
РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Разработка информационно-развлекательной платформы по микроблогингу Сфера



ОГЛАВЛЕНИЕ

- 3** ➤ ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ
- 4** ➤ ПРОБЛЕМА И РЕШЕНИЕ
- 8** ➤ ТЕХНОЛОГИЯ
- 14** ➤ СХЕМА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ
- 15** ➤ КОНКУРИРУЮЩИЕ РЕШЕНИЯ
- 16** ➤ ПАРАМЕТРЫ РЫНКА
- 18** ➤ КОМАНДА
- 23** ➤ РЕСУРСЫ
- 24** ➤ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ
- 30** ➤ СВЕДЕНИЯ О ЮРИДИЧЕСКОМ ЛИЦЕ (заявителем по предварительной экспертизе не заполняются)
- 31** ➤ ПРИЛОЖЕНИЕ К ОПИСАНИЮ ТЕХНОЛОГИИ

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

1. Название проекта

Разработка информационно-развлекательной платформы по микроблогингу Сфера

2. Наименование (ФИО) Соискателя (Заявителя по предварительной экспертизе)

Зубатый Андрей Григорьевич

3. Направление, к которому относится проект

е. Стратегические компьютерные технологии и программное обеспечение

4. Краткое резюме проекта (5 предложений) с указанием имеющихся наработок и основных целей развития проекта

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

5. Контактное лицо по проекту (лицо, заполнявшее анкету)

а. ФИО	Зубатый Андрей Григорьевич
б. Телефон	89500391937
с. E-mail	andrei.zubaty@yandex.ru

6. Опишите проблему, на решение которой направлен проект

а. Описание проблемы

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, геотеггинг, 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.

б. Приведите ссылки на исследования и материалы, подтверждающие актуальность заявленной проблемы

1	
Комментарий	Суд запретил Instagram и Facebook
Ссылка	https://www.rbc.ru/technology_and_media/21/03/2022/6238a5e89a79477e5dc0245f?
2	
Комментарий	Airbnb объявил о приостановке работы в России и Белоруссии
Ссылка	https://www.rbc.ru/business/04/03/2022/622198d29a7947edf8e2b24b?
3	
Комментарий	"Ушли из России молча": кто заменит туристам и отелям Booking и Airbnb
Ссылка	https://ria.ru/20220306/oteli-1776803374.html?
4	
Комментарий	Booking приостановил работу в России
Ссылка	https://www.rbc.ru/business/05/03/2022/62227e799a79474b7e0890f1?
5	
Комментарий	На сколько будет актуален новый инстаграм в России
Ссылка	https://yandex.ru/search/?text=%D0%BD%D0%B0+%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D0%BE+%D0%B1%D1%83%D0%B4%D0%B5%D1%82+%D0%B0%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD+%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9+%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC+

[%D0%B2+%D1%80%D0%BE
%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8&lr=10891](#)

7. Как проект решает описанную проблему, и в чем заключается инновационность подхода

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 проблем и задач:

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

8. Опишите основные технологические и рыночные тренды в рассматриваемой отрасли

а. Описание трендов

1) Тенденции в социальных сетях.

Из отчёта Hootsuite о тенденциях в социальных сетях на 2022 год.

Краткое резюме

На основе ежегодного опроса 18 100 маркетологов, исчерпывающих исследований и интервью с экспертами отрасли, клиентами и партнёрами, Hootsuite определили пять ключевых тенденций в социальных сетях на 2022 год.

ТЕНДЕНЦИЯ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Компании, наконец, будут выстраивать сообщества правильно (с помощью авторов контента) Виртуальные сообщества только начинают занимать центральную роль в жизни и идентичности пользователей, и авторы контента являются ключом к их развитию. Компании, которые с умом сотрудничают с блогерами, устанавливают контакт с новой аудиторией, завоёвывают её доверие и накапливают культурный капитал.

ТЕНДЕНЦИЯ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Маркетологи становятся креативнее, поскольку пользователи становятся нечувствительными к рекламе в соцсетях

Когда речь идёт о креативности в рекламе, пользователи хотят от компаний всё более высоких стандартов и отдают должное тем, кто создаёт такую рекламу правильно. Поскольку в 2022 году маркетологи планируют больше тратить на рекламу в соцсетях, им придётся усерднее работать над созданием рекламы, обогащающей опыт пользователя в каждой социальной сети.

ТЕНДЕНЦИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ

Влияние соцсетей распространяется дальше отдела маркетинга

Осознав ценность социальных сетей для маркетинга, руководители компаний усиливают программы лояльности сотрудников в соцсетях и осваивают мониторинг, чтобы собирать информацию о покупателях. Они стремятся распространить влияние соцсетей на другие отделы компании, которое они наблюдали на примере отдела маркетинга.

