**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | *Название стартап-проекта* | *Проект ESG платформа для предпринимателей* |
| 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. | Технологии здоровой жизни |
| 3 | Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ | Здоровье сберегающие системы и зеленые технологии |
| 4 | Рынок НТИ | ЭнерджинетЭдунет |
| 5 | Сквозные технологии | Технологии машинного обучения и когнитивные технологии |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 |  Лидер стартап-проекта1330973Зайфиди Татьяна Александровна89206472123zayfidi.t@gmail.com | - Unti ID - Leader ID - ФИО - телефон - почта |
| 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 | 1331842 | 3560487 | Анастасия Денисовна Фокина | Дизайнер | 892665111223 | - |  |
| 2 | 1331535 | 4523016 | Елизавета Анлреевна Тарасова | Аналитик | 89037119755 | - |  |
| 3 |  | 4523004 | Ле Хоанг Минь | Исполнитель | 89096719605 | - |  |

 |
|  | **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 | Платформа для бизнеса, которая поможет компаниям совершенствоваться в соответствии с факторами ESG-стратегии. Руководство будет ставить глобальные и узкие задачи по каждому из факторов, получать советы по целям от платформы, отслеживать прогресс сотрудников по E-фактору и статистику состава кадров по S- фактору. Интеграция ESG-факторов через специальную электронную платформу в стратегию развития компании помогает учитывать возможное негативное воздействие различных нефинансовых рисков: управленческих, социальных, экологических, своевременно разрабатывать мероприятия по предотвращению их возникновения и минимизации возможного ущерба, что, в свою очередь, оказывает благоприятное влияние на конкурентоспособность компании.В настоящее время многие компании(отели) хотят внедрить ESG-концепцию в свой бизнес, однако не знают с чего начать. Наша платформа поможет не только тем, кто в начале своего “зеленого” пути, но и тем, кто уже не понаслышке знаком с ESG-концепцией и хочет выйти на новый уровень благодаря ей. * Отключение интернета
* Утечка данных
* Прекращение поддержки ПО от стороннего провайдера
* Невозможность использования платформы на старом оборудование

Снижение потребительской способности |
|  | **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 | Услуга - доступ к платформе, стоимость подписки 100 000 рублей. Также раз в год предлагается получить пакет обновлений за 30 000 рублей.  |
| 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 | Внедрение платформы-ESG для бизнеса поможет потребителям-организациям быть вовлеченными в решение экологических, социальных и управленческих проблем и стать более конкурентноспособными.  |
| 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.) | Топ-менеджеры и руководители структурных подразделений компаний, внедряющих принципы устойчивого развития бизнеса, руководители по ESG-трансформации организаций, директора по устойчивому развитию, руководители по маркетингу и корпоративным коммуникациям, HR-директора компаний. |
| 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 | ESG стратегия; платформа сайт |
| 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. | Предполагаются адресные продажи компаниям, при стоимости подписки в размере 100 000 рублей. Также раз в год предлагается совершать доп.продажу для каждого, уже имеющегося клиента: пакет обновлений за 30 000 рублей.Точка безубыточности проекта - 17 основных продаж. Отношения с потребителями планируем выстраивать на честной и прозрачной основе, реализуя принципы ESG на своем примере. Предполагается наличие чата поддержки, который будет работать круглосуточно. Так же для прогрева аудитории и лучшего контакта с потребителем, будут проводиться консультации по «зеленому бизнесу» для клиентов и тех, кто только планирует ими стать. Финансовые ресурсы планируем привлекать с помощью инвестирования со стороны крупных предпринимателей, заинтересованных в идее бизнеса и правительственных грантов. Интеллектуальные ресурсы планируем извлекать из своей экспертности и приглашения к сотрудничеству специалистов. К возможным каналам продвижения относим: нативную рекламу в интернете, рекламные компании в соц.сетях, продвижение нашего продукта в узких кругах через доверенных лиц, маркетинговые ивенты. |
| 14 | Основные конкуренты\* Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5) | 1. Dataminesoftware
2. Национальный ESG Альянс
3. Ediweb
4. Сбербанк - ESG и устойчивое развитие
5. Платформа (Центр Социального Проектирования) - Лаборатория ESG
 |
| 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 | Наше преимущество в том, что мы предлагаем полную поддержку пользователей на всем пути становления ESG бизнеса с помощью нашей платформы. |
| 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 | В настоящее время многие компании(отели) хотят внедрить ESG-концепцию в свой бизнес, однако не знают с чего начать. Наша платформа поможет не только тем, кто в начале своего “зеленого” пути, но и тем, кто уже не понаслышке знаком с ESG-концепцией и хочет выйти на новый уровень благодаря ей.  |
|  | **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 | Эдунэт- просвещение компаний в рамках ESG, обучение новым инновационным и экологичным методам ведения отельного бизнеса.Энерджинет - помощь нашей планете и экономия энергии как вторичный эффект от внедрения ESG-платформы и следования Е-трекам. |
| 18 | Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\*  Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности | Технологические/производственные* отключение интернета - копирование данных в буфер, создание копии
* утечка данных - сквозное шифрование, генерация паролей
* прекращение поддержки ПО от стороннего провайдера - наличие альтернативного ПО с возможностью быстрого переноса данных
* риск несоответствия качества товара или услуги в связи с использованием старого оборудования - прописывать в договоре оферте технические параметры оборудования

