



Заявка №: C1-212637

Подана:

ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ

Тематика проекта

Название проекта:

Разработка информационно-развлекательной платформы по микроблогингу

Название проекта на английском языке:

SFERA

Описание конечного продукта:

Результатом выполненных НИОКР будет являться функциональная платформа по микроблогингу, социальная сеть. Она позволит делиться впечатлениями обычным людям и зарабатывать деньги предпринимателям и блогерам

Требуется ли выполнение 2-го этапа (года) НИОКР?

Да

Обоснование необходимости проведения НИОКР 2-го этапа (года)

Для более удобной дальнейшей разработки необходимо предусмотреть и рассчитывать на внедрение в архитектуру приложения следующие модули:

Пользовательский функционал:

- чат в реальном времени
- разработка видео
- разработка сторис

Бизнес функционал:

Разработка бизнес-критически важного функционала для маркетингового портала, запросы которых платформа получит в течение 6-12 месяцев после запуска

Интеграционный функционал:

Разработка бизнес-критически важного функционала для пользовательского функционала, запросы которых платформа получит в течение 6-12 месяцев после запуска

Основное направление программы СТАРТ:

Н1. Цифровые технологии

Поднаправления:

20. Социальные сети.

Фокусная тематика:

Инструменты для анализа больших данных (Big Data)

Приоритетные направления:

Науки о жизни

C1-212637:

Ключевые слова:

социальная сеть, соцсети, социальная сеть вход, социальные сети ru, фото, события, фото жизнь, блог, s, nft.

Осуществление НИОКР в сфере спорта, городской среды, экологии, социального предпринимательства:

Нет

Описание соответствия НИОКР сферам спорта, городской среды, экологии, социального предпринимательства:

Направление в рамках Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации:

а. Переход к передовым цифровым, интеллектуальным производственным технологиям, роботизированным системам, новым материалам и способам конструирования, создание систем обработки больших объемов данных, машинного обучения и искусственного интеллекта

Запрашиваемая сумма гранта (рублей):

3 700 000

Срок выполнения работ по проекту:

12

ИНФОРМАЦИЯ О ЗАЯВИТЕЛЕ И УЧАСТНИКАХ ПРОЕКТА

Основные сведения

Тип заявителя:

Физическое лицо

Руководитель (потенциальный) предприятия:

Зубатый Андрей Григорьевич

Научный руководитель проекта:

Мясников Даниил Геннадьевич

Члены проектной команды:

Сотрудник	Должность	Роль в проекте	Опыт и квалификация
Мясников Даниил Геннадьевич	Потенциальный технический директор предприятия	Менеджер проекта (Бекенд разработчик)	Фрилансер. Pulse Ability (PulseAbility.io) - маркетплейс услуг по поиску и фильтрации B2B блогеров; Red Beard Talent (redbeardtalent.com) – платформа видео анализа и проверки кандидата для приёма на работу; Разработка проектов под ключ (redant.com.au).

Планы по привлечению новых специалистов:

Персонал, будет оформлен через официальное трудоустройство при создании ООО, с последующим перераспределением ролей, а так же будут привлечены специалисты по договорам ГПХ.

В планах привлечь:

- 1) Системный администратор - 1
- 2) Разработчик бекенда - 2
- 3) Разработчик мобильного приложения - 2
- 4) Автоматизированный тестировщик - 1
- 5) Ручной тестировщик - 1
- 6) Дизайнер - 1

Для исполнителей по программе УМНИК

Подача заявки в рамках обязательств по программе «УМНИК»:

Нет

Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК» :

Роль исполнителя по программе «УМНИК» в заявке по программе «Старт»:

Заполняется если выбранно «Иное» в поле «Роль исполнителя по программе «УМНИК» в заявке по программе «Старт»:

Информация о заявителе

Заявитель:

Зубатый Андрей Григорьевич

Дата регистрации предприятия:

Наличие в Едином реестре субъектов МСП:

Регион заявителя:

Ленинградская обл., Сосновый Бор

Выручка от реализации товаров (работ, услуг) за последний календарный год (рублей):

0

Среднесписочная численность сотрудников за последний календарный год, человек:

0

Профиль деятельности предприятия:

C1-212637:

Заполняется если выбранно «Иное» в поле «Профиль деятельности предприятия»:

Участник проекта «Сколково»:

Учредители

Список учредителей:

