Приложение №6

к Договору возмездного оказания услуг №70-2023-000732 от «12» июля 2023г.

**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

\_\_\_\_\_\_\_*\_\_\_\_\_(ссылка на проект) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(дата выгрузки)*

| Наименование акселерационной программы | Т-шейп |
| --- | --- |
| Дата заключения и номер Договора | №70-2023-000732 от «12» июля 2023г |
| Наименование Исполнителя (ИНН, ЕГРИП) | ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ",ИНН 6165033136 |

|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| --- | --- |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Hermes AYS |
| 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.* | Тема стартап-проекта “Hermes AYS” - это новаторская идея, которая стремится упростить и сделать более эффективным процесс взаимодействия между клиентами и специалистами по социальным медиа маркетингу. Создание и поддержка присутствия бренда в социальных медиа - это важный компонент современного маркетинга. Многие блогеры и компании, особенно малые и средние предприятия, осознают важность присутствия в социальных сетях, но часто не обладают необходимыми знаниями и ресурсами для эффективного осуществления этой функции. “Hermes AYS” выступает в качестве посредника между клиентами, которые нуждаются в помощи с управлением своим присутствием в социальных сетях, и опытными и квалифицированными SMM-щиками, готовыми предоставить свои услуги.  |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии доступа к широкополосным мультимедийным услугам |
| 4 | **Рынок НТИ** | Edunet |
| 5 | **Сквозные технологии** | CRM (Customer Relationship Management) Платформа для управления социальными медиаАналитика данных |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - UI753576- 4967642- Петриченко Иван Дмитриевич- +7-918-367-30-38- developer.Dalani.Ioan@yandex.ru |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**

| **№** | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон,почта | Должность(при наличии) | Опыт иквалификация(краткоеописание) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **UI755538** | **3100765** | **Малооков Иван Денисович** | **IT-специалист** | **+7-928-632-28-54****vangun26@gmail.com** | **IT-специалист** | **Работа с цифрофыми технологиями, веб-разработка** |
| **2** | **UI755528** | **4282288** | **Гаджимурадова Диана Амировна** | **Автор идеи****создатель бизнес-модели** | **+79054557758****dianagadzimuradova99@gmail.com** | **Стратегический специалист** | **Принятие ключевых решений, создание бизнес-плана, предприниматель** |
| **3** | **UI755526** | **3089118** | **Жданов Владислав Михайлович** | **Аналитик** | **+79508624999Vladvladjdanov633@gmail.com** | **Специалист по коммуникации и связям с общественностью** | **Коммуникации и связи с общественностью, маркетинг** |
| **4** | **UI432287** | **4934870** | **Котельникова Екатерина Романовна**  | **Специалист по социальным сетям** | **+7-999-697-03-74****katyakatya.kot5@gmail.com** | **Специалист по коммуникации и связям с общественностью** | **Маркетинг, работа с аудиторией** |
| **5** | **UI755532** | **4966701** | **Городничев Данил Денисович** | **Аналитик, ответственный за расчёты** | **+7-928-145-23-05****d.gorodnichew@list.ru** | **Бизнес-аналитик** | **Аналитика, экономические расчёты** |
| **6** | **UI755525** | **4660961** | **Артюх Дарья Викторовна** | **Поисковик, маркетолог** | **+7-918-571-59-16****sugarycloud@mail.ru** | **Маркетолог** | **Маркетинг** |
| **7** | **UI753576** | **4967642** | **Петриченко Иван Дмитриевич** | **Лидер, создатель бизнес-модели** | **+7-918-367-38-30****Developer.Dalani.Ioan@yandex.ru** | **Руководитель** | **Планирование, контроль исполнения поставленных задач и реализации плана, лидер** |

