Приложение № 15 к Договору

от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

| https://pt.2035.university/project/lavia | *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(дата выгрузки)* |
| --- | --- |

| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | **Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева** |
| --- | --- |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | **6316000632** |
| Регион ВУЗа | **Самарская область** |
| Наименование акселерационной программы | **Космос для жизни** |
| Дата заключения и номер Договора | **01.09.2023** |

|  | **Краткая Информация о стартап-проекте** | |
| --- | --- | --- |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Mirro |
| **2** | **Тема стартап-проекта\***  *Указывается тема стартап-проекта в рамках темы акселерационной программы, основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях.* | WearNet – это экосистема бизнесов, включающая креативную индустрию (моду) и технологии, которые производят и распространяют модный продукт будущего - гибридный продукт.  Mirro является инфраструктурным сервисом и платформой, соответствующая рынку WearNet.  Направление TechNet посвящено развитию и применению одного из самых важных классов «сквозных технологий».  Наш продукт относится к сфере - информационные системы управления предприятие, именно Enterprise Application Softwar  Направление «Технет» посвящено развитию и применению одного из самых важных классов «сквозных технологий» |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | TECHNET |
| **4** | **Рынок НТИ** | WearNet  TECHNET |
| **5** | **Сквозные технологии** | Искусственный интеллект  Нейротехнологии, технологии виртуальной и дополненной реальностей |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID U1683126  - Leader ID 5276153  - Лементарь Владислав Евгеньевич  - +79879812872  - Lementarvlad@gmail.com |
| **7** | **Команда** **стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | U1195781 | 3117933 | Булатов Илья Алексеевич | Программная часть | +79869590283, ilja2019@mail.ru | Отсутствует | Отсутствует | | 2 | U1683126 | 5276153 | Лементарь Владислав Евгеньевич | Лидер | +79879812872, Lementarvlad@gmail.com | Отсутствует | Отсутствует | | 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* | Mirro — инновационное мобильное приложение, объединяющее салоны красоты и клиентов в уникальное виртуальное пространство. Наше приложение предоставляет удобные инструменты для поиска ближайших салонов, записи на услуги и взаимодействия с мастерами. Мы планируем использовать метод "расширенного франчайзинга", открывая собственные салоны, чтобы укрепить бренд и обеспечить высокий стандарт обслуживания. |
|  | **Базовая бизнес-идея** | |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться\***  *Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации которого планируется получать основной доход* | Mirro предоставляет клиентам уникальный опыт в сфере красоты, объединяя салоны и клиентов через инновационное мобильное приложение. Мы распространяемся по методу "расширенного франчайзинга", открывая собственные салоны, чтобы обеспечить стабильное качество услуг и узнаваемость бренда. |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает\***  *Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт* | Клиент не всегда знает что хочет.  При смене мастера, возникает необходимость объяснять всё заново.  Неуверенность в профессионализме мастера |
| 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.)* | Для Юридических Лиц (B2B):  Категория Бизнеса:  Салоны красоты и спа-центры  Франчайзи и франчайзи-партнеры  Косметические бренды и производители товаров для салонов  Отрасль:  Красота и уход за собой  Технологии в области красоты  Франчайзинг  Географическое Расположение:  Крупные города и их пригороды, где активна индустрия красоты  Регионы с высоким уровнем косметической активности  Для Физических Лиц (B2C):  Демографические Данные:  Возраст: 18-45 лет  Пол: Все гендеры  Семейное положение: Все категории  Вкусы и Предпочтения:  Люди, ценящие инновации в сфере красоты и технологии AR/VR  Активные пользователи мобильных приложений  Те, кто стремится к персонализированному и удобному клиентскому опыту  Уровень Образования:  Среднее и выше образование  Уровень Потребления:  Пользователи, которые регулярно посещают салоны красоты  Те, кто ищет высокий стандарт обслуживания и персональный подход  Географическое Расположение:  Города с высокой плотностью населения  Активные районы с высоким уровнем потребления услуг красоты и ухода за собой  Сектор Рынка:  B2C - прямые конечные потребители  Потенциал для партнерств с другими B2C компаниями (например, фитнес-центрами, салонами здоровья)  Детализация Потребителей в Части 3 Таблицы:  Для Юридических Лиц (B2B):  