

Интеллектуальная система ритейл-аналитики

Лидер стартап-проекта: Насирова Патимат Тимуровна

[2026]
ТраекториЯ



ПЛАТФОРМА НТИ

АННОТАЦИЯ



● Тема/идея

Разработка интеллектуальной системы поведенческого анализа посетителей на основе технологий компьютерного зрения для задач ритейл-аналитики.

● Цель стартап-проекта

Предоставить бизнесу инструмент для быстрого тестирования офлайн-гипотез с минимальными затратами и точной аналитикой, превратив физический ритейл в управляемую data-driven среду.

● Рынок НТИ / сквозные/ критические технологии в соответствии с фокусом

TechNet, NeuroNet. Искусственный интеллект, компьютерное зрение, анализ больших данных, интернет вещей, облачные технологии, цифровые платформы.

● Ожидаемые результаты

- Подтверждённый спрос (опрос 30 предпринимателей: 59% хотят использовать рор-уп для запуска новых продуктов, 47% — для тестирования новой аудитории).
- Финансовая модель: первый год — 35 проектов, выручка 7 млн руб., чистая прибыль ~2,5-3 млн руб.
- Готовая концепция и бизнес-модель для привлечения инвестора или технического партнёра.

АКТУАЛЬНОСТЬ



● Для страны/региона

Проект отвечает задачам цифровизации экономики и развития малого предпринимательства в Волгоградской области. Pop-up формат позволяет оживить торговлю в 22 крупных ТЦ, повысить эффективность использования коммерческих площадей.

● Для отрасли

Ритейлеры массово запрашивают инструмент быстрого тестирования гипотез: 59% хотят запускать временную точку для вывода нового продукта, 47% — для проверки новой аудитории. Сейчас 28% предпринимателей выводят новинки на рынок вообще без тестирования.

● Для Компании/Для пользователей

Для малого бизнеса и онлайн-брендов самостоятельный выход в офлайн сопряжён с критически высокими издержками, которые PopLab полностью нивелирует. Традиционному ритейлеру для открытия тестовой точки на 1 месяц требуется: обеспечительный платёж и аренда от 100 000 руб., ремонт и материалы от 150 000 руб., закупка торгового оборудования (стеллажи, касса) от 120 000 руб., закупка товара для теста не менее 200 000 руб., поиск и зарплата персонала от 60 000 руб. Итого единовременные затраты на старт составляют не менее 630 000 руб., не считая длительных бюрократических процедур. При этом бизнес не получает никаких данных об окупаемости и трафике до момента открытия. PopLab заменяет эти барьеры фиксированным пакетом от 35 000 до 250 000 руб. с полностью готовой, оснащённой точкой и аналитикой.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



● Потенциальные целевые сегменты

Fashion/одежда — 28% (самая крупная категория), еда и напитки — 16%, косметика/бьюти — 16%, аксессуары — 12%, товары для дома — 12%, мелкие ниши (зоотовары, игрушки, спорт, сувениры) — 16%.

● Выбранный целевой сегмент

Малые и средние бренды из сфер fashion, еда, косметика (60% аудитории), которые уже продают онлайн, но хотят выйти или усилиться в офлайне.

● Описание представителей целевого сегмента

- Продают на маркетплейсах, в соцсетях или через собственный сайт;
- Называют офлайн-канал «высокомаржинальным, с эмоциональными покупками»;
- 38% уже тестируют гипотезы на ограниченной аудитории, 28% запускают продукты без тестов;
- Нуждаются в быстрой, дешёвой и прозрачной аналитике поведения покупателей в реальном магазине.

ПРОБЛЕМА



● Какую проблему ЦА решает продукт?

Отсутствие честной обратной связи, непонимание причин отказа, сложность быстрого сбора качественных отзывов, высокая стоимость тестирования, боязнь конкуренции/копирования.

● Чем можно подтвердить наличие у ЦА данной проблемы?

- 31% назвали главной болью «отсутствие честной обратной связи»;
- 28% предпринимателей запускают продукты без какого-либо тестирования, рискуя потерять вложения;
- Только 38% используют ограниченные аудитории для пробных запусков — им не хватает готового инструмента для быстрых и дешёвых тестов.

● Как сейчас ЦА решает свою проблему?

