

## ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

<https://pt.2035.university/project/sbereko> (ссылка на проект)

29.11.2023 (дата выгрузки)

Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта)	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления»
Карточка ВУЗа (по ИНН)	7721037218
Регион ВУЗа	г. Москва
Наименование акселерационной программы	Технологии Будущего
Дата заключения и номер Договора	13 июля 2023г. №70-2023-000649

### КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ

1	<b>Название стартап-проекта*</b>	СБЕРЭКО
2	<b>Тема стартап-проекта*</b> <i>Указывается тема стартап-проекта в рамках темы акселерационной программы, основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях.</i>	- <i>НТИ. Цифровые технологии и информационные системы;</i>
3	<b>Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ*</b>	«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»
4	<b>Рынок НТИ</b>	Технет
5	<b>Сквозные технологии</b>	"Новые производственные технологии TechNet"

### ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА

6	<b>Лидер стартап-проекта*</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unti ID U1756914</li> <li>- Leader ID 1426274</li> <li>- ФИО Ракицкая Кристина Владимировна</li> <li>- телефон +7 981 462 3192</li> <li>- почта krakickay2001@gmail.com</li> </ul>						
7	<b>Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)</b>							
	№	Unti ID	Leader ID	ФИО	Роль в проекте	Телефон, почта	Должность (при наличии)	Опыт и квалификация (краткое описание)
	1	U1756914	1426274	Ракицкая Кристина Владимировна	Разработка плана проекта и управление им.	+79814623192		Высшее образование

				Координирование задач.			
2	U1757018	1070898	Петров Михаил Романович	Медиа лицо, продвигающее проект в интернете и других СМИ	+79645980155		Высшее образование
3	U1756918	4986832	Комзолов Святослав Александрович	Контакт с клиентами Донесение отзывов и просьб покупателей до остальной части группы	+7 (964) 772-52-58		Высшее образование
4	U1756931	5046123	Синенко Никита Денисович	Сбор и обработка информации; Ведение документации.	+7 (903) 262-19-54		Высшее образование

## ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА

8	<p><b>Аннотация проекта</b></p>	<p>Курс о бережном и этичном потреблении СберЭко — интерактивно-образовательная программа, интегрированная в приложение Сбера. Контент уроков создаёт доверительную атмосферу, даёт подсказки — как научиться осознанному потреблению и бережному отношению к окружающему миру. Комфортные практики и сервисы Сбера органично интегрированы в контент курса и всегда доступны для пользователя (держателя карты). В части уроков объяснения органично вплетены в текст рекомендаций, где-то они представлены в виде иллюстраций-инфографики. Просветительская цель проекта – предоставить читателям широкий спектр идей о том, как можно сократить потребление ресурсов на благо окружающей среде, семейному бюджету и местному сообществу.</p>
---	---------------------------------	---

<b>Базовая бизнес-идея</b>		
9	<p><b>Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться</b></p>	<p>Интерактивно-образовательная программа, интегрированная в приложение Сбера</p>
10	<p><b>Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает</b></p>	<p>СберЭко – просветительская программа, встроенная в мобильные приложения Сбера, которая призвана решить <b>проблему недостатка осведомленности пользователей в области экологии и разумного потребления.</b></p> <p>Цель СберЭко – помочь людям понять важность экологии и разумного потребления, а также вдохновить их к действиям, направленным на улучшение окружающего мира.</p> <p>СберЭко помогает преодолеть разрыв между знаниями и действиями, создавая более экологически ответственное поведение среди пользователей мобильного приложения Сбера.</p>
11	<p><b>Потенциальные потребительские сегменты</b></p>	<p><b>Пользователи мобильного приложения Сбера</b></p> <p><b>Активная молодежь:</b> от 18 до 35 лет, РФ Учатся и/или работают, активные пользователи Интернета и соцсетей. Потребляют разнообразный контент, открыты к новому. Принимают импульсивные решения. Большое влияние на них оказывают лидеры мнений. Понимают значение финансовой грамотности и экологического просвещения населения, но не знают, с чего начать и/или не хватает времени. Ценности: саморазвитие, карьера, развлечения</p> <p><b>Прогрессивные взрослые:</b> от 36 до 50, РФ Имеют постоянный заработок, есть семья. Часто используют функционал приложения Сбера, выборочны в потреблении контента, доверяют проверенным источникам. Лояльны к продуктам бренда: совершают покупки у партнеров, копят Сбер Спасибо. Поверхностно осведомлены о проблемах экологии. Интересы: бизнес, политика, экономика.</p>
12	<p><b>На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)</b></p>	<p>Разработка приложений под мобильные устройства и последующее внедрение в него отдельных составляющих. Поскольку мы не создаем приложение с нуля, мы возьмем структуру</p>