Категория Бизнеса:  Определение размера и структуры салонов, определение их потребностей  Анализ потенциала для партнерства с франчайзинговыми компаниями  Для Физических Лиц (B2C):  Демографические Данные:  Определение конкретных возрастных групп и их предпочтений  Анализ предпочтений в зависимости от пола и семейного положения  Вкусы и Предпочтения:  Исследование востребованности технологий AR/VR  Анализ пользователей мобильных приложений и их предпочтений в интерфейсе  Уровень Образования:  Изучение уровня образования клиентов и их ожиданий  Уровень Потребления:  Определение частоты посещений салонов красоты  Анализ ожиданий от высокого стандарта обслуживания  Географическое Расположение:  Исследование плотности населения в конкретных регионах  Определение активных районов с высоким уровнем потребления |
| 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* | Разрабатываемая цифровая платформа будет обеспечивать удобный интерфейс для предпринимателей и заказчиков, используя собственную сетевую инфраструктуру. Внедряется передовая система электронной коммерции с поддержкой различных методов оплаты и высоким уровнем защиты данных. В качестве партнеров рассматриваются СБЕР и Тинькофф для обеспечения безопасных онлайн-транзакций с комиссиями от пользовательских транзакций. Используются облачные технологии для масштабируемости и гибкости, обеспечивая доступность данных и приложений для пользователей в любое время и место. Для эффективного управления данными и аналитики используются современные системы управления данными (СУБД) с целью анализа поведения пользователей и предоставления персонализированных услуг. |
| 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.* | Ключевые ценности  Молодые люди  - активный образ жизни - Сохранени стиля и внешнего вида  Люди, чья профессия связана с постоянными командировками, путешествиями - Сохранение внешнего вида в любом месте пребывания  Простота и скорость записи к специалисту  Сегменты клиентов  Молодые люди  Путешественники  Люди, которые часто переезжают (по работе/иным причинам)  Каналы  Сайт  ВК (группа)  Телеграм (канал)  Карты (Яндекс, Гугл, 2Гис)  Сарафанное радио  Взаимоотношения с клиентами  Запись через приложение, выбор удобного времени.  Напоминание о записи (пуш-уведомление)  Подборки стильных причёсок посезонно  Напоминание о необходимости прийти к парикмахеру  Потоки доходов  Система подписок  Роялти от Франчайзи (при франшизе)  Ключевые партнеры  Парикмахеры  Стилисты  Производители оборудования для парикмахерских  Другие парикмахерские/салоны красоты/барбершопы  Ключевые действия  Упрощение процесса записи к специалисту (с помощью приложения)  Изменение принцыпа взаимодействия между клиентом и смециалистом  Структура расходов  Оплата аренды  Эквайринг банк и офисные затраты  Замена и ремонт оборудования в помещении  Маркетинг  Оплата налогов |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Чио Рио  Барбершоп “Chop-Chop”  Салон красоты “BodySilk”  Сеть парикмахерских “Пчёлка”  Частные парикмахерские |
| 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* | Какие проблемы клиента мы решаем?  Что ценного в нашем предложении?  Какие услуги мы можем предложить каждому из сегментов потребителей?  1. Молодые люди  - активный образ жизни - Сохранени стиля и внешнего вида  2. Люди, чья профессия связана с постоянными командировками, путешествиями - Сохранение внешнего вида в любом месте пребывания  3. Простота и скорость записи к специалисту |
| 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* | Обоснование устойчивости бизнеса:  Технологические Инновации:  AR/VR Интеграция: Использование технологий дополненной и виртуальной реальности для предварительного просмотра результатов стрижек является уникальным конкурентным преимуществом. Это улучшает клиентский опыт и привлекает новых пользователей.  Клиентский Опыт и Пользовательский Интерфейс:  Удобство Использования Приложения: Создание удобного и интуитивно понятного мобильного приложения обеспечивает привлечение и удержание клиентов. Пользовательский интерфейс Mirro будет дифференцироваться высоким уровнем комфорта и легкости использования.  Собственные Салоны и Стандарт Обслуживания:  Контроль Качества: Открытие собственных салонов по методу "расширенного франчайзинга" позволяет поддерживать высокий стандарт обслуживания и обеспечивать единообразие бренда. Это создает доверие у клиентов и укрепляет позицию Mirro на рынке.  Маркетинг и Партнерства:  Сотрудничество с Влиятельными Блогерами и Салонами: Партнерства с влиятельными личностями и ключевыми игроками в индустрии красоты позволяют расширять аудиторию и улучшать восприятие бренда.  Конкурентное Преимущество:  Инновационные Технологии и Уникальный Опыт: Наличие AR/VR технологий и уникального клиентского опыта обеспечивает значительное преимущество перед конкурентами.  