пользователя и каждой локации. Техническое описание работы рекомендательной системы:

— Вектор локации (как товара): это вектор длины  $N$ . Здесь  $N$  — количество всевозможных категорий, по которым будет делаться сравнение. Вектор содержит значения 1 для категорий, которые присущи рассматриваемой локации, в противном случае значение 0.

— Вектор пользователя: вектор размерностью  $1 \times N$ . Для каждой категории мы храним числовое значение, которое характеризует отношение пользователя к рассматриваемой категории. Отношение может быть резко негативным (со значением  $-10$ ), нейтральным (со значением 0) и позитивным (со значением 10).

— Чтобы выяснить соответствие рассматриваемой локации конкретному пользователю, рассчитываем скалярное произведение вектора локации и вектора пользователя по определенному правилу. Затем нормируем полученное значение. Получаем числовое значение

[0;1], характеризующее вероятность, что рассматриваемая локация понравится конкретному пользователю.

#### ***Задел (состояние продукции на начало проекта):***

Разработана первая версия базы знаний о локациях Новосибирской области в формате ноу-код сайта. Сайт позволяет пользователям поверхностно (получить краткую информацию о месте, его примерной удаленности от центра города и его спецификой) ознакомиться со всеми локациями из базы знаний — этой информации достаточно для принятия решения о желании посетить его. Для получения подробной информации о локациях (подробного маршрута, описания специфики и досуга) пользователю необходимо совершить оплату — после покупки пользователь получает всю подробную информацию о локациях на почту. На момент 3.04.2023 продажа услуг уже реализуется. Объемы проданных услуг напрямую зависят от количества посещений нашего сайта и конверсии в покупку. Ключевые показатели работы за 2022 год: Количество уникальных просмотров сайта — 43062. Совершенных покупок — 531. Выручка — 290 451₽. Коэффициент конверсии посещений сайта в покупку — 1,23%.

Собрана команда из 3-х краеведов, способная регулярно пополнять базу локаций, создавать «продающий» фото-видео-текстовый контент для сообществ wheretogo.nsk в социальных сетях и продвигаться в них. Краеведами и экспертами проекта wheretogo разработана методология создания такого «продающего» контента. Также краеведы осуществляют консультацию пользователям о локациях. Команда располагает разработчиком и дизайнером в одном лице — он следит за работоспособностью ноу-код сайта и сервиса авторассылки и созданием брендинговых-визуальных материалов. При необходимости проводятся интервью с представителями лояльной и потенциальной целевой аудитории проекта, на основе которых принимаются решения об изменениях основного продукта и развития проекта в целом. На момент 3.04.2023 проведено 50 глубинных интервью с представителями всех известных сегментов целевой аудитории.

На момент 3.04.2023 команда wheretogo обладает следующими партнёрствами:

— Регулярные покупатели рекламных мест — Авиасейлс, Мегафон, СберМаркет, Яндекс Карты, Альфа-Банк, LUKSE, СК «Скандия».

— Коллаборация с местами организации досуга, релевантными аудитории (например, заведения общественного питания, выставки, события и т.д.). Рестораны «Lucky Pizza», «Сыроварня», «Puppen Haus», «Breakfast House», «Жан Хуан Лу». Скалодром «Твоя Высота». Международный фестиваль современного искусства «ARTWEEK», центр культуры и отдыха «Победа».

— Партнеры, оказывающие информационную поддержку (размещение статей с использованием контента проекта и его анонсирование) — Авиасейлс, 2ГИС, НГС.

— Региональные органы управления как партнер — транслирование информации о местах/событиях городской важности — возможность быть проводником наряду со СМИ. В этом году wheretogo рассказывал про строительство нового терминала аэропорта «Толмачёво» и новой арены ЛДС.