		приложения Сбера и интегрируем туда наш продукт.
13	<b>Бизнес-модель</b>	Основной концепцией привлечения аудитории станет награда в виде бонусов «спасибо» за прохождение заданий, ответов на вопросы и прохождение тестов. Наш продукт направлен на пиар продвижение, иными словами наша конечная цель создать положительный о раз бренда. При этом полностью исключая финансовую прибыль.
14	<b>Основные конкуренты</b>	<p><b>Прямые конкуренты:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Компания S7</li> <li>- ВкусВилл (EcoPlatform)</li> <li>- Тинькофф Учебник</li> </ul> <p><b>Косвенные конкуренты:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Посади Лес (Plant the Forest)</li> <li>- Эко-трекер</li> <li>- Экология в вопросах и ответах</li> </ul>
15	<b>Ценностное предложение</b>	Ценность нашего предложения обусловлена эко-политикой компании «Сбербанк». Важная особенность программы — опора на геймификацию. Благодаря готовности Сбера предоставить «Спасибо» за успешное прохождение уроков, у пользователя сохраняется большая мотивация возвращаться в приложение, проходить уроки и тесты и получать бонусы от партнеров в программе лояльности.
16	<b>Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД, действующих индустриальных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.); дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)</b>	<p>Наша модель подразумевает полную зависимость от политики компании, чьей частью мы и являемся.</p> <p>Реализуемость проекта зависит от потребностей Сбербанка в относительно не дорогой, но продуктивной пиар компании. Индивидуальность нашего продукта обусловлена выгодными условиями потребления. Накапливая бонусы Спасибо, вы можете также расплатиться ими при следующей покупке. Таким образом, наша программа выгодна и заказчику, и потребителю. Кроме того, наша система наград является самой финансово выгодной для конечного потребителя, что потенциально делает нас одной из самых</p>

		успешных программ для просвещения в сфере экологии.
	<b>Характеристика будущего продукта</b>	
17	<b>Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)</b>	Наш продукт доступен на любых устройствах, имеет современное ПО и виджеты, благодаря чему легкодоступен и удобен в режиме быстрой работы.
18	<b>Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса</b>	<p>Развитие продукта возможно в разных направлениях и на разных платформах. Задачей, которую мы выстраиваем в синопсисе своей работы – <b>просвещение граждан в сфере экологии и разумного потребления.</b></p> <p>Использование дополнительных ресурсов распространения и влияние на общество - приветствуется и продвигается</p> <p>Возможность работать с дополнительной финансовой помощью иных агрегаторов - будет рассматриваться после развития проекта в системе Сбера (возможен эксклюзивный контракт на дальнейшее развития схожих продуктов)</p>
19	<b>Основные конкурентные преимущества</b>	<p>— Использование огромной базы данных клиентов и потребителей информационного продукта на базе Сбера</p> <p>— Единый и постоянный партнер (Сбер) с множеством подразделений, цифровых продуктов</p> <p>— Работа направлена на индивидуальный проект в экосистеме Сбера (есть возможность развивать другие направления)</p>
20	<b>Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции</b>	<p>Результат необходимый для достижения научно-технического решения — это информационно-развлекательное приложение, с упором на геймиговую платформу (игровую), т.е. создание компактной и встроенной в систему Сбера игры, которая направлена на определенные цели, к которым стремится компания (опираясь на политику “Eco friendly”)</p> <p>Пример схожей с необходимым результатом - акции “Яндекс” на: такси; каршеринг; доставку и</p>

		т.д. (маленькие игровые элементы с дополненным функционалом)
21	<b>«Задел». Уровень готовности продукта TRL</b>	<p>Уровень <b>TRL - 2</b></p> <p>Проект имеет разработанную концепцию и логику, которой стремится как конечный продукт</p> <p>Проект нацелен на определенного крупного инвестора, который имеет возможность продвигать дальнейшее развитие</p> <p>Проект еще не перешел на <b>TRL - 3</b>, т.к. необходима основная платформа от Сбера</p>
22	<b>Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия*</b>	<p>Проект соответствует научно-техническим целям, т.к. в программе развития продукта существует необходимая цель - просвещение граждан в сфере экологии и разумного потребления</p> <p>Проект соответствует следующим Стратегическим направлениям, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:</p> <p>Стратегическое направление 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпункт 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»);</p> <p>Стратегическое направление 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны»</p>
23	<b>Каналы продвижения будущего продукта</b>	<p>Основное коммуникационное сообщение: <i>“Учимся принимать верные финансовые решения на пользу экологии”</i></p> <p>Соцсети: развитие образовательного телеграм-канала СберЭко с привлечением макроинфлюенсеров и экспертов в сфере экологии/финансовой грамотности.</p> <p>Таргетированная реклама в соцсетях (ВК, ОК) (увеличиваем конверсии)</p> <p>Медийная реклама: всплывающие окна при открытии сайта (работает на узнаваемость)</p>

