

ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

https://pt.2035.university/project/ieye_2024_06_19_15_09_59

19.06.2024

Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта)	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления»
Регион Получателя гранта	г. Москва
Наименование акселерационной программы	«Энергия города. Среда»
Дата заключения и номер Договора	19 апреля 2024г. № 70-2024-000172

КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ

1	Название стартап-проекта*	IEYE
2	Тема стартап-проекта* <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>	ТН2. Технологии работы с данными
3	Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ*	«Технологии новых и возобновляемых источников энергии, включая водородную энергетику»
4	Рынок НТИ	HomeNet
5	Сквозные технологии	"Технологии создания новых и портативных источников энергии"

ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА

6	Лидер стартап-проекта*	- Unti ID: U1821894 - Leader ID: 6033946 - ФИО: Карякина Арина Константиновна - телефон: +7 909 601 37 48 - почта: a.karyakina180304@gmail.com						
7	Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)							
	№	Unti ID	Leader ID	ФИО	Роль в проекте	Телефон, почта	Должность (при наличии)	Опыт и квалификация (краткое описание)
	1	U1821896	3563546	Антистова Ксения Сергеевна	Помощник руководителя	+7 910 171 69 93 antistova.ksushu@yandex.ru	Аналитик	Студент 2-го курса бакалавриата направления маркетинга
	2	U1821897	5570225	Доспахова Анастасия Станиславовна	Помощник руководителя	+7 996 469 52 74 anastens@mail.ru	Креативный продюсер	Студент 2-го курса бакалавриата направления маркетинга

				одите ля			
3	U18218 94	6033946	Карякина Арина Константиновн а	Лидер	+7 909 601 37 48 a.karyaki na180304 @gmail.c om	Тимлидер	Студент 2-го курса бакалавриата направления маркетинга
ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА							
8	Аннотация проекта* <i>Указывается краткая информация (не более 1000 знаков, без пробелов) о стартап-проекте (краткий реферат проекта, детализация отдельных блоков предусмотрена другими разделами Паспорта): цели и задачи проекта, ожидаемые результаты, области применения результатов, потенциальные потребительские сегменты</i>			Создание мобильного приложения «IEYE» — это проект, нацеленный на трансформацию способов взаимодействия между клиентами и сферой оффлайн услуг через цифровые инновации. Наше мобильное приложение упрощает поиск заведений, улучшает взаимодействие с пользователями, и даёт уверенный рост бизнесам в ресторанной сфере.			
Базовая бизнес-идея							
9	Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться* <i>Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации которого планируется получать основной доход</i>			Мобильное приложение с возможностью чек-инов и создания дашбордов с анализом посетителей			
10	Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает* <i>Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт</i>			Приложение для чек-инов в местах общественного питания решают проблему заведений, связанную с отслеживанием посещений и анализом данных о предпочтениях и поведении клиентов. Они позволяют ресторанам, кафе и барам лучше понимать свою аудиторию, персонализировать предложения и повышать лояльность клиентов. Приложения позволяют посетителям быстро и легко отмечать свое присутствие в заведении, не тратя время на регистрацию вручную. В приложении постоянные посетители заведений могут получить дополнительные бонусы в виде скидок и специальных предложений.			
11	Потенциальные потребительские сегменты* <i>Указывается краткая информация о потенциальных потребителях с указанием их характеристик (детализация предусмотрена в части 3 данной таблицы): для юридических лиц – категория бизнеса, отрасль, и т.д.; для физических лиц – демографические данные, вкусы, уровень образования, уровень потребления и т.д.; географическое расположение потребителей, сектор рынка (B2B, B2C и др.)</i>			Мобильное приложение имеет огромный потенциал на рынке HoReCa. Рынок данного проекта B2B — это рынок кафе, ресторанов и прочих заведений подобной направленности. В качестве основного сегмента можно выделить владельцев кафе и ресторанов Москвы, заинтересованных в более глубоком анализе посетителей заведений и увеличении среднего чека.			

12	<p>На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)* <i>Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта</i></p>	<p>ИИ (искусственный интеллект), датчики отслеживания геопозиции</p>
13	<p>Бизнес-модель* <i>Указывается кратко описание способа, который планируется использовать для создания ценности и получения прибыли, в том числе, как планируется выстраивать отношения с потребителями и поставщиками, способы привлечения финансовых и иных ресурсов, какие каналы продвижения и сбыта продукта планируется использовать и развивать, и т.д.</i></p>	<p>1. Способ создания ценности и получения прибыли: Приложение предлагает удобную систему чек-инов для клиентов и рестораторов, а также предоставляет дашборды с аналитикой для заведений. Для получения прибыли предусмотрены партнерские отношения с заведениями общественного питания, платные услуги по аналитике и статистике, а также рекламные и маркетинговые услуги.</p> <p>2. Отношения с потребителями и поставщиками: Приложение разрабатывает тесные отношения с клиентами и партнерами из сферы общественного питания, обеспечивая им удобство, качественный сервис и доступ к важной информации.</p> <p>3. Привлечение финансовых и иных ресурсов: Для обеспечения финансовых ресурсов и развития приложения используются стратегии партнерских сделок с заведениями, платные подписки на аналитические отчеты, а также инвестиции от потенциальных инвесторов.</p> <p>4. Каналы продвижения и сбыта продукта: Продвижение осуществляется через мобильное приложение, социальные сети, рекламные платформы и электронную почту.</p>
14	<p>Основные конкуренты* <i>Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)</i></p>	<p>1. Yelp — это популярное приложение для обзоров ресторанов и других заведений общественного питания. 2. OpenTable — это приложение для бронирования столиков в ресторанах. Оно также предоставляет возможность чек-инов с помощью QR-кодов. 3. Foursquare — это приложение, которое позволяет пользователям находить и оценивать заведения общественного питания и другие места. 4. Zomato — это приложение для обзоров ресторанов и других заведений общественного питания. 5. Swarm — это приложение, которое является частью платформы Foursquare. Оно позволяет пользователям отмечать свое присутствие в разных местах и делиться этой информацией с друзьями</p>
15	<p>Ценностное предложение* <i>Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не с вашими конкурентами, и с самого начала делает очевидными преимущества ваших продуктов или услуг</i></p>	<p>По данным опросов данный товар был бы востребован среди потребителей широкой аудитории. Преимущества нашего приложения: наличие квестов, бонусной системы для клиентов, чек-ины через систему датчиков самостоятельно без участия посетителя, анализ загруженности заведений. Со стороны компаний мы предоставляем дашборды с полным анализом их посетителей, приток клиентов и увеличение среднего чека.</p>
16	<p>Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД, действующих промышленных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.); дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)</p>	<p>Обоснование устойчивости бизнеса:</p> <p>1. Конкурентные преимущества: Уникальное ценностное предложение: предоставление комплексного решения с возможностью чек-инов для</p>