#### ***Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия:***

Да

## **Характеристика проблемы, на решение которой направлен проект**

### ***Описание проблемы:***

Проблема — нет единой базы знаний с необычными и уникальными местами для досуга и активного времяпрепровождения. Например, креативный фотограф выбирает интересную локацию вне студии, молодой человек выбирает место для прогулки с девушкой, заботливая мама хочет провести выходной день с семьей на свежем воздухе. Во время процесса выбора возникает ряд важных вопросов: куда, когда, как, на чём, в какой компании можно поехать на локацию и что там можно поделаться. Обычно люди используют от двух до пяти инструментов для выбора конечной точки назначения и поиска ответа на важные вопросы: поисковик, социальные сети, форумы, карты, навигаторы и т.п. По нашим наблюдениям, человек может тратить на поиск от одного до трех часов, что в конечном итоге может привести к потере желания куда-либо ехать.

В связи с чем возникает проблема в рамках нашего проекта: отсутствие персонализированных рекомендаций для организации локальных путешествий у пользователей проекта wheretogo.nsk. На данный момент нет единой базы знаний всех локальных экспертов (краеведов) в городах России о необычных и уникальных местах для досуга и проведения активного времяпрепровождения.

***Какая часть проблемы решается (может быть решена):***

Проект решает проблему разрозненности информации о расположении интересных мест созданием общей базы знаний с подробным описанием каждой из них. База знаний объединяет все локации в одном месте, благодаря чему человеку не придется тратить время на поиск информации о локациях на разных ресурсах. Рекомендательная система, в свою очередь, увеличивает вероятность нахождения локации, соответствующей критерию поиска клиента, также она ускоряет и автоматизирует процесс выбора.

***«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции:***

Держатель проблемы (потребитель услуги) ценит свое время, поэтому ему важно найти подходящую локацию за короткий промежуток времени — в этом ему поможет интеллектуальная рекомендательная система, внедренная в нашу базу знаний. Рекомендательная система анализирует интересы пользователя и предлагает ему несколько релевантных предложений из 300 локаций в общей базе. Мотивация в использовании продукта — скорость и простота в принятии решения.

***Заделы и пути взаимодействия с «держателем» проблемы и «формирование» его мотивации решения проблемы с использованием продукции:***

Предполагается, что услуга предоставляется на платформе wheretogo.su в виде покупки информации об одной локации, либо подписке, дающей доступ к информации о всех локациях на ограниченное время.

**B2C:**

— Система лояльности — чем больше клиент приобретает локации и участвует в жизни проекта, тем дешевле стоит его следующая локация. Разработанная командой в будущем рекомендательная система будет анализировать действия пользователя на сайте, выявлять его активность и предлагать скидки на будущие покупки. (Анонсируем внутри проекта — побуждаем пользоваться проектом чаще).

— Релевантные предложения — команда проекта тщательно работает с портретами людей из потенциальной и текущей ЦА и их предпочтениями и формирует релевантные ценностные предложения. Для мам с детьми — места для прогулки с детьми. Для семьянинов — места для поездок с семьей и т.д. Предлагаются как отдельные локации, так и подборки. (Анонсируем внутри проекта — побуждаем пользоваться проектом чаще, и анонсируем с помощью рекламы — знакомим с проектом и побуждаем людей присоединиться)

— Геймификация — в проекте организовываются активности (с поездками по разным местам), которые позволяют выиграть неограниченный доступ к информации из нашего проекта. Реализовывается это с помощью следующей игры — есть 20 локаций, на каждой из которой есть наклейка с QR-кодом. Путешествуя по этим локациям, люди собирают QR-коды и получают разные призы от проекта (от скидки на покупку локации до безлимитного доступа к нашему сервису).

