**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(ссылка на проект)*  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(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 Здоровой Жизни |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70-2023-000649 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Check stats |
| 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.* |  *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\*** | - UntiID - LeaderID Смирнов Артём Сергеевич- телефон 89150413560- почта artem.smirnoff2009@yandex.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 |  |  | Бархатов Владислав | Аналитик | 89854586490 |  | ГУУМагистратура |
| 2 |  |  | Григорян Вилен | Коммерческий директор | 89268587599 |  | ГУУМагистратура |

 |
|  | **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* | Check stats – аналитический IT сервис для выхода на рынок маркетплейсов, роста продаж и повышения эффективности. Инструмент позволяет провести аналитику конкурентов, сформировать рекомендуемую подборку товаров для начала бизнеса на площадке, основываясь на предпочитаемой ниши и бюджета будущего продавца.Check stats – это целая экосистема для селлеров с комплексом инструментов для успешной работы на маркетплейсах.Цель проекта: Удовлетворить потребность в быстром и успешном выходе на маркетплейсы, поддержать экономическую эффективность имеющегося товарного бизнеса. Потребители: юридические лица |
|  | **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* | Сервис демонстрирует необходимые действия в управлении продажами и отстройки от конкурентов, которые приведут потребителя к устойчивому развитию на российских маркетплейсах.Таким образом, наш проект позволяет принимать верные решения и избегать ошибок при начинании/ведении торговой деятельности на российских маркетплейсах. |
| 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* | Описание проблемы: Бизнес все чаще выбирает маркетплейсы в качестве основного канала продаж. Они открывают доступ к многомиллионной аудитории и дают мощный технический и маркетинговый инструментарий для работы с ней. Однако, запустив продажи, селлеры зачастую сталкиваются с трудностями. Ключевая проблема — высокий уровень конкуренции. Причем речь не о трех-четырех однотипных предложениях: выводя продукт на маркетплейс, компания вступает в борьбу с десятками селлеров со схожим ассортиментом и ценовой политикой.Решение проблемы: создать сервис, позволяющий не только провести анализ рынка перед выходом продавца на платформу: изучить конкурентов, товарные категории, ниши, отследить тренды, спрос и упущенную выручку, но и предлагающий определенный ассортимент продукции на основе имеющегося бюджета продавца, с которым он сможет выйти на маркетплейс.Таким образом, функционал поможет сориентироваться н начать свой бизнес на маркетплейсе начинающему продавцу, а уже действующему селлеру занять лидирующие позиции в товарной нише. |
| 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.)* | По данным Минэка, на маркетплейсах свои товары и услуги предлагают уже более 2,5 млн. малых, средних и крупных предпринимателей и самозанятых.В ходе проведения анализа действующих сервисов-конкурентов по внутренней аналитике маркетплейсов было установлено, что их услугами пользуются более 430 тыс. юр.лиц. Объем целевой аудитории обосновывает востребованность в данном проекте и готовность платить за упрощение процесса ведения бизнеса. |
| 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* | 1. Создание сайта, разработка интерфейса и контента.2. Хранение, обработка, формирование статистики и постоянная актуализация аналитических данных. 3. Поддержка сервисного обслуживания клиентов |
| 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.*  | Источники доходов проекта:1. Платная подписка:- «базовый тариф» стоимость: 5 000 руб;- «расширенный тариф» стоимость 20 000 руб;- «профессиональный тариф» стоимость 50 000 руб.Источники расходов проекта:1. Разработка сайта, тестирование и внедрение необходимых изменений в продукт: 300 000 руб. 2. Использование удаленных серверов для хранения статистической информации: 200 000 руб3. Продвижение: 30 000 руб |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. <https://mpstats.io/> 2. <https://eggheads.solutions/>3. <https://pi-data.ru/>4. <https://mayak.bz/>5. <https://moneyplace.io/> |
| 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* | Вышеперечисленные сервисы по отдельности обладают своим набором преимуществ и недостатков. Одни сервисы предоставляют глубокую внутреннюю аналитику маркетплейсов, однако захватывают только 2 торговые площадки (Wildberries, Ozon). Другие предоставляют поверхностный анализ внутреннего состояния всех российских торговых площадок (Wildberries, Ozon, СберМегаМаркет, ЯндексМаркет). Однако, не один из них не предоставляет рекомендуемую подборку товаров на основе бюджета продавца и его предпочитаемой ниши, с которыми он может начать свой бизнес на торговой площадке. |
| 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* | Проблема: В настоящее время все больше людей стремятся войти в товарный бизнес на маркетплейсах, так как данные платформы решают проблемы с логистикой, хранением, а главное поиском потребителей товара. Однако, вследствие огромного числа конкурентов, предприниматель вынужден затрачивать безмерное количество времени на подбор ниши, товара, анализ стоимости. Кроме того, новые участники рынка сталкиваются с повышенным риском выйти на маркетплейс с неликвидной продукцией и плохо выставленной стоимостью на данный товар, что в конечном итоге приводит к отрицательной рентабельности продаж.Решение: Сервис, который способен не просто предоставить сведения об уже имеющихся продавцах на маркетплейсах, их обороте, реализации и выручке, но и позволяющий сохранить время и финансовые ресурсы на подбор своей ниши по числу конкурентов, желаемой ниши и имеющемуся бюджету предпринимателя. |