ТЕНДЕНЦИЯ ПРОДАЖ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Социальные сети становятся сердцем торговли после пандемии

Эра продаж в соцсетях в самом разгаре, и возможности только становятся шире. Конкуренентоспособные малые предприятия находят баланс между виртуальными витринами в соцсетях и магазинами в реальности, в то время как крупные бренды тестируют пределы возможностей продаж в интернете.

ТЕНДЕНЦИЯ ПОДДЕРЖКИ КЛИЕНТОВ

SMM-маркетологи спасают свои компании от апокалипсиса в службах поддержки клиентов

На фоне остановки глобальных цепочек поставок и нехватки рабочей силы в 2022 году многие компании могут ожидать притока не очень довольных клиентов. Между тем спрос на помощь клиентам в соцсетях резко растёт. Администраторы социальных сетей теперь находятся в идеальном положении, чтобы сыграть роль героев и выправить положение своих компаний в период потрясений.

Методика

Этот отчёт основан на опросе 18 100 маркетологов, проведённом в третьем квартале 2021 года. Hootsuite провели первичные интервью с десятками представителей отрасли, специалистов, наблюдателей, компаний и партнёров. Они (Hootsuite) дополнили исследование отчётами и данными из журнала Harvard Business Review, компаний McKinsey, Deloitte, Edelman, eMarketer, Forrester, GlobalWebIndex, The CMO Survey и других.

2) Аналитика Яндекс wordstat:

- социальная сеть (2 860 140 запросов),
- соцсети (1 046 637 запросов),
- социальная сеть вход (165 617 запросов),
- социальные сети ru (686 712 запросов),
- фото (98 899 071 запросов),
- события (6 358 157 запросов),
- фото жизнь (402 872 запросов),
- блог (1 128 169 запросов),
- s (13 727 808 запросов),
- nft (595 051 запросов)

3) Акции ВК за первый квартал 2022 года выросли на 89%

4) Несмотря на довольно плотное вовлечение интернет-пользователей в социальные сети, на этом рынке еще есть место для новых игроков и новых идей, уверены эксперты. Об этом свидетельствует недавний опыт соцсети TikTok: у приложения, запущенного летом 2018 года, в

ПРОБЛЕМА И РЕШЕНИЕ

начале 2020-го было уже не менее 800 млн активных пользователей в месяц. При этом аудитория и реклама в других сетях, в частности в Facebook и Instagram, в этот период не сократилась.

в. Приведите ссылки на соответствующие исследования и материалы

- 1) <https://www.hootsuite.com/research/social-trends>
- 2) <https://wordstat.yandex.ru/>
- 3) <https://pro.rbc.ru/demo/6245a1149a7947dc10f065e1?>

с. Приведите ссылки на наиболее близкие к заявленной Исследовательской деятельности российские и (или) зарубежные патенты, обладателем которых являются третьи лица.

- 1) <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/text/2017/d2017-1736.html>
- 2) <https://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=DEU2018-0009>
- 3) <https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/text/2017/d2017-2577.html>

9. Приведите описание базовой технологии

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 косвенное отношение. В SFERA – собственный контент о себе, а не о других. Сервис будет использоваться не только для личного общения, но и для продвижения бизнеса.

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

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 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;

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 фишка увеличивающая уровень вовлеченности пользователей

Информационные блоки:

- 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

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

10. Укажите, при наличии, имеющие непосредственное отношение к проекту российские и (или) зарубежные научные публикации, патенты и (или) заявки на выдачу патента, обладателем (заявителем по которым) является Соискатель, а также разработанные алгоритмы, протоколы, программы для ЭВМ и (или) базы данных, исключительные права на которые принадлежат Вам, или, если они реализованы в рамках открытого кода GPL, то публичные ссылки на них

***.Приложение к описанию технологии**

[СМ. ПРИЛОЖЕНИЕ](#)

11. Опишите предполагаемые основные направления коммерциализации Вашего проекта (в ближайшей перспективе и (или) в будущем)

#	Название	Комментарий
1	Аффилиативная модель	<p>- Cost per click - Cost per subscribe - Cost per lead При работе аффилиативной 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</p> <ul style="list-style-type: none">• Реферальный вшитая в платформу ссылка• Реферальный вшитая в платформу кнопка• Реферальный вшитая в платформу форма <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none">- Либо перейти по ссылке на программу;- Либо подписаться на канал бизнеса;- Либо заполнить форму для получения скидки от бизнеса

12. Перечислите наиболее близкие аналоги Вашего решения и опишите, в чем заключается Ваше преимущество

