**Паспорт стартап-проекта**

|  |
| --- |
| 1. **Общая информация о стартап-проекте**
 |
| **Название стартап-проекта** |  VR-платформы для виртуальных туров по магазинам.1 |
| **Команда** **стартап-проекта** | 1.Столярова Анастасия 2.Кислова Полина  |
| **Технологическое направление** | Технологии информационных, управляющих и навигационных систем |
| **Описание стартап-проекта****(технология/ услуга/продукт)**  | Проект представляет собой инновационную платформу, которая позволяет пользователям совершать виртуальные туры по магазинам, не выходя из дома. Платформа представляет интерактивные 3D-сцены, где пользователи могут посещать различные магазины, примерять одежду в реальном времени с помощью технологий дополненной реальности. Благодаря интуитивно понятному интерфейсу и высококачественным 3D-моделям товаров, каждый пользователь сможет легко находить и взаимодействовать с интересующими предметами. Кроме того, система рекомендаций, основанная на анализе предпочтений пользователей, может находить идеальные вещи, соответствующие их стилю и вкусам |
| **Актуальность стартап-проекта** (описание проблемы и решения проблемы) | 1. Рост онлайн-торговли: В последние годы наблюдается значительный рост онлайн-торговли, особенно после пандемии COVID-19, когда многие потребители начали предпочитать покупки в интернете. Платформы, которые могут предложить уникальный опыт, такие как виртуальные туры, имеют высокий потенциал для завоевания рынка;2. Инновационные технологии: Виртуальная реальность становится все более доступной и популярной. Развитие технологий VR и AR, а также снижение цен на оборудование для потребителей открывают новые возможности для внедрения VR-платформ в розничной торговле;3. Потребительские ожидания: Современные потребители ожидают более увлекательного и интерактивного опыта покупок. Виртуальные туры могут удовлетворить этот спрос, предлагая возможность не только просматривать товары, но и взаимодействовать с ними, что способствует созданию эмоциональной связи с продуктом;4. Увеличение конкуренции: Рынок электронной коммерции становится все более конкурентоспособным. Чтобы выделиться на фоне других платформ, ритейлерам необходимо предлагать уникальные и интерактивные способы взаимодействия с клиентами. VR-платформа предоставляет торговым брендам возможность выделиться и привлечь больше клиентов;5. Интеграция с другими технологиями: Возможности интеграции с другими технологическими решениями, такими как искусственный интеллект, аналитика данных и мобильные приложения, могут значительно улучшить пользовательский опыт и повысить уровень персонализации предложений;6. Повышение вовлеченности: Виртуальные туры помогают создать более глубокую вовлеченность пользователей, что может привести к увеличению коэффициента конверсии и, как следствие, повышению продаж. Пользователи, которые могут «осмотреть» магазин и его товары, с большей вероятностью примут решение о покупке;7. Экологические аспекты: С переходом на дистанционные покупки уменьшается необходимость в физической транспортировке товаров, что может быть положительно воспринято в контексте устойчивого развития и заботы об окружающей среде. |
| **Технологические риски** | Техническая сложность разработки, высокие требования к оборудованию |
| **Потенциальные заказчики**  | Розничные сети, виртуальные торговые платформы, малый и средний бизнес, маркетинговые компании, производители товаров, организаторы мероприятий и выставок |
| **Бизнес модель стартап-проекта[[1]](#footnote-2)** (как вы планируете зарабатывать посредствам реализации данного проекта) | По типу клиентов:B2B - Продвижение продуктов и услуг другим юридическим лицамПо способу получения прибыли:1.Подписка: Модели подписки для магазинов и компаний, которые хотят использовать платформу на постоянной основе (например, месячные или годовые подписки);2.Плата за установку: Одноразовая плата за создание и настройку виртуального тура (например, за съемку, монтаж и интеграцию);3.Плата за транзакции: Комиссия за каждую продажу, осуществленную через платформу;4.Реклама и спонсорство: Продажа рекламного пространства на платформе для брендов и производителей, заинтересованных в продвижении своих товаров в виртуальных турах;5.Дополнительные услуги: Консультации по маркетингу и дизайну, обучение персонала, техническая поддержка. |
| **Обоснование соответствия идеи технологическому направлению** (описание основных технологических параметров) | 1.Платформа собирает данные о поведении пользователей, предпочтениях и взаимодействии с контентом. Это обеспечивает возможность анализа и создания персонализированного опыта для пользователей, что является основной составляющей информационных технологий;2.Платформа требует наличия информационных систем для управления контентом виртуальных туров, включая обновление, создание и размещение 3D-моделей и других медиаматериалов;3.Платформа предоставляет менеджменту и маркетологам возможность управлять виртуальными турами и адаптировать их под целевые группы. Это требует разработки управляющих алгоритмов и систем, которые обеспечивают удобство и эффективность взаимодействия с пользователями. Также VR-платформа может включать встроенные инструменты для аналитики, которые помогут пользователям (магазинам и сервисам) отслеживать эффективность виртуальных туров, уровень вовлеченности пользователей и конверсии. Это также связано с управляющими системами, которые требуют реагирования на полученные данные;4.Использование VR как технологии, которая сама по себе требует сложных информационных, управляющих и навигационных систем, подтверждает вклад проекта в данное технологическое направление. Для успешной работы VR-платформы может потребоваться интеграция с системами управления запасами, CRM, системами онлайн-продаж и другими информационными системами, которые также имеют управляющие и навигационные функции. |
| **2. Порядок и структура финансирования**  |
| **Объем финансового обеспечения[[2]](#footnote-3)** | 10 000 000 рублей (до создания MVP включительно) |
| **Предполагаемые источники финансирования** | Венчурные инвестиции, государственные гранты, корпоративные инвестиции, инвестиционные фонды, предзаказы от потенциальных клиентов |
| **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности проекта[[3]](#footnote-4)** | SWOT-анализСильные стороны:1.Инновационность: Использование технологий виртуальной реальности выделяет проект среди традиционных онлайн-магазинов и платформ;2.Улучшенный пользовательский опыт: Виртуальные туры позволяют пользователям осмотреть товары в 3D-формате, создавая эффект реального присутствия;3.Повышение взаимодействия: Возможность взаимодействовать с товарами и окружающей обстановкой может увеличить вовлеченность пользователей;4.Доступность для глобальной аудитории: Платформа может привлечь клиентов из разных уголков мира, независимо от их физического местоположения.Слабые стороны:1.Необходимость в специализированном оборудовании: Для полноценного использования VR-платформы пользователям может потребоваться дорогое оборудование;2.Высокие затраты на разработку: Создание качественного контента для виртуальных туров может потребовать значительных инвестиций и времени;3.Технические барьеры для пользователей: Некоторые пользователи могут испытывать трудности с освоением технологий VR;4.Ограниченная целевая аудитория: Не все покупатели заинтересованы в использовании виртуальной реальности, особенно более старшие поколения.Возможности:1.Расширение функционала платформы: Возможность добавления новых функций, таких как социальные элементы (чаты, совместные покупки), что может увеличить интерес пользователей;2.Партнерство с брендами и магазинами: Налаживание сотрудничества с различными компаниями для предложений эксклюзивного контента или акций;3.Рост интереса к онлайн-шопингу: Увеличение спроса на онлайн-покупки открывает новые горизонты для VR-платформ;4.Развитие технологий VR: Усовершенствования в области VR-технологий и оборудования могут сделать систему более доступной и удобной для пользователей.Угрозы:1.Конкуренция: Повышение числа аналогичных проектов и технологий может создать конкурентное давление на платформу;2.Нестабильность технологий: Быстрые изменения в технологическом ландшафте могут потребовать постоянных обновлений и адаптации;3.Проблемы с безопасностью и конфиденциальностью: Платформы, работающие в интернете, сталкиваются с угрозами кибербезопасности и могут быть подвержены утечкам данных;4.Изменение потребительских предпочтений: Переход пользователей к более традиционным или простым способам покупок может негативно сказаться на спросе.Оценка рентабельности проекта:Если в течение 12 месяцев в среднем продавать подписку на платформу хотя бы 10 клиентам за 2 500 000 руб/год с учетом налогов, то при начальных вложениях в 10 000 000 рублей индекс рентабельности составит 2,5 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Календарный план стартап-проекта**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа, мес** | **Стоимость, руб.** |
| Подготовительная стадия (анализ рынка, составление требований к продукту) | 2 | 300 000 |
| Проектирование и дизайн платформы | 3 | 600 000 |
| Разработка платформы, создание ее навигационной модели  | 4 | 4 000 000 |
| Тестирование и отладка, ввод в эксплуатацию | 7 | 3 500 000 |
| Раскрутка продукта | 3 | 500 000 |
| Поддержка продукта |  | 1 000 000/мес |

