**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

https://pt.2035.university/project/app-avtomatizirovannoe-planirovanie-putesestvij-s-primeneniem-tehnologij-ii *(ссылка на проект)*  16.11.2023 *(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 7721037218 |
| Регион ВУЗа  | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | Технологии Будущего |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70-2023-000649 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | АПП (Автоматизированное Планирование Путешествий) с применением технологий ИИ |
| 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.* | *- ТН1. Цифровые технологии и информационные системы* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»*  |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Технет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"*  |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID U1750810- Leader ID id 924292- ФИО Сокол Арина Ивановна- телефон +7(918)-66-55-975- почта yarosveta2001@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 | U1177129 | Id 392274 | Нгуен Тхи Хаи Ань | Маркетолог | 8 (977) 305-67-47, thihaianh.nguyen47@mail.ru |  |  |
| 2 | U1750826 | Id 2783064 | Чумакова Александра Алексеевна | Аналитик | 8 (952) 855-05-30, ssskirerr@mail.ru |  |  |
| 3 | U1750824 | Id 868406 | Ковалёва Дарья | Дизайнер интерфейса | 8(977)603-65-24 |  |  |

 |
|  | **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* | Разработка и продажа ПО для туристских комплексов России, которое позволяет разместить на их сайте онлайн-тест, по результатам которого в соответствии с ассортиментом услуг конкретного комплекса будет автоматически и с использованием искусственного интеллекта составлена программа отдыха для конечного потребителя. По необходимости конечный потребитель сможет вручную изменить программу и сразу же её забронировать. |
|  | **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, которое позволяет разместить на сайте онлайн-тест с искусственным интеллектом, по результатам которого в соответствии с ассортиментом услуг конкретного комплекса будет автоматически составлена программа отдыха для конечного потребителя. |
| 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* | Продукт позволяет сократить расходы компании (в т.ч. временные и человеческие ресурсы) на операции по организации отдыха туристов; систематизировать ассортимент услуг и более точного подбора предложения под потребности конкретного гостя; снизить уровень стресса клиента в процессе организации и бронирования отдыха; добавить персонализацию.  |
| 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.)* | Целевая аудитория: туристские комплексы (в том числе курорты, базы отдыха, spa-комплексы, лечебно-рекреационные центры, культурноисторические комплексы), действующие на территории РФ. Данная аудитория делится на три сегмента: 1. Крупного масштаба (от 1000 посещений в месяц)
2. Среднего масштаба (500-999 посещений в месяц)
3. SPA и лечебные центры
 |
| 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* | Продукт будет создан на основе следующих научно-технических решений:1. Разработка алгоритма. Требуется разработать алгоритм, который позволит анализировать результаты онлайн-теста и выявлять предпочтения конечного потребителя. Для этого можно использовать методы машинного обучения и анализа данных.2. Создание базы данных. Необходимо создать базу данных, в которой будут храниться данные о туристических комплексах, их ассортименте услуг и результаты онлайн-тестов. База данных должна быть структурированной и эффективно работать с большим объемом данных.3. Тестирование и оптимизация. Перед выпуском на рынок необходимо провести тестирование продукта, чтобы убедиться в его надежности, безопасности и эффективности. При необходимости можно внести доработки и оптимизировать производительность продукта.4. Разработка системы управления и администрирования: для обеспечения удобного использования и поддержки продукта необходимо создать систему управления и администрирования. Это может включать в себя инструменты для добавления и редактирования услуг в базе данных, мониторинга и анализа результатов тестирования, а также генерации отчетов для аналитики и принятия решений. |
| 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.*  | Ценностные предложения:Персональное составление и бронирование программы отдыха по результатам онлайн-теста на сайте БАО "Комбат"Потребительские сегменты:* 30+
* Основные ценности сегментов: Здоровье, саморазвитие
* От 50к в месяц
* Активный отдых
* Аллергики