	<p><i>(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)</i></p> <p><i>Приведите аргументы в пользу реализуемости бизнес-идеи, в чем ее полезность и востребованность продукта по сравнению с другими продуктами на рынке, чем обосновывается потенциальная прибыльность бизнеса, насколько будет бизнес устойчивым</i></p>	<p>клиентов и создания дашбордов для рестораторов в одном приложении.</p> <p>Доступ к индустриальным партнерам: установление партнерских отношений с ресторанами, барами и кафе как ключевыми игроками в индустрии общественного питания.</p> <p>Эффективная аналитика, основанная на сборе и анализе данных о посетителях, что позволяет заведениям улучшать сервис и увеличивать прибыль.</p> <p>Использование современных технологий и разработок для повышения удобства использования приложения.</p> <p>2. Полезность и востребованность продукта: Сфера общественного питания постоянно развивается, и спрос на инновационные решения для оптимизации бизнеса и улучшения обслуживания увеличивается. Удобные чек-ины и персонализированные рекомендации помогут привлечь и удержать клиентов. Пользователям не придется тратить своё время на сканирование QR-кодов, достаточно прийти в заведение. Аналитика и статистика помогут оптимизировать бизнес-процессы и увеличить прибыль заведений.</p> <p>3. Потенциальная прибыльность бизнеса: Большое количество заведений общественного питания готовы инвестировать в инновационные технологии для улучшения своего бизнеса. Партнерские отношения и дополнительные услуги, такие как маркетинговая поддержка, могут быть источниками дополнительных доходов. Доступ к аналитике и статистике может привлечь рекламодателей и партнеров, что также способствует увеличению прибыли.</p> <p>Сочетание всех этих характеристик обеспечивает устойчивость и высокую прибыльность данного бизнеса.</p>
<h3>Характеристика будущего продукта</h3>		
17	<p>Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (логу)*</p> <p><i>Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению</i></p>	<p>Проект относится к технологическому направлению проектов. Для грамотной работы приложения необходимо использование датчиков, отслеживающих геолокацию пользователей. Благодаря уникальной технологии, заведения смогут четко определять где находится пользователь, даже если рядом находятся два ресторана. Также для реализации проекта необходимо знание технических аспектов работы. Основные технические параметры нашего проекта:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мобильное приложение с удобным интерфейсом. 2. Функционал чек-инов для клиентов. 3. Создание дашбордов для рестораторов. 4. Система управления данными. 5. Интеграция с POS-системами. 6. Аналитика и отчетность. 7. Развитие и поддержка продукта.
18	<p>Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса <i>(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*</i></p> <p><i>Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних</i></p>	<p>Организационные процессы: стремление к построению гибкой и эффективной внутренней системы управления, включая разработку структуры компании, распределение обязанностей и установление четких процедур.</p> <p>Производственные процессы: нацеленность на стандартизацию процессов проведения чек-инов и</p>

	<i>процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности</i>	создания дашбордов для повышения операционной эффективности. Финансовые параметры: стратегия устойчивого финансового роста компании, включая планирование доходов и расходов, а также поиск партнерских возможностей для дополнительного финансирования и расширения бизнеса. Партнерские возможности: стремление к установлению партнерских отношений с крупными компаниями из сферы общественного питания и технологическими партнерами для расширения клиентской базы и улучшения функционала приложения.
19	Основные конкурентные преимущества (для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* <i>Необходимо привести описание наиболее значимых качественных и количественных характеристик продукта, которые обеспечивают конкурентные преимущества в сравнении с существующими аналогами (сравнение по стоимостным, техническим параметрам и проч.)</i>	Наше основное конкурентное преимущество заключается в том, что мы находимся в России, что позволяет нам более эффективно отслеживать посещения и действия потребителей на территории страны, а также учитывать особенности рынка и культуры потребления. Мы предлагаем уникальную систему отслеживания посещений с помощью чипов и геопозиции, что обеспечивает нам возможность получать более точные и надежные данные о перемещениях и предпочтениях потребителей. Это позволяет нам более целенаправленно настраивать маркетинговые стратегии и предлагать персонализированные решения для аудитории без использования QR-кодов. Мы также обладаем сильной аналитической системой, которая позволяет нам проводить глубокий анализ действий потребителей и выявлять ключевые тренды и особенности их поведения. Это помогает компаниям более точно прогнозировать спрос на продукцию и услуги, а также быстро реагировать на изменения в рыночной среде
20	Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции (для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* <i>Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность</i>	Датчики отслеживания нахождения в заведении — это устройства, которые могут быть установлены в здании для определения местоположения людей внутри него. Эти датчики могут быть особого типа. Они могут собирать информацию о движении посетителей, их пребывании в определенных зонах и т.д. Эта информация может быть использована для улучшения обслуживания клиентов, оптимизации планирования локаций и других целей. Мы также отслеживаем количество посетителей и чек-иним их в приложении без прямого контакта через геопозицию. Искусственный интеллект для анализа данных пользователей — это программное обеспечение, которое использует алгоритмы машинного обучения и другие методы искусственного интеллекта для анализа данных о поведении пользователей. Этот компонент включает в себя анализ и прогнозирование предпочтений и потребностей пользователей. Искусственный интеллект может помочь компаниям лучше понять своих клиентов и предложить им персонализированные продукты и услуги.
21	«Задел». Уровень готовности продукта TRL (для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*	Организационно, кадрово и материально проект проработан на 40%.

