ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации  высшего образования (Получателя гранта) | ФГБОУ «Псковский государственный университет» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 6027138617 |
| Регион ВУЗа | Псковская область |
| Наименование акселерационной программы | «Акселератор ПсковГУ» |
| Дата заключения и номер Договора | «3» июля 2023 г. № 70-2023-000736 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | | | | | | | | | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | | | | | | **”Business Handmade”** | | | |
| **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.* | | | | | | Онлайн-платформа для обеспечения качества продаж изделий ручной работы школьников, студентов учреждений среднего профессионального и высшего образования с предоставлением полного сопровождения в процессе использования. | | | |
| **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** | | | | | | Искусственный интеллект | | | |
|  | **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: Авакян Валерия Юрьевна   - телефон: 89532375380   * почта: [Avakyan.Valeria@mail.ru](mailto:Avakyan.Valeria@mail.ru) | | | |
| **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 | U1727927 | 4749491 | Секушина Анастасия  Александровна | Дизайнер/ Коммуникатор/ редактор | 8909576356  asekusina2904 @gmail.com |  | Участие в проектной деятельности |
|  |  |  |  |  |  | школьного и |
|  |  |  |  |  |  | институтского |
|  |  |  |  |  |  | уровня.Участие в |
|  |  |  |  |  |  | региональных |
|  |  |  |  |  |  | конференциях; |
| 2 | U1743178 | 4048594 | Кузьмина  Елизавета Алексеевна | Пиар-менеджер/ Администратор/ Продуктолог | 89116938399  eli2akuzmina@ yandex.ru |  | Участие в проектной деятельности |
|  |  |  |  |  |  | школьного и |
|  |  |  |  |  |  | институтского |
|  |  |  |  |  |  | уровня. |
| 3 | U1727992 | 4930561 | Макаусова Алиса Михайловна | Визуализатор/ Изобретатель/ Редактор | 89118918280  amakausova @list.ru |  | Участие в проектной деятельности |
|  |  |  |  |  |  | школьного и |
|  |  |  |  |  |  | институтского |
|  |  |  |  |  |  | уровня. |
| 4 | U1736200 | 4040319 | Лукина Анна Алексеевна | Визуализатор/ Изобретатель/ Администратор | 89532528477  annlukina1@g mail.com |  | Участие в проектной деятельности |
|  |  |  |  |  |  | школьного и |
|  |  |  |  |  |  | институтского |
|  |  |  |  |  |  | уровня.Участие в |
|  |  |  |  |  |  | региональных |
|  |  |  |  |  |  | конференциях; |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **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: обеспечить людям возможность с помощью сайта работать, зарабатывать не   выходя из дома на своём творчестве   1. Задачи проекта: 1-поиск клиентов, 2-затраты на материалы, 3-помощь в совмещении работы/учёбы 2. Ожидаемые результаты: привлечение больше клиентов, раскрутка сайта 3. Области применения результатов (где и как сможем применить проект), пример:   Интернет-портал: сайт может быть создан как общий интернет-портал, где пользователи могут найти все необходимое для рукоделия - от материалов и инструментов до обучающих материалов и сообщества единомышленников.Блог или онлайн-журнал: сайт может предоставлять информацию о  последних тенденциях в рукоделии, новых идеях, проектах и техниках.Организация мероприятий и выставок: сайт может служить платформой для организации и продвижения мероприятий, выставок и ярмарок, связанных с рукоделием.   1. Потенциальные потребительские сегменты (кто будет покупать): люди увлекающиеся в искусстве, эстетики, люди, которые любят покупать украшения, картины и тд, сделанные любителями |
|  | **Базовая бизнес-идея** | |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/** | Сервис “Business Handmade” помогает решить проблему поиска клиентов на старте продвижения творческих продуктов начинающих  предпринимателей с помощью онлайн-платформы, предлагающей помощь персонального менеджера,  генерирующей подборку покупателей на основе базы данных интересов и систему бонусов за применение функционала. |
|  | **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* |
| 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* | Студент колледжа занимается изготовлением глиняной посуды и желает продвинуть данные  продукты на рынке, однако, испытывает трудности в поиске потенциальных покупателей и нуждается в наиболее доступной и эффективной  онлайн-площадке для реализации будущего бизнеса. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.)* | Начинающие рукодельницы, опытные рукодельницы, творческие люди, дизайнеры и художники, любители ретро и винтажа, рукодельные бизнесмены,  любители моды и стиля, люди, интересующиеся экологическим образом жизни. |
| 12 | **На основе какого** |  |
|  | **научно-технического решения и/или** | Для реализации будет использоваться |