**B2B:**

— Локейшнскаутинг — в случае B2B проект выступает как локейшнскаутинг — продается информация о местах людям, чей бизнес напрямую зависит от создания контента: фотографы и видеографы, создающие контент для бизнеса, продюсеры, снимающие фильмы. Для такой части ЦА предлагается разработать специальную информационную услугу, включающую неограниченную консультацию с краеведами проекта по локациям, предоставление более подробной информации о них. (Анонсируем внутри проекта — побуждаем пользоваться проектом чаще)

Сотрудничество с городским досугом — в проекте предполагается разбавлять интересные места интересными событиями, активностями и ресторанами. Делается это для того, чтобы предложить клиентам полноценный и разнообразный отдых. В этой связи предполагается сотрудничество с другими компаниями — информацию о них будет продвигаться через базу знаний и сообщества в социальных сетях wheretogo. (Выходим на сотрудничество с каждой компанией лично)

**B2G:**

— Транслирование информации о местах/событиях городской важности, то есть возможность быть проводником наряду со СМИ. Существует база клиентов и подписчиков, которые доверяют wheretogo. Региональные органы управления могут сотрудничать с данным проектом для освещения общественных стратегически важных новых пространств и туристических маршрутов.

***Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса:***

Из государственной стратегии развития внутреннего туризма: требуется высокий уровень онлайн сервисов, автоматизация продаж, бесконтактный сервис. У жителей крупных городов появляется желание поездок выходного дня на личном транспорте, с друзьями или семьей, важным является смена мест и частота путешествий, получение нового опыта.

Оценивая потенциал рынка можно сказать, что туристический поток в Новосибирской области по итогам шести месяцев 2022 года составил 508 тыс. человек, что на 15% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Источник: <https://tass.ru/ekonomika/15628159>

Рынок локальных путешествий в России мы оцениваем в 5 775 000 000 рублей ежегодно (ТАМ). По состоянию на 3.04.2023 запущена минимально целесообразная версия базы знаний в формате ноу-код сайта. Уже 4 года жители Новосибирска вместе с wheretogo исследуют НСО и ближайшие регионы, на данный момент было сделано уже 6500 путешествий. Опыт проекта wheretogo демонстрирует положительный спрос на информационно-туристические услуги, активная база пользователей растёт, ноу-код сайт занимает первые строчки поисковой выдачи по целевым запросам — именно поэтому предполагается, что спрос есть и проект будет рентабельным.

## **Характеристика будущего предприятия (результат стартап-проекта)**

### ***Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):***

#### ***Коллектив:***

- Команда специалистов IT-поддержки платформы (поддержка работоспособности сайта) (минимум средний уровень подготовки и знаний стека технологий)
  - Менеджер контента (подразумеваем ведение сообществ в соцсетях, наполнение сайта контентом) (можно без опыта, но с подходящими навыками и компетенциями)
  - Дизайнер (выполняет задачи менеджера по необходимому контенту для сообществ в соцсетях и сайта) (можно без опыта, но с чувством стиля)
  - Копирайтер (написание описаний к локациям, написание статей, описаний постов в сообществах в соцсетях) (опыт от 6 месяцев на аналогичной позиции, не обязательно из смежной сферы)
  - Менеджер по работе с краеведами (модерация контента, персональная поддержка краеведов) (на текущий момент мы решаем задачу поиска краеведов и оформления методики работы с ними)
  - Бухгалтер (ведение бухгалтерской отчетности, консультирование) (аутсорсинг)
  - Юрист (решение некоторых возникших юридических вопросов) (аутсорсинг)

#### ***Техническое оснащение:***

- Облачные сервера и технические разработки, необходимые для работоспособности сайта платформы.
  - Персональный компьютер для обработки контента и размещение его в сообществах в соцсетях и платформах.
  - Доменные имена для сайта платформы

#### ***Партнеры (поставщики, продавцы):***

Предполагаются партнеры, которые регулярно покупают рекламные места в наших сообществах в социальных сетях (ВКонтакте, Телеграм) и оказывают информационную поддержку.