	<p><i>Необходимо указать максимально емко и кратко, насколько проработан стартап-проект по итогам прохождения акселерационной программы (организационные, кадровые, материальные и др.), позволяющие максимально эффективно развивать стартап дальше</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Команда: Сформирована ключевая команда, включающая разработчиков, дизайнеров, маркетологов и специалистов по продажам. • MVP: Разработан и протестирован минимально жизнеспособный продукт. • Функционал: Реализована основная функциональность приложения: чек-ины, сбор и анализ данных о клиентах, создание дашбордов для заведений. • Дизайн: Проработан дизайн приложения. • Анализ: Проведен анализ рынка и конкурентов. • Модели: Построены финансовая и бизнес-модель.
22	<p>Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия (для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)</p>	<p>Проект соответствует следующим Стратегическим проектам, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Стратегический проект 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпроект 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»); - Стратегический проект 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны» (Подпроект 2.3. «Исследование институциональных и экономических механизмов низкоуглеродного развития и формирования благоприятной среды (декарбонизация экономики)»).
23	<p>Каналы продвижения будущего продукта (для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)</p> <p><i>Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Социальные сети (ВК, ТЕЛЕГРАМ) - популярные платформы, где русскоговорящие пользователи проводят большую часть своего времени. Ведение активной страницы на соцсетях поможет привлечь внимание потенциальных клиентов, распространять информацию о приложении и увеличить узнаваемость бренда. 2. Таргет — поможет привлечь целевую аудиторию и увеличить количество установок приложения. 3. Партнерство с ресторанами и кафе - установление партнерских отношений с популярными заведениями позволит привлечь их посетителей на использование приложения и предложить им участие в квестах и получение наград. 4. Организация мероприятий - участие в городских мероприятиях, фестивалях и выставках поможет привлечь внимание к приложению и привлечь новых пользователей. 5. Контекстная реклама - размещение рекламы на поисковых системах и в мобильных приложениях поможет привлечь целевую аудиторию и увеличить узнаваемость бренда.
24	<p>Каналы сбыта будущего продукта (для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Прямые продажи: посредством этого канала наша команда может непосредственно общаться с представителями кафе, ресторанов и других заведений, предлагая им использовать нашим

	<p><i>Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора</i></p>	<p>приложение. Это позволит эффективно демонстрировать преимущества продукта и убеждать клиентов.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Цифровой маркетинг: Использование цифровых каналов маркетинга, таких как социальные сети, контекстная реклама, электронная рассылка и т. д., может помочь вам охватить большую аудиторию в Интернете. 3. Размещение в магазинах приложений: размещение приложения в магазинах приложений, таких как App Store и Google Play, обеспечит доступность продукта для широкой аудитории пользователей смартфонов. 4. Мероприятия и выставки: 5. Участие в отраслевых мероприятиях, выставках и конференциях может помочь установить контакты с потенциальными клиентами из сферы кафе и ресторанов. Это также даст возможность презентовать ваш продукт и получить обратную связь от потенциальных пользователей.
<p>Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект</p>		
<p>25</p>	<p>Какая часть проблемы решается (может быть решена)* <i>Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта</i></p>	<p>Наш проект решает проблему отсутствия эффективного инструмента для сбора и анализа данных о клиентах мест общественного питания. С использованием нашего приложения рестораны, кафе и бары смогут улучшить качество обслуживания и персонализировать сервис для своих клиентов.</p> <p>Путем сбора информации о посетителях через чек-ины, мы поможем заведениям лучше понять свою аудиторию, выявить предпочтения, поведенческие паттерны и оценки отзывов. С помощью аналитики и дашбордов, предоставленных нашим приложением, владельцы мест общественного питания смогут лучше ориентироваться в потребностях клиентов и принимать более обоснованные решения по улучшению сервиса.</p> <p>Наше приложение позволяет решить проблему нехватки информации о клиентах и поможет увеличить лояльность посетителей, что в конечном итоге приведет к увеличению доходов для заведений общественного питания.</p>
<p>26</p>	<p>«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции* <i>Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 11)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблема: Отсутствие эффективного способа отслеживания посещения клиентов в местах общественного питания и составления аналитики по ним. 2. Держатель проблемы: Владельцы ресторанов, кафе и баров. 3. Мотивация владельцев: Владельцы заведений хотят улучшить обслуживание клиентов, узнать их предпочтения, частоту посещений, средний чек и другие важные данные для оптимизации работы и увеличения прибыли. 4. Возможности решения проблемы с использованием продукции: Наше приложение предоставляет возможность владельцам мест общественного питания

