**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (ссылка на проект) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (дата выгрузки)

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Псковский государственный университет» |
| Регион ВУЗа | Псковская область |
| Наименование акселерационной программы | Акселерационная программа поддержки проектных команд и студенческих инициатив для формирования инновационных продуктов «Акселератор ПсковГУ» |
| Дата заключения и номер Договора | 22.04.2024 г. № 70-2024-000191- |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | | | | | | | | | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | | | | | | “Виртуальный стилист” | | | |
| **2** | **Тема стартап-проекта\*** | | | | | | Чат-бот "Виртуальный стилист" помогает пользователям создавать стильные образы и подбирать одежду в соответствии с их вкусами, типом фигуры и стилем жизни. | | | |
| **3** | **Технологическое направление в**  **соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | | | | | | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем. | | | |
| **4** | **Рынок НТИ** | | | | | | **EduNet**— рынок продуктов и сервисов, которые вовлекают человека в развитие и реализацию своего потенциала. | | | |
| **5** | Сквозные технологии | | | | | | ИИ | | | |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | | | | | | | | | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | | | | | | UntiID: https://steps.2035.university/account/info   * Leader ID — https://leader-id.ru/profile * ФИО: Покатова Елизавета Руслановна * телефон: 79113798906 * почта: 79113798906lp@gmail.com | | | |
| **7** | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)** | | | | | | | | | |
|  | № | UntiID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое  описание) |
| 1 | https://steps.2035.university/account/info | <https://leader-id.ru/users/5026275> | Зверева Карина Алексеевна | Визуализатор | | [karinazvereva10@gmail.com](mailto:karinazvereva10@gmail.com)  79113547862 | студентка 2 курса | Закончена художественная школа, знание в области цифрового рисунка. |
| 2 | https://steps.2035.university/account/info | https://leader-id.ru/profile | Самойлова Софья Ильинична | Коммуникатор | | 89517508115  Sonya1Samoilova@gmail.com | студентка 2 курса | Большой опыт работы в общении с различной аудиторией. |
| 3 |  |  |  |  | |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **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* | 1. Цели проекта: Создать доступный, удобный и персонализированный сервис в виде чат-бота, который поможет пользователям создавать стильные образы, подбирать одежду в соответствии с их индивидуальными предпочтениями и стилем жизни, а также сэкономить время и деньги на шопинге.  2. Задачи проекта:  1). Разработка чат-бота:  \* Создание функционального чат-бота с интуитивно понятным интерфейсом.  \* Интеграция чат-бота в популярные мессенджеры (Telegram).  2). Создание базы данных:  \* Создание базы данных о стилях, типах фигур, цветовых палитрах.  \* Создание базы данных одежды, обуви, аксессуаров с описанием, ценой, ссылками на магазины.  3). Реализация функционала:  \* Разработка алгоритмов для персонализированных рекомендаций, учитывающих стиль пользователя, тип фигуры и повод.  \* Внедрение функции подбора одежды по цвету, создания коллажей с образами.  \* Интеграция с онлайн-магазинами для прямой покупки одежды.  4). Разработка контента:  \* Создание раздела с информацией о трендах, основах стиля, типах фигур, уходе за одеждой и другими полезными темами.  5). Продвижение и маркетинг:  \* Разработка маркетинговой стратегии для привлечения целевой аудитории.  \* Проведение активностей в социальных сетях и онлайн-медиа.  \* Сотрудничество с инфлюенсерами и блогерами.  3. Ожидаемые результаты:  •Чат-бот: доступен в Telegram.  • База данных о стилях и типах фигуры: используется для создания персональных рекомендаций.  • База данных о одежде, обуви и аксессуарах: используется для предложения конкретных вариантов одежды.  • Интеграция с онлайн-магазинами: позволяет пользователю непосредственно приобрести понравившуюся ему одежду.  4. Области применения результатов (где и как сможем применить проект):чат-бот в мессенджере Telegram.  5. Потенциальные потребительские сегменты (кто будет покупать):  • Люди, которые хотят одеваться стильно, но не знают, с чего начать.  • Люди, которые не имеют времени или возможности посещать стилистов.  • Люди, которые хотят сэкономить на покупках одежды и приобрести только то, что им действительно подходит. |