1	
Название	Инстаграм (Запрещена в Российской Федерации)
Описание	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
характеристики рынка (объем, динамика, ссылки на исследования)	<p>1) Выручка американской Meta Platforms Inc., владельца соцсетей Facebook и Instagram, а также немонетизируемого пока мессенджера WhatsApp, в 2020 году в России могла составить 39,8 млрд руб https://www.rbc.ru/technology_and_media/17/01/2022/61e596a59a79473fb902aca3?</p> <p>2) Доход блогеров в 2021 году оценили в 18 млрд рублей https://secretmag.ru/news/dokhod-bloggerov-v-2021-godu-ocenili-v-18-mlrd-rublei-27-10-2021.htm?ysclid=l231kryumg</p> <p>3) Объем рынка Influencer Marketing вырос в полтора раза и составил 11,1 млрд рублей https://www.sostav.ru/publication/influencer-marketing-2019-2020-god-48027.html?</p>

13. Перечислите научные группы, институты, компании, ведущие аналогичные или близкие разработки и опишите, в чем заключается Ваше преимущество

В России ООО "АЙТИ ИСТОРИИ" запустили аналог Instagram (Запрещена в России) — «Россграм». Но по всем параметрам платформа практически ничем не отличается от привычного зарубежного лидера, плюс ко всему Россграм обладает слабой маркетинговой стратегией. Учитывая нынешний рынок России, подошёл бы комплекс маркетинговых стратегий по Ф. Котлеру.

А для этого нужен свежий глоток, новая идея, которая поможет повысить и защитить долю на рынке для Российских решений.

В отличии от команды Россграм, наш проект укомплектован опытными технарями - программистами с большим опытом реализации маркетплейсов и высоконагруженных платформ, экономистами, дизайнерами, маркетологами.

14. Укажите рынки, на которых потенциально может быть реализован проект (перечислите страны, регионы, укажите основных потребителей, оцените примерный объем рынка, его динамику, ваше будущее позиционирование на нем)

Число зарегистрированных пользователей уже в 2027 году превысит 500 млн человек по всему миру, не менее 100 млн которые 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 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.

15. Приведите ссылки на соответствующие исследования рынков (на русском или английском языках)

1) Instagram (Запрещён в Российской Федерации) в цифрах: статистика на 2019 год
<https://lpgenerator.ru/blog/2019/02/28/instagram-v-cifrah-statistika-na-2019-god/>

2) Instagram (Запрещён в Российской Федерации) впервые превысил отметку в 2 млрд активных пользователей в месяц
<https://habr.com/ru/news/t/595699/>

16. Ключевые члены команды проекта

1	
a. ФИО	Зубатый Андрей Григорьевич
b. Роль в проекте (должность в компании)	Основатель/Менеджер продукта
c. Описание функций, задач, работ, которые будет выполнять данный член команды проекта в рамках проекта	<p>Задача — сделать продукт крутым и не расстраивать разработчика, ставя правильно задачи, распределяя время и обозначая приоритеты. Иначе будет мало фиш и множество неисправленных багов. Функционал: 1) Управление всеми процессами, связанными с продуктовым направлением: исследованиями аналогов и тенденций рынка, разработками и модификациями продукта, продвижением своего продукта на рынке. 2) Анализ развития продукта и изменение метрик продукта: - Показы: количество неуникальных просмотров всех ваших постов в сумме за неделю; - Охват: количество уникальных просмотров профиля; - Клики по ссылке на сайт: переходы по ссылке, указанной в профиле; - Клики по «Отправить эл.письмо»: переходы через кнопку «Связаться»; - Показы — неуникальные просмотры поста; - Охват — уникальные просмотры поста, 1 аккаунт дает 1 просмотр; - Вовлеченность — общее количество действий с постом (лайки и комментарии); - Понравилось — количество лайков; - Комментарии — количество комментариев; - Сохранения — количество сохранений вашего поста. 3) Аналитика сведений о тенденциях и потребностях рынка, ошибках и неисправностях продукта, действиях конкурентов. 4) Разработка стратегии маркетинга, прогноз прибыльности продукта, окупаемости разработок / модификации. 5) Исследование ёмкости потенциальных рынков. 6) Ответственность за выполнение целевых бюджетов и достижение запланированных показателей доходности продукта. 7) Участие в формировании технических требований и технических заданий на разработку, и модификацию продукта. 8) Приёмка результатов разработки, контроль процесса устранения несоответствий, обнаруженных в процессе разработки. 9) Оценка экономической эффективности продукта. 10) Адаптация эксплуатационных характеристик продукта с учётом технических и других региональных стандартов, национально-культурных особенностей рынков присутствия.</p>
d. Сфера деятельности и профессиональные достижения	В настоящее время осуществляю деятельность в госсекторе, являюсь председателем антикоррупционной комиссии и заместителем директора Муниципального казенного учреждения "Центр административно-хозяйственного