		<p>отслеживать посещения клиентов через чек-ины, собирать данные и аналитику о клиентах, составлять дашборды с информацией о поведении и предпочтениях клиентов. Это поможет улучшить обслуживание, создать персонализированные предложения и увеличить лояльность клиентов.</p>
27	<p>Каким способом будет решена проблема* <i>Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справиться с проблемой</i></p>	<p>Наше приложение будет предоставлять возможность клиентам мест общественного питания легко и удобно оставлять чек-ины при посещении заведений. Это поможет им легче отслеживать свои походы по ресторанам с помощью специальных датчиков контроля, кафе и барам, а также получать различные бонусы и предложения от заведений.</p> <p>Кроме того, наше приложение будет предоставлять ресторанам, кафе и барам возможность составлять дашборды по своим клиентам, анализировать их предпочтения и поведение, что позволит им улучшить качество обслуживания и удерживать постоянных клиентов.</p> <p>Наше приложение поможет решить проблему неудобства при оставлении чек-инов в заведениях, а также поможет улучшить взаимодействие между заведениями и их клиентами.</p>
28	<p>Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса (для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)</p> <p><i>Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 1б.</i></p>	<p>Обоснование сегмента и доли рынка:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рост рынка общественного питания: с каждым годом количество ресторанов, кафе и баров в мировом рынке растет, что создает постоянный спрос на инновационные технологии для улучшения обслуживания клиентов. 2. Тенденция к цифровизации: современные потребители все больше предпочитают бронировать столики, заказывать еду и оставлять отзывы онлайн. Наше приложение позволит удовлетворить этот спрос и улучшить взаимодействие с клиентами. 3. Конкурентная среда: на рынке уже существуют популярные приложения для резервирования столов и оценки заведений, однако у нас есть конкурентные преимущества, такие как инновационные функции проверки входа и составления дашбордов. <p>Потенциальные возможности для масштабирования данного бизнеса включают в себя:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение на новые рынки: после успешного запуска приложения на одном рынке, мы можем масштабировать бизнес на другие города и страны. 2. Партнерство с крупными сетями общественного питания: установив партнерские отношения с крупными сетями ресторанов и кафе, мы сможем значительно увеличить количество пользователей и заработать дополнительный доход. 3. Внедрение новых функций: по мере развития технологий и запросов пользователей, мы можем постоянно улучшать функционал приложения и добавлять новые возможности, такие как заказ еды в режиме онлайн или различные акции и скидки.

29	<p>План дальнейшего развития стартап-проекта (для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)</p> <p><i>Укажите, какие шаги будут предприняты в течение 6-12 месяцев после завершения прохождения акселерационной программы, какие меры поддержки планируется привлечь</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка и тестирование приложения - в течение первых 4-6 месяцев мы планируем активно работать над разработкой и тестированием приложения, чтобы убедиться в его работоспособности и удобстве использования. 2. Запуск и маркетинг - после завершения разработки приложения мы планируем запустить его на рынке и начать активно продвигать его среди собственников и посетителей мест общественного питания. 3. Партнерство с ресторанами, кафе и барами - для привлечения пользователей и установления сотрудничества с заведениями общепита планируется провести мероприятия и предложить выгодные условия сотрудничества. 4. Обучение персонала - также планируется обучение персонала ресторанов, кафе и баров использованию приложения для обеспечения более эффективной работы и удовлетворения клиентов. 5. Проведение мероприятий и акций для привлечения новых пользователей - для того, чтобы привлечь больше пользователей, мы планируем проводить различные мероприятия и акции, например, скидки или бонусы за использование приложения. 6. Обратная связь и улучшения - важным шагом в развитии проекта будет сбор обратной связи от пользователей и ресторанов, а также внесение улучшений в приложение на основе этой информации. 7. Партнерские программы и рекламные кампании - также планируется привлечение партнеров для совместной рекламной деятельности и проведение рекламных кампаний для увеличения осведомленности о нашем приложении. <p>Для поддержки проекта мы планируем привлечь инвестиции, а также использовать собственные средства для финансирования разработки, маркетинга и поддержания работы приложения. Также будем искать возможности для привлечения партнеров и спонсоров.</p>
----	---	---

ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ:

(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - <https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu>)

<p>Фокусная тематика из перечня ФСИ (https://fasie.ru/programs/programmastart/fokusnye-tematiki.php)</p>	<p>«Студенческий стартап»</p>
<p>ХАРАКТЕРИСТИКА БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ (РЕЗУЛЬТАТ СТАРТАП-ПРОЕКТА)</p> <p><i>Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):</i></p>	
<p>Коллектив (характеристика будущего предприятия)</p>	<p>На момент выхода на самоокупаемость планируется следующий состав коллектива:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Руководящий состав:

