**Ссылка на проект, зарегистрированный на платформе Projects: \_\_\_\_\_**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Краткая Информация о стартап-проекте** |
| **1** | **Название стартап-проекта** | Разработка приложения-indoor и outdoor навигатор «Клубок» |
| **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 | Производство программного обеспечения |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ** | Технология производства программного обеспечения |
| **4** | **Рынок НТИ** | TECHNET |
| **5** | **Сквозные технологии**  | Технологии беспроводной связи, Искусственный интеллект |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта**  | - Unti ID **U1463888**- Leader ID 4842541- ФИО Дурягин Никита Дмитриевич- телефон +79159069709- почта duryagin.nikita@mail.ru |
| **7** | **Команда** **стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) |
| 1 | U1464042 | 4857622 | Глубоковских Арина Александровна | Администратор | +79092485277ariaglu4593@gmail.com | - | - |
| 2 | U1464060 | 486105 | Любинецкая Кристина Романовна | Администратор | +79807361874klyubineczkaya@bk.ru | - | - |
| 3 | U1464075 | 4857469 | Ногина Екатерина Дмитриевна | Администратор | +79012832803katya.nogina16@mail.ru | - | - |

 |
|  | **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 | Цель: разработка приложения с внутренней картой университета, которое поможет студентам и сотрудникам более эффективно перемещаться по территории учебного заведения, находить нужные помещения. Задачи: разработка интуитивно понятного и удобного интерфейса приложения; разработка алгоритма оптимального построения маршрутов, учитывающего текущее положение пользователя; создание базы данных с внутренней картой университета, включающей все здания, помещения и другие объекты. Результаты: выполненные задачи. область применения: образовательные учреждения. сегменты: сотрудники, студенты и преподаватели, которым интересно повысить удобство перемещения по территории университета и эффективно использовать своё время. |
|  | **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*  | ПО, включающее в себя карты внутреннего устройства университета, с умением прокладывать маршрут до нужного места. |
| **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*  | Навигация в учебном кампусе Оптимизация времениИнформирование обучающихся об предстоящих событиях |
| **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.)* | Возраст: от 18 до 30 лет (студенты), от 25 до 60 лет (преподаватели и сотрудники). Пол: мужской и женский. Уровень образования: студенты - бакалавриат, магистратура, аспирантура; преподаватели и сотрудники - бакалавриат и выше. Университет: любой университет, где есть необходимость в удобной навигации по территории и зданиям. Вкусы и предпочтения: разнообразны и зависят от конкретного пользователя, но все потребители будут заинтересованы в удобстве использования приложения, точности карты и навигации, быстрой загрузке и низком потреблении ресурсов устройства. |
| **12** | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан технология / услуга / продукт (далее – продукция) (с указанием использования собственных или существующих разработок)** *Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта* | Создание приложения для университета с digital-картой :indoor и outdoor навигации |
| **13** | **Бизнес-модель\*** *Указывается краткое 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.*  | Отношения с потребителями: Мы установим прямые отношения с университетами и другими образовательными учреждениями, предлагая им наше приложение-indoor и outdoor навигации. Будем активно сотрудничать с университетскими организациями, факультетами и студенческими объединениями, чтобы обеспечить полное понимание и удовлетворение их потребностей. Финансовые и ресурсные источники: Мы планируем привлекать финансовые ресурсы через инвестиции, гранты. Также мы будем разрабатывать финансовые модели, такие как распространение платежей или использование модели подписки, чтобы обеспечивать стабильный источник дохода. Каналы продвижения и сбыта продукта: Мы будем использовать цифровые каналы продвижения, такие как веб-сайт, социальные сети, чтобы донести информацию о нашем продукте до потенциальных клиентов - университетов. Разработаем программу партнерства с поставщиками технологических решений для усиления нашего присутствия на рынке и улучшения качества продукта. |
| **14** | **Основные конкуренты\*** *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | -UniversityGo - Campus Maps -UniMaps -Find My Class -Lost On Campus by StudentsVip-UoB CampusMap |
| **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* | Наше приложение будет разработано специально для вузов, что означает, что мы полностью понимаем уникальные потребности и требования этой отрасли. наше приложение будет предлагать удобный и простой в использовании интерфейс для пользователя. Мы ставим на первое место удобство клиента, поэтому разработаем интуитивно понятный интерфейс, который не требует особых навыков или обучения для его использования. Это позволит нашим клиентам сразу начать эксплуатацию нашего приложения . наше приложение будет обладать функциональностью внутренней карты, которая позволит пользователям создавать оптимальные маршруты внутри университетского комплекса. Это поможет сократить время на перемещение по учебным зданиям, лабораториям или другим объектам университета. Кроме того, наше приложение будет поддерживать функцию определения местоположения, что упрощает навигацию для новых студентов и сотрудников. наше приложение будет обеспечивать высокую безопасность данных. Мы понимаем, что в университетах содержится большое количество чувствительной информации, поэтому мы разработали надежную систему защиты данных, которая предотвращает несанкционированный доступ и взлом. Наше приложение будет оснащено кнопкой экстренного выхода, которая будет строить маршрут до ближайшего эвакуационного выхода. |