		<p>Видеореклама: ВК Клипы – с привлечением блогеров (работает на узнаваемость, лояльность)</p> <p>Рекламные интеграции с популярными развлекательными каналами (работает на узнаваемость, лояльность)</p> <p>DOOH-реклама в местах массового скопления людей: аэропорт, метро (работает на узнаваемость, лояльность)</p> <p>Используем разный формат рекламы, чтобы охватить широкую аудиторию. Привлекая лидеров мнений, повышаем интерес к проекту. Видеореклама поможет потребителям быстро ознакомиться с функционалом нового раздела приложения Сбера и укажет на выгоду для пользователя.</p>
24	<b>Каналы сбыта будущего продукта</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сбер-Shorts / Истории</li> <li>2. Корпоративная медиа платформа</li> <li>3. Бизнес Платформы схожей тематикой контента</li> <li>4. Медиа ресурсы известных блогеров/контент-мейкеров/известных персон и т.д.</li> <li>5. Альтернативные агрегаторы распространения инф. продукта на различных платформах</li> </ol> <p>Главное развития продукта будет в системе “Сбер” (комплекс встроенных информационных платформ в Эко-Системе Сбера)</p>
<p><b>Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект</b></p>		
25	<b>Описание проблемы</b>	<p>Проблема непросвещенности людей в сфере экологии заключается в том, что многие люди не понимают, как их действия влияют на окружающую среду и какие последствия могут возникнуть из-за них. Некоторые люди не знают, что они должны делать и как они могут помочь окружающей среде.</p>

26	<b>Какая часть проблемы решается (может быть решена)</b>	Просвещение людей о проблемах экологии и о том, что они могут сделать, чтобы уменьшить свой негативный вклад в окружающую среду, может привести к тому, что люди будут использовать более безопасные химические вещества и материалы, что поможет уменьшить загрязнение воды и почвы.
27	<b>«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции</b>	Держатель проблемы в сфере экологии может быть любым человеком, который осознает важность сохранения природы и заинтересован в решении экологических проблем. Это может быть как представитель государственных органов, так и обычный гражданин. Мотивация держателя проблемы может быть различной: от личной заинтересованности в экономии ресурсов, сохранении здоровья и благополучия себя и своих близких до желания сделать планету более жизнеспособной для будущих поколений.
28	<b>Каким способом будет решена проблема</b>	Если внедрить информационное просвещение по экологии в банковское приложение, то пользователи приложения смогут получать рекомендации и советы по уменьшению негативного влияния на окружающую среду в своей повседневной жизни. Например, в приложении можно размещать статьи, видео и другие материалы, которые будут посвящены экологическим проблемам и способам их решения. Это поможет повысить уровень осведомленности пользователей и стимулировать их к экологически ответственным действиям.
29	<b>Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса</b>	С учетом растущего интереса к экологическим проблемам и повышенной осведомленности общества в этой области, можно предположить, что внедрение информационного просвещения по экологии в банковское приложение может привлечь большое количество пользователей и увеличить лояльность к банку.

## **ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

В дальнейшем проект СберЭко может вырасти до самостоятельного приложения. Стратегический план развития проекта СберЭко может включать следующие направления:

- 1) Расширение контента: Продолжить развитие библиотеки информационных материалов, добавлять новые статьи, путеводители, видео и другие интерактивные ресурсы. Обеспечить



доступность и разнообразие информации о природоохранной деятельности, об экологически дружелюбных продуктах и новых технологиях.

- 2) Персонализация: Предоставить пользователям персонализированные рекомендации и предложения, учитывая их предпочтения и поведение. Использовать алгоритмы машинного обучения и анализ данных для адаптации контента и рекомендаций под индивидуальные потребности и интересы каждого пользователя.
- 3) Сотрудничество с экологическими организациями: Установить партнерство с региональными и международными экологическими организациями для получения экспертизы, обмена информацией и проведения совместных акций. Это позволит предоставить пользователям программы СберЭко доступ к актуальным данным и участвовать в реальных экологических инициативах.
- 4) Интеграция с банковскими услугами: Предоставить пользователям возможность просматривать и анализировать данные о своем энергопотреблении, выбросах и уровне устойчивости, связанные с их финансовыми транзакциями. Это позволит пользователям сознательнее управлять своими финансами с учетом экологических аспектов.
- 5) Повышение осведомленности: Проводить рекламные кампании, обучающие семинары и мероприятия, чтобы повысить осведомленность о преимуществах экологического образа жизни и разумного потребления. Продвигать СберЭко как долгосрочную инвестицию в будущее и здоровую планету.