	<p>обеспечения". Параллельно являюсь предпринимателем и ментором в сфере экономической безопасности, Дью Дилидженс, Комплаенс и Корпоративных расследований. - Профессиональный путь начал и продолжаю в госсекторе, а так же параллельно осуществляю деятельность в коммерческой сфере. - Моя практика в госсекторе позволила мне чётко отслеживать сбои в системе, осуществлять внутренний контроль всех действий работников разных структурных подразделений. - Инвесторам я помогаю получить объективное представление об объекте инвестирования и оценить все риски, бизнесменам решить проблемы экономической безопасности и внутреннего контроля. Среди своих достижений могу отметить: 1) Реструктурировал а так же систематизировал административно-хозяйственный сектор на подконтрольном объекте, исключил финансовые потери и увеличил экономию бюджетных средств в муниципальном учреждении. 2) Курировал закупочную деятельность и движение активов при строительстве Ленинградской Атомной станции - 2, а так же таких объектов как Ханхикиви (Финляндия), АККУЮ (Турецкая республика) и объектов оборонной промышленности.</p>
е. Ключевой опыт, имеющий отношение к области данного проекта	Провожу объективную оценку объекта инвестирования и рисков, специализируюсь на Дью Дилидженс, дорабатываю проект бизнес-клуб для предпринимателей CORNB.
f. Образование (ВУЗ, специальность и т.д.), ученая степень, звание	<p>- В 2008 году окончил Московский Институт Стали и Сплавов, по специальности Экономика и управление на предприятии, квалификация Экономист (управленец)</p> <p>- В 2021 году окончил АНО ДПО «Гумманитарно-технический университет» по программе профессиональной переподготовки «Юридическая психология» в объёме 1504 часов, с присвоением квалификации «Юридический психолог».</p> <p>Дополнительное образование: - 2014 Контрактная система в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд ООО "ФИНЭК-АУДИТ", Контрактный управляющий в сфере государственных закупок - 2016 Система LEAN (Бережливое производство) Kimberly-Clark Corporation, Специалист по Бережливому производству -2019 АНО ДПО "Институт профессионального государственного управления" АНО ДПО "ИПГУ", Управление закупочной деятельностью организации по ФЗ №44-ФЗ -2020 Повышение квалификации руководителей ЧОУ ДПО Институт промышленной безопасности, охраны труда и социального партнерства, Охрана труда работников организации - 2021 Повышение квалификации руководителей ЧОУ ДПО Институт промышленной безопасности, охраны труда и социального , Пожарная безопасность -</p>

КОМАНДА

	2021 Обучение по дополнительной профессиональной программе ООО Гуманитарные проекты - XXI век, Деловое общение. Проведение публичных мероприятий. Общение с журналистами. Общение с населением -2021 АНО "Россия - страна возможностей" Участник конкурса Лидеры России, Государственное управление (1 блок) - 2022 ООО "ЦОО Нетологи-групп" Как стать продакт или прожект-менеджером
г. Места работы, должности за последние 5 лет	С 2018 - 2019 гг. Курировал закупочную деятельность и движение активов в ООО "ТИТАН ТЕХНОЛОДЖИ ПАЙПЛАЙН" (ХОЛДИНГ ТИТАН-2), со стороны Ген. подрядчика, на стадии реализации таких проектов как Ленинградская атомная станция - 2, Атомная станция Ханхикиви в Финляндии, Атомная станция АККУЮ в Турецкой республике и объекты оборонной промышленности. С 2019 по настоящее время Заместитель директора в Муниципальное казенное учреждение "Центр административно-хозяйственного обеспечения", а так же предприниматель в сфере экономической безопасности, Дью Дилидженс, Комплаенс и Корпоративных расследований.
h. Научные публикации	Нет
i. Цитируемость (индекс цитируемости, индекс Хирша и тому подобное), доклады на международных научных конференциях	Нет
j. При наличии, сведения об объектах интеллектуальной собственности в области выбранного Направления деятельности, включая изобретения, полезные модели, промышленные образцы, алгоритмы и протоколы, программы для ЭВМ, базы данных, топологии интегральных микросхем, автором (соавтором) которых является член команды	Нет
2	
а. ФИО	Мясников Даниил Геннадьевич
б. Роль в проекте (должность в компании)	Сооснователь/Менеджер проекта и бэкэнд-разработчик