Финансовые* не будет окупаемости из-за незнания терминов “зеленая компания” и “Esg” - усиленная рекламная кампания
* риск, связанный с платежеспособностью покупателя - смена ца
* рост фонда оплаты труда, в связи с увеличением заработной платы отдельных сотрудников - снижение затрат по другим статьям, сокращение штата

Организационные* ошибки планирования и проектирования - денежная подушка безопасности, установка сроков раньше официальных для перепроверки
* недостатки координации работ - контроль через мониторинг деятельности сотрудников, ежедневная отчетность
* слабое регулирование - выбор корректного стиля управления
* неправильная стратегия снабжения - поиск источников кредитования и поддержки у государства
* ошибки в подборе и расстановке кадров - профориентационный анализ сотрудников, проведение психологических тестов
* недостатки в организации маркетинговой деятельности - оценка рекламной кампании сторонним маркетологом
* неправильный выбор рынка сбыта - поиск иностранной ца для сайта
* неправильная ценовая политика - консультация с бизнес-аналитиком
 |
| 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.) | Наше преимущество в том, что мы предлагаем полную поддержку пользователей на всем пути становления ESG бизнеса с помощью нашей платформы. Также преимуществом являетсяотносительно невысокая цена. |
| 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 | Информационные решения предполагаемые специалистом |
| 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 | Стартап находится на уровне прототипа, есть пример сайта, известна полная кадровая и материальная потребности |
| 22 | Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\* | Соответсвует полностью |
| 23 | Каналы продвижения будущего продукта\*  Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения | Мы организуем продвижение продукции следующим образом:1. Традиционная реклама: мы будем рекламировать их по телевидению, потому что есть часть людей, которые все еще тратят много времени на просмотр телевизора каждый день.2. Реклама в Интернете: мы будем размещать рекламу в таких приложениях, как VK, Instagram, Tiktok, потому что сейчас на эти приложения тратится много времени.3. Традиционная реклама: мы создадим отделы продаж, после чего они свяжутся с предприятиями напрямую. Мы также можем обратиться непосредственно к компаниям, чтобы рекламировать их.Реклама в таких приложениях, как VK, Instagram или TIktok, будет более эффективной, потому что охватит больше людей, сэкономит много денег и времени по сравнению с двумя другими способами рекламы. |
| 24 | Каналы сбыта будущего продукта\*  Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора | Нашим будущим официальным каналом продаж будет ВКонтакте. Поскольку это широко используемая платформа в России, и сейчас много компаний, продвигающих рекламу своей компании на этой платформе, они могут легко увидеть нашу продукцию. |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | Описание проблемы\*  Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9  | Мы предлагаем создать платформу для бизнеса, которая поможет компаниям совершенствоваться в соответствии с факторами ESG-стратегии.Руководство будет ставить глобальные и узкие задачи по каждому из факторов, получать советы по целям от платформы, отслеживать прогресс сотрудников по E-фактору и статистику состава кадров по S- фактору.Интеграция ESG-факторов через специальную электронную платформу в стратегию развития компании способствует большей устойчивости модели ведения бизнеса, так как помогает учитывать возможное негативное воздействие различных нефинансовых рисков: управленческих, социальных, экологических, своевременно разрабатывать мероприятия по предотвращению их возникновения и минимизации возможного ущерба, что, в свою очередь, оказывает благоприятное влияние на конкурентоспособность компании.Мы продаем подписку для доступа к платформе по 100 000 рублей |