|  | **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* | Проблема: В настоящее время все больше людей стремятся войти в товарный бизнес на маркетплейсах, так как данные платформы решают проблемы с логистикой, хранением, а главное поиском потребителей товара. Однако, вследствие огромного числа конкурентов, предприниматель вынужден затрачивать безмерное количество времени на подбор ниши, товара, анализ стоимости. Кроме того, новые участники рынка сталкиваются с повышенным риском выйти на маркетплейс с неликвидной продукцией и плохо выставленной стоимостью на данный товар, что в конечном итоге приводит к отрицательной рентабельности продаж.Решение: Сервис, который способен не просто предоставить сведения об уже имеющихся продавцах на маркетплейсах, их обороте, реализации и выручке, но и позволяющий сохранить время и финансовые ресурсы на подбор своей ниши по числу конкурентов, желаемой ниши и имеющемуся бюджету предпринимателя. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\**Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Технической стороной разработки будут заниматься нанятые IT- специалисты. Команда проекта ответственна за выполнение следующих работ: 1.- Разработка концепции проекта - Технический анализ- Финансовый анализ- Социальный анализ- Анализ рисков- Маркетинговый анализ2.- Создание календарного графика- Составление бюджета проекта- Разработка базового плана проекта (исследование инвестиционных возможностей, описание бизнес-идеи, проведение функциональных исследований и т.д.)- Поиск инвесторов, партнеров, сотрудников- Организация рекламного продвижения сервисаИсточники расходов проекта на первом этапе:1. Разработка сайта, тестирование и внедрение необходимых изменений в продукт: 300 000 руб. 2. Использование удаленных серверов для хранения статистической информации: 200 000 руб3. Продвижение: 30 000 руб |
| 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.)* | Конкурентными преимуществами нашего сервиса будет являться:- наличие функции «рекомендуемого» набора продукции, формируемого на основании бюджета и предпочитаемой ниши продавца, с которой он может успешно выйти на маркетплейс. - предоставление статистических данных по всем российским маркетплейсам (Wildberries, Ozon, СберМегаМаркет, ЯндексМаркет);- доступная стоимость на расширенные тарифы. |
| 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* | Для создания продукта необходимо разработать сайт, провести тестирование на его работоспособность, скорость обработки новых поступающих данных и точности их анализа, а также приобрести сервера для хранения и записи больших данных. |
| 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* | По итогам акселерационной программы осуществлены следующие виды работ:- Разработана концепция проекта - Проведён анализ рентабельности проектного предложения- Разработана бизнес-модель с бюджетом проекта- Проведён социальный анализ- Проведён анализ рисков, предложены меры по их минимизации- Проведен технический анализ создаваемого продукта- Проведен маркетинговый анализ- Разработан календарный график проекта- Закреплены работы за участниками проекта- Разработан базовый план проекта (исследование инвестиционных возможностей, описание бизнес-идеи, проведение функциональных исследований и т.д.)- Определены потенциальные инвесторы, партнеры и сотрудники |
| 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*  | Продвижение сервиса будет осуществляться при помощи медиа и контекстной рекламы в поисковых системах и социальных сетях (YouTube, Telegram, ВКонтакте). |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Реклама в интернете, социальных сетях (видео-обзор, акции, тематические посты) позволит не только продемонстрировать функционал нашего сервиса, но и предоставит возможность напрямую связаться с нами, задать все интересующие вопросы, наиболее простым и доступным способом: мессенджеры, почта, моб.телефон. |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Ключевая проблема — высокий уровень конкуренции. Выводя продукт на маркетплейс, компания вступает в борьбу с десятками селлеров со схожим ассортиментом и ценовой политикой.Кроме того, самостоятельный подбор ниши затрачивает большое количество времени и обладает повышенным риском потерять финансовые вложения. |
| 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* | Сервис позволяет провести быструю и качественную аналитику товара, ниши перед выходом продавца на маректплейс, а также предоставляет рекомендуемую подборку товаров, с которой продавец может успешно начать свой бизнес.Для действующих селлеров сервис помогает отслеживать тренды, расширять ассортимент и занимать лидирующие позиции в своей нише. |
| 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)*  | По данным проведенного анализа количества пользователей сервисов-аналогов и общего количества юр. лиц, осуществляющих торговую деятельности на маркетплейсах, можно сделать вывод о том, что большая часть предпринимателей заинтересованы в упрощении процесса выбора нового товара для своего бизнеса и готова платить за сохранение времени и снижение рисков вывести на продажу неликвидный товар. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Потенциал рынка высокий, так как на данный момент уже более 2,5 млн. (продолжает расти) юр.лиц осуществляют свою торговую деятельности на российских маркетплейсах. Сервис позволяет выбрать товары, которые лучше всего продаются, сделать точный расчет поставки, отслеживать тренды, контролировать и снижать упущенную выручку, расширять и повышать эффективность собственного бизнеса. |
| 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.* | По данным проведенного анализа количества пользователей сервисов-конкурентов было установлено, что их численность уже превышает 430 юр.лиц., что уже в достаточной мере определяет потенциальную выгоду создания нашего проекта, объединяющего в себе все преимущества, перенятые у конкурентов с добавлением уникальной функции: формирование рекомендуемой подборки товаров для начала торговли.В настоящее время количество новых продавцов, заинтересованных в быстром и эффективном старте своего бизнеса на маркетплейсах неуклонно растет, что также обосновывает потенциальную выгоду от реализации нашей проекта. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| *1. Поиск исполнителя и инвестора**2. Создание и наполнение сайта**3. Приобретение серверов для хранения больших данных**4. Тестирование продукта**5. Запуск рекламной компании**6. Разработка стратегии поддержания и дальнейшего развития бизнеса* |