<p>c. Описание функций, задач, работ, которые будет выполнять данный член команды проекта в рамках проекта</p>	<p>Как Менеджер проекта функционал будет следующим:</p> <ul style="list-style-type: none">- согласование с Продакт-менеджером (Основателем) концепции, целей и основных этапов проекта- Планирование совместно с Продакт-менеджером (Основателем) работ по проекту и их оперативную корректировку в случае необходимости- Контроль за эффективным использованием рабочего времени участников команды, чтобы нагрузка была равномерной и постоянной- Совместное тестирование гипотез проекта с Продакт-менеджером и составление роудмэп разработки проекта;- Помощь в наёме дополнительных сотрудников или подрядчиков, разработчиков, дизайнеров для разработки продукта.- Настройка и отслеживание ключевых показателей платформы, такие как Unit экономика, конверсия рекламы, пользовательская лояльность и другие показатели. <p>Как бэкэнд разработчик функционал следующий:</p> <ul style="list-style-type: none">- Разработка, организация и управление базами данных.- Проверка личных данных на соответствие.- Обеспечение безопасности платформы.- Настройка автоматических уведомлений.- Разработка архитектуры кода.- Создание и при необходимости доработка семантического ядра сайта.- API-разработка для связи интернет-платформы с сторонними сайтами.- Оптимизация функций и работы сайта для его быстрой загрузки.- Работа с системами резервного копирования.- Контроль за корректной работой сайта и отладка его компонентов.- Тестирование всего веб-сервиса или его отдельных элементов.- Создание приложений, которые будут поддерживать разработанный интерфейс.- Контроль состояния серверов.
<p>d. Сфера деятельности и профессиональные достижения</p>	<p>Фрилансер. Победитель Amazon Hackaton 2013 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). - Вывел в прибыльные компании более 10-и стартапов; - Сократил более 30 млн затрат в рублевом эквиваленте на разработку; - Увеличил конверсию разных онлайн платформ до 10% (средняя 1-3%).</p> <p>КЛЮЧЕВЫЕ ПРОЕКТЫ Kimberley Clark (~ 3 миллиона активных пользователей) Tribe (~ 1 миллион активных пользователей) 12WBT (~ 1 миллион активных пользователей) Huggies (~ 1 миллион активных пользователей) Pulse Ability – маркетплейс услуг по поиску и фильтрации B2B блогеров Red Beard Talent – платформа видео анализа и проверки кандидатов при устройстве на работу</p>

<p>e. Ключевой опыт, имеющий отношение к области данного проекта</p>	<p>Pulse Ability (PulseAbility.io) - маркетплейс услуг по поиску и фильтрации B2B блогеров. Проблематика: В интернет большое количество блогеров, которые предлагают свои услуги без видимых результатов, без аналитики и подтверждения успеха выполненных заданий. Моя задача заключалась в разработке и трекинге метрик бизнес блогеров с целью анализа успешности маркетинговых кампаний.</p>
<p>f. Образование (ВУЗ, специальность и т.д.), ученая степень, звание</p>	<p>Центральный Университет Квинсленда (Австралия) Бакалавр Информационных технологий</p>
<p>g. Места работы, должности за последние 5 лет</p>	<p>На сегодняшний день с 2019 Фрилансер. 1) 2017 Тимлид Red Ant Sydney Australia Разработка проектов под ключ (redant.com.au) 2) 2018 Технический директор Red Beard Talent (redbeardtalent.com) – платформа видео анализа и проверки кандидата для приёма на работу. 3) 2019 Технический директор Pulse Ability (PulseAbility.io) - маркетплейс услуг по поиску и фильтрации B2B блогеров.</p>
<p>h. Научные публикации</p>	<p>Нет</p>
<p>i. Цитируемость (индекс цитируемости, индекс Хирша и тому подобное), доклады на международных научных конференциях</p>	<p>Нет</p>
<p>j. При наличии, сведения об объектах интеллектуальной собственности в области выбранного Направления деятельности, включая изобретения, полезные модели, промышленные образцы, алгоритмы и протоколы, программы для ЭВМ, базы данных, топологии интегральных микросхем, автором (соавтором) которых является член команды</p>	<p>Нет</p>

17. История и динамика развития проекта

Проект находится на стадии pre-seed, но учитывая положение на рынке сегодня есть огромное поле для реализации данного проекта. Реализация проекта до его запуска планируется в течении 6-8 месяцев с момента получения гранта или финансовой поддержки.

18. Получали ли Вы и (или) члены команды проекта гранты на данную или схожую тематику? (даты, суммы, характер проектов, полученные результаты)

Нет

19. Привлекалось ли венчурное и (или) иное финансирование? (инвесторы, суммы, результаты)

Нет

20. Участвует ли проект в программах других институтов развития (если да, то указать название института развития. К институтам развития, например, относятся Роснано, РВК, Внешэкономбанк, ММВБ, Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, Агентство стратегических инициатив, Российская ассоциация прямого и венчурного инвестирования, Росмолодежь, ММВБ, «ОПОРА России»)

18.04.2022 была подана заявка №С1-212637 на грант в ФГБУ Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (ФОНД СОДЕЙСТВИЯ ИННОВАЦИЯМ)

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

21. Укажите текущий статус проекта (какие результаты уже достигнуты и чем они подтверждены)