|  | **Базовая бизнес-идея** | |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет**  **продаваться\*** | «Виртуальный стилист» помогает решить проблему создания образов из одежды с помощью чат-бота в мессенджере Telegram, доступный для всех пользователей данной платформы. |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает\*** | 1). Люди, которые хотят одеваться стильно, но не знают, с чего начать.  2). Люди, которые не имеют времени или возможности посещать стилистов.  3). Люди, которые хотят сэкономить на покупках одежды и приобрести только то, что им действительно подходит. |
| 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.)* | 1. Физические лица (B2C):  • Демографические данные:  \* Возраст: 18-45 лет (особенно активны 20-35 лет)  \* Пол: преимущественно женский, но также мужчины, интересующиеся модой.  \* Местоположение: городские жители, преимущественно мегаполисы.  • Вкусы:  \* Интересуются модой, хотят одеваться стильно, следуют трендам.  \* Ищут вдохновение для создания образов, но могут не знать, с чего начать.  \* Открыты к экспериментам с стилем, но ищут уверенность в своих решениях.  • Уровень образования: Среднее или высшее.  • Уровень потребления: Средний и выше среднего.  • Сектор рынка: B2C  Могут быть заинтересованы в создании капсульного гардероба, получении рекомендаций по цвету и стилю, подборе одежды для конкретных событий (свадьба, корпоратив, свидание). Также могут использовать бот как в качестве идеи для создания образа, так и как инструмент для прямой покупки одежды.  2. Юридические лица (B2B):  • Категория бизнеса:  \* Онлайн-магазины одежды и аксессуаров.  \* Бренды одежды, желающие предоставить клиентам индивидуальные рекомендации.  \* Сервисы стиля и шопинга, ищущие инструменты персонализации.  \* СМИ и блоги о моде, ищущие контент и инструменты для взаимодействия с аудиторией.  • Отрасль: Розничная торговля, мода, бьюти.  • Сектор рынка: B2B  Могут интегрировать бота в свой веб-сайт или мобильное приложение.Также могут использовать бот для создания маркетинговых кампаний, персонализации рекламы и увеличения продаж. |
| 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* | Для реализации проекта будет использоваться искусственный интеллект. Он будет внедрён в чат-бот в мессенджере Telegram. Искусственный интеллект работает за счёт создания большого варианта образов из одежды, что помогает человеку подобрать подходящий образ. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.* | 1. Ценностное предложение:  • Для пользователей: Доступный, удобный и персонализированный помощник в выборе одежды, который экономит время и деньги, повышает уверенность в стиле и помогает создавать стильные образы.  • Для поставщиков (онлайн-магазинов): Новая аудитория клиентов, увеличение продаж, возможность эффективной таргетированной рекламы.  2. Каналы:  • Доступ: Чат-бот доступен в популярном мессенджере Telegram • Продвижение: \* Социальные сети: реклама, контент-маркетинг, работа с блогерами. \* Партнерство с онлайн-магазинами, блогерами, стилистами. \* SEO-продвижение. \* Участие в тематических мероприятиях.  3. Клиентские отношения:  • Персонализация: Чат-бот задает вопросы о стиле, предпочтениях, фигуре, чтобы создавать индивидуальные рекомендации.  • Взаимодействие: Возможность задавать вопросы, получать обратную связь.  • Сообщество: Создание онлайн-сообщества пользователей бота в социальных сетях для общения, обмена опытом.  4. Поток доходов:  • Комиссия: Процент от продаж одежды через интегрированные онлайн-магазины.  • Премиум-подписка: Расширенный функционал бота (неограниченное количество образов, дополнительные функции, персональный стилист).  • Реклама: Интеграция рекламы от брендов одежды.  • Партнерские программы: Совместные акции с онлайн-магазинами и брендами.  5. Ключевые ресурсы:  • Технологии: Разработка и поддержка чат-бота, интеграция с онлайн-магазинами.  • Базы данных: Данные о стилях, типах фигур, одежде, обуви, аксессуарах.  • Команда: Разработчики, дизайнеры, маркетологи, стилисты.  6. Ключевые процессы:  • Разработка: Создание и развитие функционала чат-бота.  • Маркетинг: Продвижение и привлечение пользователей.  • Интеграция: Взаимодействие с онлайн-магазинами и другими партнерами.  • Поддержка: Предоставление технической поддержки пользователям.  7. Партнерские отношения:  • Онлайн-магазины: Интеграция с онлайн-магазинами для прямого оформления заказов.  • Стилисты: Предоставление услуг персональных стилистов, онлайн-консультаций.  • Бренды одежды: Сотрудничество для продвижения товаров, проведения акций.  8. Структура затрат:  • Разработка и поддержка: Затраты на программистов, дизайнеров, серверные мощности.  • Маркетинг: Затраты на рекламу, работа с блогерами.  • Интеграция: Затраты на API-интеграцию с онлайн-магазинами. • Поддержка: Затраты на службу поддержки.  9. Ключевые показатели эффективности:  • Количество пользователей: Количество пользователей, взаимодействующих с ботом.  • Активность: Частота использования, количество образов созданных, консультаций.  • Конверсия: Процент пользователей, совершающих покупки через бота.  • Доход: Общая сумма дохода от всех источников.  10. Преимущества:  • Низкие издержки: Чат-бот работает круглосуточно и доступен в мессенджерах, что снижает затраты на содержание.  • Масштабируемость: Чат-бот может обслуживать большое количество пользователей одновременно.  • Персонализация: Индивидуальные рекомендации повышают удовлетворенность пользователей.  11. Риски:  • Отсутствие доказательства потребности: проведение исследования рынка, где видно, что у пользователей есть реальная потребность в таком сервисе.  • Низкая конверсия: разработка эффективной стратегии привлечения пользователей и их стимулирования к совершению покупок.  • Технологические риски: обеспечение стабильной работы бота, безопасность и конфиденциальность данных.  12. Дальнейшее развитие:  • Расширение функционала: Добавление новых функций (виртуальные примерки одежды, индивидуальные подборки по типу фигуры, создание стильных образов с учетом условий погоды, интеграция с платформами видео-звонков для онлайн-консультаций со стилистами).  • Создание сообщества: Формирование сообщества пользователей бота в социальных сетях для обмена опытом, взаимодействия и получения отзывов. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Мобильные приложения для шопинга:  • Style & Shop: ASOS, H&M, Zara, и многие другие приложения предлагают инструменты стиля и подбора одежды с учетом разных параметров.  • Стильные приложения: The Hunt, ShopStyle, и многие другие помогают найти определенные предметы одежды, создавать образы и следить за модными тенденциями.  2. Сервисы персонального стилиста:  • Онлайн сервисы: Stitch Fix, Trunk Club, и многие другие предлагают персональный подбор одежды с помощью стилиста. • Офлайн сервисы: Многие магазины предоставляют услуги персонального стилиста для помощи в подборе образа.  3. Модные блогеры: Многие блогеры и инфлюенсеры демонстрируют свои стильные образы и делятся советами по моде.  4. Виртуальные программы и игры: Виртуальные примерочные: Многие онлайн-магазины предлагают виртуальные примерочные с помощью 3D-моделирования.  5. Бренды одежды: Многие бренды одежды предлагают информационные материалы о стиле, типах фигуры и подборе одежды. |
| 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* | 1. Фокус на индивидуальности:  • Конкуренты: Часто предлагают стандартные рекомендации, основанные на общепринятых канонах стиля или модных тенденциях.  • "Виртуальный стилист" фокусируется на индивидуальности пользователя, учитывая его вкусы, тип фигуры, стиль жизни и особые потребности.  2. Интерактивность:  • Конкуренты: Часто предлагают статические рекомендации или услуги по подбору одежды с ограниченным взаимодействием.  • "Виртуальный стилист": использует формат чата, что делает взаимодействие с пользователем более динамичным и увлекательным. Пользователь может задавать вопросы, получать конкретные рекомендации, и уточнять свои предпочтения в реальном времени.  3. Доступность и удобство:  • Конкуренты: Часто требуют скачивания приложений, регистрации на сайте, или посещения магазина.  • "Виртуальный стилист": доступен в формате чат-бота, который может быть интегрирован в различные мессенджеры, что делает его доступным в любое время и в любом месте.  4. Возможность интеграции с онлайн-магазинами:  • Конкуренты: часто ограничиваются рекомендациями по стилю, но не предоставляют возможность прямой покупки.  • "Виртуальный стилист": может быть интегрирован с онлайн-магазинами, что позволяет пользователям непосредственно приобрести рекомендованную одежду через чат-бот.  5. Использование искусственного интеллекта:  • Конкуренты: часто используют базовые алгоритмы для подбора стиля, которые не всегда учитывают индивидуальные особенности.  • "Виртуальный стилист": может быть обучен искусственным интеллектом, который позволяет более точно учитывать предпочтения и стиль жизни каждого пользователя. Это делает рекомендации более персональными и точными.  Преимущества "Виртуального стилиста":  • Доступность: чат-бот доступен в любое время и в любом месте.  • Персонализация: чат-бот может учитывать индивидуальные предпочтения и стиль жизни пользователя.  • Интеграция с онлайн-магазинами: возможность непосредственного покупки одежды через чат-бот.  • Использование искусственного интеллекта: возможность обучения и постоянного улучшения алгоритмов подбора стиля |