 |
|  | **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* | Наш проект нацелен на обеспечение посреднической связи между smm-специалистам и и их клиентами. Ключевой его целью является создание удобного сервиса по поиску клиента или подбору исполнителя и обеспечению коммуникации, а также решению и урегулированию вопросов и требований возникающих у сторон, для smm-специалистов и людей, ведущих социальные сети и нуждающихся в услугах таких специалистов. |
|  | **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* | Посреднические услуги в сфере онлайн-продюсирования: Поиск клиентов для smm-специалиста и обеспечение нами взаимодействий с клиентом от лица smm-специалиста.Наличие базы исполнителей, предоставление клиенту гарантии выполнения работы и подбора специалиста. |
| 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* | Посреднические услуги уменьшают количество задач при выполнении работы для smm-специалистов, так как в случае их самостоятельной деятельности им нужно кроме оказания своих непосредственных услуг, заниматься решением дополнительных проблем: поиском клиентов, взаимодействием с ними, решением вопросов. При использовании наших услуг, им не приходится выполнять эту часть работы, так как её выполняем мы.Кроме того, наш проект обеспечивает пользователю гарантию выполнения услуг и упрощает процесс поиска подходящего специалиста, так как обратиться в нашу компанию проще, чем самостоятельно искать специалистов. |
| 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.)* | SMM-менеджеры - специалисты таких областей как:* продюсирование
* развитие риллс
* продвижение аккаунта за счет рекламы
* создание и дизайн сайтов и аккаунтов

