



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ПЛАТФОРМА НТИ



ОФИС
СТУДЕНЧЕСКОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



БИЗНЕС
ШКОЛА
МФТИ

ПРОЕКТ

Hypothesis Lab

End-to-end платформа тестирования рекламных кампаний на реальной аудитории проверки гипотез по выводу продукта на рынки

miro

Проблема

Проверка гипотез у product- и growth-команд остаётся долгим, дорогим и разрозненным процессом.



Долго

14–90 дней

от запуска идеи до вывода



Дорого

150–300 тыс. ₽

может стоить один тест



Много ручного труда

3–4 специалиста

PM, маркетолог, дизайнер,
аналитик



Опыт теряется

нет базы знаний

результаты и выводы
не накапливаются



Time-to-Validation

время от идеи до статистически
значимого результата.

70%

времени уходит на
подготовку креативов,
тест и анализ



Стоимость одного теста

- **≈ 32 тыс. ₽** — ручной труд
на одну гипотезу
- **до 64 тыс. ₽** — если нужен
повторный тест

1 тест = 4–10 гипотез

Доля эффективных офферов

сколько вариантов реально дают
прирост метрик.



В среднем только
10–20% гипотез
дают результат.



Конечные пользователи:

Product manager / Product owner / Маркетологи

- Компании с финтех продуктами
- B2B-компании с цифровыми продуктами (SaaS, e-com, маркетплейсы)
- Компании в фазе scale-up / growth-stage
- Холдинги и компании с несколькими продуктами/брендами
- Агентства / студии роста и performance-агентства (канал)

Решение



Hypothesis Lab — это SaaS-платформа для автоматизированной генерации и проверки продуктовых предложений через рекламные кампании.

Клиент получает проверенные гипотезы продукта и формулировки, подтвержденные реальной реакцией аудитории (клики, заявки, конверсии), а также аналитику по сегментам.

Преимущества



Автоматизация цикла

система генерирует гипотезы и креативы, запускает тесты и интерпретирует результаты