Категории партнеров:

- Покупатели рекламных мест
- Места организации досуга, релевантные аудитории (например, заведения общественного питания, выставки, события и т.д.)
- Партнеры, оказывающие информационную поддержку (размещение статей с использованием контента проекта и его анонсирование)
- Государство как партнер

***Объем реализации продукции (в натуральных единицах):***

Из расчёта, что нужно 6000 путешествий людей нужно достигнуть:

- 1600 оплат отдельных локаций и 1500 оплат подписок
- 244 000 посещений сайта при конверсии в покупку 2,47%

***Доходы (в рублях):***

6 312 000

***Расходы (в рублях):***

5 775 826

***Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость***

*(Указывается количество лет после завершения гранта):*

2

***Существующий задел, который может быть основой будущего предприятия:***

***Коллектив:***

Галушкин Артур Дмитриевич

Руководитель проекта

- Краевед и создатель контента, осуществление поиска и отбора локаций, создание макета сайта платформы
- Опыт ведения сообществ в социальных сетях — 9 лет.
- 1. hylex — 100k подписчиков
- 2. wheretogo.nsk — 24k подписчиков
- Бакалавриат НГУ по специальности “прикладная математика и информатика”
- Опыт работы 3 года в сфере дизайна сайтов, презентаций и фирменных стилей
- Победитель акселерационной программы для студенческих проектов Новосибирского национального исследовательского государственного университета .catalyst 2022
- Организатор мероприятий и проектов развития Механико-математического факультета НГУ
- Финалист кейс-чемпионата UFLL
- Участник программы «Навигатор инноватора. Новосибирск»

Еремкин Вячеслав Игоревич

Менеджер проекта, разработчик

- Разработка архитектуры платформы wheretogo и принципов работы рекомендательной системы, написание технического задания и требований к системе
- Опыт работы 4 года в разработке мобильных приложений, веб приложений в роли менеджера продуктов и проектов
- Бакалавриат НГУ по специальности “прикладная математика и информатика”
- Победитель акселерационной программы для студенческих проектов Новосибирского национального исследовательского государственного университета .catalyst 2022
- Финалист кейс-чемпионата UFLL
- Организация мероприятий и проектов развития Механико-математического факультета НГУ

Гинтер Анна Александровна

Аналитик

- Работа с аналитикой и выстраиванием операционных процессов
- Бакалавриат НГУ по специальности “менеджмент”
- Опыт работы в смежной отрасли 4 года.
- Опыт формирования операционных процессов предприятия
- Опыт финансового учета и аналитики
- Опыт организации и аналитики онлайн мероприятий
- Победитель акселерационной программы для студенческих проектов Новосибирского национального исследовательского государственного университета .catalyst 2022

Михеева Дарья Игоревна

Маркетолог

- Разработка и реализация маркетингового плана по продвижению проекта
- Бакалавриат НГУ по специальности “менеджмент”
- 3+ лет опыта в маркетинге на рынке FMCG
- Участник кейс-чемпионатов
- Руководитель карьерной организации в НГУ
- Организатор ежегодного международного фестиваля современного искусства
- Победитель акселерационной программы для студенческих проектов Новосибирского национального исследовательского государственного университета .catalyst 2022

Синигаева Дарья Денисовна

Финансист

- Работа с финансовым планом, учет финансов, коммуникация с представителями государственного сектора
- Бакалавриат НГУ по специальности “экономика”
- Опыт работы 1 год аналитиком аудиторского отдела в Б1(ЕУ)
- Опыт анализа систем и бизнес-процессов, аудита компаний финансового сектора, аудит финансовой отчетности
- Выпускник программы “Азбука предпринимателя”
- Победитель акселерационной программы для студенческих проектов Новосибирского национального исследовательского государственного университета .catalyst 2022

Косилов Иван Дмитриевич

- Разработчик Python
- 3 года опыта full stack разработки, тестирования и поддержки программных решений

#### **Техническое оснащение:**

Персональный компьютер для обработки контента и размещение его в сообществах в соцсетях и платформах.