<p><i>Указывается информация о составе коллектива (т.е. информация по количеству, перечню должностей, квалификации), который Вы представляете на момент выхода предприятия на самоокупаемость. Вероятно, этот состав шире и(или) будет отличаться от состава команды по проекту, но нам важно увидеть, как Вы представляете себе штат созданного предприятия в будущем, при переходе на самоокупаемость</i></p>	<p>Генеральный директор: 1 человек, высшее образование в области управления, опыт работы не менее 5 лет. Финансовый директор: 1 человек, высшее экономическое образование, опыт работы не менее 5 лет. 2. Разработка и техническая поддержка: Технический директор: 1 человек, высшее техническое образование, опыт работы не менее 5 лет. Разработчики: 5 человек, высшее техническое образование, опыт работы от 2 лет. QA-инженеры: 2 человека, высшее техническое образование, опыт работы от 2 лет. Системный администратор: 1 человек, высшее техническое образование, опыт работы от 3 лет. 3. Дизайн и пользовательский интерфейс: UX/UI дизайнер: 2 человека, высшее образование в области дизайна, опыт работы от 3 лет. 4. Маркетинг и продажи: Маркетинговый директор: 1 человек, высшее образование в области маркетинга, опыт работы не менее 5 лет. Специалисты по маркетингу: 3 человека, высшее образование в области маркетинга, опыт работы от 2 лет. Менеджеры по продажам: 4 человека, высшее образование в области продаж или смежных областях, опыт работы от 2 лет. 5. Административный и вспомогательный персонал: Офис-менеджер: 1 человек, высшее или среднее специальное образование, опыт работы от 2 лет. Бухгалтер: 1 человек, высшее экономическое образование, опыт работы не менее 3 лет. HR-менеджер: 1 человек, высшее образование в области управления персоналом, опыт работы от 2 лет. Итого: 23 человека</p>
<p>Техническое оснащение <i>Необходимо указать информацию о Вашем представлении о планируемом техническом оснащении предприятия (наличие технических и материальных ресурсов) на момент выхода на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие специализированных устройств для чек-инов и работ с базой данных - Современные компьютеры и программное обеспечение для создания дашбордов и аналитики - Система безопасности и защиты данных клиентов - Наличие оборудования для обучения персонала и проведения семинаров - Техническая поддержка и обслуживание оборудования - Интернет-соединение с высокой скоростью для оперативного обновления данных
<p>Партнеры (поставщики, продавцы) <i>Указывается информация о Вашем представлении о партнерах/ поставщиках/продавцах на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.</i></p>	<p>На момент выхода на самоокупаемость нашего проекта, мы ожидаем работать с партнерами и поставщиками, которые помогут нам обеспечить качественное функционирование нашего приложения. Мы можем рассматривать сотрудничество с поставщиками оборудования для ресторанов, программного обеспечения для работы с данными, а также компаниями, предоставляющими услуги облачного хранения данных.</p> <p>Также мы можем сотрудничать с ресторанами, кафе и барами как партнерами, которым будет интересно использовать наше приложение для привлечения новых клиентов и повышения удовлетворенности существующих. Мы можем предложить партнерам индивидуальные решения и возможности для анализа данных о клиентах и повышения качества сервиса.</p> <p>На этапе самоокупаемости нашего проекта, мы будем тщательно выбирать надежных и проверенных поставщиков, с которыми будет возможно развивать</p>

	долгосрочные отношения, и работать с партнерами, которые будут принимать участие в росте нашего бизнеса и совместном успехе.
Объем реализации продукции (в натуральных единицах) <i>Указывается предполагаемый Вами объем реализации продукции на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как может быть осуществлено</i>	Представление о предполагаемом объеме реализации продукции на момент выхода предприятия на самоокупаемость будет зависеть от: <ul style="list-style-type: none"> - Активное продвижение приложения среди потенциальных клиентов (ресторанов, кафе, баров) для привлечения новых пользователей и партнеров; - Обеспечение качественного сервиса и поддержки для удержания клиентов и повышения лояльности; - Развитие удобного и интуитивно понятного функционала приложения, чтобы привлечь новых пользователей и удержать текущих; - Постоянное обновление и улучшение продукта, исходя из обратной связи с пользователями и анализа рыночных трендов. С учетом всех этих факторов, предполагаемый объем покрытия на момент выхода предприятия на самоокупаемость составляет 370 заведений, чтобы обеспечить стабильный доход и покрыть все расходы на развитие и поддержку бизнеса.
Доходы (в рублях) <i>Указывается предполагаемый Вами объем всех доходов (вне зависимости от их источника, например, выручка с продаж и т.д.) предприятия на момент выхода 9 предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет достигнуто</i>	22 200 000 руб Мы ожидаем, что доходы будут состоять в основном из комиссий за использование нашего приложения со стороны заведений общественного питания, а также возможных рекламных партнерств с компаниями в сфере питания. Мы планируем привлечь достаточное количество заведений и пользователей, чтобы обеспечить стабильный поток доходов, достаточный для самоокупаемости.
Расходы (в рублях) <i>Указывается предполагаемый Вами объем всех расходов предприятия на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет достигнуто</i>	3 305 000 руб Мы планируем значительные затраты на разработку и продвижение приложения, на поддержание серверов и технической инфраструктуры, на маркетинг и рекламу. Мы также учтем зарплаты сотрудников, аренду офиса и другие операционные затраты. Для достижения самоокупаемости мы будем строго контролировать расходы, оптимизировать процессы и стремиться к максимальной эффективности в использовании ресурсов. Также мы будем постоянно анализировать данные и результаты, чтобы быстро реагировать на изменения на рынке и внутренние процессы.
Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость <i>Указывается количество лет после завершения гранта</i>	2 года
СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ, КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:	
Коллектив	Студенты маркетологи (второй курс): 3 человека, обучающиеся в области маркетинга с базовыми знаниями и желанием развиваться.
Техническое оснащение:	Техническое оснащение включает в себя базовые средства: <ol style="list-style-type: none"> 1. Рабочие места: Ноутбуки студентов для выполнения задач и общения внутри команды. 2. Интернет-соединение для доступа к информации и обмена данными. 3. Офисное программное обеспечение для организации рабочего процесса.