Учредитель	Доля
------------	------

Создано в соответствии с Федеральным законом от 2 августа 2009 г. № 217-ФЗ:

Нет

Учредитель компании по Федеральному закону от 2 августа 2009 г. № 217-ФЗ:

СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТА

Аннотация проекта

Аннотация проекта:

Проект направлен на создание функциональной платформы по микроблогингу, социальной сети (Далее - SFERA). Как и другие приложения и веб-сайты социальных сетей, такие как Facebook, Snapchat, Twitter и Instagram, в SFERA будет требоваться от пользователей создания профиля для связи с другими пользователями. В SFERA будут представлены такие функции, как загрузка фотографий и видео в том числе перенос из Вконтакте и Телеграм, фильтры для фотографий и видео, отслеживание каналов других пользователей, геотеги, самоисчезающие истории и прямые трансляции видео. Кроме всего прочего, SFERA будет являться отличной базой для блогеров, различных предприятий, а так же гостиничного бизнеса, сдачи квартир или домов отдыха по принципу AirBNB, Booking.

Научно-техническая часть проекта

Новизна предлагаемых в инновационном проекте решений:

Данное решение является предложением нового поколения гибридных приложений, где спрос и предложение выполняются на одной платформе.

Наше решение будет связывать и предоставлять пользователям удобный интерфейс для работы с фотографиями, специалистам по маркетингу прямой доступ к пользователям, обходит такие решения как Инстаграм (Запрещен в Российской Федерации).

По данной методике работают социальные сети Китая, например WeChat, и TikTok.

Для работы с пользователями Инстаграм (Запрещен в Российской Федерации) необходимо использовать площадки на стороне, например такие как Tribe Co, в таких случаях данные по пользователям могут быть искажены и вести к некорректным маркетинговым исследованиям.

Способы и методы решения поставленных задач НИОКР:

- сбор данных метрик по пользователям
- использования облачного хранилища данных ClickHouse (Яндекс) для хранения и агрегирования данных
- использование стандартных функций СУБД для предоставления маркетинговых решений

Задел по тематике проекта:

Научным заделом по этой тематике, являются теории развития экономики посредством цифровых технологий - "Цифровая экономика". Основой которой в данном случае является предложение гибридных приложений, где спрос и предложение выполняются на одной платформе.

Как мы можем видеть уже на успешном опыте частного бизнеса, экономический эффект от внедрения таких решений вполне оправдан и обоснован.

Различные системы коммуникации пользователей, а так же автоматизации бизнес процессов, дают различные показатели увеличения экономии времени и финансовых затрат, в среднем такие показатели могут достигать до 15% в зависимости

от категории бизнеса и возможностей оптимизации. Мы можем углубляться, еще больше в формулы и расчеты экономического эффекта от использования систем автоматизации, но все мы прекрасно понимаем,

что в этом есть огромный потенциал роста. Если мы используем те же методы, ориентируясь на экономическое развитие страны, путем внедрения масштабных информационных систем, то можем добиться больших показателей роста экономики в целом на те средние 15%, как и по обычной категории бизнеса и физическим лицам. Большой вопрос только в том, как это сделать и что это должна быть за система.

- Во первых, данная система должна иметь разделы влияющие на основу экономики, а это развитие малого и среднего бизнеса, товарооборот, финансовые инструменты взаимодействия между участниками рынка, коммуникация и общение.
- Во вторых, между этими разделами должны быть заложены решения по автоматизации взаимодействия между друг другом, которые в последствии дадут эффект по экономии времени и финансовых затрат, пользователей этой системы.
- В третьих, должен быть заложен потенциал дальнейшего роста и масштабирования системы.
- В четвертых, система не может работать сама по себе и она является только инструментом, для дальнейшего налаживания существующих процессов и создания новых, посредством которых и достигается рост. Поэтому необходимо предусмотреть, как будут использовать эту систему пользователи и создавать дополнительные направления на основе этой системы и ее возможностей.

Мы прекрасно понимаем, что создать подобную систему очень сложно, но для нас это реально.

Перспективы коммерциализации

Конкурентные преимущества создаваемого продукта, сравнение технико-экономических характеристик с основными аналогами, в том числе мировыми:

Для работы с пользователями Инстаграм (Запрещен в Российской Федерации) необходимо использовать площадки на стороне, например такие как Tribe Co, в таких случаях данные по пользователям могут быть искажены и вести к некорректным маркетинговым исследованиям. В нашей социальной сети SFERA, на втором этапе расширения платформы, будет встроенный маркетинговый портал.