- Выходят без тестов — 28% (максимальный риск);
- Тестируют на ограниченной аудитории — 38% (малые партии, пробные закупки);
- Фокус-группы, дегустации, выставки, предзаказы — 34% (дорого, долго, неточные данные);
- Используют подруг/инсайдеров — субъективно, не масштабируется.

ПРОДУКТ/РЕШЕНИЕ



● Наименование

PopLab — умные pop-up пространства с AI-аналитикой.

● Описание /характеристики /функционал /области применения

- Быстрый запуск решает барьер «сложность запуска»;
- Пакетное предложение от 35 т.р. — снимает барьер «высокая цена»;
- Честная и прозрачная аналитика в реальном времени: тепловые карты, траектории, конверсия, айтрекинг;
- Встроенный A/B-тест позволяет сравнить варианты оформления или цены, не требуя от владельца технических знаний;
- AI-рекомендации конкретными советами на русском языке;
- Интеграция с CRM и рекламными кабинетами — предприниматель видит полный путь клиента и окупаемость каждого канала.

● Технологическое ядро (какая технология лежит в основе продукта)

- Искусственный интеллект и компьютерное зрение: нейросети YOLOv8 и ResNet обрабатывают видео с IP-камер, обеспечивая точный подсчёт посетителей, трекинг перемещений и построение тепловых карт в реальном времени.
- Машинное обучение и рекомендательные системы: модели на основе градиентного бустинга (CatBoost) анализируют данные и формируют персонализированные бизнес-советы по выкладке и ассортименту.
- Нейромаркетинг: айтрекеры Tobii и ПО iMotions фиксируют зоны внимания посетителей на интерактивных витринах, давая карты вовлечённости.
- Интернет вещей (IoT): датчики движения и Wi-Fi-снифферы собирают данные о трафике и времени контакта с товаром.
- Интеграция и сквозная аналитика: API-шлюзы связывают платформу с CRM (amoCRM, Bitrix24), рекламными кабинетами и кассовым ПО, обеспечивая оценку ROPO-эффекта.

КОНКУРЕНТЫ/АНАЛОГИ



Характеристики продукта (функциональные и количественные показатели*)	Ваша разработка PopLab (Россия, концепция)	Конкурент №1 МЕСТА / Spaceinspace (Россия)	Конкурент №2 Megainsight (Россия)	Конкурент №3 We Are Pop Up (Россия)
Предоставление pop-up точки	Да	Да	Нет	Да
Видеоаналитика (CV)	Да	Нет	Да	Нет
Тепловые карты	Да	Нет	Да	Нет
Офлайн А/В-тестирование	Да	Нет	Нет	Нет
AI-рекомендации	Да	Нет	Нет	Нет
Нейромаркетинг	Да	Нет	Нет	Нет
Интеграция с CRM и рекламными системами	Да	Нет	Частично	Нет
Минимальная стоимость для клиента за полный цикл теста	От 35 000 руб. за весь pop-up проект (аренда + аналитика)	15–20% комиссия (без аналитики)	~ 50 000 руб./мес (только аналитика, без аренды)	15–20% комиссия (без аналитики)

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ



Проблема

Предприниматели не понимают причин отказа клиентов, запускают продукты без тестирования и сталкиваются с дороговизной и сложностью проверки гипотез.



Решение

Готовая рор-уп точка с AI-аналитикой, запускаемая за 3–5 дней и включающая компьютерное зрение, тепловые карты, айтрекер, встроенный офлайн А/В-тест, рекомендации на русском языке и дашборд в реальном времени.



Ценностное предложение

Единственный сервис в России, объединяющий рор-уп инфраструктуру, точную AI-аналитику и нейромаркетинг в одном пакете — от 35000 руб. за полный цикл, что в 1,5–5 раз дешевле, чем заказ аренды и аналитики у разных поставщиков.



Нерыночное конкурентное преимущество

Наше несправедливое конкурентное преимущество — уникальные офлайн А/В-тест и айтрекер в составе рор-уп точки, подтверждённый спрос (59% опрошенных хотят тестировать новинки, 47% — новые аудитории) и партнёрства с 22 ТЦ Волгограда.



Сегменты потребителей

Приоритет: малые и средние бренды fashion (28% опроса), еда (16%), косметика (16%).
E-commerce компании, выходящие в офлайн впервые (19% сценарий).
Маркетинговые и event-агентства.
Владельцы ТЦ (более 8500 операторов в Волгограде, 65% — МСБ = ~5500 потенциальных клиентов).