Партнеры (поставщики, продавцы)	На данный момент партнерские отношения не установлены. Однако, в будущем мы планируем активно работать над привлечением партнёров.
ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА <i>(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок, но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)</i>	
Формирование коллектива:	Для поиска команды проекта мы планируем. Размещать вакансии на специализированных платформах, искать специалистов через профессиональные сети. Участие в профессиональных мероприятиях также будет являться способом привести в команду квалифицированных специалистов. Одним из главных моментов будет являться поиск HR-специалиста, который организует подбор персонала. Таким образом, мы планируем набрать весь состав сильной команды в течение года.
Функционирование юридического лица:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Регистрация и юридическое оформление: <ul style="list-style-type: none"> — Процесс регистрации компании с выбором подходящей организационно-правовой формы (ООО, АО и т.д.). — Оформление всех необходимых документов, включая учредительные документы, лицензии и разрешительные документы. 2. Организационная структура: <ul style="list-style-type: none"> — Формирование структуры управления и оперативного управления предприятием. — Назначение руководящего состава (генерального директора, финансового директора и др.) и ключевых сотрудников. 3. Юридическое сопровождение: <ul style="list-style-type: none"> — Заключение договоров с внешними партнерами, поставщиками и клиентами. — Разработка и внедрение внутренних нормативных документов (положения, инструкции, правила). 4. Финансовое обеспечение: <ul style="list-style-type: none"> — Планирование бюджета на первые 2 года после завершения гранта. — Обеспечение финансовых потоков для текущей деятельности и расширения проекта. 5. Налаживание операционной деятельности: <ul style="list-style-type: none"> — Закупка необходимого оборудования и программного обеспечения. — Подготовка офисных помещений и создание комфортных условий для работы сотрудников. 6. Развитие и масштабирование: <ul style="list-style-type: none"> — Развитие продукта и его функционала на основе обратной связи от пользователей. — Расширение команды разработки, маркетинга и продаж для увеличения рыночной доли. — Введение дополнительных услуг и функций для удовлетворения потребностей клиентов. 7. Мониторинг и оценка эффективности: <ul style="list-style-type: none"> — Проведение регулярного мониторинга финансовых показателей и ключевых метрик проекта. — Анализ результатов и корректировка стратегии в зависимости от изменяющейся ситуации на рынке.
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	<ol style="list-style-type: none"> 1. Научно-технические исследования: <ul style="list-style-type: none"> - Проведение анализа рынка и технологий для определения текущего состояния и потребностей целевой аудитории. - Исследование существующих технологий и научных данных, которые могут быть применены для разработки продукции.

<p>продукции до уровня TRL 31 и обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта:</p>	<p>2. Формулирование концепции продукта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Создание детального технического задания (ТЗ) на основе научных исследований и технологических возможностей. - Разработка концепции минимально жизнеспособного продукта (MVP), опираясь на собственные или приобретенные научно-технические знания. <p>3. Разработка MVP:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Проектирование и создание первоначальной версии продукта с основными функциональными возможностями. - Использование результатов научных исследований для обоснования выбора технологий и методов в разработке. <p>4. Достижение уровня TRL 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Оценка технической готовности продукта на уровне TRL 3 (Technology Readiness Level 3), что подразумевает: <ul style="list-style-type: none"> - Демонстрацию концепции продукта в лабораторных условиях или на прототипе. - Проверку работоспособности ключевых технологических решений и компонентов. - Оценку потенциальных технических рисков и разработку стратегий их управления. <p>5. Обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Предоставление документации и технических отчетов, подтверждающих выполнение этапов разработки и достижение уровня TRL 3. - Аргументация выбора определенных научно-технических решений и их соответствия целям проекта и требованиям гранта.
<p>Выполнение работ по уточнению параметров продукции, «формирование» рынка быта (взаимодействие с потенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.):</p>	<p>Уточнение параметров продукции</p> <p>1. Анализ требований и потребностей потенциальных клиентов:</p> <p>Проведение интервью и опросов с потенциальными пользователями продукции для выявления их ожиданий и предпочтений.</p> <p>Сбор обратной связи от текущих клиентов или тестовых пользователей (если есть) для оценки существующих продуктов или концепций.</p> <p>2. Технические и функциональные характеристики:</p> <p>Определение ключевых параметров и особенностей продукции на основе анализа рыночных требований и конкурентной среды.</p> <p>Уточнение технических требований к продукту на основе полученных данных.</p> <p>Формирование рынка быта</p> <p>1. Взаимодействие с потенциальным покупателем:</p> <p>Создание профилей целевой аудитории и определение их основных характеристик (демографические данные, поведенческие особенности).</p> <p>Разработка стратегий привлечения и взаимодействия с целевой аудиторией через различные каналы коммуникации (социальные сети, мероприятия, онлайн-платформы и т.д.).</p> <p>2. Проверка гипотез и анализ информационных источников:</p> <p>Проведение A/B тестирования и экспериментов для проверки гипотез относительно спроса на продукцию и её особенностей.</p>

	<p>Анализ данных и информационных источников для выявления трендов рынка, поведения потребителей и конкурентной активности.</p> <p>3. Прогнозирование спроса и потенциального объема рынка: Оценка рыночного потенциала продукции на основе собранной информации о потребностях и предпочтениях потенциальных клиентов. Формирование прогнозов продаж и определение стратегий для достижения запланированных объемов продукции.</p>
<p>Организация производства продукции:</p>	<p>1. Работа удаленно: — Организуем работу команды удаленно, используя онлайн-платформы для коммуникации (например, Slack, Zoom) и совместной работы (например, Google Workspace, Microsoft Teams).</p> <p>2. Виртуальные инструменты разработки: — Используем облачные сервисы для разработки и тестирования приложения (например, GitHub для управления кодом, AWS или Google Cloud для развертывания).</p> <p>3. Организация командных встреч: — Планируем регулярные онлайн-встречи для обсуждения текущих задач, проблем и планов развития проекта.</p> <p>4. Управление проектом: — Внедрим систему управления проектами, такую как Jira или Trello, для отслеживания прогресса задач и управления рабочими потоками.</p> <p>5. Коммуникация с клиентами и тестирование: — Установим системы обратной связи с пользователями для получения и анализа отзывов о приложении. — Организуем удаленное тестирование и сбор обратной связи для улучшения продукта.</p> <p>6. Безопасность данных: — Обеспечим безопасность данных и информации о проекте с помощью соответствующих инструментов и политик.</p>
<p>Реализация продукции:</p>	<p>1. Маркетинговая стратегия и продвижение - Анализ рынка и конкурентов: Проведение анализа рынка и конкурентной среды для определения позиционирования продукта и разработки маркетинговой стратегии. - Продвижение продукта: Разработка и реализация маркетинговых кампаний, включая цифровой маркетинг, контент-маркетинг, рекламу, PR и т.д.</p> <p>2. Дистрибуция и продажи - Каналы продаж: Определение каналов распространения продукта (например, через онлайн-магазины, розничные магазины, партнерские сети). - Соглашения и договоры: Заключение соглашений и договоров с дистрибьюторами или розничными партнерами для распространения продукта.</p> <p>3. Поддержка клиентов и обратная связь</p>