Маркетинговый портал будет предоставлять метрику по блогерам, возможность дать рекламу, сделать реферальную программу и многое другое что позволяет сразу же на стадии запуска монетизировать платформу

Большинство операций по платежам за платформу будут осуществляться на маркетинговом портале.

Бизнес пользователь сможет:

- начать маркетинговую кампанию
- указать бюджет
- выбрать тип маркетинговой кампании: таргет, реферальная, инфлюенсер программа
- объявить о кампании для блогеров
- оплатить программу
- отслеживать результаты

Целевые потребительские сегменты (рынки) создаваемого продукта, их объемы, динамика и потенциал развития:

Число зарегистрированных пользователей уже в 2027 году превысит 500 млн человек, не менее 100 млн которых граждане Российской Федерации (показатель примерный и может быть выше). Количество пользователей продолжит расти, и данная площадка будет отличаться не только темпами роста, но и лучшими показателями вовлеченности – пользователи SFERA будут гораздо активнее писать комментарии, ставить лайки и делать репосты, нежели пользователи Вконтакте и других социальных сетей.

- В России SFERA будет уже в конце 2023 года активно использоваться более чем 10 млн пользователей ежемесячно, из которых около 60% будут женщины. Стоит отметить, что разрыв между соотношением полов сокращается за счет того, что в последние 2 года наблюдается рост новых пользователей мужского пола в других социальных сетях. Соответственно, в SFERA можно спокойно будет продвигать услуги, ориентированные как на женщин, так и на мужчин.

- Самой многочисленной аудиторией по возрасту в аналогичных социальных сетях являются молодые люди до 35 лет. Это поколение лояльнее относится к покупкам в интернете, и его представители склонны экспериментировать и осваивать новое. Однако, старшее поколение тоже начинает проявлять активность: За последние годы количество пользователей разных социальных сетей старше 35 лет увеличилось почти в четыре раза. Это значит, что SFERA не будет социальной сетью, ориентированной на подростков и молодых людей, а будет охватывать больше различных групп населения.

- Расположенность к общению и активности. Пользователи SFERA будут часто делиться понравившимся контентом и сделанными покупками, распространяя информацию о товарах и услугах.

- Россия будет являться 1-ой страной по количеству активных пользователей в Европе.

- Более 30% пользователей SFERA будут совершать покупки в интернете через мобильные устройства – это почти на 70% чаще, чем люди, которые SFERA не будут пользоваться.

- Лучше всего в SFERA будут продаваться товары стоимостью до 5000 рублей. (сравнительная аналитика по отношению к Инстаграм (Запрещён в Российской Федерации))

Вовлеченность по отраслям (Показатели Инстаграм (Запрещена в Российской Федерации))

Средние показатели вовлеченности на пост по отраслям (медиана по всем отраслям – 1,73%):

- мода – 0,92%,
- еда и напитки – 1,78%,
- здоровье и красота – 0,98%,
- высшее образование – 3,39%,
- интерьер – 1,18%,
- гостиничный бизнес – 2,05%,
- лидеры мнений – 1,87%,
- СМИ – 1,07%,
- некоммерческие организации – 2,14%,
- спортивные команды – 2,28%.

На основе вышеуказанной статистики будет логично отказаться от устаревших постулатов о том, что SFERA подойдет только тем, кто ориентирует свой бизнес на женщин и подростков. SFERA будет являться разносторонней площадкой, в которой можно успешно искать клиентов обоих полов в возрасте вплоть до 45–50 лет. Единственное справедливое ограничение – рамки бизнеса в формате B2C. Представители B2B-индустрии тоже нередко аккаунты в социальных сетях, но это

C1-212637:

уже имиджевая история, при которой соцсеть не является средством привлечения клиентов и совершения продаж. Ведение SFERA для B2B-организацией будет логичным при достижении высокого уровня, при котором выделенный на SFERA бюджет будет являться совсем незначительным.

Если вы ориентированы на физических лиц, то можете смело приходить в SFERA с любой категорией бизнеса. Конечно, категории бьюти и спорта, как и в любой социальной сети, продвигаются активнее, чем услуги резьбы по дереву, но и конкуренция в этих сферах значительно выше. Учитывая что в SFERA будет широкая аудитория, можно будет найти клиентов с любыми интересами и потребностями.