|  | **результата будет создан продукт (с** | онлайн-платформа, с использованием искусственного |
|  | **указанием использования** | интеллекта. Основной язык программирования: С++. |
|  | **собственных или** | Для удобства использования программа должна быть |
|  | **существующих разработок)\*** | установлена на рабочие планшеты сотрудников. |
|  | *Указывается необходимый перечень* |  |
|  | *научно- технических решений с их* |  |
|  | *кратким описанием* |  |
|  | *для создания и выпуска на рынок продукта* |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.* | Для установления отношений с потребителями, планируется использовать маркетинговые стратегии, такие как реклама, PR-активности и социальные медиа. Также планируется предоставление высокого уровня обслуживания клиентов и создание  долгосрочных отношений с ними.  Для привлечения финансовых ресурсов, планируется использовать различные источники финансирования, такие как инвесторы, кредиты и гранты. Будут разрабатываться бизнес-планы и презентации для привлечения потенциальных инвесторов.  Для привлечения других ресурсов, планируется использовать стратегии партнерства и  сотрудничества с другими организациями. Будут заключаться соглашения о совместной работе и обмене ресурсами. |
| Кроме того, планируется развивать и улучшать  бизнес-модель в соответствии с изменяющимися требованиями рынка и потребностями клиентов. Будут проводиться исследования рынка и анализ конкурентов для определения новых возможностей и развития бизнеса. |
|  |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Ярмарка мастеров и Авито |
| 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. Качество: высокое качество услуги, которое превосходит конкурентов. 2. Инновация: новаторские решения и технологии, которые удовлетворяют потребности клиентов лучше, чем у конкурентов. 3. Удобство: удобство использования услуги, что делает его более привлекательным для клиентов. 4. Уникальность: уникальные особенности и преимущества услуги, которые недоступны у конкурентов. 5. Персонализация: возможность индивидуализации услуги под потребности и предпочтения клиентов. |
| 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* | 1. Наш проект уникален, так как мы используем современные технологии, которых нет на рынке, такие как искусственный интеллект. 2. Наш проект позволяет не выходя из дома и сэкономив время найти потенциальных клиентов для продажи своего товара. 3. На онлайн-платформе будет персональный менеджер, а также календарь с дедлайнами для предпринимателя. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | *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* |  |
|  | **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* | Удобная система управления контентом: сайт может быть построен на платформе управления контентом (CMS), такой как WordPress или Joomla, чтобы  облегчить добавление и редактирование контента, управление товарами и заказами. |
| 18 | **Организационные,**  **производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации*  *бизнеса, включая*  *партнерские возможности* | Организационные параметры включают в себя структуру компании, ее управление, команду и  культуру. Это важно для обеспечения эффективной работы и координации всех деятельностей внутри организации. У нас хорошо организованная команда с четкими ролями и ответственностями, что повышает производительность и качество работы.  Производственные параметры относятся к процессам предоставления услуг. Это включает в себя выбор  технологий, оборудования и методов производства, а также планирование и контроль производственных операций. Мы имеем эффективное управление производством, что помогает снизить затраты,  улучшить качество и сократить время доставки услуги клиентам.  Финансовые параметры относятся к финансовому состоянию и управлению предприятием. Это  включает в себя планирование бюджета, учет и контроль расходов, управление капиталом и привлечение инвестиций. У нас эффективное финансовое управление, которое обеспечивает  стабильность и рост бизнеса, а также обеспечивает достаточные ресурсы для развития и инноваций.  Партнерские возможности относятся к  сотрудничеству с другими организациями или компаниями для достижения общих целей. Это может включать в себя партнерство по производству или  сотрудничество в исследованиях и разработках. Партнерство помогает нам расширить рынок,  повысить конкурентоспособность и получить доступ к новым ресурсам и возможностям. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества\*** | Основные конкурентные преимущества проекта "Business hand-made": |
