**Ссылка на проект, зарегистрированный на платформе Projects:** https://pt.2035.university/project/light\_2023\_06\_19\_20\_26\_14

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Краткая информация о стартап-проекте** | |
| **1** | **Название стартап-проекта** | «Свет» |
| **2** | **Тема стартап-проекта\*** 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 | Оказание психологической помощи молодым людям, которые страдают от интроверсии и социофобии |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ** | Нано-, био-, информационные, когнитивные технологии |
| **4** | **Рынок НТИ** | HealthNet |
| **5** | **Сквозные технологии** | Нейротехнологии и искусственный интеллект |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта** | - U1333138 - 2567643 - Зюзина Ирина Сергеевна  - 8 (916) 142-26-92  - @curlyRin (тг) |
| **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 | U1333138 | 2567643 | Зюзина Ирина Сергеевна | Руководитель | 89161422692  @curlyRin (тг) | - | 3 курс, факультет “Реклама и связи с общественностью” ГУУ | | 2 | U1012079 | 3199006 | Осипова Маргарита Андреевна | Администратор | 89670647134  ritatusya5@yandex.ru | - | 3 курс психологического факультета, МГППУ | | |
|  | **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 | Проект по оказанию психологической помощи молодым людям, которые страдают от интроверсии и социофобии. |
|  | **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* | Услуги психологической помощи (онлайн-сессии, консультации) с молодыми специалистами-психологами |
| **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* | Проведено *30* интервью, возраст респондентов – *16–23* лет   * После анализа результатов проблемных интервью мы пришли к выводу, что многим ребятам сложно высказаться, подобрать слова, рассказать о своих проблемах, быть искренними и честными с самими собой и с другими. * Поэтому часто молодые люди *замыкаются в себе,* *не выражают накопившиеся чувства и эмоции и не умеют доверять.* |
| **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.)* | * **Сегмент 1: 15–18 лет** * **Сегмент 2: 18–25 лет**   Мы ориентируемся на *школьников, студентов* колледжей и ВУЗов, которые:  - склонны к проявлению *интровертивного поведения* и самокритике;  - часто имеют низкую самооценку, но высокий уровень тревожности;  - имеют *социальные барьеры* и страхи, с которыми им трудно бороться в одиночку;  - получили *негативный опыт* общения.  Свободное время они предпочитают проводить *наедине с собой*:  в социальных сетях, видеоиграх, чтении и т. д.  (проявление эскапизма - желания спрятаться от реального мира) |
| **12** | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан технология / услуга / продукт (далее – продукция) (с указанием использования собственных или существующих разработок)**   *Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта* | Научно-техническое решение – создание цифрового сервиса, приложения и чат-бота в ТГ |
| **13** | **Бизнес-модель\***  *Указывается краткое 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.* | **Ключевые партнеры:**  1. «Союз охраны психического здоровья»  2. Блогеры, освещающие тему заботы о ментальном здоровье  **Ключевые виды деятельности:**  Оказание психол. помощи и объединение людей для получения поддержки  **Ценностное предложение:**  Создание уютного и безопасного Интернет-пространства и комьюнити людей, которые имеют похожую проблему и проходят этот путь вместе  **Взаимоотношения с клиентами:**  Индивидуальная работа с клиентами  Групповой формат взаимодействия в чатах  **Ключевые ресурсы:**  Команда  **Каналы коммуникаций и сбыта:**  -инфлюенс-маркетинг  -Telegram-канал  -Pinterest  -YouTube Shorts  **Структура издержек:**  Разработка цифрового сервиса, создание чат-бота  и приложения, реклама, налоги, з/п сотрудникам  **Потоки поступления доходов:**  Мин. стоимость сессии – 800 руб. + система «чаевых» для поощрения работы специалистов |
| **14** | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Сервисы, горячие линии, студенческие проекты и волонтерские движения: 2. Проект «Волонтёры-психологи», движение добровольцев. «Мы вместе» 3. Портал «Твоя территория онлайн» - психологическая помощь подросткам и молодежи онлайн до 23 лет 4. Консультации магистрантов НИУ ВШЭ – для взрослой молодежи, старше 18 лет 5. ПомощьРядом.рф Психологи – подросткам 6. Молодёжный телефон доверия 7. Консультации магистрантов НИУ ВШЭ – для взрослой молодежи, старше 18 лет   Косвенные конкуренты. Скорее всего, это Интернет-площадки, где молодые люди не боятся высказываться, делиться опытом в решении проблем и преодолении трудностей.   1. Сообщество ВК «Nothing wrong with you» 21,5К подписчиков 2. Сообщество ВК «Мои маленькие победы» 37,7К подписчиков 3. Чат в Телеграме «Бесплатная психологическая помощь» 9,6К участников 4. Чат в Телеграме «Вакансии для психологов» 8,2К участников 5. Блогеры, освещающие в информационном пространстве тему лайфстайла и психологии (комментарии под видео – место для обсуждения проблем, нахождения поддержки и понимания + формирование комьюнити вокруг блогера = люди со схожими взглядами, ценностями, образом жизни) Это зачастую блоги с небольшой, но отзывчивой аудиторией |
| **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* | **Наши ценности:**  Открытость, чуткость, честность, уважение    **Наши сильные стороны:**   * Близость к ценностям молодежи (говорим с ними на одном языке, предлагая интерактивы, удобные форматы и приглашая к работе молодых специалистов) * Создание не только сервиса по психологической помощи, но и образовательного пространства * Формирование молодежного комьюнити   **Ключевые слова:** внутренний свет, сияние и гармония |
| **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* | **Наши сильные стороны:**   * Близость к ценностям молодежи (говорим с ними на одном языке, предлагая интерактивы, удобные форматы и приглашая к работе молодых специалистов) * Создание не только сервиса по психологической помощи, но и образовательного пространства * Формирование молодежного комьюнити |