Описание бизнес-модели проекта и стратегии продвижения продукта на рынок:

Бизнес-модель стандартная как для всех социальных сетей и агрегаторов интернет услуг:

- 1) Получение гранта от Фонда содействия инновациям
- 2) регистрируем предприятие
- 3) Разрабатываем платформу SFERA и запускаем её
- 4) Набираем первый пул пользователей, от 1000 до 5000 пользователей
- 5) Оформляем договор интернет эквайринга и подключаем к оплате услуг за размещение рекламы.
- 6) Запускаем коммерциализацию
 - Cost per click
 - Cost per subscribe
 - Cost per lead

При работе аффилированной модели, блогер подписывает контракт с владельцем бизнеса на следующих условиях, выставляет либо

- Реферальную ссылку под фотографией (cost per click)
- Реферальную кнопку подписаться на канал бизнес под фотографией (cost per subscriber)
- Реферальную кнопку для открытия формы заполнения деталей (cost per lead)
- Например, "Сегодня акция у Four Seasons, только сегодня подписав форму вы можете получить 50% скидку"

Информационные блоки

- Реферальный вшитая в платформу ссылка
- Реферальный вшитая в платформу кнопка
- Реферальный вшитая в платформу форма

Пользовательские сценарии

Как блогер, у которого большой уровень вовлеченности пользователей на платформу я могу просмотреть маркетплейс реферальных программ;

Как бизнес, я могу оставить рекламу реферальной программы с данными о типе реферальной программе, оплате и целевой аудитории;

Как пользователь платформу, при виде фотографии я читаю текст и могу:

- Либо перейти по ссылке на программу;
- Либо подписаться на канал бизнеса;
- Либо заполнить форму для получения скидки от бизнеса

7) Далее на полученные средства мы начнем расширять функционал SFERA

Стратегия продвижения продукта на рынок.

Разработка цифровой платформы состоит из 6 принципов успешного создания и реализации:

Принцип 1. Использование MVP (minimal viable product).

Сначала проверяем свою идею на прототипном решении и предлагаем его целевой аудитории.

Не нужно сразу создавать продукт, переполненный функциями и настройками. Вы будете делать сайт 2-3 года, а после может оказаться, что он никого не интересует. Ваша задача – определить минимальный набор функций, который нужен обычному пользователю а так же бизнес-пользователю для выполнения его бизнес-задач. Вы запускаете этот продукт. Если реальность такова, что клиенты начинают им

С1-212637:

пользоваться, то вы наращиваете его. Если не пользуются, то делаете изменения в своей концепции.

Принцип 2. Макетирование и проработка одной упрощенной версии продукта.

Разработчикам и заказчикам не просто общаться. Зачастую они друг друга не понимают. И очень важно не преуменьшать этот фактор. Иначе в итоге вы получите совсем не то, что вы хотели. Самый простой выход – общаться картинками. Сделать макет может любой человек. Картинки понимает и разработчик, и заказчик. Дайте разработчику картинку и свои пояснения как это должно работать. И тогда вероятность получить то, что вы хотите, гораздо выше нежели туманный общий текст или “сделайте как у Яндекс.Авто”.

Принцип 3. Непрерывный процесс развития проекта.

Нет конечной даты разработки продукта. Сайт постоянно развивается на основе обратной связи от пользователей. В начале не нужно делать на весь проект подробное техническое задание (ТЗ). Сделайте детализированное ТЗ на финальную версию. Реализуйте это ТЗ, внедрите, получите обратную связь и пишите новое ТЗ.

Глубокое заблуждение считать, что если вы сделали движок, то он будет таким всегда. Ничего подобного! Уже в процессе разработки вы будете вносить изменения. А в случае эксплуатации идеи будут приходить каждый день.

Принцип 4. Ценность сети пропорциональна квадрату ее численности.

Ваша задача постоянно увеличивать численность людей, использующих социальную сеть. Чем больше людей есть в социальной сети, тем более она привлекательна для обычных пользователей и бизнеса. Важный нюанс – в общем количестве существенно количество активных пользователей. Т.е. количество умноженное на активность дает истинную ценность сети. Какой смысл в том, что у вас есть 10 000 неактивных пользователей?

Принцип 5. Непрерывное выявление и нейтрализация затруднений пользователя в основных бизнес-процессах (принцип ручья).