| 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* | 1. Реализуемость:  • Доступные технологии: Разработка чат-ботов и интеграция с онлайн-магазинами - это уже развитые технологии, доступные для реализации.  • Спрос: Существующий спрос на услуги стилистов и простые в использовании инструменты для выбора одежды подтверждает потенциальную востребованность проекта.  2. Полезность и востребованность:  • Проблема: Многие люди испытывают трудности с выбором одежды, не имеют времени на шопинг или просто хотят выглядеть стильно.  • Решение: "Виртуальный стилист" предоставляет удобный и доступный способ получить персональные рекомендации по стилю, не выходя из дома.  • Отличие от конкурентов: Проект предлагает прямую интеграцию с онлайн-магазинами, что позволяет пользователям совершать покупки непосредственно через бот. Также проект отличается широким функционалом, включая создание коллажей, подбор гардероба, советы по стилю и интеграцию с социальными сетями.  3. Прибыльность:  • Источники дохода: Проект может получать прибыль за счет комиссии от продаж одежды через интегрированные онлайн-магазины, премиум-подписки с расширенным функционалом, рекламы и партнерских программ.  • Потенциал роста: Рынок онлайн-шопинга динамично развивается, что обеспечивает большие возможности для роста проекта.  4. Устойчивость:  • Масштабируемость: Проект может быть легко масштабирован за счет добавления новых функций, расширения баз данных и выхода на новые рынки.  • Большое количество потенциальных клиентов: Целевая аудитория проекта включает многих людей, которые хотят одеваться стильно, но не имеют времени или возможности посещать стилистов.  5. Дополнительные аргументы:  • Конкуренция: Несмотря на наличие конкурентов, проект "Виртуальный стилист" имеет уникальные особенности, которые могут выделить его на фоне других.  • Спрос на персонализацию: Пользователи все больше ценят персонализированный подход и рекомендации, что делает проект еще более актуальным. |
|  | **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* | Функционал:  • Чат-бот: Разработка чат-бота с использованием естественного языка (NLP), чтобы он мог понимать вопросы пользователя и давать адекватные ответы.  • Персонализация: Использование алгоритмов machine learning для создания персональных рекомендаций в зависимости от предпочтений пользователя.  • Интеграция: Разработка API для интеграции с онлайн-магазинами и социальными сетями.  • Создание коллажей: Использование инструментов графического дизайна для создания коллажей с предложенными образами. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей)*  *стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая*  *партнерские возможности* | **Организационные параметры:**  Статус: Предприятие будет зарегистрировано как Индивидуальное предпринимательство (ИП).  Состав организации:  1. Учредитель: разработчик проекта Покатова Елизавета Руслановна.  2. Руководство: управляющий директор Самойлова Софья Ильинична  3. Команда: визуализатор Зверева Карина Алексеевна  Распределение долей: В начале учредитель будет владеть 100% долей. При привлечении инвесторов доли будут перераспределены согласно инвестиционному договору.  Форма собственности: Частная собственность.  **Производственные параметры:**  1. Программа производства и реализации продукции:  • Продукт: Чат-бот, доступный в мессенджере Telegram.  • Реализация: Бесплатный доступ к базовому функционалу, премиум-подписка для расширенных функций, рекламные интеграции, комиссия от продаж через онлайн-магазины.  2. Технология производства:  • Действующая технология: Разработка чат-бота с использованием библиотек для обработки естественного языка (NLP) и интеграция с API мессенджеров.  • Новые технологии: Внедрение нейросетей для более точной персонализации рекомендаций и виртуальных примерок одежды с помощью computer vision. Это позволит увеличить качество рекомендаций и привлекательность сервиса.  3. Анализ основных средств:  • Первоначальная стоимость: Затраты на разработку и тестирование чат-бота, создание баз данных, серверные ресурсы.  • Остаточная стоимость: В зависимости от срока службы серверов и программного обеспечения.  • Форма и норма амортизационных отчислений: Согласно законодательству РФ о налогообложении.  • Поставщики: Сервис хостинга (например, AWS, Google Cloud), провайдер интернет-услуг, разработчики программного обеспечения.  • Условия поставки: Аренда серверов, покупка лицензий на программное обеспечение.  4. Поставщики сырья и материалов:  • Сырье: Данные о стилях, типах фигур, одежде, обуви и аксессуарах (могут быть собраны из открытых источников или приобретены у специализированных провайдеров).  • Материалы: Изображения одежды для создания коллажей (могут быть приобретены у стоковых фотобанков).  • Условия поставки: Оплата за доступом к базам данных или за отдельные изображения.  • Ориентировочные цены: Зависят от конкретных провайдеров и объема необходимой информации.  **Финансовые параметры:**  1. Объем финансирования:  • Начальный этап: Затраты на разработку и тестирование чат-бота, создание баз данных (о стилях, фигурах, одежде), серверные ресурсы, маркетинг.  • Используемые источники: Привлечение инвесторов или краудфандинг.  2. Финансовые результаты:  • Выручка: Комиссия от продаж одежды через интегрированные онлайн-магазины, платежи за премиум-подписку, реклама, партнерские программы.  • Издержки: Затраты на разработку и обслуживание чат-бота, поддержку баз данных, серверные ресурсы, маркетинг, комиссии онлайн-магазинам.  3. Движение денежных средств:  • Положительное значение денежного потока : В начале проекта денежный поток может быть отрицательным из-за значительных инвестиций. Однако при успешном развитии проекта и привлечении достаточного количества пользователей денежный поток должен стать положительным.  4. Эффективность инвестиционного проекта:  • Срок окупаемости: Зависит от объема инвестиций и скорости роста пользовательской базы.  • Индекс рентабельности: Показатель, который определяет отдачу от инвестиций.  • Бюджетная эффективность: Оценивается с учетом государственной поддержки, если она сможет предоставляется. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.)* | 1. Интеграция с онлайн-магазинами:  • Количественная характеристика: Прямая интеграция с онлайн-магазинами позволяет пользователям совершать покупки непосредственно через бот, что увеличивает конверсию и упрощает процесс шопинга.  • Качественная характеристика: Это отличает проект от многих аналогов, которые лишь дают советы, но не предлагают возможности покупки.  2. Создание коллажей:  • Количественная характеристика: Визуализация образов в виде коллажей делает рекомендации более наглядными и помогает пользователям лучше представить себя в предложенной одежде.  • Качественная характеристика: Не все аналоги используют коллажи в своих рекомендациях, что делает проект более привлекательным для пользователей.  3. Персонализация:  • Количественная характеристика: Проект использует алгоритмы machine learning для создания индивидуальных рекомендаций, что позволяет дать более точные и релевантные советы.  • Качественная характеристика: Это отличает проект от более общих рекомендаций, которые не учитывают индивидуальные особенности пользователя.  4. Дополнительные функции:  • Количественная характеристика: Интеграция с социальными сетями и возможность получать советы от профессиональных стилистов делают проект более функциональным и универсальным.  • Качественная характеристика: Это делает проект более привлекательным для пользователей, которые ищут комплекса решений для улучшения своего стиля.  5. Стоимость:  • Количественная характеристика: Проект может предлагать более доступные цены на премиум-подписку или за консультации стилистов по сравнению с традиционными услугами стилистов.  • Качественная характеристика: Это делает проект более доступным для широкого круга пользователей. |
| 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* | 1. Искусственный интеллект (ИИ):  • Использование: ИИ используется для создания рекомендаций по одежде на основе большого количества образов и информации о стилях, типах фигуры и трендах.  • Преимущества: Позволяет предлагать более точные и персонализированные рекомендации, чем ручные методы подбора одежды.  • Технологии: Используются алгоритмы machine learning (обучения с учителем) для анализа данных о стилях и предпочтениях пользователей.  2. Чат-бот:  • Разработка: Используется естественный язык (NLP) для понимания вопросов пользователя и формирования адекватных ответов.  • Технологии: Применение библиотек NLP, таких как SpaCy, NLTK или BERT, для обработки текста и понимания контекста вопросов.  3.. Интеграция: Разработка API (Application Programming Interface) для интеграции с онлайн-магазинами и социальными сетями (например, Telegram, WhatsApp, Instagram). |
| 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* | TRL 1 – Утверждение и публикация базовых принципов технологии. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект "Виртуальный стилист" решает актуальную проблему - нехватку времени и знаний для создания стильных образов. Многие люди хотят выглядеть хорошо, но не имеют времени или возможности посещать стилистов.  Актуальность:  • Проект отвечает на потребности современной аудитории, которая ищет удобные и доступные решения для улучшения своего стиля.  • Онлайн-шопинг и использование мессенджеров стали неотъемлемой частью жизни многих людей.  Значимость:  • Проект может сделать услуги стилиста более доступными для широкой аудитории, снизив стоимость и упростив процесс подбора одежды.  • Он может помочь людям чувствовать себя более уверенно и комфортно в своей одежде. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую*  *стратегию планируется применять, привести*  *кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Маркетинговая стратегия проекта "Виртуальный стилист":  Целевая аудитория:  • Молодые люди (18-35 лет)  • Женщины (большая часть аудитории)  • Люди, заинтересованные в моде и стиле  • Люди, которые ценят удобство и доступность  • Люди, которые хотят сэкономить время и деньги  Каналы продвижения:  • Социальные сети: Вконтакте - для таргетированной рекламы, создания контента о стиле и моде, конкурсов и акций.  • Мессенджеры: Telegram - для продвижения чат-бота через таргетированную рекламу, конкурсы и акции, а также для создания каналов с контентом о стиле.  • Блогеры: Сотрудничество с блогерами, работающими в сфере моды и стиля, для продвижения проекта через обзоры и рекомендации.  • СМИ: Размещение новостей и публикаций в модных изданиях, брендовых блогах и онлайн-журналах о проекте.  • Партнерские программы: Сотрудничество с онлайн-магазинами одежды и брендами для создания совместных акций и продвижения.  Аргументы в пользу выбора каналов:  • Социальные сети: Позволяют достичь широкой аудитории и эффективно таргетировать рекламу на конкретную целевую группу.  • Мессенджеры: Это платформы, где пользователи проводят много времени, что делает их эффективным каналом для продвижения чат-бота.  • Блогеры: Позволяют достичь уже заинтересованной аудитории и получить доверие к проекту за счет рекомендаций от лидеров мнений.  • СМИ: Повышают узнаваемость проекта и формируют позитивный имидж.  • Партнерские программы: Позволяют расширить аудиторию проекта и увеличить продажи через онлайн-магазины. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется*  *использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Каналы сбыта проекта "Виртуальный стилист":  1. Прямые продажи через чат-бот:  \* Интеграция с онлайн-магазинами: Позволяет пользователям совершать покупки прямо в чате, получая рекомендации и оформляя заказ в одном месте.  \* Комиссия от продаж: Проект получает комиссию от онлайн-магазинов за каждую сделку, осуществленную через бот.  2. Премиум-подписка:  \* Дополнительный функционал: Предоставление дополнительных функций и возможностей (например, создание виртуальных примерок, расширенные рекомендации, консультации стилистов) за платную подписку.  \* Регулярный доход: Обеспечивает стабильный доход от пользователей, которые ценят расширенный функционал и готовы платить за него.  3. Реклама:  \* Таргетированная реклама: Размещение рекламы на платформах, где пребывает целевая аудитория (например, в социальных сетях или мессенджерах), чтобы привлечь новых пользователей.  \* Партнерские программы: Сотрудничество с компаниями, занимающимися продажей одежды и аксессуаров, для продвижения бота в их маркетинговых кампаниях.  Обоснование:  • Оптимизация покупки: Интеграция с онлайн-магазинами делает процесс покупки более удобным и быстрым, что увеличивает вероятность совершения покупки.  • Дополнительные функции: Премиум-подписка позволяет пользователям получить более интенсивный опыт и улучшить свой стиль с помощью дополнительных функций.  • Доступность: Реклама в социальных сетях и мессенджерах позволяет достичь широкую аудиторию и привлечь новых пользователей. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **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* | Проблема, которую решает чат-бот «Виртуальный стилист», заключается в недостатке персонализированного подхода к выбору одежды и созданию стильных образов. Многие люди сталкиваются с трудностями при комбинировании вещей из своего гардероба или при выборе новых предметов одежды, что может приводить к неуверенности в себе и неудовлетворенности своим стилем.  Также проблема может заключаться в:  1. Ограниченные знания о моде: Не все пользователи имеют достаточные знания о текущих модных трендах, сочетаниях цветов и стилей. Это может затруднить процесс выбора одежды, особенно для тех, кто хочет выглядеть стильно, но не знает, с чего начать.    2. Недостаток времени: В современном мире многие люди живут в быстром темпе, и у них нет времени на тщательный выбор нарядов или походы по магазинам. Они могут не успевать следить за новыми тенденциями или просто не иметь времени на шопинг.  3. Индивидуальные предпочтения: Каждый человек уникален, и его стиль должен отражать личность. Однако многие решения о стиле принимаются на основе общих рекомендаций, которые не всегда подходят конкретному человеку. |