#### **Партнеры (поставщики, продавцы):**

Категории партнеров:

- Регулярные покупатели рекламных мест — Авиасейлс, Мегафон, СберМаркет, Яндекс Карты, Альфа-Банк, LUKSE, СК «Скандия».
- Коллаборация с местами организации досуга, релевантными аудитории (например, заведения общественного питания, выставки, события и т.д.). Рестораны «Lucky Pizza», «Сыроварня», «Puppen Haus», «Breakfast House», «Жан Хуан Лу». Скалодром «Твоя Высота». Международный фестиваль современного искусства «ARTWEEK», центр культуры и отдыха «Победа».
- Партнеры, оказывающие информационную поддержку (размещение статей с использованием контента проекта и его анонсирование) — Авиасейлс, 2ГИС, НГС.
- Региональные органы управления как партнер — транслирование информации о местах/событиях городской важности — возможность быть проводником наряду со СМИ. В этом году wheretogo рассказывал про строительство нового терминала аэропорта «Толмачёво» и новой арены ЛДС.

#### **План реализации проекта**

*(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок, но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)*

#### **Формирование коллектива:**

В штате планируем иметь первоочередно IT-специалистов (поддержка работоспособности сайта и внедрение рекомендательной системы). Трудоустройство планируется с момента основания юридического лица и получения второго транша грантовых средств (800 000₽). Поиск специалистов будет осуществляться посредством личных рекомендаций наших коллег и партнеров. Трудоустройство будет осуществляться на основе договора гражданско-правового характера на оказание услуг. Далее последовательно, в сроки, оговоренные после начала создания платформы, к команде присоединятся следующие позиции:

- Менеджер по работе с краеведами (ведение сообществ в соцсетях, наполнение сайта предоставленным краеведами контентом) с частичной занятостью
- Дизайнер (выполняющий задачи менеджера по контенту),
- Копирайтер (редакция текстов, предоставленных краеведами под стилистику проекта и написание статей)

После проведения внедрения платформы и получения опыта работы с одним краеведом из Новосибирска проект будет масштабироваться — платформа с краеведами России, которые смогут размещать свои базы знаний и зарабатывать с помощью нас деньги. На этом этапе планируем полноценное расширение команды.

Краеведы (основной источник контента) будут работать с нами на сдельной основе. Каждому желающему на сайте-платформе wheretogo будет предоставлен функционал, позволяющий загружать новую информацию о местах на платформу и, в случае их продажи, иметь процент от оплаты (мы, как платформа, будем иметь 20% с продажи каждой локации, а автор локации — 80%).

На аутсорсе будет привлечен бухгалтер (для решения вопросов по отчетности) и Юрист (для решения возникающих юридических вопросов).

#### **Функционирование юридического лица:**

2023:

- Подача заявки на студенческий стартап
- Прохождение во второй этап
- Открытие общества с ограниченной ответственностью (ООО)
- Получение денег с гранта
- Доработка сайта-MVP + начало разработки рекомендательной системы

2024:

- Доработка и внедрение рекомендательной системы
- Завершение этого гранта
- Маркетинговый план на масштабирование проекта и поиск потенциальных краеведов, ведение переговоров

2025:

- Получение гранта на масштабирование проекта на новые города России
- Масштабирование
- Привлечение денег от инвесторов для дальнейшего продвижения проекта

**Выполнение работ по разработке продукции с использованием результатов научно-технических и технологических исследований (собственных и/или легитимно полученных или приобретенных), включая информацию о создании MVP и (или) доведению продукции до уровня TRL 31 и обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта:**

В момент написания гранта определена концепция проекта, определены области его применения, разработан работоспособный прототип сайта, который в текущих условиях генерирует доход, достаточный для покрытия основных издержек (ФОТ, маркетинг). Для перехода платформы как продукта (сайт + функционирующая рекомендательная система) на уровень готового MVP необходимо разработка самого сайта на новой технологии и внедрение в него базовой рекомендательной системы — в будущем это позволит клиентам полноценно использовать сайт, быстро подбирать локации под свои запросы и приобретать информацию о их расположении. После этих нововведений мы сможем выходить на полноценное масштабирование в других городах, давая возможность краеведам выходить со своей информацией о неизвестных и местах для организации локальных путешествий к широкой аудитории с нашей помощью.