Представьте ручей, он течет, если только удалены все препятствия на его пути. Ваша задача – постоянно искать эти препятствия на разных этапах взаимодействия пользователей с сайтом. Сделайте регистрацию настолько простой, чтобы любой мог зарегистрироваться. Сделайте процесс арбитража максимально понятным, безболезненным и быстрым. Ищите острые углы и сглаживайте их.

Принцип 6. Стартап платформы по микроблогингу (социальной сети) – это именно разработка, программирование, а не сборка из готовых модулей.

Приготовьтесь к полному циклу разработки – требования, проектирование, кодирование, тестирование и отладка, внедрение.

Не ждите, что продукт сразу будет без ошибок (как сайт-визитка на WordPress). Подход разработки кардинально отличается от подхода сборки на готовой CMS. При создании крупной платформы (социальной сети) больше сроки, больше бюджет, больше багов, дольше и сложнее идет внедрение. А все потому, что это создание нового продукта, а не настройка существующего.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА ВЫПОЛНЕНИЕ НИОКР

Техническое задание на выполнение НИОКР

Цель выполнения НИОКР:

Целью выполненных НИОКР будет являться разработка функциональной платформы по микроблогингу (социальной сети) SFERA.

Назначение научно-технического продукта (изделия и т.п.) :

SFERA - это бесплатное приложение для мобильных устройств, которое позволит рассказывать о себе и происходящем вокруг. Слова подкрепляются интересной картинкой, снятой на камеру смартфона. Встроенный в программу фоторедактор позволит быстро отредактировать фото. Обычные соцсети наполнены постами и сюжетами самой разной тематики – информация об интересных и увлекательных событиях, новостях, афиши, книги, тесты, распродажи и многое другое, что к личности самого автора может иметь очень посредственное отношение. В SFERA – собственный контент о себе, а не о других. Сервис будет использоваться не только для личного общения, но и для продвижения бизнеса.

Технические требования к научно-техническому продукту (прототипу, опытному образцу), который должен быть разработан в рамках текущего этапа выполнения НИОКР

Основные технические параметры, определяющие функциональные, количественные (числовые) и качественные характеристики научно-

C1-212637:

технического продукта, полученного в результате выполнения текущего

C1-212637:

этап НИОКР

С1-212637:

Функции, выполнение которых должен обеспечивать разрабатываемый научно-технический продукт:

Функции цифровой платформы по микроблогингу:

Ключевой пользовательский функционал платформы публикация контента

- Подписка на пользователей
- Отписка от пользователей
- Личные сообщения
- Социализация (лайк, поделиться, комментарий)
- Выложить фото или картинку
- Подгрузка галереи
- Редактирование фото или картинок
- Выложить видео
- Поиск по Хештегам
- Поиск по Локации
- Поиск открытого типа
- Аналитика данных
- Просмотр подписчиков пользователя
- Просмотр подписок пользователя

Распишем подробно!

СТРУКТУРА ПЛАТФОРМЫ

Вид незарегистрированного пользователя (web страница)

Домашняя страница:

- О компании
- Документы платформы
- Возможность скачать приложение через магазины

На этом веб интерфейс заканчивается

Вид незарегистрированного пользователя (mobile)

- Регистрация
- По номеру телефона
- По эл почте
- Телеграм
- ВКонтакте
- Авторизация
- По номеру телефона
- По эл почте
- Телеграм
- ВКонтакте
- Сброс пароля
- По телефону
- По эл почте

Вид зарегистрированного пользователя (mobile)

- Лента
 - Поиск
 - Нотификации
 - Переод в профиль
- Вид администратора

С1-212637:

Главная страница

- Полные права на просмотр/редактирование/удаление по сущностям:
- Пользователи
- Активность
- Лайки
- Комментарии

ПОГРУЖЕНИЕ В ПЛАТФОРМУ

При первом заходе пользователь будет представлен с онбордингом

Информационные блоки:

- Возможность перенести фотографии из галереи
- Возможность перенести фотографии из ВК
- Возможность перенести фотографии из Телеграмма
- После переноса фотографий возможность
- Редактирование линейки фотографий одну за другой

Пользовательские сценарии:

Как зарегистрированный пользователь, пользователь может выбрать фотографии из галереи, интеграции из ВК, интеграции из Телеграмм, для первичного наполнения фотографиями свой новый профиль.

ЛЕНТА

Основной элемент платформы. Здесь будут подгружаться последние фотографии, уведомления о появлении друзей на платформе, реферальные программы и другое.