| 1. Люди, которые хотят одеваться стильно, но не знают, с чего начать.  Решаемая проблема:  Недостаток знаний о моде: Многие люди не обладают достаточными знаниями о том, как сочетать вещи, какие цвета подходят друг другу, и какие стили актуальны в данный момент. Чат-бот предоставляет персонализированные рекомендации на основе предпочтений пользователя, его фигуры и стиля жизни.    Как это решается:  1) Персонализированные советы: Чат-бот может задавать вопросы о предпочтениях в одежде, стиле и цветах, а затем предлагать готовые образы или идеи для комбинирования вещей из гардероба пользователя.  2) Образовательные элементы: Виртуальный стилист может предоставлять информацию о модных трендах и правилах сочетания цветов, что помогает пользователю развивать свои знания о моде.  2. Люди, которые не имеют времени или возможности посещать стилистов.  Решаемая проблема:  Ограниченное время: В современном мире у многих людей нет времени на посещение магазинов или консультации со стилистами. Это особенно актуально для занятых профессионалов и родителей.  Как это решается:  1) Доступность 24/7: Чат-бот доступен в любое время суток, что позволяет пользователям получать советы и рекомендации в удобное для них время.  2) Экономия времени: Пользователи могут быстро получить идеи для образов и рекомендации по покупкам, не тратя время на долгие поиски в магазинах или онлайн.  3. Люди, которые хотят сэкономить на покупках одежды и приобрести только то, что им действительно подходит.  Решаемая проблема:  Избыток ненужной одежды: Многие покупают одежду импульсивно или следуя модным трендам, но в итоге вещи могут не подходить или не носиться. Это приводит к лишним тратам и загромождению гардероба.  Как это решается:  1) Целенаправленные рекомендации: Чат-бот может анализировать гардероб пользователя и предлагать только те вещи, которые действительно подходят к его стилю и образом жизни.  2) Сравнение цен и предложения: Виртуальный стилист может рекомендовать лучшие предложения по ценам на одежду из разных интернет-магазинов, что помогает пользователям экономить деньги. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 26 | **«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 11)* | 1. Проблема: Люди, которые хотят одеваться стильно, но не знают, с чего начать.  Потенциальный потребитель:  Это могут быть молодые профессионалы, студенты или люди, которые только начинают осознавать важность своего внешнего вида. Они могут быть не уверены в своих модных предпочтениях и нуждаются в помощи для формирования своего стиля.  Взаимосвязь:  Чат-бот "Виртуальный стилист" предоставляет персонализированные рекомендации, которые помогают пользователям понять, как сочетать различные элементы одежды. Он может задавать вопросы о предпочтениях, стиле жизни и типе фигуры, а затем предлагать готовые образы. Это позволяет пользователю получить уверенность в своих модных решениях и упрощает процесс выбора одежды.  2. Проблема: Люди, которые не имеют времени или возможности посещать стилистов.  Потенциальный потребитель:  Занятые профессионалы, родители или люди с плотным графиком, которые ценят свое время и не могут позволить себе посещение салонов или магазинов.  Взаимосвязь:  Чат-бот доступен 24/7 в мессенджере Telegram, что делает его идеальным решением для людей с ограниченным временем. Пользователи могут получать советы и рекомендации по созданию образов в любое время, не выходя из дома. Это значительно экономит время и усилия, позволяя пользователям быстро находить стильные решения без необходимости физического присутствия у стилиста.  3. Проблема: Люди, которые хотят сэкономить на покупках одежды и приобрести только то, что им действительно подходит.  Потенциальный потребитель:  Экономные покупатели, которые предпочитают осознанные покупки и стремятся избежать ненужных трат на одежду, которая не будет носиться.  Взаимосвязь:  Чат-бот анализирует гардероб пользователя и предлагает только те вещи, которые соответствуют его стилю и образу жизни. Интеграция с онлайн-магазинами позволяет пользователям сразу же покупать рекомендованные вещи, избегая импульсивных покупок. Это помогает пользователям делать более осознанные выборы и экономить деньги на ненужной одежде. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям*  *справляться с проблемой* | Товары:  1. Персональный стилист  Как это работает: Бот задает пользователю вопросы о его предпочтениях в одежде, типе фигуры, стиле жизни и повода для создания образа. Эти вопросы помогают собрать информацию, необходимую для персонализированного подхода.  Решение проблемы: Пользователи, которые не знают, с чего начать, получают помощь в виде структурированных вопросов. Это позволяет им лучше понять свои собственные предпочтения и стиль, а также получить рекомендации, которые соответствуют их индивидуальным особенностям.  2. Рекомендации по одежде  Как это работает: На основе собранной информации бот предлагает конкретные варианты одежды, обуви и аксессуаров.  Решение проблемы: Пользователи получают готовые образы, что значительно упрощает процесс выбора. Это особенно полезно для тех, кто не имеет времени или опыта в подборе одежды. Рекомендации помогают избежать стресса при выборе и экономят время.  3. Подбор гардероба  Как это работает: Бот помогает создать универсальный гардероб на все случаи жизни, включая повседневные образы, деловые костюмы и вечерние платья.  