|  | **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* | В разработке |
| **18** | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\*** *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | В разработке |
| **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.)* | «СВЕТ» – это цифровой сервис, который соединяет клиентов и специалистов-психологов на одной платформе и представляет собой новое пространство коммуникации молодых людей.  Одной из целей создания сервиса является формирование комьюнити единомышленников – людей, которые столкнулись со схожей проблемой и могут поделиться опытом друг с другом и рассказать, что им помогает справиться.  Виды психологической помощи:   * Индивидуальные: онлайн-сессии, 1 на 1, 50 минут. Подключение через личный кабинет, устанавливается минимальная оплата + «чаевые» от клиента * Групповые-онлайн: чаты с модератором для обсуждения схожих проблем и трудностей, 10–20 чел, 20–35 чел, >50 чел. Подбор ребят, близких по возрасту, мировоззрению и имеющимся проблемам. * Интерактивные: игры-квесты на познание себя. Воздействие на разные каналы восприятия, проживание эмоций, психологические упражнения * Групповые-очные: под вопросом. Может быть, это будут встречи – душевные беседы с чаем, фестиваль \*светлых людей\*, распределение клиентов по интересам и создание мини-групп, формирование круга общения, знакомства в разных городах, общие сеансы ароматерапии и т. д. |
| **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* | Искусственный интеллект - для создания и поддержки чата психологической платформы  Сама психологическая платформа - разработка сайта и его мобильного приложения, доступного и на IOS, и на Android |
| **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* | * Проверена изначальная гипотеза об актуальности поднимаемой проблемы * Проведены проблемные (30) и решенческие (12) интервью * Определена ключевая проблема и сегменты ЦА * В результате анализа полученных данных предложено технологичное решение – создание цифрового сервиса **«Свет»** * Выявлено ценностное предложение * Проведен SWOT-анализ конкурентов * Составлена бизнес-модель по Остервальдеру * Проведен анализ и расчет рынка * Намечены планы на будущее |
| **22** | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия**\* | - |
| **23** | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | -инфлюенс-маркетинг  -Telegram-канал  -Pinterest  -YouTube Shorts |
| **24** | **Каналы сбыта будущего продукта\*** *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать краткое обоснование выбора* | **Точки касания:**   * Сайт-платформа «Свет»   - разделы по видам помощи  - образовательный контент (лекторий и подкасты) – карточки специалистов (фотография, видео-визитка, рассказ о себе, образование, старший наставник, сильные стороны и качества, увлечения и хобби)  - тематические чаты в ТГ с модератором (комьюнити)   * Приложение для IOS и Android * Чат-бот «PrLight\_bot» |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** | |
| **25** | **Описание проблемы\***  **Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9** | Студенты психологических факультетов чувствуют острую нехватку практики в период обучения в университете. Отсутствие опыта не позволяет им сформировать клиентскую базу и попробовать себя в качестве специалиста в профессиональной среде. Именно поэтому после выпуска они зачастую не могут начать работать по специальности, появляется много преград для начала карьеры, и выпускники даже задумываются о смене профессии.  С обратной стороны - мы стремимся решить проблему доступности психологической помощи всем, кто в ней нуждается. Наша скорректированная целевая аудитория — это школьники и студенты, которые не имеют своего заработка и не могут оплатить дорогостоящие сессии у психологов, а также люди преклонного возраста, которые не работают и не могут при необходимости обратиться к психологу из-за финансового барьера.  Кроме того, мы нацеливаемся на тех ребят, которым тяжело открыто попросить помощи или рассказать о наболевшем из-за социальных страхов и барьеров, поэтому наш ToV будет экспертным, но в то же время – дружелюбным, располагающим к себе и вызывающим доверие. |
| **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* | Наш стартап-проект направлен на решение только части проблемы доступности оказания психологической помощи, потому что мы выделили определенные сегменты целевой группы, с которыми в дальнейшем будем работать.  Географически мы ориентируемся на молодых людей, проживающих по всей России, потому что онлайн-формат удобен практически для каждого человека, имеющего доступ в Интернет. |
| **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)* | Статистические данные (исследование ВЦИОМ, 2022) - 44% молодежи, которая не умеет общаться друг с другом, выстраивать отношения, боится проявляться, замыкается в себе, и это порождает чувство глубокого одиночества и неудовлетворённости жизнью. |
| **28** | **Каким способом будет решена проблема\*** *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Мы предлагаем бюджетные консультации с молодыми специалистами-психологами, благодаря чему люди, которым нужны помощь, поддержка и участие, смогут своевременно их получить, и они станут чуточку счастливее. |
| **29** | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\***  *Необходимо привести краткое обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* | **TAM** = 147 000 000 \* 0,44 \* 2500 = 161 700 000 000 руб.  **SAM** = 24 300 000 \* 0,35 \* 1200 = 10 206 000 000 руб.  **SOM** = 425 250 \* 1000 = 425 250 000 руб. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| **Этап №1** | Поиск специалистов в проектную команду (01.02) |
| **Этап №2** | Поиск специалистов-психологов в команду наставников, потенциальное сотрудничество с МГППУ + привлечение опытного психолога-супервизора для консультирования (01.03) |
| **Этап №3** | Разработка и составление методической базы для проведения онлайн-сессий и консультаций (15.03) |
| **Этап №4** | Тестирование идеи проведения сессий (март-апрель 2024) |
| **Этап №5** | Подача заявки на получение студенческого гранта (01.05) |