Владельцы аккаунтов/сайтов |
| 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* | Официальный сайт: создание сайта, презентующего нашу компанию и дающего возможность рассмотрения наших услуг и связи с нами для их получения.Создание базы данных клиентов и smm-специалистов: база данных клиентов, с потенциальной автоматизацией при помощи машинного обучения для быстрого поиска клиентов, нуждающихся в smm-услугахМаркетинг и продвижение: размещение информации о нашей компании в различных пабликах, в которых находятся smm-специалисты. Нативная реклама ориентированная на владельцев аккаунтов социальных сетей, нуждающихся в продвижении.Телеграм-канал: создание телеграмм-канала, на котором будут размещены различные посты для привлечения клиентов и возможности коммуникации с ними, в том числе и для заказа наших услуг. |
| 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.* | Наша бизнес-модель подразумевает непосредственную оплату наших услуг smm-специалистом, мы берём оплату за каждый выполненный заказ, ее объем пропорционален стоимости оказанных smm-специалистом услуг. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | * DOT Digital Agency
* Collaba Digital Büro
* Demis Group
* Kuraga
* Студия Чижова
 |
| 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* | Основное предложение на рынке, решающее проблему взаимодействия с клиентом для smm-специалиста на сегодняшний день - это smm-агентство, в которое ему предоставляется возможность вступить. В smm-агенстве специалист выступает в роли подчинённого, ему предлагаются условия от компании, с которыми ему необходимо согласится, в том числе и стоимость его услуг диктует компания.Мы же решаем проблему smm-специалиста, но не ограничиваем его необходимостью быть работником какой-то компании и даём больше возможностей в выборе условий договора, например стоимость своих услуг выбирает сам специалист непосредственно. |
| 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* | “Hermes AYS” - новый проект для рынка.Рынок smm-услуг на данный момент активно развивается в связи с распространением социальных сетей, востребованность в специалистах в данной сфере обусловлена еще тем, что количество smm-специалистов на данный момент значимо меньше необходимого для реализации рынка. Соответственно, их количество будет расти в ближайшее время и наши услуги будут востребованы. Наши конкуренты предоставляют вариант решения проблемы, который соответствует запросам не всего рынка. SMM-агентства выполняют коммуникацию с клиентом, лишая необходимости специалиста выполнять это, но и устанавливают определенные условия, кроме того лишая его возможности быть полностью и полноценно самозанятым. Мы же решаем проблему, предоставляю услугу, и позволяем максимальную гибкость условий для smm-специалиста. |
|  | **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* | Язык программирования: Рекомендуется использовать современные веб-технологии и языки программирования, такие как JavaScript (фреймворк Node.js), HTML, CSS.База данных: Для хранения информации о пользователях, заказах и других данных рекомендуется использовать реляционную базу данных, такую как MySQL или PostgreSQL.Аналитика и отчетность: Предусмотреть возможность сбора данных о действиях пользователей и генерации отчетов о деятельности клиентов и SMM-специалистов.Техническая поддержка: Обеспечить надежную техническую поддержку и поддержку клиентов и SMM-специалистов. |
| 18 | **Организационные, производственные и****финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Представляется компания, с сотрудниками с определённым уставом окладом и должностями.Должности: - Руководитель, занимающийся регулированием общих вопросов и работой команды. - Посредники, осуществляющих посредническую деятельность, каждый из которых может выполнить 2-3 заказа в месяц.* It-специалист, обслуживающий сайт и базу данных
* Специалист по социальным сетям, занимающийся ведением телеграм-канала
* CEO-специалист, занимающийся рекламой
 |
| 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.)* | В отличие от других агентств, мы специализируемся на поиске SMM-специалистов для клиентов из различных отраслей. У нас имеется команда профессиональных SMM-специалистов, которые обладают широким набором навыков и компетенций . Благодаря этому, мы можем предлагать многопрофильные услуги и обеспечивать максимальное разнообразие подходов к решению задач наших клиентов. |
| 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* | Сайт, База данныхНеобходимо разработать веб-платформу, предоставляющую пользовательский интерфейс для взаимодействия клиентов и SMM-специалистов (телеграмм-канал, официальный сайт).Разработка алгоритмов поиска и сопоставления: Для обеспечения эффективного посредничества необходимо разработать алгоритмы поиска и сопоставления между клиентами и SMM-специалистами. |
| 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* | Стартап-проект обладает средним уровнем готовности продукта TRL и готов к дальнейшему развитию. Все необходимые аспекты, включая организационные, кадровые и материальные, были тщательно проработаны до достаточно высокого уровня, что обеспечивает эффективное развитие стартапа в будущем.  |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или)****научно-техническим приоритетам****образовательной организации/региона****заявителя/предприятия\*** | 1. Инновации в сфере информационных технологий.2. Исследования в области социальных медиа.3. Подготовка и развитие профессионалов в сфере SMM.4.Предоставление продуктов и услуг, которые находят применение во многих отраслях ( по своей сути они связаны с исследованиями, разработкой и распространением товаров, основанных на технологиях)  |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести**кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | 1. Социальные сети (Facebook, Instagram, Twitter и другие) - стратегия применяемая здесь - контентный маркетинг. Социальные сети являются популярными платформами для привлечения и взаимодействия с аудиторией. Возможности визуального контента и возможности расширенного таргетинга позволяют эффективно привлекать и удерживать клиентов.2. YouTube - стратегия применяемая здесь - видеомаркетинг. YouTube является ведущей платформой для видео контента и может быть использован для создания инфографики, обучающих видео или демонстрации продукта. Видео контент позволяет эффективно передавать информацию о продукте и вызывать эмоциональную реакцию у аудитории.3. Рекламные площадки (Яндекс.Директ, Google AdWords) - стратегия применяемая здесь - контекстная реклама. Рекламные площадки позволяют размещать рекламу на релевантных сайтах и в соответствии с запросами пользователей. Контекстная реклама позволяет эффективно привлекать заинтересованную аудиторию и увеличивать конверсию.4. Вли Influencer-маркетинг - стратегия применяемая здесь - работа с влиятельными личностями. Работа с влиятельными блогерами и знаменитостями может помочь увеличить видимость продукта и доверие аудитории. Влиятельные личности могут рекомендовать продукт своей аудитории и создать положительный образ. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется**использовать для реализации продукта и дать краткое обоснование выбора* | 1. Онлайн-платформы - планируется использовать онлайн-платформы, такие как сайт или маркетплейс, чтобы предоставить клиентам возможность найти и связаться с SMM агентствами. Онлайн-платформы обеспечивают удобство и доступность для клиентов, позволяют выполнить заказы и оценить рейтинги и отзывы о SMM агентствах.2. Личные контакты и сеть профессиональных связей - важное значение имеет установление и поддержание личных контактов с клиентами и SMM агентствами. Это может быть достигнуто через участие в индустриальных событиях, конференциях и через активное взаимодействие в профессиональных сетях, таких как LinkedIn. Эти контакты могут привести к рекомендациям и повысить доверие потенциальных клиентов.3. Устные рекомендации - мнение и рекомендации реальных клиентов могут сыграть важную роль в привлечении новых клиентов. Планируется использовать этот канал, организуя программы лояльности, премии за рекомендации, а также активно работая над удовлетворенностью и качеством предоставляемых услуг.4. Реклама и PR - использование различных рекламных каналов, таких как печатные издания, радио, телевидение и онлайн-реклама, поможет привлечь внимание потенциальных клиентов. Также планируется осуществлять PR-деятельность для повышения осведомленности об агентстве и его способностях. |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | 1. Недостаток информации: Клиентам часто сложно ориентироваться в области SMM-услуг и найти подходящего специалиста или агентство. Они могут не знать, какие услуги нужны для достижения их целей и какие SMM-агентства специализируются в их сфере деятельности.2. Коммуникационные проблемы: Взаимодействие между клиентом и SMM-агентством может быть затруднено из-за недостатка понимания требований клиента и специфики SMM-услуг. Посредническое агентство играет роль посредника и обеспечивает эффективную коммуникацию между сторонами, уточняя требования клиента и передавая их агентству для исполнения.3. Контроль качества: Клиенты могут испытывать сложности в контроле качества предоставляемых SMM-услуг. Они могут быть не уверены в ожидаемых результатах и беспокоиться о достижении поставленных целей. Посредническое агентство предлагает механизмы контроля качества, такие как отслеживание метрик и результатов, чтобы клиенты могли оценить эффективность и эффективность работы SMM-агентства. |
| 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* | Наш стартап-проект стремится решить все вышеописанные проблемы.Преимуществом проекта является упрощение процесса поиска специалиста. Вместо того чтобы тратить время и усилия на самостоятельное исследование рынка и выбор подходящего кандидата, клиенты могут обратиться к нам и получить консультацию по выбору оптимального специалиста для своих потребностей. Это экономит время и обеспечивает уверенность в качестве услуг.Наш проект также предоставляет гарантию выполнения услуг, что является дополнительным плюсом для наших клиентов. В случае недовольства результатами работы, мы готовы внести исправления или предоставить возможность вернуть средства. Таким образом, наши клиенты могут быть уверены в качестве и ответственности нашей компании. |
| 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)* | Потенциальные потребители могут быть мотивированы использовать услуги такого посреднического агентства, так как оно предоставляет решение их проблемы с выбором и поиском квалифицированных SMM агентов. Они могут ценить возможность получить необходимый объективный анализ, сравнение, рекомендации и помощь в принятии решения при выборе агентов. Кроме того, использование посреднического агентства может сэкономить их время и минимизировать усилия, которые иначе были бы затрачены на самостоятельный поиск и проверку агентов.Возможности:1. Онлайн-каталог агентов: Мы создадим удобный онлайн-каталог, где будут представлены профили, рейтинги, отзывы и портфолио SMM агентов. Потребители смогут ознакомиться с информацией о различных агентах и выбрать наиболее подходящего для своего проекта. Каталог будет обновляться регулярно, чтобы предоставить всю актуальную информацию.2. Консультации и поддержка: Мы предоставляем консультации и рекомендации пользователям при выборе агентов. Наша команда экспертов будет готова помочь клиентам принять информированное решение и избежать возможных ошибок или неудачных сотрудничеств. Мы сможем проконсультировать по стратегиям продвижения в социальных сетях, тарифам и условиям работы с агентами и т. д.3. Закупка услуг: Мы предоставим возможность клиентам сразу приобрести услуги выбранного агента из каталога. Наша платформа позволит сделать заказ и оплату услуг в удобном онлайн-формате. Это упростит процесс сотрудничества и облегчит платежные процедуры.4. Обратная связь и контроль качества: Мы будем следить за качеством выполненных работ агентами и предоставлять обратную связь от клиентов. Пользователи смогут оставлять свои отзывы и оценки, которые помогут нам и другим клиентам оценить качество и эффективность агентов. Такой контроль поможет улучшить работу всех участников и повысить качество предоставляемых услуг. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Сотрудники “Hermes AYS” связывается со специалистами, которые помогут потребителям решать проблемы с помощью различных инструментов и стратегий в сфере социальных медиа. Например, они могут разрабатывать и воплощать эффективные контент-стратегии, которые помогут повысить осведомленность о бренде, улучшить взаимодействие с целевой аудиторией и увеличить ее участие в деятельности компании. Также их опыт работы с различными платформами социальных медиа поможет настроить и оптимизировать рекламные кампании в соответствии с бизнес-целями клиента, чтобы привлечь новых клиентов и улучшить продажи. В целом, наши товары и услуги помогают потребителям справляться с проблемой привлечения внимания и достижения успеха в онлайн-мире путем создания эффективности в социальных медиа. |
| 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.* | Сегмент является частью сферы цифрового маркетинга и охватывает специалистов, занимающихся продвижением брендов и компаний через социальные медиа платформы. Доля рынка зависит от общего объема рынка цифрового маркетинга.Растущая популярность социальных медиа платформ и роль, которую они играют в маркетинге, приводит к увеличению спроса на услуги смм . Компании всё больше осознают важность наличия активного и эффективного присутствия в социальных медиа, чтобы достичь своей целевой аудитории и установить с ней долгосрочные отношения.Рост числа активных пользователей социальных медиа платформ и различных новых возможностей, предлагаемых данными платформами, такими как рекламные функции и аналитические инструменты, также способствуют росту сегмента наших специалистов .В целом, доля рынка смм-специалистов продолжает расти, поскольку все больше компаний осознают необходимость эффективного использования социальных медиа для достижения своих бизнес-целей и усиления своей онлайн-присутствия. Потенциальные возможности для масштабирования и расширения своей деятельности:1. Расширение клиентской базы: Приобретение новых клиентов из различных отраслей и регионов позволит расширить долю рынка и увеличить объемы работы.2. Диверсификация услуг: Разработка и предложение новых услуг, таких как аналитика данных, разработка контент-стратегий или создание видео-контента, поможет привлечь больше клиентов и повысить доходы ( для этого мы нанимаем профессиональных SMM-специалистов, которые обладают широким набором навыков и компетенций). 3.Масштабирование команды: Найм и обучение новых сотрудников позволит выполнить больше проектов одновременно и увеличить производительность.4.Расширение географического присутствия: Работа с клиентами из других стран и регионов может открыть новые возможности для бизнеса и увеличить его доходы.5. Создание ТГ-канала : В целом, создание телеграмм-канала поможет улучшить коммуникацию с аудиторией, продвигать свои продукты и услуги, а также укрепить свою позицию на рынке. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