- Собрана команда, а так же найдены подрядчики для реализации полного функционала платформы
- Разработано техническое задание
- Разработана дорожная карта проекта (роудмэп)
- Проведён анализ рынка
- Разработана маркетинговая стратегия при создании MVP, а так же на период полноценного выхода платформы на рынок

22. Опишите ключевые цели проекта (не более 3-х) и ориентировочный срок их достижения

#	Цель и сроки
1	Создание минимально жизнеспособного продукта (Ноябрь 2022)
2	Монетизация минимально жизнеспособного продукта (Январь 2023)
3	Полноценный выход на рынок, привлечение инвестиций (Сентябрь 2023)

в. Обобщенный план последующего развития (до достижения коммерческого результата)

- 1) Получение гранта от Фонда
- 2) Регистрация предприятия
- 3) Разработка платформы SFERA и её запуск
- 4) Набор первого пула пользователей, от 1000 до 5000 пользователей
- 5) Оформление договора интернет эквайринга и подключение к оплате услуг за размещение рекламы.
- 6) Запуск коммерциализации
- 7) Далее на полученные средства мы начнем расширять функционал SFERA

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

ДОРОЖНАЯ КАРТА	2022			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Исследования и разработки				
Создание продукта				Разработка структуры и функционала платформы SFERA. Перечень работ: 1) 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.)
Общее организационное развитие и план по найму			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;	

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

ДОРОЖНАЯ КАРТА	2022			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Защита интеллектуальной собственности и лицензирование				
Маркетинг, внедрение, продвижение				
Привлечение инвестиций и продажи				

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

ДОРОЖНАЯ КАРТА	2023			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Исследования и разработки				
Создание продукта	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.			
Общее организационное развитие и план по найму				
Защита интеллектуальной собственности и лицензирование	Защита интеллектуальной собственности на платформу и логотип а так же лицензирование			

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

ДОРОЖНАЯ КАРТА	2023			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Маркетинг, внедрение, продвижение	1) Набираем первый пул пользователей, от 1000 до 5000 пользователей. 2) Запускаем коммерциализацию - Cost per click - Cost per subscribe - Cost per lead			
Привлечение инвестиций и продажи				

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

ДОРОЖНАЯ КАРТА	2024			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Исследования и разработки				
Создание продукта				
Общее организационное развитие и план по найму				
Защита интеллектуальной собственности и лицензирование				
Маркетинг, внедрение, продвижение				
Привлечение инвестиций и продажи		Привлечение инвестиций и выход на IPO		

СВЕДЕНИЯ О ЮРИДИЧЕСКОМ ЛИЦЕ (заявителем по предварительной экспертизе не заполняются)

24. Название юридического лица

25. Контактный телефон

26. Почтовый адрес

27. Web-сайт

28. Основной государственный регистрационный номер (ОГРН) юридического лица

29. Индивидуальный номер налогоплательщика (ИНН) юридического лица

***.Приложение к описанию технологии**

SFERA

SFERA	1
1. Глосарий	4
2. Цели и задачи при разработке платформы	4
3. Требования к мобильному приложению и программному обеспечению	6
4. Структура платформы	7
5. Погружение в платформу	8
5.1. Информационные блоки	8
5.2. Пользовательские сценарии	8
6. Лента	9
6.1.1 Информационные блоки	10
6.1.2 Пользовательские сценарии	10
7. Поиск	11
7.1. Поиск по Хештегам	11
7.1.1. Информационные блоки	11
7.1.2. Пользовательские сценарии	11
7.1.3. Сбор данных для анализа	11
7.2. Поиск открытого типа	12
7.2.2. Пользовательские сценарии	12
7.2.3 Аналитика	12
8. Социализация	13
8.1. Информационные блоки	13
8.2. Пользовательские сценарии	13
8.3. Аналитика	13
9. Публикация контента	14
9.1. Информационные блоки	14
9.2. Пользовательские сценарии	14
9.3 Аналитика	14
10. Профиль	15
10.1. Информационные блоки	15
10.2. Пользовательские сценарии	15
10.3 Аналитика	15
11. Поиск и приглашение друзей	16
11.1. Информационные блоки	16
11.2. Пользовательские сценарии	16
11.3. Аналитика	16

12. Нотификации	17
12.1. Информационные блоки	17
12.2. Пользовательские сценарии	17
12.3. Аналитика	17
13. Поддержка	18
14. Релиз	19
15. Высоконагруженность	20
16. Безопасность	21
19. Учет дальнейшей разработки	22
22. Фоновые процессы, интеграции и функциональные возможности	23

1. Глосарий

Платформа - веб/API интерфейс для работы с загрузкой, просмотром, редактированием и удалением фотографиями, а также другого социального действия.

Мобильное приложение - в дальнейшем **приложение**, дистрибутив для установки на мобильное устройство iOS или Android. Для конечного пользователя дистрибуция будет осуществляться через площадки Google Play, Apple Store.