	<p>- Техническая поддержка: Обеспечение технической поддержки для пользователей продукта, включая решение проблем и консультирование.</p> <p>- Сбор обратной связи: Организация системы для сбора обратной связи от клиентов для постоянного улучшения продукта и сервиса.</p> <p>4. Мониторинг и анализ результатов</p> <p>- Анализ продаж: Регулярный анализ продаж и метрик эффективности маркетинговых кампаний.</p> <p>- Оценка успеха: Оценка достижения целевых показателей и корректировка стратегий в зависимости от результатов.</p>
--	--

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ПЛАНИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА

Доходы:	22 200 000руб
Расходы:	3 305 000руб

<p>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.):</p>	<p>1. Грантовая поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Гранты от государственных и частных фондов, поддерживающих инновационные проекты. - Эти гранты не требуют возврата средств и помогают снизить финансовую нагрузку на стартап. <p>2. Привлечение венчурных инвестиций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Венчурные фонды и ангельские инвесторы, готовые инвестировать в обмен на долю в компании. - Венчурные инвестиции предоставляют значительные финансовые ресурсы для быстрого роста и масштабирования проекта. <p>3. Кредитные средства:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кредиты от банков и других финансовых учреждений. - Кредиты могут быть использованы для финансирования оперативных расходов и масштабирования бизнеса, но требуют возврата с процентами. <p>4. Краудфандинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сбор средств через краудфандинговые платформы (например, Kickstarter, Indiegogo). - Позволяет привлечь финансирование от широкой аудитории и одновременно протестировать спрос на продукт. <p>5. Стратегические партнерства:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сотрудничество с крупными компаниями, заинтересованными в продукте или технологии. - Стратегические партнеры могут предоставить не только финансовую поддержку, но и ресурсы, такие как технологии и рынки сбыта.
---	---

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РАБОТ С ДЕТАЛИЗАЦИЕЙ

Этап 1 (длительность – 2 месяца)			
Наименование работы	Описание работы	Стоимость	Результат
Создание команды	Объединение участников для достижения общей	0	Формирование команды, состоящей из заинтересованных

	цели — реализации проекта.		лиц, готовых к работе над проектом
Разработка идеи проекта	Определение уникальной идеи приложения	1000	Формулирование ясной концепции проекта, определяющей его цель и ценность для пользователей
Разработка плана работы	Определение основных этапов разработки и запуска проекта, распределение обязанностей в команде	1000	Создание детального плана действий, позволяющего организовать эффективное выполнение задач
Разработка паспорта проекта	Формализация основных параметров проекта, включая цели, задачи, сроки и бюджет	0	Создание документа, который будет использоваться как руководство для всех участников команды
Проведение анализа целевой аудитории	Изучение потенциальных пользователей приложения, их потребностей, предпочтений и поведенческих особенностей	32000	Формирование понимания целевой аудитории, что поможет адаптировать продукт под их потребности
Проведение анализа конкурентов	Изучение конкурентов на рынке приложений для общественного питания, их преимуществ и недостатков	32000	Выявление конкурентных преимуществ проекта и возможностей для дальнейшего развития
Анализ рынка	Оценка общих тенденций и перспектив развития рынка общественного питания и технологий	32000	Понимание общего контекста рынка, наличие потенциала для успешного позиционирования проекта
Создание финансовой модели	Разработка прогноза доходов и расходов проекта, определение источников финансирования	20000	Создание финансового плана, отражающего финансовую устойчивость проекта и его возможности для роста
Анализ инвестиционной привлекательности проекта	Оценка инвестиционного потенциала проекта, привлекательность для	10000	Определение привлекательности проекта для инвестиций, что поможет привлечь

	потенциальных инвесторов		необходимые ресурсы для развития
Этап 2 (длительность – 10 месяцев)			
Наименование работы	Описание работы	Стоимость	Результат
Определение функционала приложения	Определение основных возможностей приложения	9000	Создание списка функций, которые должны быть реализованы в приложении для удовлетворения потребностей пользователей и достижения целей проекта
Создание черновых макетов сервиса	Разработка простых эскизов интерфейса приложения для визуализации структуры и расположения элементов	21000	Создание базовых макетов, на основе которых будет дальше разрабатываться дизайн и функционал приложения
Разработка фирменного стиля	Создание уникального стиля и атрибутов бренда, включая логотип, цветовую палитру, шрифты и другие элементы дизайна	15000	Формирование фирменного стиля, который будет использоваться во всех материалах и продуктах проекта для узнаваемости и узнаваемости бренда
Разработка итоговых макетов приложения	Создание детальных дизайн-макетов приложения с учетом функционала и фирменного стиля	35000	Готовые макеты, которые будут использованы для реализации дизайна приложения на этапе разработки
Кодовая разработка сервиса	Программирование функционала, интеграция дизайна, тестирование работы приложения	190000	Готовый к использованию программный продукт, соответствующий установленным требованиям и функционалу
Сбор MVP	Составление минимально жизнеспособной версии приложения для проверки концепции и реакции пользователей	96000	MVP приложения, который будет использован для первичного тестирования и сбора обратной связи
Создание фокус-группы для тестирования MVP	Формирование группы пользователей для	20000	Группа пользователей