Накопление знаний

результаты тестов сохраняются, что повышает точность прогнозов



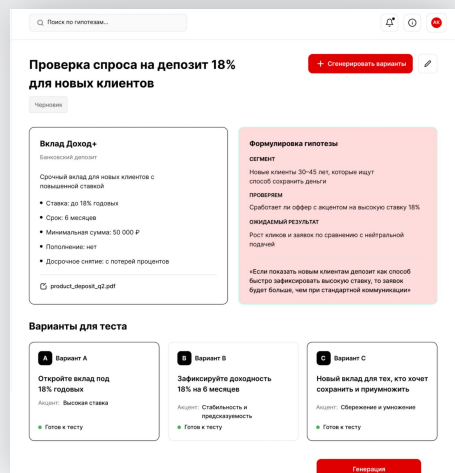
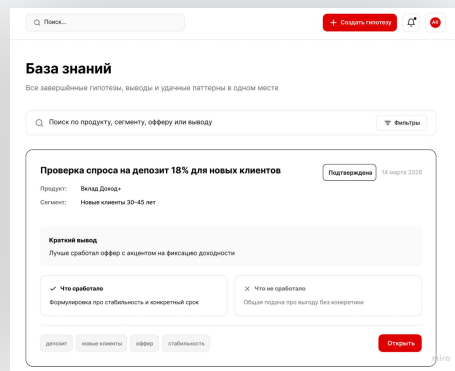
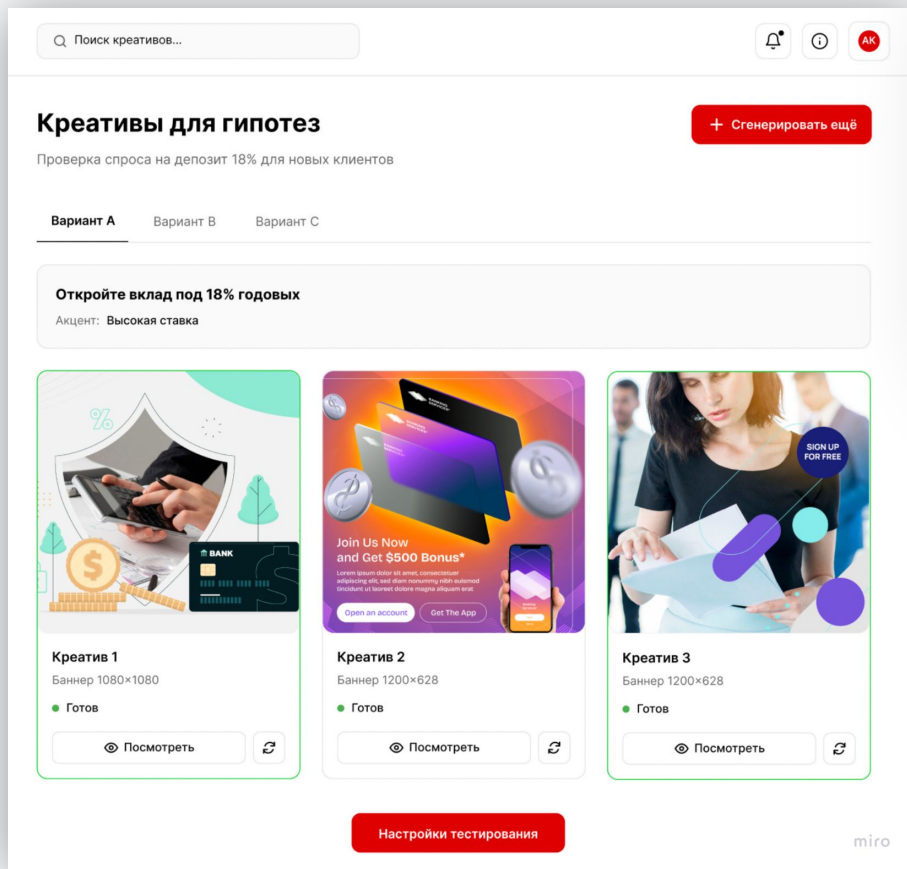
УТП: сокращает время запуска тестов с 14 дней до 15 минут и стоимость на 20 тыс. руб за тест,

платформа полного цикла проверки продуктовых гипотез, на основе информации о продукте, брендбука, и результатов первых экспериментов генерирует релевантные гипотезы, офферы и креативы под нужную целевую аудиторию, накапливает знания о рабочих гипотезах.



Технологии в основе: Яндекс.Облако, Go, PostgreSQL, ClickHouse, LLM API, Веб-клиент

Демо прототипа



Механика работы и инновационность



Генерация и валидация креативов на основе брендбука компании

Создание релевантных офферов, текстов, изображений и лендингов с учётом бренд-ограничений.

→ **методом синтетических персон**



В контур заложен антифрод против ботов и скликивания бюджета

Состав MVP



Модуль генерации гипотез, офферов и креативов

LLM, NLP, prompt orchestration, брендовые ограничения, генерация текстов и изображений.



Платформа принимает параметры продукта, генерирует 3–5 **офферов**, подбирает 2–3 **креатива** для каждого и запускает **А/В-тесты** через **рекламные каналы**.



Модуль запуска и управления экспериментами

API-интеграции с Яндекс.Директом, VK Рекламой, Avito Ads и Яндекс.Метрикой, backend на Go, расчёт выборки, stop-rules и guardrail-метрики.



Автоматически собирает и **запускает** рекламные кампании, **контролирует А/В-тест** и **снижает число ручных ошибок**.



