ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организациивысшего 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
 |
| **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 АнастасияАлександровна | Дизайнер/ Коммуникатор/ редактор | 8909576356asekusina2904 @gmail.com |  | Участие в проектной деятельности |
|  |  |  |  |  |  | школьного и |
|  |  |  |  |  |  | институтского |
|  |  |  |  |  |  | уровня.Участие в |
|  |  |  |  |  |  | региональных |
|  |  |  |  |  |  | конференциях; |
| 2 | U1743178 | 4048594 | КузьминаЕлизавета Алексеевна | Пиар-менеджер/ Администратор/ Продуктолог | 89116938399eli2akuzmina@ yandex.ru |  | Участие в проектной деятельности |
|  |  |  |  |  |  | школьного и |
|  |  |  |  |  |  | институтского |
|  |  |  |  |  |  | уровня. |
| 3 | U1727992 | 4930561 | Макаусова Алиса Михайловна | Визуализатор/ Изобретатель/ Редактор | 89118918280amakausova @list.ru |  | Участие в проектной деятельности |
|  |  |  |  |  |  | школьного и |
|  |  |  |  |  |  | институтского |
|  |  |  |  |  |  | уровня. |
| 4 | U1736200 | 4040319 | Лукина Анна Алексеевна | Визуализатор/ Изобретатель/ Администратор | 89532528477annlukina1@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 творчестве1. 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 опоследних 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 начинающихпредпринимателей 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 данныепродукты на рынке, однако, испытывает трудности в поиске потенциальных покупателей и нуждается в наиболее доступной и эффективнойонлайн-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 созданиедолгосрочных 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 исотрудничества с другими организациями. Будут заключаться соглашения о совместной работе и обмене ресурсами. |
| Кроме того, планируется развивать и улучшатьбизнес-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, чтобыоблегчить 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 икультуру. 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 выбортехнологий, 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. Этовключает в себя планирование бюджета, учет и контроль расходов, управление капиталом и привлечение инвестиций. У нас эффективное финансовое управление, которое обеспечиваетстабильность и рост бизнеса, а также обеспечивает достаточные ресурсы для развития и инноваций.Партнерские возможности относятся ксотрудничеству с другими организациями или компаниями для достижения общих целей. Это может включать в себя партнерство по производству илисотрудничество 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 болеепривлекательными 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 идолговечных 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 сиспользованием натуральных и экологически чистых материалов. Это позволяет проекту "Businesshand-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 позволяетподдерживать местную экономику и способствовать развитию местного сообщества. Это может быть привлекательным для покупателей, которыестремятся 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 техническиехарактеристики и требования к проекту. Это включает в себя концептуальное описаниетехнологической основы проекта и его целей.Определение ключевых технических задач: Проект определяет ключевые технические задачи, которые должны быть решены, чтобы достичьпоставленных 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 поиспользованию 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 иверификация. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим****приоритетам образовательной организации/региона****заявителя/предприятия\*** | Инновационные технологии: проект "Business hand-made" включает в себя инновационныетехнологии, 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 образовательныхорганизаций и вузов, особенно в случае, еслисотрудничество 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 исамоутверждение и возможность социальной интеграции и поддержки уязвимых групп, а также уменьшение отходов в процессе изготовлениятворческих изделий, это также можетсоответствовать 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 посетителейоставлять 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 каналавключают активный поиск пользователей и возможность таргетировать ключевые слова. 4.Сотрудничество со знаменитыми творческимилюдьми: 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 ручнымтворчеством и бизнесом. Аргументы в пользу этого канала включают непосредственное взаимодействие с потенциальными клиентами и получение обратнойсвязи. |
| 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 пользователямиспользовать сервис с различных устройств, включая компьютеры и ноутбуки.Партнерские соглашения: Сотрудничество сонлайн-магазинами по продаже творческих изделий может быть важным каналом сбыта. Это позволит пользователям легко приобретать рекомендованные товары непосредственно через приложение иливеб-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 потребностейпользователей 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 обеспечитьстабильный 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 начинающихпредпринимателей 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 данныепродукты на рынке, однако, испытывает трудности в поиске потенциальных покупателей и нуждается в наиболее доступной и эффективной онлайн-площадке для реализации будущего бизнеса. Поэтомупредоставляется 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 начинающихпредпринимателей, таких как изготовление глиняной посуды, связана с необходимостью привлеченияпотенциальных потребителей к их продукции. Один из потенциальных потребителей таких творческих продуктов - студенты колледжа.Студенты колледжа представляют собой значимую целевую аудиторию для начинающих предпринимателей, занимающихся такимитворческими 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 различныеканалы 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 проведениисовместных 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, атакже 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 испециальных условий для студентов-потребителей. Кроме того, активное взаимодействие с колледжем и участие в студенческой жизни помогут привлечьвнимание 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 продвижениючерез 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 высокоекачество 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. |