Пользователь - так же аккаунт, учетка, тип регистрационной записи привязанный к человек. Уникальность пользователя определяется одним из трех: мобильным телефоном, электронной почтой, учеткой соц сети.

Административный интерфейс - онлайн приложение для административной работы с пользовательскими данными, удаление, просмотр.

Администратор - так же админ, пользователь административного интерфейса. Эл почта которого может совпадать с пользователем платформы.

2. Цели и задачи при разработке платформы

Платформа SFERA - информационно развлекательная платформа по микроблогингу.

В состав работ будет включено:

Графический дизайн

- Разработка логотипа компании

Брендинг

- Утверждение цветов, шрифтов а также любой другой представительной информации показываемой на веб интерфейсе платформы

Прототипирование

- Создание прототипов будущей платформы с целью упрощение понимания пользовательских историй

Составление веб дизайна

- Графическое рисование дизайна для следующих интерфейсов:
 - Мобильное приложение

Разработка платформы и программного обеспечения для мобильного приложения.

Тестирование и запуск платформы:

- Тестирование программного обеспечения
 - Функциональное тестирование путем:
 - Ручного тестирования
 - Тестирование графического интерфейса путем:
 - Ручного тестирования
 - Нагрузочное тестирование путем:
 - Использования автоматизированной технологии jMeter

Проверка юридических норм применяемых к образовательной платформе, а данных хранимых на платформе.

Результатом выполненных работ будет являться функциональная платформа по микроблогингу.

3. Требования к мобильному приложению и программному обеспечению

Платформу будет развернута на доменах htt

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.

4. 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

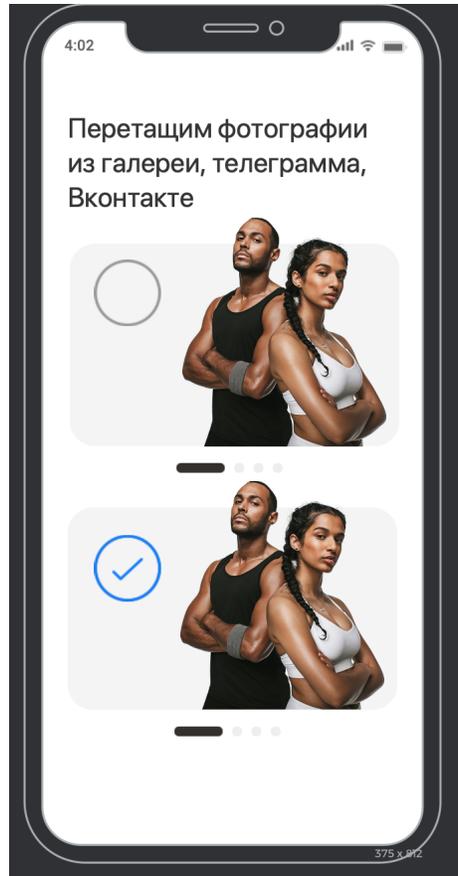
Вид администратора

Главная страница

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

5. Погружение в платформу

При первом заходе пользователь будет представлен с онбордингом



5.1. 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

5.2. Пользовательские сценарии

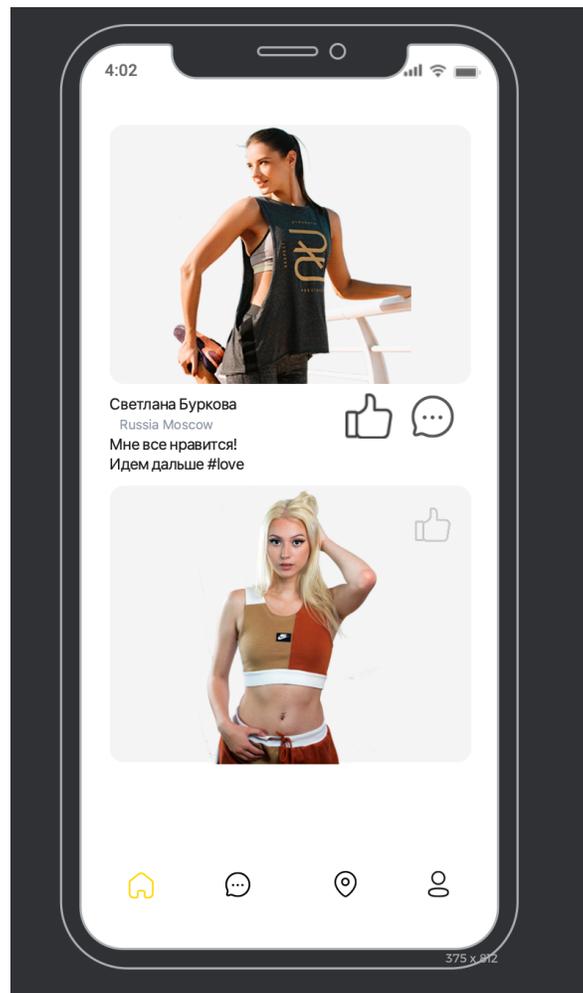
Как зарегистрированный пользователь, пользователь может выбрать фотографии из галереи, интеграции из ВК, интеграции из Телеграмм, для первичного наполнения фотографиями свой новый профиль.