Лента должна быть полностью функциональна, это означает что в ней можно выполнить всё:

- Просмотреть фотографию/галерею
- Поставить лайк/комментарий
- Ответить на вопросы/перейти по реферальной ссылке

Информационные блоки:

Концепт Продукта - микроблоггинг, поэтому должно быть по минимуму отвлекающих элементов пользователя и больше концентрации на контенте.

Минимализм, как тренд, должен лишь улучшать пользовательский путь.

К информационным элементам ленты относятся:

- Контент: фотография
- Кол-во лайков под фотографией
- Возможность поставить лайк
- Кол-во комментариев под фотографией
- Возможность оставить комментарий
- Возможность перейти на страницу пользователя
- Возможность перейти на индивидуальную картинку пользователя
- Флаги для пометки контента:
- Для дальнейшей модерации администратором

Пользовательские сценарии:

Как незарегистрированный пользователь я могу посмотреть ленту платформы до 10 фотографий, после чего система попросит зарегистрироваться для продолжения просмотра;

Как зарегистрированный пользователь я могу просматривать платформу без ограничений;

С1-212637:

ПОИСК

Поиск по Хештегам

Информационные блоки:

К информационным элементам поиска по хэштегам относятся:

- Строка поиска
- Лист хэштегов идущий поперек экрана
- пример #первый #второй #третий
- Лента поиска

Пользовательские сценарии:

Как незарегистрированный пользователь я не могу просматривать поиск.

Как зарегистрированный пользователь я не ограничен в поиске по платформе, если это не нарушает автоматизированный сбор информации.

Сбор данных для анализа:

- Кол-во поисковых Хэштегов
- Время провозждения на поиске
- Количество остановок
- Закрытий экранов

Поиск по Локации

Информационные элементы:

- карта
- сгруппированные отображения галерей фотографий

Пользовательские сценарии:

Как пользователь я могу посмотреть:

- Карту
- Задать локацию
- Нажать на одну из галерей, для того что посмотреть фотографии по локации

Сбор Метрик:

- Кол-во поисковых локаций
- Время провозждения на фиче
- Количество остановок
- Закрытий экранов

Поиск открытого типа

Информационные блоки:

- Текст вопроса
- Список ответов одиночный выбор
- Список ответов множественный выбор

Пользовательские сценарии:

Как пользователь я могу выбрать:

- Запрос
- Отправить на проверку
- Получить ответ от системы
- Фотографии дальше просматриваются в режиме ленты

СОЦИАЛИЗАЦИЯ

Необходимая фича увеличивающая уровень вовлеченности пользователей

Информационные блоки:

C1-212637:

- Кнопка Лайк
- Возможность поделиться
- Возможность написать Комментарий

Пользовательские сценарии:

Как незарегистрированный пользователь я ограничен в функционале, но кнопки мне предоставляются что бы при нажатии у меня всплывало окошко регистрации/авторизации.

Как зарегистрированный пользователь я могу:

- Лайк (переход на новый экран не требуется)
- Поделиться фотографией (ссылка - и переход на новый экран другого ресурса)
- Прокомментировать (открывается интерфейс комментария)

ПУБЛИКАЦИЯ КОНТЕНТА

Ключевой пользовательский функционал платформы.

Информационные блоки:

Подгрузка картинки

Подгрузка галереи

Редактирование фотографий:

- обрезка
- фильтры
 - 22 типовых фильтра
- выравнивание
 - По вертикали
 - По горизонтали
 - По диагонали
- яркость
 - простой слайдер
- контраст
 - простой слайдер
- тепло
 - простой слайдер
- отсутствует другие фильтры и настройки фотографий

Пользовательские сценарии:

Как зарегистрированный пользователь я могу добавить 1 или несколько фотографий (галерею) и отредактировать фотографии перед тем как они будут представлены пользователям платформы Sfera

ПРОФИЛЬ

Пользователи предоставлены с возможностью редактировать свои собственные профили, чтобы лучше быть представлены публике. Кто будет являться центральной целевой аудиторией данной фичи:

- Именитые личности
- Бизнесы
- Известным блогерам

Информационные блоки:

Возможность добавить/обновить:

- Аватарку
- Описание профиля
- Ссылка на сайт

С1-212637:

В других вкладках доступно:

- Просмотр фотографий
- Просмотр подписчиков пользователя
- Просмотр подписок пользователя

Пользовательские сценарии:

Как зарегистрированный пользователь платформы я настроить свой профиль для максимальной привлекательности своего аккаунта.