|  | *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. Уникальность продуктов: Проект "Business   hand-made" предлагает уникальные, ручной работы товары, которые не могут быть повторены массовым производством. Это делает продукты более  привлекательными для покупателей, которые ценят индивидуальность и оригинальность.   1. Качество и долговечность: Ручная работа обычно означает более высокое качество и долговечность продуктов. В отличие от массового производства, где используются недорогие материалы и   стандартизированные процессы, проект "Business hand-made" ставит акцент на качественных и  долговечных материалах, а также на индивидуальном подходе к каждому изделию. |
|  |  | 3. Персонализация: Проект "Business hand-made" предоставляет возможность клиентам заказывать товары по своим индивидуальным требованиям и предпочтениям. Это создает уникальный опыт покупки и удовлетворяет потребности клиентов, которые хотят иметь что-то особенное и уникальное. |
|  |  | 4. Экологическая ответственность: Производство ручных товаров обычно происходит с  использованием натуральных и экологически чистых материалов. Это позволяет проекту "Business  hand-made" привлекать клиентов, которые ценят экологическую ответственность и стремятся к устойчивому образу жизни. |
|  |  | 5. Поддержка местных производителей: Проект "Business hand-made" может состоять из местных производителей и ремесленников, что позволяет  поддерживать местную экономику и способствовать развитию местного сообщества. Это может быть привлекательным для покупателей, которые  стремятся к поддержке местных бизнесов и промыслов. |
|  |  | 6. История и ценности: Проект "Business hand-made" может быть связан с историей, культурой и традициями. Это создает уникальные ценности и идентичность продукции, что может привлечь клиентов, которые интересуются и ценят историю и культуру.. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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. *web сайт и приложение: способ взаимодействия пользователя с продуктом .*  2.. *Искусственный интеллект - основа проекта, с помощью которого будет осуществляться подбор образа.* |
| 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* | На уровне готовности продукта TRL 2 (техническая формулировка) проект "Business hand-made”"  достигает следующих характеристик:  Определение технических характеристик: На этом этапе определены основные технические  характеристики и требования к проекту. Это включает в себя концептуальное описание  технологической основы проекта и его целей.  Определение ключевых технических задач: Проект определяет ключевые технические задачи, которые должны быть решены, чтобы достичь  поставленных целей. Эти задачи могут включать в себя разработку персонального менеджера, нейросети для создания модели по параметрам покупателя для одежды, календаря с дедлайнами для предпринимателя и т.д.  Определение технологической стратегии: Проект начинает разрабатывать стратегию по  использованию конкретных технологий, таких как искусственный интеллект, компьютерное зрение и анализ данных, для реализации концепции.  На уровне TRL 2 проект "Business hand-made" уже имеет четко сформулированную техническую концепцию и определенные цели, но еще не перешел к реальной технической реализации или функциональному прототипированию. Этот этап позволяет определить путь развития и подготовиться к следующим этапам, где могут проводиться технические испытания и  верификация. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим**  **приоритетам образовательной организации/региона**  **заявителя/предприятия\*** | Инновационные технологии: проект "Business hand-made" включает в себя инновационные  технологии, такие как искусственный интеллект, анализ данных и компьютерное зрение, которые |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | могут применяться не только в области творчества, но и в других сферах, таких как медицина, розничная торговля или производство, то это может соответствовать научно-техническим приоритетам.  Содействие образованию: Если проект предоставляет образовательный контент о творчестве, он может способствовать образовательным целям образовательных  организаций и вузов, особенно в случае, если  сотрудничество с ними будет организовано для создания образовательных программ.  Поддержка местного сообщества: Если проект способствует развитию местного бизнеса,  поддерживает малые бизнесы по рукоделию или создает рабочие места в регионе заявителя, это может быть важным соображением.  Социальная значимость: Если проект "Business hand-made" удовлетворяет социальные потребности, такие как: мотивация и  самоутверждение и возможность социальной интеграции и поддержки уязвимых групп, а также уменьшение отходов в процессе изготовления  творческих изделий, это также может  соответствовать научным и социальным приоритетам.  Следует провести более детальное исследование и консультации с заинтересованными сторонами,  чтобы точнее определить, насколько проект  "Business hand-made" соответствует научным и научно-техническим приоритетам и потребностям организации, региона или предприятия, заявителя. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую*  *стратегию планируется применять, привести*  *кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Для продвижения продукта "Business hand-made" можно использовать различные каналы маркетинга и стратегии. Вот несколько возможных вариантов и их аргументы:   1. Социальные медиа: Создание страницы или профиля проекта на популярных социальных   платформах, таких как Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter и YouTube.  Аргументы в пользу этого канала включают полезный контент об истории успеха и обновления о продукте и возможность взаимодействия с аудиторией через комментарии и лайки.   1. Веб-сайт и блог: Создание профессионального веб-сайта для проекта "Business hand-made".   Аргументы в пользу этого канала включают подробное описание своего проекта, его целей и преимуществ, возможность для посетителей  оставлять комментарии и подписаться на рассылку новостей. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | 3.Реклама в поисковых системах: Реклама в Google и Яндекс может помочь привлечь пользователей, ищущих решения для реализации своих творческих потребностей. Аргументы в пользу этого канала  включают активный поиск пользователей и возможность таргетировать ключевые слова. 4.Сотрудничество со знаменитыми творческими  людьми: такое партнерство может помочь донести информацию о продукте до их аудитории. Аргументы в пользу этого канала включают оценку доверия, которое имеют эти личности, и возможность охватить большое количество подписчиков.  5. Оффлайн мероприятия:различные оффлайн мероприятия, такие как выставки, ярмарки,  мастер-классы и семинары, связанные с ручным  творчеством и бизнесом. Аргументы в пользу этого канала включают непосредственное взаимодействие с потенциальными клиентами и получение обратной  связи. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется*  *использовать для реализации*  *продукта и дать кратко обоснование выбора* | Для реализации продукта "Business hand-made" могут быть использованы следующие каналы сбыта:  Веб-платформа: можно предоставить доступ к "Business hand-made" через веб-платформу. Это расширит аудиторию и позволит пользователям  использовать сервис с различных устройств, включая компьютеры и ноутбуки.  Партнерские соглашения: Сотрудничество с  онлайн-магазинами по продаже творческих изделий может быть важным каналом сбыта. Это позволит пользователям легко приобретать рекомендованные товары непосредственно через приложение или  веб-платформу.  Реклама и социальные сети: Продвижение продукта с помощью рекламы в социальных сетях, популярных людей с уклоном в сферу творчества может привлечь внимание целевой аудитории. Реклама и промо-акции могут стимулировать пользователей скачивать и использовать приложение.  Выбор данных каналов обоснован стратегическими целями, удовлетворением потребностей  пользователей и рыночными возможностями.  Сочетание мобильных приложений и веб-платформы обеспечивает доступность для широкой аудитории, а сотрудничество с партнерами позволяет монетизировать продукт и удовлетворять запросы пользователей на покупку рекомендованных товаров. Рекламные усилия помогут привлечь внимание к продукту, а платные подписки могут обеспечить  стабильный доход. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Сервис “Business Handmade” помогает решить проблему поиска клиентов на старте продвижения творческих продуктов начинающих  предпринимателей с помощью онлайн-платформы, предлагающей помощь персонального менеджера,  генерирующей подборку покупателей на основе базы данных интересов и систему бонусов за применение функционала. |
| 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* | Студент колледжа занимается изготовлением глиняной посуды и желает продвинуть данные  продукты на рынке, однако, испытывает трудности в поиске потенциальных покупателей и нуждается в наиболее доступной и эффективной онлайн-площадке для реализации будущего бизнеса. Поэтому  предоставляется онлайн-платформа, где человек может найти себе потенциальных клиентов, готовых купить данный товар. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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)* | Проблема поиска клиентов на старте продвижения творческих продуктов начинающих  предпринимателей, таких как изготовление глиняной посуды, связана с необходимостью привлечения  потенциальных потребителей к их продукции. Один из потенциальных потребителей таких творческих продуктов - студенты колледжа.  Студенты колледжа представляют собой значимую целевую аудиторию для начинающих предпринимателей, занимающихся такими  творческими продуктами. В колледжах обычно присутствует разнообразная студенческая общественность, включая тех, кто интересуется искусством, дизайном, уникальными ручными изделиями и прочими творческими сферами.  