6. Лента

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

Лента должна быть 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



6.1.1 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

6.1.2 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;

7. Поиск

7.1. Поиск по Хештегам

7.1.1. Информационные блоки

К информационным элементам поиска по хэштегам относятся:

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

7.1.2. 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.

7.1.3. Сбор данных для анализа

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

7.2. Поиск открытого типа

7.2.1. Информационные блоки

К информационным элементам относятся:

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

7.2.2. Пользовательские сценарии

Как пользователь я могу выбрать:

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

7.2.3 Аналитика

Для анализа собрать метрики:

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

8. Социализация

БАЗОВЫЙ ФУНКЦИОНАЛ

Необходимая фича увеличивающая уровень вовлеченности пользователей

8.1. Информационные блоки

Кнопка Лайк

Возможность поделиться

Возможность написать Комментарий

8.2. 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)

8.3. Аналитика

Для анализа собрать данные:

1. Кол-во кликов на поделиться
2. Кол-во переходов по ссылкам

9. Публикация контента

НЕ ПРИОРИТЕТ

БАЗОВЫЙ ФУНКЦИОНАЛ

Ключевой пользовательский функционал платформы.

9.1. 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**

9.2. 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

9.3 Аналитика

Для анализа собрать:

- Горячие карты переходов
- Топ-10 используемых фиш для редактирования контента

10. 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

10.1. Информационные блоки

Возможность добавить/обновить:

- Аватарку
- Описание профиля
- Ссылка на сайт

В других вкладках доступно:

- Просмотр фотографий
- Просмотр подписчиков пользователя
- Просмотр подписок пользователя

10.2. Пользовательские сценарии

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

10.3 Аналитика

Для анализа собрать:

- Горячие карты переходов
- Топ-10 используемых фич для редактирования профиля
- Проверка объема заполняемых данных

11. 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

11.1. Информационные блоки

При скролле в ленте возможность пригласить друзей

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

11.2. 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”

11.3. Аналитика

Уровень вовлеченности пользователи после уведомлений

12. Нотификации

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

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

12.1. Информационные блоки

При скролле в ленте возможность пригласить друзей

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

12.2. 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
- Написал комментарий под одной из моих фотографий
- Добавил меня к себе в друзья

12.3. Аналитика

Время проведенное на фиче

13. Поддержка

Поддержка мобильных устройств:

- +90% Мобильных девайсов на русскоговорящем рынке
 - iOS
 - Android
- в поддержку входит:
 - отрисовка функционала
 - работоспособность приложения, проверки по пороговым значениям
 - нагрузка на CPU
 - нагрузка на RAM
 - нагрузка на Disk Usage
 - нагрузка на запись/чтение на девайсе

14. Релиз

Релиз будет осуществляться на платформах:

- Google Play
- Apple Store
- Дистрибутив для мобильной версии скачанный в открытом доступе

15. Высоконагруженность НЕ ПРИОРИТЕТ

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
- на этапе запуска (от 6 - 12 месяцев): до 50 000 рублей/месяц с возможной коррекцией цены
- дальнейшая поддержка платформы должна быть оговорена отдельно

16. Безопасность

НЕ ПРИОРИТЕТ

Безопасность приложения должно быть внедрено удовлетворяя ФЗ-152 “ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ О ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ”.

Мобильное приложение должно безопасно хранить фотографии на диске мобильного устройства

Взаимодействие между АПИ и мобильным приложением должно осуществляться путем JWT, с хешированием secret base, по безопасному соединению.

Данные в базе данных данных быть зашифрованы чтобы при прямом подключению мы могли бы избежать прямого чтения из базы данных.

19. Учет дальнейшей разработки

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

22. Фоновые процессы, интеграции и функциональные возможности

Пользователи будут получать уведомления на

1. Почту
2. Телеграм
3. СМС

При следующих выполнении условий в следующих сценариях:

1. Когда получили лайки
2. Когда получили комментарии к фотографиям
3. Оповещения о новых публикаций друзей
4. Оповещения о новых публикаций по хештегам
5. Оповещения о новых публикаций по локациям

Google Analytics
Yandex Метрика

Портал разработчика

Возможность подключения других клиентов через каналы связи:

По API

- Подгрузка контента
- Функционал социализации

Ограничение на 1 действие в 10 секунд