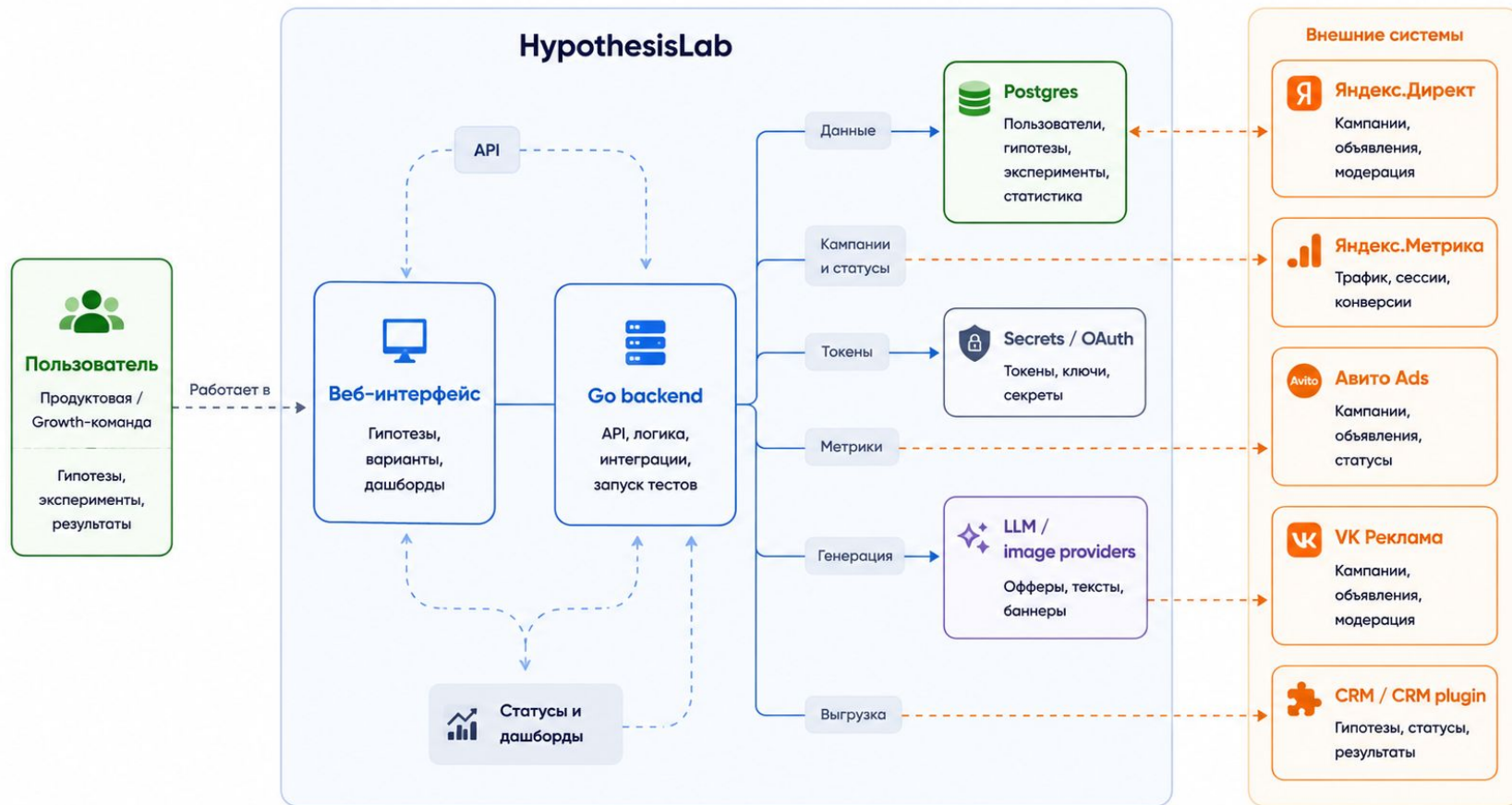
Модуль аналитики, интерпретации и базы знаний

Статистическая интерпретация результатов, расчёт CTR/CVR/CPA/ROI, Postgres, semantic search, embeddings, feedback loop learning.



Связывает рекламные метрики с экономикой эксперимента, **формирует выводы** и **сохраняет опыт в базе знаний** для следующих запусков.