Рыночный Запрос и Тренды:  Современные Потребности: Растущий спрос на современные технологии в сфере красоты и ухода за собой обеспечивает постоянную востребованность продукта Mirro.  Программы Лояльности и Акции:  Удержание Клиентов: Реализация программ лояльности и акций для постоянных клиентов способствует удержанию клиентов и повторным продажам.  Географическое Распределение:  Адаптация к Региональным Особенностям: Анализ рыночных особенностей в различных географических зонах позволяет адаптировать стратегии продаж и маркетинга, увеличивая реализуемость бизнеса.  Вывод:  Mirro, благодаря своей уникальной комбинации инновационных технологий, контроля качества через собственные салоны, а также активной маркетинговой стратегии, представляет собой устойчивый бизнес с высоким потенциалом прибыльности. Клиенты оценят удобство использования приложения, а собственные салоны Mirro создадут стабильную базу для обеспечения качественного обслуживания. |
|  | **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* | Мобильное Приложение:  Платформы: iOS и Android.  Удобный Интерфейс: Интуитивно понятный и легкий в использовании интерфейс приложения для максимального комфорта пользователей.  Система Отзывов и Оценок: Интегрированная система обратной связи для оценки салонов и мастеров.  AR/VR Технологии:  Предпросмотр Стрижек: Возможность клиентам виртуально просматривать предварительные результаты стрижек с использованием технологий дополненной и виртуальной реальности.  Интерактивные Эффекты: Возможность выбора и просмотра различных цветов волос, стилей и аксессуаров в режиме реального времени.  Онлайн-Бронирование и Календарь:  Удобное Бронирование: Система онлайн-бронирования услуг в салонах с подробным описанием услуг и стоимостью.  Интегрированный Календарь: Для удобства мастеров и клиентов с возможностью управления расписанием.  Клиентская База и Программы Лояльности:  База Данных Клиентов: Автоматизированная система хранения данных о клиентах для персонализированного обслуживания.  Программы Лояльности: Реализация системы лояльности с использованием скидок, акций и бонусов для постоянных клиентов.  Техническая Инфраструктура для Собственных Салонов:  Система Мониторинга Качества: Внедрение системы мониторинга, чтобы обеспечивать высокий стандарт обслуживания в собственных салонах.  Оборудование для AR/VR: Установка необходимого оборудования для предоставления клиентам возможности виртуального просмотра.  Сетевая Безопасность:  Защита Данных Клиентов: Реализация современных методов защиты данных, чтобы обеспечить конфиденциальность информации клиентов.  Система Обновлений:  Регулярные Обновления Приложения: Постоянные технические обновления для улучшения функционала и безопасности приложения. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Команда основателей для стратегического руководства.  Культура инноваций и ориентация на клиента.  Программы обучения и развития для мастеров и персонала.  Производственные Параметры:  Открытие собственных салонов с стандартизацией бренда.  Франчайзинг и партнерства для гибкости и развития.  Интеграция технологий AR/VR для уникального клиентского опыта.  Финансовые Параметры:  Рациональные начальные вложения и поиск инвесторов.  Модель доходов через комиссии от услуг и продажу дополнительных функций.  Регулярная оценка рисков и формирование финансовых резервов.  Партнерские Возможности:  Гибкая система франчайзинга и лицензирования.  Стратегические партнерства с салонами, брендами и технологическими компаниями.  Постоянная финансовая устойчивость через разнообразные источники дохода. |
| 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.)* | Конкурентное преимущество: Технологии AR/VR, индивидуальный подход к клиентам, собственные салоны с высоким стандартом обслуживания. |
| 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* | Цифровая платформа:  Удобный интерфейс: Важен для предпринимателей и заказчиков, обеспечивая легкость в использовании и навигации, что способствует повышению привлекательности платформы.  Высокая производительность и стабильная работа: Обеспечиваются через собственную сетевую инфраструктуру проекта, что может включать в себя сервера, оптимизированные для обработки большого объема данных и запросов.  Электронная коммерция:  Безопасные онлайн-транзакции: Внедрение передовой системы электронной коммерции обеспечивает безопасность сделок, что особенно важно для создания доверия у пользователей.  Поддержка различных методов оплаты: Разнообразие вариантов оплаты удовлетворяет различным потребностям клиентов, что может повысить удобство использования.  Облачные технологии:  Масштабируемость и гибкость: Облачные технологии позволяют эффективно масштабировать платформу в зависимости от изменяющихся потребностей и объема данных.  