ПОИСК И ПРИГЛАШЕНИЕ ДРУЗЕЙ

Приглашение друзей будет осуществляться несколькими путями

Рассылки:

- Массовая рассылка по электронной почте
- Массовая рассылка по социальной сети

Добавление в друзья зарегистрированных пользователей в сети, которые либо находятся в списке контактов пользователя либо в друзьях на других соц сетях

Добавление уже заранее известных друзей увеличит возвращение пользователей на платформу.

Информационные блоки:

При скролле в ленте возможность пригласить друзей

- По электронной почте
- С помощью кнопки VK
- С помощью кнопки Telegram

Пользовательские сценарии:

Как зарегистрированный пользователь, я могу отправить автоматизированную рассылку по электронной почте своим контактам, путем нажатия на кнопку “Рассказать о соц сети”
Как зарегистрированный пользователь, я могу отправить автоматизированную рассылку по социальной сети Вконтакте своим контактам, путем нажатия на кнопку “Рассказать о соц сети”

Как зарегистрированный пользователь, я могу отправить автоматизированную рассылку по социальной сети Телеграм своим контактам, путем нажатия на кнопку “Рассказать о соц сети”

НОТИФИКАЦИИ

Уведомления - это функционал который поможет пользователям понять что происходит на платформе:

- Кому то понравилась фотография
- Кто то оставил комментарий
- Любые другие нотификации

Информационные блоки:

При скролле в ленте возможность пригласить друзей

- По электронной почте
- С помощью кнопки VK
- С помощью кнопки Telegram

Пользовательские сценарии:

Как зарегистрированный пользователь я должен быть уведомлен о том что другой пользователь платформы сделал одно из 3 действий

- Поставил лайк одной из моих фотографий

С1-212637:

- Написал комментарий под одной из моих фотографий
- Добавил меня к себе в друзья

Количественные параметры, определяющие выполнение научно-техническим продуктом своих функций:

Платформа должна принимать до 100 000 записей в секунду

И до 10 000 000 миллионов чтений в секунду

Данную нагрузку не является постоянной поэтому сервера под неё будут выкатываться эластично/поступательно:

- на этапе разработки (первые 6 месяцев) стоимость серверов: 10 000 рублей/месяц

Платформу будет развернута на доменах https

Будут предоставлены следующие Интерфейсы:

- API для интеграции с мобильным приложением
- Административный с целью агрегации и анализа данных
- Административный внутренний интерфейс с целью модерации данных

Внедрение функционала платформы путем разработки платформы и мобильного приложения для следующих мобильных устройств:

- iPhone 10+
- Xiaomi Redmi 9+
- Samsung Galaxy 12+
- Xiaomi POCO X3+

Минимальные требования к мобильному устройству:

- 14MP+
- Disk: 32GB+
- RAM: 2GB+
- Android 10+

Минимальные требования не означают что пользователь не сможет скачать приложение, а только лишь подчеркивают минимальные требования для производительности приложения.

Развертывание сред тестирования и боевой среды на Российских сервера с учетом ФЗ-152 и ФЗ-54.

- на этапе запуска (от 6 - 12 месяцев): до 50 000 рублей/месяц с возможной коррекцией цены

Входные воздействия, необходимые для выполнения научно-техническим продуктом заданных функций:

Входными воздействиями для платформы по микроблогингу SFERA является загрузка таких медиафайлов, как фото, картинки и видео, с привязкой системы распределённого реестра (Blockchain/NFT) для уникального контента, выбор конкретного файла осуществляется пользователем.

Выходные реакции, обеспечиваемые научно-техническим продуктом в результате выполнения своих функций:

Выходными реакциями для платформы по микроблогингу SFERA является показ (воспроизведение) таких медиафайлов, как фото, картинки и видео, загруженных пользователем.