Архитектура технического решения



Объем рынка: TAM, SAM, SOM



TAM

Рынок таргетированной рекламы в РФ

22,6 млрд ₽

2,6–5 трлн показов в год



SAM

Целевые ниши:
e-com, IT, финтех, авто

11,5 млрд ₽



SOM

Достижимая доля
в целевых нишах ~1%
рынка среди средних,
малых и микроорганизаций

514 млн ₽



Рынок растёт

Объем таргетированной рекламы в 2026 достигнет 151 млрд руб



Сигналы роста

Telegram Ads вырос в 4 раза, VK Реклама — на 10% за год, средний CPM — на 18% к 2024 году.



Прогноз на 2026

Рынок performance-маркетинга — 530–550 млрд ₽.



Драйверы роста

1 Рост performance-бюджетов

Компаниям нужны инструменты, которые ускоряют запуск гипотез и снижают стоимость ошибки.

2 Удорожание внимания

Креативов становится больше, конкуренция растёт, внимание аудитории дорожает. Поэтому бизнесу нужна автоматизация офферов, креативов и анализа тестов.



[Ссылка на исследование рынка ↗](#)



[Ссылка на детализированный расчет с GTM стратегией ↗](#)

Бизнес-модель: клиенты



Каналы привлечения

-  Профи.ру
-  Директ
-  Авито
-  SEO
-  Таргетированная реклама
(это мы сами)
-  Каналы в Telegram, VK, Pinterest
-  Выступления на конференциях



Каналы сбыта

- Прямые продажи
- Партнёрская сеть
- Контент-маркетинг



Партнёры

- Яндекс.Директ
- VK Реклама, Avito Ads
- Яндекс.Метрика, Яндекс.Облако
- LLM / AI-провайдеры



Платные клиенты

Цифра Банк

- ✓ Компании с финтех-продуктами
- ✓ B2B-компании с цифровыми продуктами (SaaS, e-com, маркетплейсы)
- ✓ Компании в фазе scale-up / growth-stage
- ✓ Агентства / студии роста и performance-агентства
- ✓ Холдинги и компании с несколькими продуктами / брендами

Бизнес-модель: монетизация

Монетизация Hypothesis Lab



1. SaaS-подписка

Доступ к платформе по модели подписки за пользователя / за набор услуг и кол-во экспериментов.



2. Продажа базы знаний

Доступ к базе проведённых экспериментов, бенчмаркам и лучшим практикам по отраслям и сегментам.



3. Монетизация от агрегаторов

Реферальные модели и комиссия за запуск бюджета через интеграции (Яндекс.Директ, VK Реклама и др.).



4. Подписка на интеграции

Платные коннекторы к CRM, метрикам, CDP, дополнительным источникам данных и AI-провайдерам.



5. % с бюджета масштабирования

Комиссия 1–5% от рекламного бюджета при масштабировании победивших гипотез через платформу.

₽ 5 000 ₽



1,5 млн руб.

%

10% от рекламного бюджета



Стоимость по договоренности



1% от масштабирования

Конкурентный анализ

Критерии	 Hypothesis Lab	Origami	K50	Marilyn	eLama	Synthetic AI
 Генерация оффера из параметров продукта	✓	✗	✓	✗	✗	✓
 Креативы под брендбук	✓	✓	✓	✗	✓	✓ только видео
 Автозапуск A/B-тестов	✓	✗	✗ только создание кампаний	✗	✗	✗
 Интерпретация результатов	✓	✓ базовая	✓	✓	✓	✓
 База знаний экспериментов	✓	✓	✗	✗	✗	✗ журнал версий
 API-интеграции с рекламными системами	✓	✗	✗ только Яндекс.Директ	✓	✗	✗
 Обучение на неудачных экспериментах	✓	✗	✗	✗	✗	✗
 Стоимость	от 5 000 ₽/мес. или 2% бюджета	от 12 до 104 тыс. ₽/год	5 000 ₽/мес.	5 900 ₽/мес. или 2% бюджета	от 70 000 ₽/год	по запросу



Ключевое отличие Hypothesis Lab — полный цикл: оффер → креатив → тест → вывод → база знаний
Генерация + запуск + аналитика + обучение на экспериментах

Финансовые показатели



Цена Hypothesis Lab привязана к экономии клиента:
сервис снижает стоимость проверки гипотез на **30–50%**
и окупается при регулярных тестах.