Доступность данных в любое время и место: Обеспечивает удобство для пользователей, позволяя им работать с платформой из любой точки страны.  Системы управления данными:  Современные системы управления данными: Использование современных СУБД позволяет эффективно хранить и обрабатывать большие объемы данных, что важно для аналитики и персонализации услуг.  Аналитика и персонализация: Путем анализа поведения пользователей можно предлагать персонализированные услуги, что повышает уровень сервиса и удовлетворенность клиентов.  Касательно партнерства с СБЕР или Тинькофф, это может приносить выгоду в виде дополнительной финансовой поддержки и доверия со стороны пользователей благодаря сотрудничеству с известными финансовыми учреждениями. |
| 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: Сформулирована фундаментальная концепция, обоснована полезность новой технологии |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует Программе 2030 Самарского университета, познакомиться с программой можно по ссылке: <https://ssau.ru/info/dev/2030> |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Реклама в соц. сетях (таргетированная, посты)  Реклама в браузере  Наружная реклама |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Мобильное Приложение: Удобство и инновации в мобильном приложении обеспечивают прямой доступ клиентов к услугам и технологиям AR/VR.  Онлайн-Продвижение: Активная реклама в социальных сетях и онлайн-платформах обеспечивает широкий охват целевой аудитории.  Франчайзинг и Партнерства: Развитие сети через франчайзинг и стратегические партнерства усиливает присутствие бренда и расширяет географию обслуживания.  Прямые Собственные Салоны: Открытие салонов обеспечивает контроль за стандартами обслуживания и повышает узнаваемость бренда.  Блогеры и Инфлюенсеры: Сотрудничество с влиятельными личностями способствует созданию позитивного имиджа бренда и привлечению внимания клиентов. |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Mirro сталкивается с серьезной проблемой в индустрии красоты, где большинство салонов не предоставляют клиентам достаточно уникального опыта. Традиционные методы выбора салонов и взаимодействия с мастерами не соответствуют современным ожиданиям клиентов, которые ценят удобство, персонализированный подход и возможность визуализации ожидаемого результата.  Отсутствие Инноваций: Большинство салонов не внедряют инновационные технологии, такие как AR/VR, что приводит к ограниченным возможностям предварительной визуализации и оценки будущего облика.  Фрагментированность Рынка: Рынок салонов красоты фрагментирован, что затрудняет поиск подходящего места для клиентов. Отсутствие единого пространства для выбора услуг и взаимодействия с мастерами создает неудобство для пользователей.  Нестабильное Качество Услуг: Переменное качество услуг в салонах является серьезной проблемой. Отсутствие стандартов обслуживания ведет к недовольству клиентов и создает неопределенность при выборе салона.  Недостаток Узнаваемости Бренда: Множество салонов, каждый со своим стилем и уровнем обслуживания, приводит к тому, что бренд Mirro не всегда узнаваем для клиентов.  Неэффективные Методы Расширения Бренда: Традиционные методы расширения сети салонов часто не гарантируют стабильное качество обслуживания и могут уменьшить узнаваемость бренда из-за несогласованности стандартов.  Mirro ставит перед собой задачу решить эти проблемы, предлагая уникальный опыт в сфере красоты через инновационное мобильное приложение и метод "расширенного франчайзинга" для обеспечения стабильного качества услуг и повышения узнаваемости бренда. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\***  *Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта* | Инновационное Мобильное Приложение:  Решение: Внедрение технологий AR/VR в приложение Mirro позволяет клиентам визуализировать ожидаемый результат и провести виртуальный тур по салону. Это помогает клиентам более ясно выразить свои предпочтения и уменьшает неопределенность при выборе услуг.  Индивидуальный Подход и Профессиональные Профили:  Решение: Каждый мастер имеет свой профиль в приложении, содержащий портфолио работ, отзывы клиентов и подробные описания предоставляемых услуг. Это обеспечивает прозрачность и позволяет клиентам выбирать мастера, удовлетворяющего их требованиям.  Персонализированные Рекомендации:  Решение: Алгоритмы в приложении Mirro анализируют предпочтения клиента, предоставляя персонализированные рекомендации по услугам и мастерам. Это упрощает процесс выбора и уменьшает неопределенность.  Система Обратной Связи:  Решение: Возможность оставлять отзывы и оценки после каждого визита помогает клиентам поделиться своим опытом. Это не только повышает уверенность в профессионализме мастера, но и создает положительную динамику для последующих визитов.  