Конкуренты (существующие альтернативы ее решения)

Предприниматели запускают продукты без проверки, тестируют на малых группах без аналитики или арендуют рор-уп без сбора данных.



Ключевые метрики

В первый год платформа планирует выполнить 35 проектов со средней выручкой 200 000 рублей за проект. Маржинальная прибыль пакета «Месяц» достигает 112 000 рублей при рентабельности 45%. Для выхода на безубыточность необходимо не менее четырёх таких проектов в месяц, что даёт суммарную выручку порядка 1 000 000 рублей при постоянных ежемесячных расходах 430 000 рублей. По данным опроса предпринимателей, ключевыми метриками успеха рор-уп точки для клиента выступают выручка с точки (31%), чистая прибыль (25%) и конверсия посетителей в покупателя (19%).



Идея (кратко)

RorLab даёт брендам возможность тестировать офлайн-гипотезы с точностью интернет-аналитики и минимальными затратами.



Каналы продвижения и продажи

Прямые B2B-продажи, партнёрства с ТЦ, отраслевые мероприятия, контент-маркетинг, цифровая реклама и пилотные запуски.



Структура издержек

Прямые затраты на проект «Месяц» (30 дней, 250 000 рублей для клиента) составляют 138 000 рублей: аренда 6 м² в ТЦ — 60 000 руб., обеспечение точки оборудованием (камеры, датчики, айтрекер-панель, ноутбук) — 25 000 руб., облачные сервисы и AI-обработка на российских серверах — 8 000 руб., зарплата куратора и техника с налогами — 40 000 руб., электроэнергия и связь — 5 000 руб. Маржинальная прибыль с одного проекта — 112 000 рублей при рентабельности 45%. Постоянные ежемесячные расходы платформы (руководитель, маркетолог, SMM, бухгалтер, аналитик, офис, маркетинг) — около 430 000 рублей, поэтому для безубыточности необходимо минимум 4 проекта «Месяц» в месяц (суммарная выручка 1 млн руб., прямые затраты 552 тыс. руб., постоянные 430 тыс. руб., операционная прибыль 18 тыс. руб.). При пяти проектах прибыль вырастает до 130 000 рублей, при шести — до 242 000 рублей; дальнейший рост загрузки быстро увеличивает рентабельность за счёт распределения постоянных расходов на расширяющийся объём выручки.