	оценки MVP приложения и сбора отзывов		готовых протестировать приложение, предоставить отзывы и оценки
Тестирование MVP на фокус-группе	Проведение тестирования MVP с участием фокус-группы, сбор обратной связи и анализ реакции пользователей	40000	Данные об использовании приложения, мнения пользователей и выявление возможных улучшений
Сбор обратной связи после тестирования	Анализ отзывов и комментариев пользователей, выявление ключевых моментов для улучшения приложения	20000	Составление списка рекомендаций по улучшению и доработке приложения
Анализ обратной связи	Обобщение данных об обратной связи, выявление основных проблем и потребностей пользователей	15000	Понимание того, что нужно изменить или доработать в приложении для повышения его эффективности и удовлетворения пользователей
Улучшение прототипа	Анализ обратной связи от фокус-группы и тестирований MVP, внесение изменений и доработок в прототип приложения	76000	Улучшенный прототип, более соответствующий потребностям и ожиданиям пользователей
Повторный запуск MVP на фокус-группе	Тестирование обновленной версии MVP на той же фокус-группе для оценки изменений и эффективности улучшений	20000	Новая оценка приложения со стороны пользователей, получение дополнительной обратной связи
Поиск инвесторов	Исследование рынка инвестиций, подготовка презентаций и бизнес-планов, презентация проекта потенциальным инвесторам	35000	Привлечение инвестиций для финансирования развития и масштабирования проекта
Создание финального приложения	Полная разработка и запуск окончательной версии приложения на основе улучшенного прототипа	69000	Готовое к использованию приложение с учетом всех улучшений и предложений пользователей

Разработка сайта	Создание веб-платформы для представления приложения, информации о компании, контактов, новостей и другой полезной информации	77000	Наличие полноценного веб-сайта, который будет использоваться для привлечения пользователей и клиентов
Юридическое оформление деятельности	Регистрация компании, оформление договоров, лицензий, политик конфиденциальности и другой необходимой юридической документации	30000	Юридически корректное и надежное оформление деятельности
Разработка маркетинговой и рекламной компании	Выработка стратегии маркетинга, создание контента, запуск рекламных кампаний в различных онлайн и офлайн каналах	50000	Увеличение узнаваемости бренда, привлечение новых пользователей и клиентов
Запуск маркетинговой и рекламной кампании	Развертывание рекламных кампаний, мониторинг эффективности, корректировка стратегии в зависимости от результатов	200000	Повышение осведомленности целевой аудитории о продукте и увеличение числа пользователей
Анализ итогов рекламной компании	Сбор и анализ данных о рекламных кампаниях, оценка их эффективности и результативности	40000	Подведение итогов рекламных усилий, определение успешных и менее успешных стратегий маркетинга для будущего использования

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»:

Да

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

Да

Перечень членов проектной команды,

Карякина Арина, Антистова Ксения, Доспахова Анастасия

участвовавших в программах Leader ID и АНО «Платформа НТИ»:	
ДОПОЛНИТЕЛЬНО	
Участие в программе «Стартап как диплом»	-
Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:	-
Для исполнителей по программе УМНИК	
Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК»	-
Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий стартап»	-

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Календарный план проекта:

№ этапа	Название этапа календарного плана	Длительность этапа, недели	Стоимость, руб.
Подготовка проекта		4 недели	
1	Создание команды	1 неделя	0
2	Разработка идеи проекта	1 неделя	1000
3	Разработка плана работы	1 неделя	1000
4	Разработка паспорта проекта	1 неделя	0
Исследование рынка и определение потребностей клиентов		1 неделя	
5	Проведение анализа целевой аудитории	1 неделя	32000
6	Проведение анализа конкурентов	1 неделя	32000
7	Анализ рынка	1 неделя	32000
Оценка финансовых показателей		1 неделя	
8	Создание финансовой модели	1 неделя	20000
9	Анализ инвестиционной привлекательности проекта	1 неделя	10000
Разработка MVP		13 недель	
10	Определение функционала приложения	1 неделя	9000
11	Создание черновых макетов сервиса	2 недели	21000
12	Разработка фирменного стиля	1 неделя	15000
13	Разработка итоговых макетов приложения	3 неделя	35000
14	Кодовая разработка сервиса	4 неделя	190000
15	Сбор MVP	2 недели	96000
Тестирование MVP и улучшение сервиса		8 недель	
16	Создание фокус-группы для тестирования MVP	1 неделя	20000
17	Тестирование MVP на фокус-группе	2 недели	40000
18	Сбор обратной связи после тестирования	1 неделя	20000
19	Анализ обратной связи	1 неделя	15000
20	Улучшение прототипа	2 недели	76000
21	Повторный запуск MVP на фокус-группе	1 неделя	20000
Привлечение инвестиций		6 недель	

22	Поиск инвесторов	6 недель	35000
Выход на рынок		14 недель	
23	Создание финального приложения	1 неделя	69000
24	Разработка сайта	7 недель	77000
25	Юридическое оформление деятельности	1 неделя	30000
26	Разработка маркетинговой и рекламной компании	1 неделя	50000
27	Запуск маркетинговой и рекламной кампании	4 неделя	200000
28	Анализ итогов рекламной компании	1 неделя	40000