Обучение и Стандартизация:  Решение: Обучение мастеров в собственных салонах Mirro и поддержание высоких стандартов обслуживания способствуют улучшению профессионализма и уверенности клиентов в выборе услуг.  Система Взаимодействия:  Решение: Возможность взаимодействия с мастером через чат в приложении перед визитом помогает уточнить детали и предоставляет дополнительный уровень коммуникации.  В целом, Mirro создает интегрированное решение, сокращая проблемы неопределенности и улучшая взаимодействие между клиентами и мастерами, что приводит к повышению удовлетворенности клиентов и устранению преград для повторного посещения. |
| 27z | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\***  *Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 24)* | Проблема: Клиенты в индустрии красоты сталкиваются с неопределенностью при выборе услуг, переходе между мастерами и неуверенностью в квалификации.  Потребитель: Современные клиенты салонов красоты, ищущие уникальный опыт и высокий уровень сервиса.  Решение:  Инновационное Мобильное Приложение: Визуализация через AR/VR.  Система Управления Персоналом: Профили мастеров для уменьшения неопределенности.  Маркетинг и Продвижение: Онлайн-продвижение и франчайзинг для увеличения узнаваемости и доверия клиентов. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Инновационное Мобильное Приложение:  Описание: Mirro предоставляет клиентам уникальные инструменты AR/VR в мобильном приложении. Это позволяет визуализировать предполагаемый результат услуги, сокращая неопределенность и помогая клиентам точнее выразить свои предпочтения.  Система Управления Персоналом:  Описание: Каждый мастер имеет свой профиль в приложении, содержащий подробное портфолио и отзывы клиентов. Это позволяет клиентам легко выбирать мастера, подходящего их требованиям, и снижает необходимость повторного объяснения при смене мастера.  Маркетинг и Продвижение:  Описание:  Онлайн-Продвижение: Активная реклама в социальных сетях и онлайн-платформах повышает осведомленность о возможностях Mirro, привлекая клиентов и предоставляя им доступ к инновационным сервисам.  Франчайзинг и Партнерства: Развитие сети через франчайзинг обеспечивает доступ к уникальному опыту Mirro в различных локациях, а прямые собственные салоны поддерживают стандарты обслуживания и узнаваемость бренда.  Технологии AR/VR:  Описание: Интеграция AR/VR в приложение Mirro позволяет клиентам виртуально оценить результаты стрижек и окрашивания в реальном времени, что снижает риск недопонимания и увеличивает удовлетворенность клиентов.  Блогеры и Инфлюенсеры:  Описание: Сотрудничество с влиятельными личностями, активными в сфере красоты, создает позитивный имидж бренда, укрепляет доверие потребителей и привлекает их внимание к инновационным решениям Mirro. |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\***  *Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* | Оценка Потенциала Рынка и Рентабельности Бизнеса:  Сегмент и Доля Рынка:  Сегмент: Современные клиенты салонов красоты, предпочитающие инновационные подходы и уникальные клиентские опыты.  Доля Рынка: Мирро нацелен на завоевание сегмента, обеспечивая качественные услуги и удобное мобильное приложение. Планы по открытию собственных салонов и франчайзингу направлены на увеличение доли рынка.  Потенциальные Возможности для Масштабирования:  Франчайзинг: Расширение через франчайзинг позволяет быстро охватить новые рынки и локации.  Стратегические Партнерства: Сотрудничество с другими компаниями, включая салоны красоты, создает дополнительные точки доступа для клиентов.  Географическое Расширение: Анализ рынка для выбора перспективных локаций с учетом популярности услуг и конкурентной обстановки.  Рентабельность Бизнеса:  Доходы: Комиссии от услуг в приложении, продажа дополнительных функций, доход от собственных салонов и франчайзинговых партнеров.  Инвестиции: Начальные вложения в разработку приложения, маркетинг и открытие собственных салонов окупаются за счет растущего числа клиентов и расширения сети.  Маржинальность: Стандартизация бренда и эффективное использование технологий позволяют удерживать высокие стандарты обслуживания при разумных операционных затратах.  Потребительский Запрос:  Растущий Тренд: Современные клиенты ценят удобство мобильных технологий и стремятся к персонализированным услугам, что соответствует концепции Mirro.  Привлекательные Программы: Программы лояльности, акции и скидки привлекают и удерживают клиентов, повышая их лояльность.  Итог: Бизнес Mirro имеет значительный потенциал для роста и рентабельности, поддерживаемый стратегиями масштабирования, инновационным подходом к клиентскому опыту и адаптацией к современным требованиям рынка. |