Для эффективной взаимосвязи между проблемой поиска клиентов и студентами колледжа, начинающий предприниматель может использовать различные  каналы сбыта.   1. Реклама внутри колледжа: Начинающий предприниматель может разместить плакаты,   листовки или объявления внутри колледжа, чтобы привлечь внимание студентов к своей продукции.  Такие объявления можно разместить на досках объявлений, в холлах, рядом с аудиториями и других местах, где студенты часто собираются.   1. Партнерство с колледжем: Начинающий предприниматель может предложить колледжу или студенческим клубам партнерство или специальные   условия для приобретения его творческих продуктов.  Например, можно договориться о проведении  совместных мероприятий или предложить скидки для студентов колледжа.   1. Онлайн-продажи: Начинающий предприниматель может создать онлайн-магазин или страницу в   социальных сетях для продажи своей глиняной посуды. Студенты колледжа активно используют интернет и социальные сети, поэтому они смогут узнать о продукции и сделать заказы онлайн.   1. Участие в студенческих мероприятиях:   Начинающий предприниматель может принять участие в студенческих ярмарках, выставках и других мероприятиях, организованных в колледже. Это позволит показать свою продукцию студентам, а  также установить контакты с потенциальными клиентами.   1. Коллаборации с студентами: Начинающий предприниматель может предложить студентам   колледжа возможность сотрудничества или участия в разработке новых дизайнов или продвижении |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | продукции. Это поможет привлечь внимание студентов и создать более прочные связи.  Взаимосвязь между проблемой поиска клиентов и потенциальным потребителем - студентами колледжа, заключается в использовании различных каналов сбыта, а также создании интересных предложений и  специальных условий для студентов-потребителей. Кроме того, активное взаимодействие с колледжем и участие в студенческой жизни помогут привлечь  внимание к продукции и установить долгосрочные отношения с потенциальными клиентами. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям*  *справляться с проблемой* | Когда пользователь создает свой профиль на Business hand-made, он также имеет возможность запросить помощь персонального менеджера, который будет работать с ним в течение всего процесса продвижения продуктов. Персональный менеджер может помочь пользователю определить целевую аудиторию, разработать маркетинговую стратегию, оптимизировать описание и фотографии продуктов, а также предложить рекомендации по продвижению  через социальные сети, поисковые системы и другие онлайн-каналы. |
| 29 | **Оценка потенциала** | 1. Оценка потенциала рынка и сегмента:   * Рынок ручных изделий имеет значительный   потенциал, так как соответствует растущему спросу на индивидуальность, уникальность и высокое  качество продукции.   * Сегмент ручных изделий включает различные товары, такие как ювелирные украшения,   текстильные изделия, аксессуары, декоративные предметы и т. д.   * Привлекательность сегмента заключается в том, что ручные изделия предполагают уникальность и индивидуальный подход, что может заинтересовать широкую аудиторию потребителей.   2. Оценка доли рынка:   * Для оценки доли рынка можно использовать данные о конкурентах и объеме их продаж. * Оценка доли рынка также может быть выполнена на основе данных о клиентах и их предпочтениях, например, через опросы или анализ социальных   сетей.   * Рыночные исследования могут сделать оценку более точной, учитывая географические и демографические особенности целевой аудитории.   3. Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса:   * Возможность расширения ассортимента и предложения продукции, чтобы привлечь больше клиентов. * Развитие онлайн-продаж и присутствия в   социальных сетях, чтобы достичь более широкой аудитории.   * Возможность создания партнерских отношений с другими брендами и магазинами, чтобы расширить |
|  | **«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.* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | дистрибуцию продукции.  - Внедрение инновационных технологий и процессов для повышения эффективности и качества производства.  4. Раскрытие информации о рентабельности бизнеса:   * Рентабельность бизнеса может быть оценена через отношение прибыли к затратам или через показатели маржи и оборачиваемости. * Факторы, влияющие на рентабельность бизнеса, могут включать стоимость сырья и материалов, затраты на производство и маркетинг, цены и конкурентоспособность продукции, эффективность управления и т. д. * Детальный расчет рентабельности может включать анализ всех доходов и расходов, учет различных   видов налогов и прогнозирование прибыли на основе ожидаемых объемов продаж. |