**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(ссылка на проект)*  \_\_\_\_\_\_3.12.23\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 7721037218 |
| Регион ВУЗа | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | Технологии Будущего |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70-2023-000649 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Точка интереса – Агрегатор ресторанов |
| 2 | **Тема стартап-проекта\*** | *ТН1. Цифровые технологии и информационные системы;* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Технет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID  - Leader ID 2352777  - ФИО Полхов Михаил Юрьевич  - телефон 89152415315  - почта polhov2001@mail.ru |
| 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 |  |  | Новосельцева Полина Павловна |  | 8-919-068-50-38  p.novoseltseva@bk.ru |  |  | | 2 |  |  |  |  |  |  |  | | 3 |  | 2352777 | Полхов Михаил |  |  |  |  | | 4 |  |  |  |  |  |  |  | | |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 8 | **Аннотация проекта\***  *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* | Сервис, объединяющий в себе различные тематические площадки, с целью повышения их уровня продаж и обеспечения удобства выбора блюд, напитков и заведений в целом пользователями. Отличительной особенностью сервиса является единый дизайн, удобный интерфейс. Здесь компании не рекламируются, не соревнуются между собой в красочной презентации. Они предлагаются в качестве части каталога тех заведений, что работают в вашем городе. |
|  | **Базовая бизнес-идея** | |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться\***  *Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации которого планируется получать основной доход* | Агрегатор ресторанов или мощный канал для привлечения трафика для локального бизнеса (кафе, рестораны, бары, клубы, кофейни и тд). |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает\***  *Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт* | *Проблемы конечных потребителей:*  - долгий поиск нужных заведений, связанный с изучением критериев и отзывов отдельно по каждому заведению;  - слишком много ненужной информации, смещающий фокус;  - сортировка заведений осуществляется не корректно.  *Проблемы промежуточных пользователей (заведения общепита):*  - сложности масштабирования;  - дорогостоящее и слабо окупаемое привлечение клиентов. |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты\***  *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.)* | Потенциальными потребительскими сегментами являются:   1. заведения общепита г. Москвы (B2B); 2. конечные потребители 18-45 лет, средний класс г. Москвы в ситуации прогулок по Москве, встреч или голода (B2C). |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)\***  *Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта* | В качестве движка будет выбран CMS WordPress, т.к. обладает всеми присущими CMS качествами, имеет самую большую базу модулей, шаблонов и плагинов. При этом для повышения скорости разработки подойдет легковесный и гибкий фреймворк. Для языка PHP рассматриваются фреймворки Laravel, Yii. Для Python — Django, Flask. |
| 13 | **Бизнес-модель\***  *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.* | B2B платит ресторатор.  CRM модель: оплата за каждые 1000 показов. Реклама заведений. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Resto Club, Tripadvisor, Яндекс Карты, Где поесть, Restorating |
| 15 | **Ценностное предложение\***  *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* | - Удобный поиск;  - Узнаваемость компании (как следствие, повышение лояльности);  - Актуальные отзывы;  - Точное попадание в настроение и желание конечного потребителя;  - Возможность конечного потребителя влиять на рейтинг заведений;  - Система бонусов и скидок;  - Удобный и быстрый поиск заведения по подсказкам. |
| 16 | **Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД, действующих индустриальных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.); дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)\***  *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* | Проект будет по-своему уникален. Помимо базового функционала, что используют известные агрегаторы, планируется полное погружения в потребности конечных потребителей. Агрегатор будет учитывать даже незначительные, на первый взгляд, параметры, такие как, музыкальные вкусы, атмосфера заведения (живая музыка/авкариумы с живыми рыбами/открытая кухня и другие). При этом у пользователей будет возможность самостоятельно предлагать параметры для оценки заведений. |
|  | **Характеристика будущего продукта** | |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)\***  *Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению* |  |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\*  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* |  |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества\***  *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.)* |  |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции**\*  *Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | Нужна команда программистов, аренда сервера,  сбор данных от первых пользователей обратная связь, живой опыт для малого и среднего бизнеса |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL**  *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* | Уже создан прототип в Figma  Продуман функционал  В стадии решения персонализации пользователя на странице |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует следующим Стратегическим направлениям, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:  - Стратегическое направление 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпункт 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»);  - Стратегическое направление 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны». |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* |  |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* |  |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | В среднем ресторатор тратит 4,7 млн руб. в месяц за привлечение 50-150 человек в день. При среднем чеке в 2000 руб. максимально возможная выручка 9 млн руб. При этом более 50% выручки уходит на маркетинг. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\***  *Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта* |  |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\***  *Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 24)* |  |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* |  |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\***  *Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* |  |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| *Вписать текст сю* *План развития приложения по поиску удобных мест отдыха для молодежи:*  *1. Расширение базы данных: Включение большего количества заведений, филиалов и возможно, введение онлайн-продаж свободных столов или билетов для мероприятий.*  *2. Улучшение функционала: Добавление возможности составления списков «любимых» мест, определение местоположения пользователя с помощью GPS-координат, включение фильтров по актуальности и типам заведений, обратная связь с пользователями.*  *3. Повышение релевантности: Внедрение системы автоматического обновления отзывов и рейтингов, включение возможности оставлять фотографии и видеообзоры, управления персональными данными и маркировка "проверенных" мест.*  *4. Продвижение личного профиля: Возможно, добавление функционала места для встреч с друзьями, планирования активностей или резервирования места на определенное время.*  *План рекламы для малого и среднего бизнеса (кафе, рестораны, кальянные):*  *1. Партнерство: Установление партнерских отношений с заведениями, предлагая им бесплатную регистрацию в приложении и возможность платной рекламы.*  *2. Таргетированная реклама: Запуск рекламных кампаний на социальных сетях, направленных на молодежь с определенными интересами и предпочтениями в отдыхе, использование геотаргетинга.*  *3. Акции и специальные предложения: Совместное проведение акций и мероприятий, специальные предложения для пользователей приложения: скидки, бонусы, лотереи.да* |