Конструктивные требования к научно-техническому продукту, который должен быть получен в результате выполнения текущего этап НИОКР

Требования к конструкции и составным частям научно-технического продукта

Это цифровой продукт и конструктивных характеристик не имеет

Требования к массогабаритным характеристикам научно-технического продукта

Это цифровой продукт и массогабаритных характеристик не имеет

Вид исполнения, товарные формы

Это цифровой продукт и вида исполнения не имеет

Требования к мощностным характеристикам научно-технического продукта – по потребляемой/производимой энергии

Требования к удельным характеристикам научно-технического продукта – на единицу производимой продукции – для машин и аппаратов

Требования к аппаратной части программных комплексов

Условия эксплуатации, использования научно-технического продукта

Иные требования к научно-техническому продукту (прототипу, опытному образцу), который должен быть разработан в рамках текущего этапа выполнения НИОКР

Требования по патентной охране

Защиты авторских прав на Проект платформу по микроблогингу SFERA нет, в будущем планируется защитить авторское право на платформу и логотип.

Перечень основных категорий комплектующих и материалов (входящих в состав разрабатываемого продукта (изделия) или используемых в процессе его разработки и изготовления)

Это цифровой продукт и состав этого продукта обуславливается его структурой.

Отчетность по НИОКР (перечень технической документации, разрабатываемой в процессе выполнения текущего этапа НИОКР)

В качестве отчетности по НИОКР функциональной платформы по микроблогингу (социальной сети) SFERA предусматривается:

- научно-технические отчеты;
- алгоритмы работы программы;
- программные документы (при необходимости);
- описание программы;
- инструкция для пользователя;
- инструкция для системного программиста (при необходимости);
- программы и методики испытаний (тестирования) программы;
- протоколы испытаний (тестирования) программы.

БЕСШОВНАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОЕКТОВ

Платформа НТИ

Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в «Акселерационно-образовательные интенсивах по формированию и преакселерации команд:

Нет

Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в программах «Диагностика и формирование компетентностного профиля человека / команды»:

Нет

Перечень членов проектной команды, участвовавших в программах Leader ID и АНО «Платформа НТИ»:

№ п/п	ФИО	LeaderId
-------	-----	----------

Комментарий:

Фонд Сколково

Заявителю присвоен статус участника проекта «Сколково»

Нет

Предоставление заявителю грантов в рамках грантовых программ «Сколково»:

Нет

Заявитель – участник корпоративной акселерационной программы «Сколково»:

Нет

Комментарий:

РФПИ (РВК)

Заявителю предоставлены инвестиции со стороны венчурных фондов РВК:

Нет

Комментарий:

ФИОП

Заявителю предоставлена финансовая поддержка от ФИОП:

Нет

C1-212637:

Заявителю предоставлена поддержка в рамках образовательных проектов ФИОП:

Нет

Заявителю предоставлена нормативно-техническая поддержка со стороны ФИОП:

Нет

Комментарий:

Технологическая область деятельности (По данным ФИОП):

Объем предоставленной поддержки со стороны ФИОП (факт) (По данным ФИОП):

Дата начала предоставления поддержки (По данным ФИОП):

Нормативно-техническая поддержка (По данным ФИОП):

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН И СМЕТА

Календарный план

Календарный план выполнения НИОКР. 1-й годовой этап проекта:

№ этапа	Название этапа календарного плана	Длительность этапа, мес	Стоимость, руб.
1	Разработка структуры и функционала платформы SFERA. Перечень работ: 1) Регистрация юридического лица; 2) Заключение договора на аренду серверов с Яндекс Cloud; 3) Заключение договоров со сторонними исполнителями; 4) Создание минимально жизнеспособного продукта (Пользовательский функционал, Онбординг, Редактирование фотографий, Настройки поиска контента, Социализация, Публикация контента, Профиль, Поиск друзей, Нотификация, Адаптация проекта для всех мобильных устройств, Отладка фоновых процессов.)	6,00	1 850 000,00
2	Доработка и тестирование платформы SFERA. Перечень работ: 1) Доработка (Маркетинговый портал, Геймификация, Административный интерфейс, Поиск по локации); 2) Тестирование и оценка высоконагруженности платформы SFERA; 3) Публикация результатов тестирования в СМИ; 4) Усовершенствование и масштабирование проекта	6,00	1 850 000,00
	ИТОГО:		3 700 000

Смета**Смета затрат на реализацию проекта:**

№ п/п	Наименование статей расходов:
1	Заработная плата
2	Начисление на заработную плату
3	Материалы
4	Оплата работ, выполняемых сторонними юридическими лицами, ИП и плательщиками НДС
5	Прочие общехозяйственные расходы

№ п/п	Оплата работ соисполнителей и сторонних организаций
1	Создание минимально жизнеспособного продукта