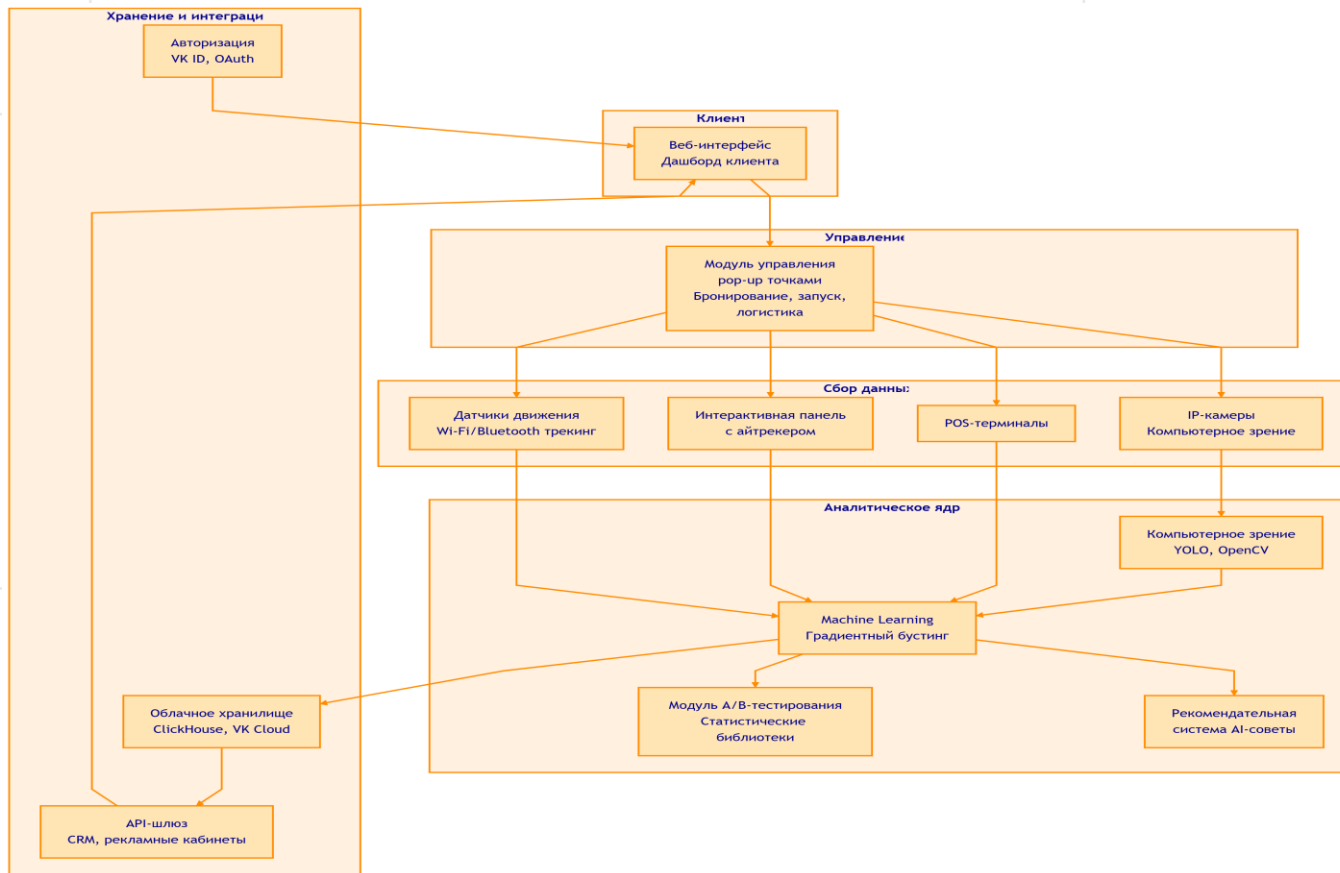


Потоки доходов

Основной доход формируется за счёт трёх пакетов подписки: «Тест-драйв» (3 дня, 35 тыс. руб., операционная маржа около 50%), «Бизнес» (7 дней, 80 тыс. руб., маржа около 55%) и «Месяц» (30 дней, 250 тыс. руб., маржа 45%, или 112 тыс. руб. с одного проекта). Дополнительными источниками выступают Data-as-a-Service (агрегированная аналитика рынка), комиссия 15% по сделкам между брендами и ТЦ, а также enterprise-решения для крупных заказчиков. По итогам первого года выручка от проектов составит около 7 млн руб., ещё 800 тыс. руб. принесут DaaS и комиссии (суммарно 7,8 млн руб.), совокупные затраты достигнут 4,0–4,2 млн руб., а чистая прибыль прогнозируется в диапазоне 2,5–3,0 млн руб. при рентабельности 40–45%.



Архитектура проекта



КОМАНДА



ФИО	Вуз/курс/группа	Роль в проекте	Функционал в проекте
Насирова Патимат Тимуровна	ВолгГТУ, 2 курс, группа Э-257	Шейпер	Стратегическое управление проектом, постановка целей, распределение задач, контроль сроков.
Мосолова Елизавета Александровна	ВолгГТУ, 2 курс, группа Э-257	Исследователь ресурсов	Поиск и первичный контакт с предпринимателями и ТЦ, проведение глубинных интервью, анализ рынка и грантовых возможностей.
Немухина Варвара Сергеевна	ВолгГТУ, 2 курс, группа Э-257	Генератор идей	Разработка креативных концепций, создание опросов, SMM-продвижение, визуализация материалов и контент-маркетинг.
Десятникова Алёна Викторовна	ВолгГТУ, 2 курс, группа Э-257	Аналитик - оценщик	Количественный и качественный анализ данных, построение финансовой модели, расчёт юнит-экономики и критическая оценка гипотез.
Тишин Иван Евгеньевич	ВолгГТУ, 2 курс, группа Э-257	Специалист	Техническое консультирование по архитектуре платформы, выбору стека, облачных решений и оценка реализуемости продукта.
Шатат Ранья Махмуд	ВолгГТУ, 2 курс, группа Э-257	Душа команды	Организация командной работы, координация встреч, контроль дедлайнов и документирование договорённостей.