**Итого: 8 900 000 рублей + 1 000 000 рублей в месяц на поддержку продукта** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Предполагаемая структура уставного капитала компании (в рамках стартап-проекта)**

|  |  |
| --- | --- |
| Участники  |  |
| Размер доли (руб.) | % |
| 1. Столярова А.А.2. Кислова П.В. | 50 00050 000 | 5050 |
| Размер Уставного капитала (УК) | 100 000 | 100 |

 |

|  |
| --- |
| 1. **Команда стартап- проекта**
 |
| **Ф.И.О.** | **Должность**  | **Контакты**  | **Выполняемые работы в Проекте** | **Образование/опыт работы** |
| Столярова Анастасия | Основатель, дизайнер | stolearovanastya@mail.ru | Руководство проектом, графическая визуализация платформы, оформление презентации, распределение задач для команды | Студентка 5 курса МГТУ им. Н.Э. Баумана, кафедра «Безопасность в цифровом мире» |
| Кислова Полина | Аналитик, менеджер | @kislovapv(telegram) | Оформление документации, сбор и аналитика данных, расчет индекса рентабельности инвестиций, написание кода | Студентка 5 курса МГТУ им. Н.Э. Баумана, кафедра «Безопасность в цифровом мире» |

1. Бизнес-модель стартап-проекта - это фундамент, на котором возводится проект. Есть две основные классификации бизнес-моделей: по типу клиентов и по способу получения прибыли. [↑](#footnote-ref-2)
2. Объем финансового обеспечения достаточно указать для первого этапа - дойти до MVP [↑](#footnote-ref-3)
3. Расчет рисков исходя из наиболее валидного (для данного проекта) анализа, например, как PEST, SWOT и.т.п, а также расчет индекса рентабельности инвестиции (Profitability index, PI) [↑](#footnote-ref-4)