

ПЛАТФОРМА
УНИВЕРСИТЕТСКОГО
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

АКСЕЛЕРАТОР СПбГЭУ ЛИГАГРАД



ИНИЦИАТИВНАЯ РАЗРАБОТКА
КОВРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ
АКАДЕМИЯ ИМ. В. А. ДЕГТЯРЁВА

САМООЧИЩАЮЩАЯСЯ ОДЕЖДА

ПРОДУКТ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Люди от 20 до 65 лет со средним и высоким уровнем дохода, которые предпочитают досуг на свежем воздухе или работают в уличных условиях (например, геологи).

Преимущественно наша продукция ориентирована на мужскую часть населения.



ПРОБЛЕМЫ

1. Загрязнение одежды;
2. Высокая вероятность заражения бактериями;
3. Отсутствие условий для стирки;
4. Престиж.



РЕШЕНИЕ

1. Покрытие из диоксид титана отлично справляется с задачей устранения загрязнений с поверхности ткани;
2. Диоксид титана в процессе очищения устраняет не только механические загрязнения, но и бактерии;
3. Ткань, покрытая диоксидом титана, обладает свойством самоочищения, которое проявляется в результате взаимодействия с видимым светом, насовсем забыть привычную стирку не получится, но чистота будет сохраняться гораздо дольше;
4. Обладание инновационной одеждой дает определенный престиж владельцу экипировки.



ФУНКЦИОНАЛ MVP

1. Прототип продукции;
2. Разработаны выкройки изделий;
3. Сделаны основные расчеты.

КОНКУРЕНТЫ

Список критериев	Наша компания	Соболь	Novatex	Сплав
Цена	4	5	5	3
Качество	5	3	4	5
Доступность	3	4	5	5
Ассортимент	3	3	5	5
Итого:	3,8	3,8	4,8	4,5

МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ

● Процент от продаж:

Преимущества: неограниченные возможности роста доходов при увеличении продаж и среднего чека клиента.

Недостатки: большая конкуренция на рынке, зависимость от доходов клиентов.

● Размещение рекламы:

Преимущества: рекламу можно продавать практически везде, не только на онлайн-площадках, но и на офлайн.

Недостатки: для воплощения данной модели необходимо иметь развитый продукт, активную аудиторию.

ФИНАНСЫ

На один юнит

1%

Ожидаемая конверсия
клиента

3 000 РУБ.

Стоимость привлечения
клиента

21 000 РУБ.

Средняя выручка за
время жизни клиента

На год

1 459 075 РУБ.

Валовая прибыль

300 ТЫС. РУБ.

Расходы на привлечение

872 400 РУБ.

Постоянные расходы

480 758 РУБ.

Прибыль

СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА НА РЫНОК

1. Выход на рынок будет осуществляться путем рекламного продвижения и размещения продукции на онлайн-платформах;
2. Продукция будет представлена на рыболовном водоеме Улово в качестве выставочного экспоната, предварительное соглашение о сотрудничестве достигнуто.

ДОРОЖНАЯ КАРТА



КОМАНДА



Фролова Алина
Лидер проекта