CAC: **3 000 ₽**



LTV/CAC: **23x**



Окупаемость
привлечения: **2 месяца**



Валовая маржа к Y3: **72%**



Безубыточность

Накопленная операционная прибыль
выходит в плюс в апреле 2027.
Устойчивая операционная прибыль —
с июня 2027.

Финансовая динамика



Выручка



Операционная прибыль



Затраты на запуск

	Инфраструктура и AI-сервисы	380
	Операционная команда и сопровождение	320
	Административные расходы	100
	Налоги и обязательные платежи	60
	Итого до пилота	860



Рентабельность Y2

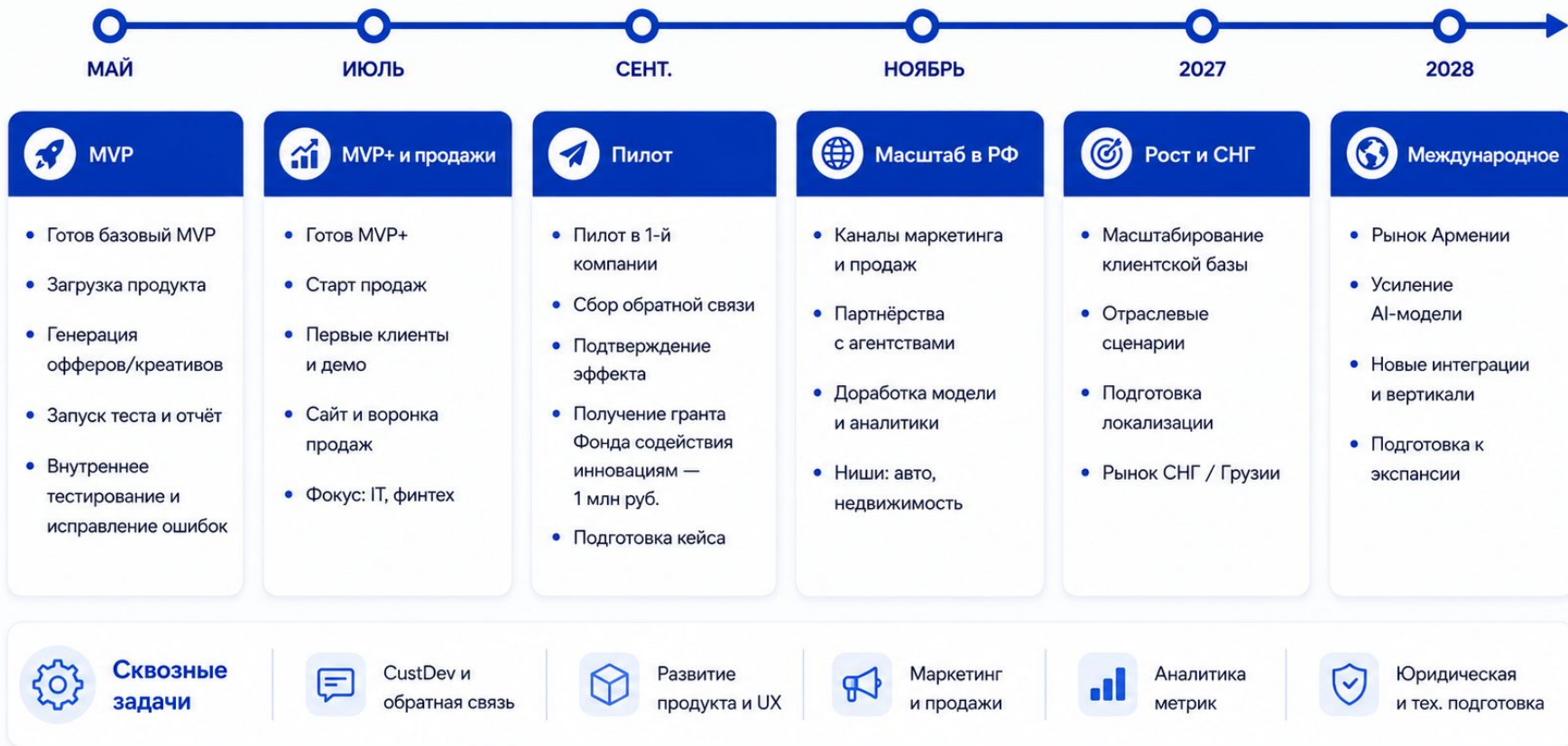
45,83%



Рентабельность Y3

57,39%

Дорожная карта



Цели проекта на развитие



Партнёры

- 2–3 пилотных партнёра из IT/финтех/growth-сегмента
- партнёрства с performance-агентствами для канала продаж
- интеграционные партнёры: Яндекс.Директ, VK Реклама, Авито Ads
- экспертная поддержка МФТИ и акселераторов



Команда

- усиление ML/LLM-направления и аналитики экспериментов
- backend/cloud-разработка: API, БД, оптимизация запусков
- продажи и customer success для пилотов и внедрения
- формализация процессов поддержки и обратной связи



Деньги / ресурсы

- финансирование разработки MVP+ и пилотных внедрений
- облачная инфраструктура, LLM-токены и хранение данных
- тестовые рекламные бюджеты для проверки офферов
- подготовка к грантам, акселераторам и первым продажам



Целевые метрики



MVP+

готовый MVP+ с генератором гипотез/офферов, базой знаний и отчётностью



1–2

пилотных внедрения и 3–5 первых платящих клиентов



20–50

проверенных гипотез/офферов в базе знаний



до 60%

сокращение подготовки теста до минут вместо дней ручной работы

Команда проекта



Кузьмина Елизавета Вадимовна
