



Технологии Будущего

АКСЕЛЕРАТОР

Проект “Ultra”

20.35

НАЦИОНАЛЬНАЯ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ
ИНИЦИАТИВА



АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА



Цель

Помочь людям, у которых есть проблемы с кожей, склонность к раковым заболеваниям и нехватка или избыток витамина D, через создание умных часов для отслеживания объема поглощенного ультрафиолета.

Задачи

- Разработать и создать устройство для определения уровня потребленного ультрафиолетового излучения
- Разработать приложение для устройств (телефон, планшет, часы, компьютер и др.)

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА



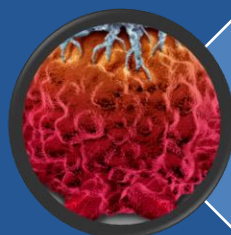
Проблемы, которые решает проект:



- поможет контролировать уровень облучения для предотвращения возможного солнечного удара и ожогов тканей кожи



- поможет в отслеживании получения витамина D



- поможет снизить риск возникновения злокачественных образований

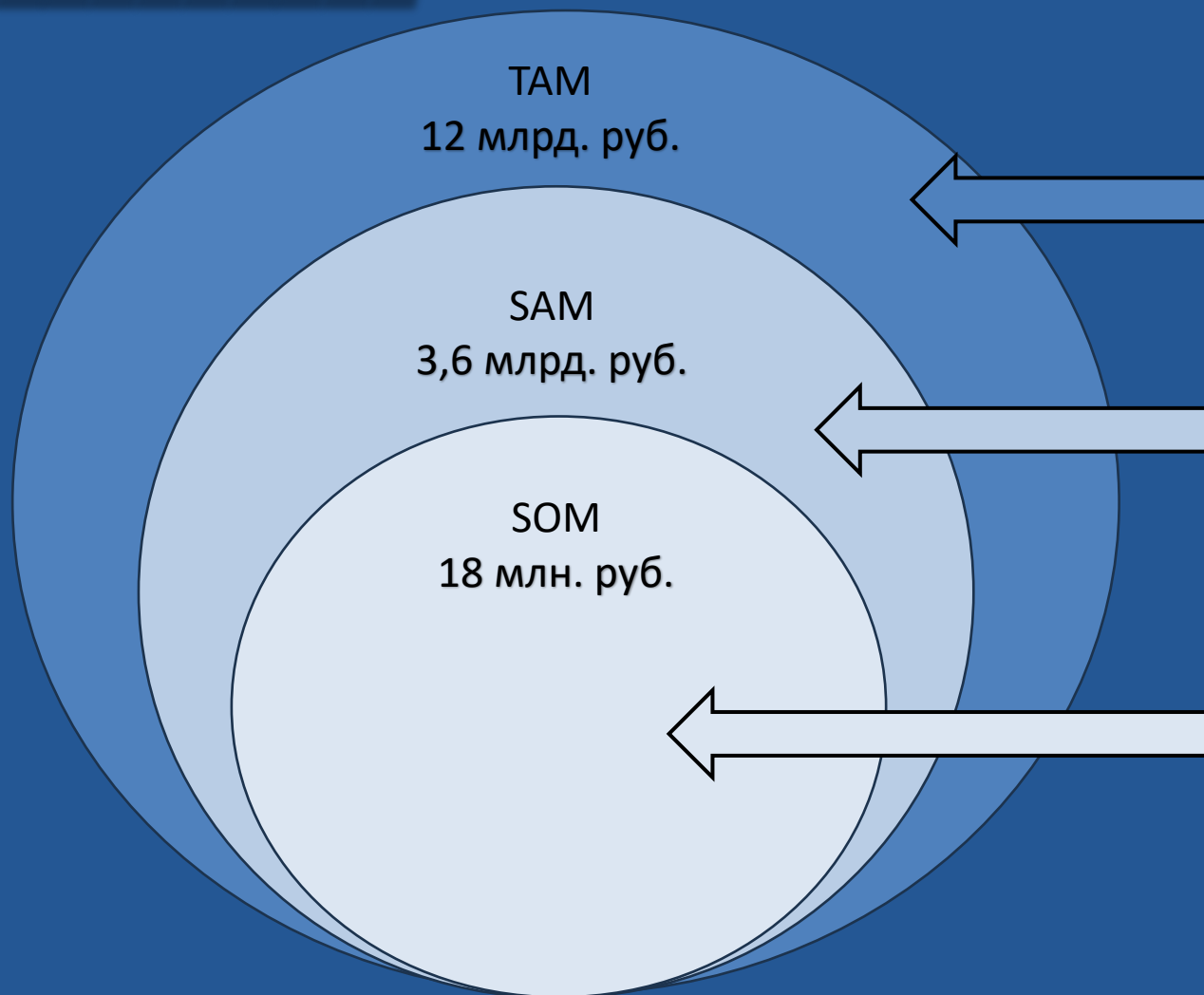
АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА



Целевая Аудитория:

1. Люди, родственники которых имели подобное заболевание, обладающие генетическими факторами
2. Люди с особенной внешностью (светлая кожа, рыжие волосы, веснушки, и т. д.)
3. Люди с ослабленным иммунитетом и люди, имеющие заболевания кожи
4. Люди в возрасте от 15 до 70, родители детей (от 1 до 14 лет)
5. Люди, проводящие чрезмерное количество времени под солнечными лучами

РЫНОК, ЕГО ОБЪЕМ И ДИНАМИКА



Объем TAM составит 12 млн. человек. Если наш товар будет продаваться по 1 тыс. рублей, то общий объем целевого рынка составит 12 млрд рублей.

Предположим, что 30% от объема TAM, а именно 3,6 млн чел – это количество доступных клиентов, а SAM – 3,6 млрд руб.

Если мы будем производить 1,5 тыс. продукции в месяц, то реально достижимый объем рынка составит 18 млн рублей – это и есть SOM.



Смарт-браслет УФ-детектор



Плюсы нашего продукта:

Есть приложение, два вида (брелок, часы), прост в использовании, многофункциональный.

Минусы нашего продукта:

Техническая сложность в использовании, внушительная стоимость.



Минусы конкурентов:

зачастую отсутствие приложения, ограниченность функций, менее качественный материал.

Плюсы конкурентов:

низкая стоимость, легкий вес продукта, максимально прост в использовании.

РЕШЕНИЕ



Режимы, в котором будет работать наше устройство:

- Имеет сменный ремешок;
- Противоударный.

ПОВСЕДНЕВНОЕ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ



В ВОДЕ

- Водонепроницаемый
- Компактный;
- Удобный.

- Устойчив к высоким температурам;

ЗАГАР



Технологии Будущего

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ И ЮНИТ-ЭКОНОМИКА



- Люди с заболеваниями кожи;
 - Люди с нехваткой витамина D;
 - Родители детей (от 1 до 14 лет)
- (B2C)

Сегменты
покупателей

Каналы

- Таргетированная реклама;
- Социальные сети;
- Онлайн – магазины;
- Маркетплейсы;
- Медицинские учреждения.

Доходы

Расходы

- 1 000 рублей за покупку единицы товара;
- 200 рублей в месяц (премиум подписка).

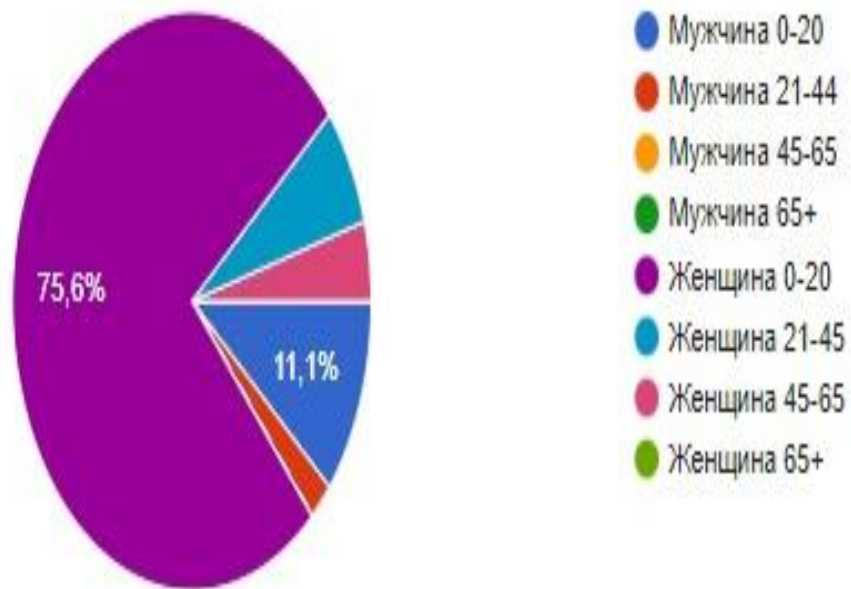
- Первоначальные вложения 5,5 млн рублей;
- Точка безубыточность – 6 800 человек.

ТЕКУЩИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ



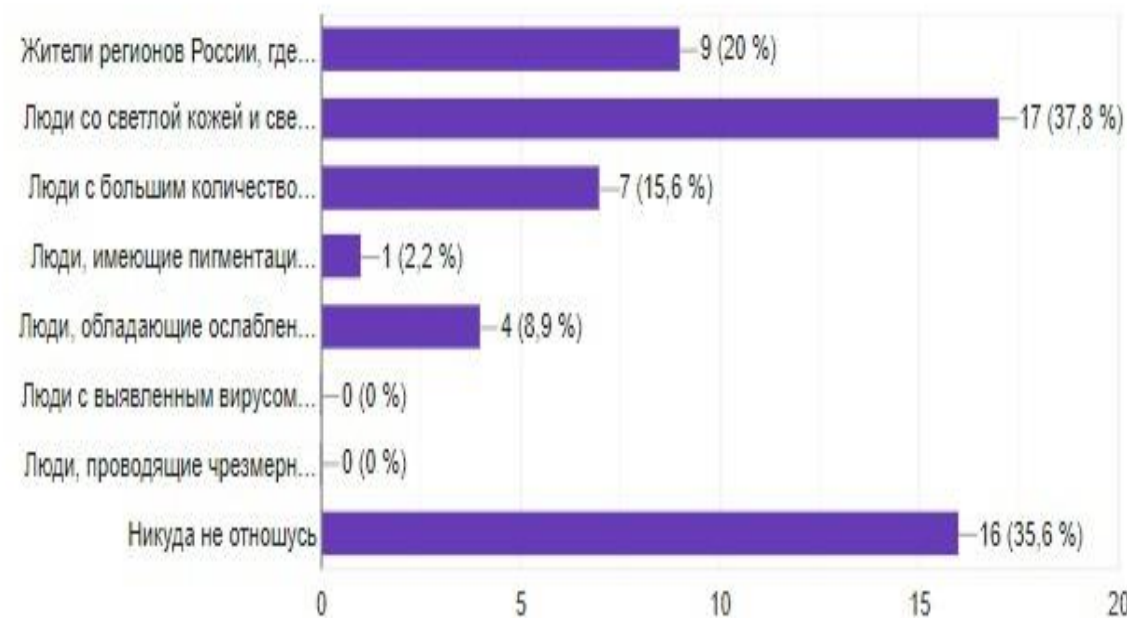
Укажите Ваш пол и возраст

45 ответов



Выберите из пунктов то, что относится к Вам

45 ответов

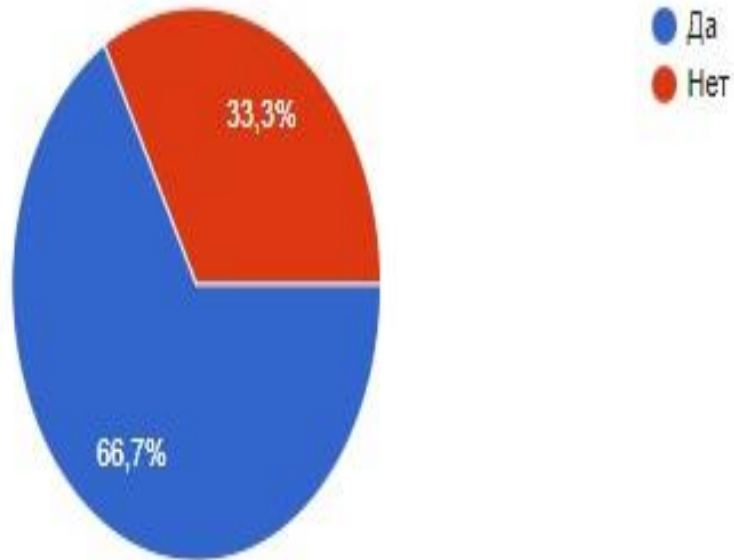


ТЕКУЩИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ



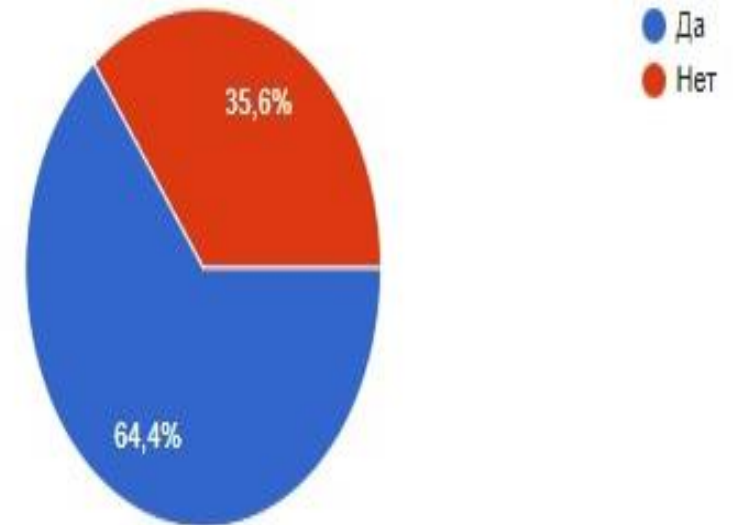
Вы когда-нибудь пользовались умными часами

45 ответов



Вы бы хотели воспользоваться устройством, которое бы измеряло уровень облучения солнечными лучами (в комплекте с приложением, где будет вся статистика по использованию и рекомендации)?

45 ответов



ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ



Описание риска	Мера реагирования на риск
Недостаточные объемы финансирования	Получение грантов, партнерство и сотрудничество с медицинскими организациями, привлечение дополнительных средств из внебюджетных источников.
Появление весомого конкурента	Формирование существенных конкурентных преимуществ, отличающих наш проект от конкурента.
Несоответствие полученного результата ожидаемому	Тщательный отбор поставщиков, использование качественного и высокотехнологичного оборудования.

ПЛАНЫ РАЗВИТИЯ ПРОДУКТА