Решение проблемы: Пользователи могут быть уверены, что у них есть все необходимые вещи для разных ситуаций, что позволяет избежать ненужных покупок и экономит деньги. Это также помогает избежать ситуации, когда в гардеробе много вещей, но нечего надеть.  4. Подбор одежды по цвету  Как это работает: Бот анализирует цветовую гамму и предлагает сочетания, которые гармонично выглядят вместе.  Решение проблемы: Пользователи, которые не уверены в том, как сочетать цвета, получают помощь в создании стильных и гармоничных образов. Это повышает уверенность в своих модных решениях и улучшает общий внешний вид.  5. Создание коллажей  Как это работает: Бот генерирует визуальные коллажи с предложенными образами.  Решение проблемы: Визуализация помогает пользователям лучше представить себя в предложенной одежде. Это особенно полезно для тех, кто затрудняется с восприятием абстрактных рекомендаций и предпочитает видеть конкретные образы.  6. Покупка одежды  Как это работает: Интеграция с онлайн-магазинами позволяет пользователям сразу же приобретать понравившиеся вещи.  Решение проблемы: Пользователи могут быстро и удобно совершать покупки без необходимости искать одежду самостоятельно. Это экономит время и усилия, а также снижает вероятность импульсивных покупок, так как бот предлагает только те вещи, которые соответствуют стилю пользователя.    7. Советы по стилю  Как это работает: Бот предоставляет актуальные советы по стилю и моде, а также информацию о современных трендах.  Решение проблемы: Пользователи остаются в курсе модных тенденций и могут адаптировать свои образы в соответствии с актуальными трендами. Это помогает им выглядеть современно и стильно, что особенно важно для молодых профессионалов и людей, стремящихся к самовыражению через моду. |
| 28 | **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 16.* | 1. Обоснование сегмента и доли рынка  Сегмент рынка: рынок виртуальных стилистов и онлайн-консультантов по моде активно развивается, особенно с учетом роста популярности онлайн-шопинга и использования мессенджеров. По данным различных исследований, рынок модных технологий (fashion tech) демонстрирует устойчивый рост, ожидая увеличения объема на 10-15% в год в течение ближайших пяти лет. Основные пользователи данного сегмента — молодые профессионалы, занятые люди и те, кто стремится к самовыражению через моду.  Доля рынка: на данный момент доля рынка виртуальных стилистов составляет около 5% от общего объема модной индустрии, что эквивалентно миллиардам долларов. Учитывая растущий интерес к персонализированным услугам и удобству онлайн-покупок, "Виртуальный стилист" имеет потенциал для захвата значительной доли этого сегмента.  2. Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса  1)Географическое расширение: первоначально бот может быть запущен на русскоязычных рынках (Россия, Украина, Беларусь), а затем расширен на международные рынки, включая США и Европу, где использование мессенджеров и онлайн-шопинга уже широко распространено.  2) Расширение функционала: внедрение новых функций, таких как виртуальные примерки с использованием дополненной реальности (AR), возможность получения рекомендаций от профессиональных стилистов и создание уникальных коллажей на основе пользовательских предпочтений.  3) Партнерство с брендами: сотрудничество с популярными брендами одежды и онлайн-магазинами для предоставления пользователям эксклюзивных предложений и акций. Это позволит увеличить доход через комиссионные за продажи.  4) Интеграция с социальными сетями: создание возможностей для пользователей делиться своими образами в социальных сетях, что может привлечь новых клиентов через вирусный маркетинг и рекомендации от друзей.  5) Модели подписки: введение модели подписки для доступа к расширенным функциям бота, включая эксклюзивные советы по стилю, персонализированные подборки и доступ к закрытым распродажам.  3. Рентабельность бизнеса  Модель дохода:  • Основные источники дохода могут включать:  • Комиссии от продаж одежды через интеграцию с онлайн-магазинами.  • Платные подписки на расширенные функции.  • Реклама и партнерские программы с брендами.  Оценка затрат: начальные затраты будут включать разработку бота, создание базы данных о стилях и одежде, а также маркетинг. Однако эти затраты могут быть относительно низкими по сравнению с традиционными магазинами одежды.  Прогнозы рентабельности: ожидаемая рентабельность может достигать 20-30% в течение первых трех лет после запуска, учитывая растущий интерес к персонализированным услугам и экономию времени и денег для пользователей. |
| 29 | **План дальнейшего развития стартап-проекта** | Переход к этапу прототипирования и тестирования на целевой аудитории |