* Семьи
* Компании друзей
* Йоги
* Художники
* Любители тренингов
* Сердечно-легочные больные

Каналы сбыта:Онлайн на сайтеВзаимотношения с клиентами:Сайт, соцсети, флаеры, баннеры, консультации в точках продажПотоки доходов:Оплата бронированияПовышение конверсии сайтаКлючевые ресурсы:ИнформационныеТехнологическиеКлючевые виды деятельности:Составление программы отдыхаАнализ результатов тестаОнлайн-бронированиеКлючевые партнеры:разработчик ПОсотрудник, отвечающий за ведение сайтаменеджер по бронированиюСтруктура издержек:оплата доступа к сервису создания онлайн-тестоврасходы на создание и обслуживание ПО |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | На 2023 год не обнаружено прямых конкурентов. Среди косвенных конкурентов выделены: 1) услуги турагентов;2) система отдыха по путевкам 3) сервисы онлайн-бронирования.Первое дороже для компании в сравнении с предложением "АПП"; второе не учитывает индивидуальный запрос конечного потребителя; третье после ухода Booking.com охватывает только проживание и транспорт, но не досуг. Проект "АПП" закрывает все эти слабости |
| 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* | Вести дела с нами — это выбрать инновационный подход к разработке и предоставлению туристических программ. Наш стартап предлагает тестирование с использованием искусственного интеллекта, который позволяет автоматически составить уникальную программу отдыха для каждого конкретного потребителя. Мы предоставляем возможность нашим клиентам получить персонализированные и точные рекомендации, основанные на их предпочтениях и потребностях. Наше уникальное решение сокращает время и деньги, необходимые для создания туристической программы, и позволяет компаниям, владеющим ПО, показывать себя клиентам с лучшей стороны и отличаться от конкурентов.  |
| 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. Уникальность продукта: Программное обеспечение, которое позволяет автоматически составлять индивидуальные программы отдыха для туристов, является уникальным и инновационным на рынке туризма. Это дает компании конкурентное преимущество и способствует ее востребованности.2. Потребность на рынке: Туристические комплексы России имеют потенциальных клиентов - туристов, которые ищут индивидуальные и персонализированные программы отдыха. Такое программное обеспечение поможет комплексам привлекать больше клиентов, улучшая их опыт и уровень обслуживания.3. Прибыльность бизнеса: Уникальность и востребованность продукта позволяют компании установить более высокую цену за свои услуги. Кроме того, автоматизация процесса составления программ отдыха снижает затраты на персонал и повышает эффективность работы, что способствует увеличению прибыли.4. Долгосрочные партнерства: Успешная реализация проекта позволит компании установить долгосрочные партнерские отношения с туристическими комплексами России. Это создаст стабильный поток клиентов и обеспечит устойчивость бизнеса в долгосрочной перспективе. |
|  | **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* | Проект, как цифровой продукт, направлена на использование передовых технологий. Он соответствует технологическому направлению благодаря использованию основных технологических параметров, искусственного интеллекта, машинного обучения. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\**Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | 1. Организационные параметры:- Создание и регистрация компании, установление структуры и функций внутри организации.- Разработка стратегии и бизнес-плана, включая определение целей, целевой аудитории, позиционирования и конкурентных преимуществ.- Найм квалифицированных специалистов, включая разработчиков, аналитиков, дизайнеров, тестировщиков и управленческий персонал.- Определение коммуникационных стратегий и партнерских отношений с туристическими компаниями.2. Производственные параметры:- Разработка и внедрение программного обеспечения для туристических комплексов с учетом задачи автоматического формирования программы отдыха для конечного потребителя на основе результатов онлайн-теста.- Установление процессов тестирования и обновления программного обеспечения.- Обеспечение надежности и безопасности программного обеспечения, включая защиту данных клиентов.3. Финансовые параметры:- Оценка бюджета на разработку и маркетинг программного обеспечения.- Прогнозирование продаж и доходов с учетом тарифной политики, количества туристических комплексов-партнеров и их клиентов.- Установление системы учета и контроля финансовых потоков.- Разработка механизмов финансового стимулирования партнеров для успешной продажи программного обеспечения.