Founder, продакт-менеджер

 6 лет опыта: Leader-ID

Обязанности и достижения

- концепция и бизнес-модель
- исследования рынка и UX/UI
- A/B-тесты, анализ данных
- маркетинг и продажи



Рог Дмитрий Николаевич
Backend-разработчик

 5 лет, 4 стартапа

- Go и JavaScript микросервисы
- Платёжный шлюз, API, auth, ETL
- DevOps, code review, опыт MVP



Хамзина Фарида Аслбековна
ML-инженер, data analyst

 Тимлид аналитики г. Москвы

- NLP, LLM и ML-модели
- ETL-пайплайны и аналитика
- ClickHouse, PostgreSQL



Команда закрывает ключевые компетенции проекта: продукт, разработку и аналитику.



Планируемые наймы:
бухгалтер • юрист • маркетолог

Динамика за акселератор



25

кастдевов

провели с целевыми клиентами



Пилот

договорились о пилоте

после тестирования решения



2 этап

Студенческий стартап

прошли и выступили



Брендбук

в работе

хостинг куплен, логотипы согласуются

Альфа Банк

ПСБ

дзен



Продукт и архитектура

- разработали архитектуру
- собрали user flow
- спроектировали базы данных
- проработали CJM и прототипы



**Исследования
и валидация**

- провели 25 кастдевов
- разработали метод синтетиков
- протестировали решение
- договорились о пилотном запуске



Бизнес и рынок

- собрали GTM-стратегию
- подготовили бизнес-модель
- подготовили финансовую модель
- выявили каналы продвижения
- доделали конкурентный анализ



**Инфраструктура
и бренд**

- купили хостинг
- договорились о создании брендбука
- брендбук делает ex-арт-директор Альфа-Банка и ПСБ
- логотипы в разработке



Итог: за акселератор команда прошла путь от исследования и проектирования до пилота, упаковки продукта и подготовки бренда к запуску.