- Расширение клиентской базы.
- Новые функции в приложении.
- Постоянное совершенствование продукта исходя из пожеланий и замечаний клиентов.
- Совершенствование продукта в соответствии с научно-техническим прогрессом.



ФРАГМЕНТ

- 1) Дизайнер
 - 1.1) Написание постов для социальных сетей;
 - 1.2) Создание презентаций для представления продукта;
 - 1.3) Оформление самого продукта и т. д.

- 2) Социолог
 - 2.1) Проведение опросов целевой аудитории;
 - 2.2) Анализ целевой аудитории;
 - 2.3) Выявление основных тенденций в работе с целевой аудиторией и т. д.

СОСТАВ КОМАНДЫ



Руководитель (эксперт)
Торманов Николай
+7 909 334 92 40



Аналитик (доводчик)
Кондратенко Анастасия
+7 977 333 62 92



Финансист (эксперт)
Осмолец Павел
+7 920 758 81 93



Дизайнер (душа компания)
Казанцева Дарья
+7 963 682 89 64



**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ**
Основан в 1919 году

Технологии Будущего

Бороться и искать,
найти и не сдаваться!

20.35

НАЦИОНАЛЬНАЯ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ
ИНИЦИАТИВА

- ☐ Торманов Николай +7 909 334 92 40
- ☐ Кондратенко Анастасия +7 977 333 62 92
- ☐ Осмолец Павел +7 920 758 81 93
- ☐ Казанцева Дарья +7 963 682 89 64