Для привлечения туристических компаний-партнеров необходимо:- Разработать стратегию продвижения и маркетинга, включая создание информационного материала о преимуществах использования программного обеспечения и его эффективности.- Провести презентации и вебинары для туристических компаний для продемонстрирования возможностей программного обеспечения и объяснения партнерских условий.- Установить коммуникационные каналы и систему поддержки для партнеров, где они могут получить необходимую информацию и консультации.- Предложить гибкую и привлекательную систему тарифов и комиссий для партнеров, основанную на объеме продаж и партнерской активности. |
| 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. Автоматизация процесса составления программ отдыха: Программное обеспечение позволяет использовать онлайн-тест, который учитывает ассортимент услуг каждого конкретного туристического комплекса. После прохождения теста, программа отдыха автоматически составляется, что значительно сокращает время создания индивидуальных предложений для конечного потребителя.2. Улучшение опыта клиента: благодаря использованию программного обеспечения, туристические компании могут предложить индивидуальные предложения каждому клиенту на основе его предпочтений и результатов теста. Это позволяет повысить удовлетворенность клиентов и создать персонализированный опыт.3. Уменьшение операционных расходов: Автоматическое составление программ отдыха сокращает необходимость вручную разрабатывать и адаптировать предложения для каждого клиента. Это позволяет существенно уменьшить затраты на трудовые ресурсы и сократить время, затраченное на составление индивидуальных предложений.4. Улучшение конкурентоспособности: благодаря возможности предлагать клиентам индивидуальные предложения, программа помогает туристическим компаниям отличаться от конкурентов и привлекать больше клиентов. Удовлетворенные клиенты склонны делать повторные покупки и рекомендовать услуги компании другим потребителям, что способствует увеличению ее репутации и доходов.5. Улучшение эффективности и точности: Программное обеспечение позволяет уменьшить возможность ошибок в составлении программ отдыха, так как процесс автоматизирован и постоянно обучается. Это ведет к повышению эффективности работы и улучшению качества обслуживания клиентов.6. Гибкость и масштабируемость: Программное обеспечение можно легко настроить и адаптировать под конкретные потребности туристических комплексов. Это позволяет использовать его как для малых отелей и гостиниц, так и для крупных туристических комплексов. |
| 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* | Для осуществления работы нашего приложения нам необходим программист, которыйосуществит разработку кода по нашему макету, а также создаст алгоритм ИИ. Для работы уже есть разработанный дизайн иинтерфейс. Необходимо приобрести хостинг и домен. Требуется привлечь маркетолога, которыйбудет взаимодействовать с владельцами отелей и предлагать им услуги нашего приложения. Также нам необходимо согласие отелей для предоставления возможности бронирования и обеспечения системы бонусов. Необходимо подключить услуги карты 2гис для отображения отелей в приложении. Необходимо создать базу данных для внесения информации о клиентах,потребителях, отелях.  |
| 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* | У нас есть рабочий макет сайта, который в последствии мы сделаем кроссплатформеннымприложением. Также у нас есть маркетинговая стратегия, которая позволит быстро раскрутитьприложение. Мы сделали два вида анкет, которые уже готовы предоставлять для сбораинформации по клиентам и потребителям. Также мы провели опрос в популярной социальнойсети, где результат оказался положительным. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует следующим Стратегическим направлениям, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:- Стратегическое направление 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпункт 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»);- Стратегическое направление 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны». |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | Директ-маркетинг, контент-маркетинг, электронный маркетинг, баннерная реклама, связи с общественностью. Социальные сети (VK, Telegram, TenChat) |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Дистрибуция посредством личных продаж при назначенных онлайн/офлайн встречах с клиентами и демонстрацией функционала |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Проблема недостатка персонализации и индивидуального подхода в туристической индустрии. Традиционно, туристические компании предлагают стандартные пакетные туры, которые не всегда учитывают предпочтения и интересы каждого клиента. Это может приводить к неудовлетворенности клиентов и негативному опыту отдыха. В другом случае, туристические компании тратят значительное количество времени и ресурсов на разработку программ отдыха для каждого клиента. Это требует больших усилий и затрат со стороны компаний, но часто является неэффективным и неудобным процессом. |