**Выполнение работ по уточнению параметров продукции, «формирование» рынка быта (взаимодействие с потенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.):**

Работа с сообществами в социальных сетях: уже сейчас имеется обширная лояльная аудитория в различных соцсетях (тг, вк и другие — суммарно 30 000 человек), которая на протяжении всего развития проекта помогает делать его лучше и исправлять ошибки. Аудитория открыта и готова помогать в исследованиях — так проектная команда узнает необходимую информацию по рынкам сбыта и сделает соответствующие выводы.

Привлечение новых потребителей: поиск потенциальных потребителей должен происходить на основе изучения текущих покупателей, их параметрах предпочтений в рекомендательной системе. За счет статистических данных о взаимодействии клиентов с ней будет улучшаться глубина предложения для каждого сегмента потребителей.

Продвижение проекта в других городах: гипотезы будут проверяться эмпирическим путем на основе боли и потребности клиентов на примере данных, которые собраны уже сейчас. Последовательными итерациями система будет обучаться на основе данных о пользователях.

**Организация производства продукции:**

Продажи напрямую зависят от качества и количества контента, который собирают краеведы. Любой краевед в России сможет размещать информацию о найденных им местах через сервис wheretogo, после чего информация проходит модерацию и, в случае соответствия критериям проектной команды (качество предоставленных фото и текстов) размещена на сайте. В случае продажи локации, автор-краевед получит оплату. Менеджер по контенту на основе обратной связи с клиентов, формирует гипотезы и проверяет их, ставит техническое задание копирайтеру и дизайнеру.

Для формирования благоприятной базы новых мест от сторонних краеведов первые итерации по поиску краеведов команда проекта будет проводить собственноручно — находить и приглашать краеведов по сарафанному радио, собственноручным поиском по тематическим порталам. После формирования благоприятной базы подключатся маркетинговые инструменты — реклама в сообществах в социальных сетях со смежной тематикой и т.д.

### **Реализация продукции:**

По результатам внутреннего исследования, продажи услуги напрямую зависят от переходов из сообществ в соцсетях на сайт и позициям сайта в поисковых выдачах. Продолжается использование текущих ресурсов сообществ в соцсетях и развитие их с помощью рекламных интеграций в других схожими по тематике сообществах. Также проводятся работы по SEO-оптимизации сайта для более высоких позиций в поисковых выдачах по смежным к проекту поисковых запросов. Осваиваются новые инструменты продвижения, например, публикации на платформе Дзен.

## **Финансовый план реализации проекта**

### **Планирование доходов и расходов на реализацию проекта**

#### **Доходы:**

<b>Сумма (руб.)</b>	<b>Описание</b>	<b>Комментарий</b>
1 512 000,00	Годовой доход от продажи локаций	При стоимости одной локации 180 руб. и при среднемесечном количестве проданных 330 шт.
4 800 000,00	Выручка с продажи подписки	При стоимости одной подписки 1200 руб. и при среднемесечном количестве проданных 700 шт.

#### **Расходы:**

<b>Сумма (руб.)</b>	<b>Описание</b>	<b>Комментарий</b>
2 640 000,00	Фонд оплаты труда	Генеральный директор, IT-специалист, менеджер по работе с краеведами, дизайнер, копирайтер
396 000,00	Страховые взносы	Генеральный директор, IT-специалист, менеджер по работе с краеведами, дизайнер, копирайтер
1 200 000,00	Комиссия краеведам за продажи локаций	За продажу 8400 шт локаций с каждой покупки краевед получает 80% от 180 руб.
240 990,00	Оплата технической инфраструктуры	Сервер, домен, интернет, связь
139 416,00	Банковское обслуживание	Расчетные счета и эквайринг
24 000,00	Услуги бухгалтерского сопровождения	Удаленное обслуживание
456 000,00	Накладные расходы	Аренда помещения, коммунальные расходы, офисные расходы (канцелярия и т.п.)
1 000 000,00	Маркетинговые расходы	Продвижение
30 899,00	Налог на доходы	УСН, 15% доходы-расходы (в рамках прогноза, выгоднее, чем УСН 6% доходы)

**Источники привлечения ресурсов для развития стартап-проекта после завершения договора гранта и обоснование их выбора (грантовая поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития, привлечение кредитных средств, венчурных инвестиций и др.):**

Планируется сформировать собственный капитал для развития, а также привлекать инвестиции от частных инвесторов.

## ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РАБОТ С ДЕТАЛИЗАЦИЕЙ

### Этап 1 (длительность – 2 месяца)

Наименование работы	Описание работы	Стоимость	Результат
Регистрация юридического лица		30000,00	Зарегистрировано юридическое лицо, открыт расчетный счёт юридического лица
Написание технического задания и требований к основному функционалу системы		75000,00	Написаны техническое задания и требования к основному функционалу системы
Создание макета сайта платформы, отвечающего техническому заданию и требованиям к основному функционалу системы		95000,00	Создан макет сайта платформы, отвечающий техническому заданию и требованиям к основному функционалу системы

### Этап 2 (длительность – 10 месяцев)

Наименование работы	Описание работы	Стоимость	Результат
Разработка основного функционала сайта платформы	Разработка витрины локаций, системы управления аккаунтами пользователей, системы управления локациями в рамках базы знаний, системы фиксации посещения локаций пользователем и платежной система	250000,00	Разработан функционал, связанный с витриной локаций, системой управления аккаунтами пользователей, системой управления локациями в рамках базы знаний, системой фиксации посещения локаций пользователем и платежной системой
Тестирование и внедрение основного функционала сайта платформы	Тестирование и внедрение витрины локаций, системы управления аккаунтами пользователей, системы управления локациями в рамках базы знаний, системы фиксации посещения локаций пользователем и платежной система	50000,00	Протестирован и внедрен функционал, связанный с витриной локаций, системой управления аккаунтами пользователей, системой управления локациями в рамках базы знаний, системой фиксации посещения локаций

Разработка плана маркетинговой кампании продвижения сайта платформы	Разработка плана маркетинговой кампании продвижения сайта платформы в Новосибирской области и соседних регионах	100000,00	пользователем и платежной системой Разработан план маркетинговой кампании продвижения сайта платформы в Новосибирской области и соседних регионах
Разработка рекомендательной системы для сайта платформы	Тестирование и внедрение рекомендательной системы для сайта платформы	250000,00	Разработана рекомендательной системы для сайта платформы
Реализация маркетинговой кампании продвижения сайта платформы		150000,00	Протестирована и внедрена рекомендательная системы для сайта платформы
		200000,00	Реализован план маркетинговой кампании продвижения сайта платформы

## ПОДДЕРЖКА ДРУГИХ ИНСТИТУТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

### Опыт взаимодействия с другими институтами развития

#### Платформа НТИ

*Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в «Акселерационно-образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»:*

Нет

*Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в программах «Диагностика и формирование компетентностного профиля человека / команды»:*

Нет

*Перечень членов проектной команды, участвовавших в программах Leader ID и АНО «Платформа НТИ»:*

**Член проектной команды**

*Комментарий:*

# КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

## Календарный план проекта:

№ этапа	Название этапа календарного плана	Длительность этапа, мес	Стоимость, руб.
1	Этап 1. Регистрация юридического лица. Написание технического задания и требований к основному функционалу системы. Создание макета сайта платформы, отвечающего техническому заданию и требованиям к основному функционалу системы.	2,00	200 000,00
2	Этап 2. Разработка основного функционала сайта платформы. Тестирование и внедрение основного функционала сайта платформы. Разработка плана маркетинговой кампании продвижения сайта платформы. Разработка рекомендательной системы для сайта платформы. Тестирование и внедрение рекомендательной системы для сайта платформы. Реализация маркетинговой кампании продвижения сайта платформы.	10,00	800 000,00
	ИТОГО:		1 000 000