| **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* | Улучшение эффективности: Приложения-indoor и outdoor навигатор позволяет студентам, преподавателям университета легко и быстро находить различные места внутри кампуса. Благодаря точным и надежным картам устройства, они смогут оптимизировать свой путь, экономя время и ресурсы. Улучшение опыта пользователей: приложения-indoor и outdoor навигатор может обеспечить дополнительные функции, такие как уведомления о событиях и мероприятиях в университете, информация о расписании занятий, обновлениях в расположении лекционных залов и кабинетов и другая полезная информация. Это поможет улучшить пользовательский опыт и сделает приложение ценным и востребованным инструментом в университетском сообществе. Отсутствие серьезных конкурентов: Хотя на рынке существуют некоторые приложения для навигации внутри зданий, ориентированные на торговые центры или больницы, особенностями университетского кампуса являются его уникальная инфраструктура и нужды пользователей. Приложение, специализированное именно на университетах, может заполнить эту нишу и стать лидером в данной области. Гибкость и адаптивность: Предлагаемое приложение может быть разработано и настроено с учетом специфических потребностей каждого университета. Это позволит легко внедрить его в различных вузах и предоставить гибкость в создании карт и путеводителей, что улучшит удобство использования и полезность продукта для каждого пользователя. Потенциальная прибыльность: Бизнес-модель может основываться на различных источниках дохода, например, включать в себя платную рекламную площадку на карте, платные дополнительные функции или подписки. Кроме того, популярность и удобство приложения могут привлечь инвестиции от университетов и других заинтересованных сторон. Устойчивость бизнеса: Университеты являются устойчивыми организациями, которые имеют долгосрочные потребности. приложения-indoor и outdoor навигатор может стать неотъемлемой частью университетского кампуса и использоваться долгое время. Более того, поскольку вузы регулярно принимают новых студентов, будет постоянная потребность в таком приложении для ориентирования и улучшения пользовательского опыта. |
|  | **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* | Быстрое построение маршрутов благодаря актуальным и эффективным алгоритмам, удобный и понятный пользовательский интерфейс, возможность персонализации маршрутов в зависимости от интересов пользователей. |
| **18** | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\*** *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Директор - контролирует выполнение процессов - ЗП: 25 000 рублей. Маркетолог - ведёт философию бизнеса, осуществляет практическую работу по изучению рынка и созданию конкурентных преимуществ проекта, ЗП - 10 000 рублей + 10% от покупки рекламы. IT-специалисты - пишут код приложения, разработка интерфейса, ЗП - 140 000 рублей. Бухгалтер - ведёт финансовую отчётность, ЗП - 17 500 рублей. Первый заработок начнется с 6-го месяца. Окупаемость проекта составляет 20 месяцев. Инвестиции составят 500 000 рублей. |
| **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.)*  | Среди ключевых преимуществ: точная двухмерная карта с указанием параметров аудиторий, интеграция с внешними устройствами, умный алгоритм маршрутизации и доступная ценовая политика. |
| **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* | Indoor навигация: Введение технологии QR-кодовой системы определения начального местоположения Картографические данные: Создание детальных карт помещений с помощью технологии BIM для построения карт. Алгоритмы маршрутизации: Программные алгоритмы, которые определяют оптимальный маршрут между двумя точками на основе доступных данных. Кроссплатформенность: Разработка приложения, которое поддерживает различные операционные системы (iOS, Android) и устройства (смартфоны, планшеты). |
| **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* | Проведено интервью с потенциальными потребителями, описаны финансовая и бизнес модели проекта. |
| **22** | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия**\* | Проект соответствует приоритетам вуза в области разработки новых сервисов для улучшения городской среды. |
| **23** | **Каналы продвижения будущего продукта\*** *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | TTL-каналы: продвижение продукта с помощью интернет-ресурсов. |
| **24** | **Каналы сбыта будущего продукта\*** *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать краткое обоснование выбора* | Прямые продажи, онлайн-каналы. Данный выбор связан с характером продукта и целевой аудиторией. |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** |
| **25** | **Описание проблемы\*** **Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9**  | Проблема заключается в: 1)Потере времени студентов на поиск нужных локаций в учебном кампусе университета, 2)Слабой информированности студентов о важных и интересных событиях о них в вузе. |
| **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*  | Навигация на учебном кампусе: Для студентов и сотрудников университета "Клубок" может быть полезным инструментом для быстрой навигации между различными зданиями и учебными аудиториями. Оптимизация времени: Приложение может помочь пользователям эффективно использовать свое время, предоставляя кратчайшие маршруты и информацию о текущем местоположении, а также получать информацию о предстоящих событиях. |
| **27** | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\*** *Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 24)* | Это человек, который сталкивается с определенной проблемой, связанной с навигацией и ориентацией. Эта проблема может быть связана с тем, что люди теряются внутри больших зданий, не могут быстро найти нужное место или испытывают трудности с навигацией, особенно в незнакомых местах. Мотивация: Держатель проблемы мотивирован найти удобное и эффективное решение для навигации. |
| **28** | **Каким способом будет решена проблема\*** *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой*  | Потребитель получит оптимально построенный маршрут от точки А до точки Б. |
| **29** | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\*** *Необходимо привести краткое обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* | После тестового запуска в одном вузе приложение будет предложено другим вузам.Оценка рынка: число студентов - 4млн человек, пользоваться приложением будет пользоваться 25% (1 млн) студентов будет пользоваться данным приложение и 25% от пользователей купят платную подписку на наше приложение (250 тыс человек). Конкурентов в этой области в данный момент нет. Стоимость годовой подписки 299 Руб, отсюда ёмкость рынка 75 млн Руб/год |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Распространение приложения в Ивановской области (в университетах, торговых центрах, больницах, бизнес-центрах и т.д.). | 1-2 год |  |
| 2 | Распространение приложения в ближайших областях. | 2-5 лет |  |
| 3 | Распространение приложения по всей России | более 5 лет |  |