| 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* | Проект помогает туристическим и другим компаниям предлагать клиентам индивидуальные и подходящие программы отдыха. Это улучшает опыт клиентов и повышает уровень обслуживания, так как они получают именно то, что им нравится и подходит. Кроме того, проект может помочь туристическим компаниям повысить конкурентоспособность и привлечь больше клиентов, заинтересованных в индивидуальном подходе к отдыху. При этом, позволяет не тратить большое количество денежных средств на оплату работы сотрудников, подбирающих персональные предложения.  |
| 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)*  | Основным «Держателем» проблемы являются туристические компании, которые неэффективно организуют отдых для своих клиентов. Их мотивацией к использованию программного обеспечения является желание оптимизировать свою деятельность, сократить расходы и улучшить качество предоставляемых услуг. Продукт позволяет компаниям сократить затраты на операции по организации отдыха, такие как поиск и выбор услуг, взаимодействие с различными поставщиками, составление индивидуальных программ и бронирование. Кроме того, продукт систематизирует ассортимент услуг комплекса и обеспечивает более точный подбор предложения под потребности конкретного гостя, что повышает качество обслуживания и удовлетворенность клиентов. Также продукт снижает уровень стресса клиентов, предоставляя удобный и простой способ выбора и бронирования отдыха. Добавление персонализации с помощью онлайн-теста позволяет создать уникальное предложение для каждого клиента, что усиливает впечатление о компании и повышает лояльность клиентов.Потребителем продукта являются туристические компании, которые будут устанавливать онлайн-тест на своем сайте. Они заинтересованы в улучшении своих операций и снижении расходов. Продукт предоставляет им возможность автоматизировать процесс выбора и бронирования отдыха для своих клиентов, что позволяет сэкономить время и ресурсы, чтобы сосредоточиться на других аспектах бизнеса. Более точный подбор услуг и персонализация помогут повысить уровень удовлетворенности клиентов и укрепить позиции компаний на рынке туризма. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | 1. Экономия времени и ресурсов: Туристические компании тратят значительное количество времени и усилий на разработку индивидуальных программ отдыха для каждого клиента. С помощью данного программного обеспечения, компании смогут автоматически формировать программы отдыха на основе результатов онлайн-теста. Это позволит существенно сократить время, затраченное на ручное разработку программ и использовать ресурсы более эффективно.2. Персонализированный подход к клиентам: Программное обеспечение позволяет учесть предпочтения и потребности каждого клиента на основе результатов теста. Туристические компании могут предложить индивидуальные программы отдыха, учитывающие интересы и требования каждого клиента. Это создает более уникальный и персональный опыт отдыха, что повышает удовлетворенность клиентов и способствует повторным покупкам.3. Разнообразие и доступность программ отдыха: Программное обеспечение имеет доступ к уникальным ресурсам. Это обеспечивает большую гибкость и возможность создания более разнообразных программ отдыха. Компании смогут предложить клиентам широкий выбор вариантов и адаптировать программы под конкретные потребности и предпочтения каждого клиента.4. Упрощение бронирования: Программное обеспечение позволяет туристическим компаниям автоматически создавать программы отдыха на основе результатов теста. Это значительно упрощает процесс бронирования, так как клиенты получают уже готовый план отдыха, который можно сразу забронировать. Это устраняет необходимость дополнительного общения и уточнений, что ускоряет и облегчает процесс и бронирования.5. Увеличение конкурентоспособности: Программное обеспечение позволяет туристическим компаниям предлагать более удобные и персонализированные услуги своим клиентам. Это увеличивает их конкурентоспособность на рынке и привлекает больше клиентов. Предоставление индивидуальных программ отдыха, учитывающих предпочтения и потребности клиентов, является важным фактором, влияющим на выбор клиента. |