| 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 | В современном мире деятельность человека оказывает сильное влияние на окружающую среду, и в случае игнорирования этого факта последствия станут необратимыми.  Не менее важная проблема современного общества - социальная, связанная с отношением компании к персоналу, поставщикам, клиентам, партнерам и потребителям. Не все компании ответственно относятся к своим работникам - заставляют перерабатывать, не дают страховок, не выплачивают премии. Более того, на качественную работу организации очень влияет обстановка внутри компании - ее корпоративная культура, прозрачность управления и отчетности, отношения внутри коллектива. Именно эти проблемы решает ESG-концепция, выводя при этом компанию на совершенно новый уровень. |
| 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) | «Держатель» проблемы - это владелец бизнеса, который решил вывести свою компанию на новый уровень. Его проблема в том, что он хочет превосходить своих конкурентов, следовать международным тенденциям по охране нашей планеты, честному ведению бизнеса и социальной поддержке местного населения, но не знает как. Его «боль» в том, что в интернете много информации, в которой легко запутаться, есть возможность не отличить нужное от бесполезного. Мы предлагаем структурированное решение данной проблемы в виде платформы, опорного инструмента для развития. При этом платформа помогает не только руководителю компании, но и ее сотрудникам, в том, чтобы приобщиться к ESG-инициативе |
| 28 | Каким способом будет решена проблема\*  Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой | Мы предлагаем создать платформу для бизнеса, которая поможет компаниям совершенствоваться в соответствии с факторами ESG-стратегии. Руководство будет ставить глобальные и узкие задачи по каждому из факторов, получать советы по целям от платформы, отслеживать прогресс сотрудников по E-фактору и статистику состава кадров по S- фактору.Экологическая проблемаСоциальная проблемаУправленческая проблемаВ современном мире деятельность человека оказывает сильное влияние на окружающую среду, и в случае игнорирования этого факта последствия станут необратимыми.Не менее важная проблема современного общества - социальная, связанная с отношением компании к персоналу, поставщикам, клиентам, партнерам и потребителям. Не все компании ответственно относятся к своим работникам - заставляют перерабатывать, не дают страховок, не выплачивают премии.Более того, на качественную работу организации очень влияет обстановка внутри компании - ее корпоративная культура, прозрачность управления и отчетности, отношения внутри коллектива.Интеграция ESG-факторов через специальную электронную платформу в стратегию развития компании способствует большей устойчивости модели ведения бизнеса, так как помогает учитывать возможное негативное воздействие различных нефинансовых рисков: управленческих, социальных, экологических, своевременно разрабатывать мероприятия по предотвращению их возникновения и минимизации возможного ущерба, что, в свою очередь, оказывает благоприятное влияние на конкурентоспособность компании. |
| 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. | На рынке представлены похожие предложения, однако их мало и они не настолько проработаны |

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Календарный план проекта:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №этапа | Название этапа календарного плана | Длительность этапа, дн. | Стоимость, руб. |
| 1 | Поиск идеи проекта и ее формирование, работа с актуальностью, уникальностью решения поставленной проблемы и поиск ЦА | 17 | - |
| 2 | Создание маркетингового опроса, его проведение и анализ | 14 | - |
| 3 | Планирование сроков реализации | 2 | 607 500 |
| 4 | Найм кадров и проведение планерки по распределению обязанностей | 11 | 295 000 |
| 5 | Расчет бюджета и структурное планирование  | 13 | 6000 |
| 6 | Работа над демо-версией сайта и его дизайном | 42 | 150 000 |
| 7 | Поиск источников инвестирования | 30 | - |
| 8 | Выпуск пилотной версии сайта + прогноз состояния с последующим заключением контрактов | 21 | 150 000 |
| 9 | Выпуск конечного продукта, подготовка документации и подведение итогов | 21 | 300 500 |
| 10 | Анализ недочетов прошлой версии и их совершенствование | 7 | - |