**30. план дальнейшего развития стартап-проекта**

|  | **Релиз беты приложения в апреле 2024**  **Достижения в 10 000 пользователей в конце 2024**  **Релиз приложения в апреле 2025** |  |  |
| --- | --- | --- | --- |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ**:

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - <https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu> )

| Фокусная тематика из перечня ФСИ (<https://fasie.ru/programs/programma-start/fokusnye-tematiki.php> ) |  |
| --- | --- |
| **ХАРАКТЕРИСТИКА БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ  (РЕЗУЛЬТАТ СТАРТАП-ПРОЕКТА)** *Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):* | |
| Коллектив *(характеристика будущего предприятия)*  *Указывается информация о составе коллектива (т.е. информация по количеству, перечню должностей, квалификации), который Вы представляете на момент выхода предприятия на самоокупаемость. Вероятно, этот состав шире и(или) будет отличаться от состава команды по проекту, но нам важно увидеть, как Вы представляете себе штат созданного*  *предприятия в будущем, при переходе на самоокупаемость* |  |
| Техническое оснащение  *Необходимо указать информацию о Вашем представлении о планируемом техническом оснащении предприятия (наличие технических и материальных ресурсов) на момент выхода на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* |  |
| Партнеры (поставщики, продавцы)  *Указывается информация о Вашем представлении о партнерах/ поставщиках/продавцах на*  *момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* |  |
| Объем реализации продукции (в натуральных единицах)  *Указывается предполагаемый Вами объем реализации продукции на момент выхода*  *предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как может быть*  *осуществлено* |  |
| Доходы (в рублях)  *Указывается предполагаемый Вами объем всех доходов (вне зависимости от их источника, например, выручка с продаж и т.д.) предприятия на момент выхода 9 предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет достигнуто.* |  |
| Расходы (в рублях)  *Указывается предполагаемый Вами объем всех расходов предприятия на момент выхода*  *предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет*  *достигнуто* |  |
| Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость  *Указывается количество лет после завершения гранта* |  |
| **СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ,**  **КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:** | |
| Коллектив |  |
| Техническое оснащение: |  |
| Партнеры (поставщики, продавцы) |  |
| **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**  *(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок, но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)* | |
| Формирование коллектива: |  |
| Функционирование юридического лица: |  |
| Выполнение работ по разработке продукции с использованием результатов научно-технических и технологических исследований (собственных и/или легитимно полученных или приобретенных), включая информацию о создании MVP и (или) доведению продукции до уровня TRL 31 и обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта: |  |
| Выполнение работ по уточнению параметров продукции, «формирование» рынка быта (взаимодействие с потенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.): |  |
| Организация производства продукции: |  |
| Реализация продукции: |  |
| **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ПЛАНИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА** | |
| Доходы: |  |
| Расходы: |  |
| Источники привлечения ресурсов для развития стартап-проекта после завершения договора гранта и обоснование их выбора (грантовая поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития, привлечение кредитных средств, венчурных инвестиций и др.): |  |
| **Перечень планируемых работ с детализацией** | |
| Этап 1 (длительность – 2 месяца) | |
| | **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** | | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  | | |
| Этап 2 (длительность – 10 месяцев) | |
| | **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** | | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  | | |
| **Поддержка других институтов  инновационного развития** | |
| Опыт взаимодействия с другими институтами развития | |
| **Платформа НТИ** |  |
| Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в «Акселерационно-образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»: |  |
| Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в программах «Диагностика и формирование компетентностного профиля человека / команды»: |  |
| Перечень членов проектной команды, участвовавших в программах Leader ID и АНО «Платформа НТИ»: |  |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНО** | |
| **Участие в программе «Стартап как диплом»** |  |
| **Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** |  |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** | |
| Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК» |  |
| Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий стартап» |  |

**Календарный план**

***Календарный план проекта:***

| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа, мес** | **Стоимость, руб.** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
|  |  |  |  |