| 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.* | Ситуация на рынке: - Небольшое количество конкурентов. На рынке присутствуют некоторые игроки, предлагающие программное обеспечение для онлайн-бронирования или планирования путешествий. Однако, специализированное программное обеспечение для туристических комплексов с возможностью автоматического формирования программы отдыха остается недостаточно развитым. Это создает благоприятные условия для входа на рынок и занятия лидирующей позиции.- Существует растущая потребность в персонализации туристических услуг. С течением времени все больше путешественников ищут индивидуальный и уникальный опыт. Программное обеспечение, позволяющее автоматически составить программу отдыха в соответствии с предпочтениями каждого туриста, может стать ценным инструментом для туристических комплексов, помогая им привлекать больше клиентов и удовлетворять их потребности.- Наличие потенциальных клиентов - туристических компаний. Туристические компании являются важным звеном в туристической индустрии и имеют существенное влияние на выбор туристических комплексов. Предлагая им инновационное программное обеспечение с уникальной функциональностью, можно привлечь их внимание и укрепить свои позиции на рынке.В целом, сегмент программного обеспечения для туристических комплексов в России обладает значительными возможностями для развития и масштабирования. Комбинация растущего туристического рынка, увеличивающейся потребности в персонализации услуг, отсутствия достаточного количества конкурентов и наличия потенциальных клиентов создает благоприятные условия для успешного входа на рынок и расширения доли рынка.Команда: Проект-менеджер (Сокол Арина): отвечает за планирование проекта, управление ресурсами и распределение задач между членами команды.Аналитик (Чумакова Александра): проводит исследование требований и потребностей туристических комплексов, разрабатывает функциональные спецификации программного обеспечения.Дизайнер интерфейса (Ковалева Дарья): создает удобный и привлекательный пользовательский интерфейс (UI) для онлайн-теста и сайта комплекса.Маркетолог (Нгуен Тхи Хаи Ань): отвечает за исследование рынка, привлечение клиентов и партнеров. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| План дальнейшего развития проекта:1. Разработка программного обеспечения: На основе результатов исследования рынка, разработать программное обеспечение, которое позволит туристическим компаниям создавать онлайн-тесты и автоматически составлять индивидуальные программы отдыха для клиентов.2.. Тестирование и улучшение: Провести тестирование программного обеспечения с помощью партнерских туристических компаний, чтобы выявить возможные проблемы и улучшить функциональность и удобство использования.3. Партнерство с туристическими комплексами: Установить партнерские отношения с различными туристическими комплексами в России, чтобы предложить им использование программного обеспечения на своих сайтах.4. Маркетинг и продвижение: Разработать маркетинговую стратегию для привлечения туристических компаний к использованию программного обеспечения. Это может включать создание информационных материалов, участие в выставках и конференциях, а также целевую рекламу в интернете.5. Обучение и поддержка: Предоставить обучение и поддержку туристическим компаниям по использованию программного обеспечения. Это может включать проведение вебинаров, создание руководств пользователя и предоставление технической поддержки.6. Расширение функциональности: Постоянно развивать и улучшать программное обеспечение, добавляя новые функции и возможности, чтобы удовлетворить изменяющиеся потребности туристической индустрии.7. Международное расширение: Рассмотреть возможность расширения проекта на международном уровне, путем установления партнерских отношений с туристическими компаниями за пределами России.8. Анализ результатов и дальнейшее развитие: Проводить анализ результатов использования программного обеспечения и определить области для дальнейшего развития и улучшения проекта.9. Установление долгосрочных партнерских отношений: Развивать долгосрочные партнерские отношения с туристическими компаниями и туристическими комплексами, чтобы обеспечить стабильный поток клиентов и удовлетворение их потребностей в индивидуальном подходе к отдыху. |