| Для начала нам необходимо создать платформу (телеграм-канал), развить его, далее найти специалистов и заключить с ними договор.Потом добавляем новую информацию на наш канал и начинаем искать клиентов. Чуть позже они сами начнут к нам обращаться.Развиваем свой телеграм-канал, а также в дальнейшем можем начать распространение и на других площадках.В дальнейшем мы будем искать и другие способы развития оказания СММ-услуг в социальных сетях:1. Углубление целевой аудитории: необходимо исследовать и понимать свою целевую аудиторию в социальных сетях. Разработать стратегию, которая будет направлена на привлечение и удержание конкретного сегмента клиентов. На данный момент таким сегментом являются специалисты широкого профиля, однако с развитием компании сегментная ориентация будет меняться в связи с изменением возможностей компании.2. Улучшение качества услуг: Постоянно совершенствовать свои навыки и обновлять свои знания о социальных сетях и их алгоритмах. Быть в курсе последних трендов и новостей в отрасли. Регулярно обновлять и адаптировать свою стратегию3. Также мы будем развивать сети партнеров: Установить партнерские отношения с другими специалистами в области маркетинга и продвижения в социальных сетях. Возможно, мы сможем предложить свои услуги взамен на услуги партнеров, что может быть взаимовыгодным для всех сторон.4. Взаимоотношения с целевой аудиторией : Быть активными, отвечать на комментарии и вопросы пользователей, создавать качественный контент, который будет интересен нашей целевой аудитории.5. Работа над репутацией: Отзывы и рекомендации могут сыграть важную роль в развитии бизнеса в социальных сетях. Нужно стремиться к безупречному качеству услуг и постоянно получать обратную связь от своих клиентов. Заинтересованные клиенты будут способствовать нашему развитию положительными отзывами о работе и рекомендовать нас другим клиентам.6. Работа над видимостью: Использовать рекламные возможности, предоставляемые социальными сетями, чтобы увеличить охват своего бренда и привлечь целевую аудиторию. Разработать стратегию рекламы и регулярно анализировать ее эффективность, чтобы улучшить свои результаты.Оказание СММ-услуг в социальных сетях требует постоянного обновления и адаптации к изменениям в отрасли, так как она новая и стремительно трансформируется и развивается. |
| --- |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ**:

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu )

| Фокусная тематика из перечня ФСИ(https://fasie.ru/programs/programmastart/fokusnye-tematiki.php ) |  |
| --- | --- |
| **ХАРАКТЕРИСТИКА БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ****(РЕЗУЛЬТАТ СТАРТАП-ПРОЕКТА)***Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):* |
| Коллектив *(характеристика будущего**предприятия)**Указывается информация о составе**коллектива (т.е. информация по количеству, перечню должностей, квалификации), который Вы представляете на момент**выхода предприятия на самоокупаемость.**Вероятно, этот состав шире и(или) будет отличаться от состава команды по проекту, но нам важно увидеть, как Вы представляете себе штат созданного предприятия в будущем, при переходе на самоокупаемость*Техническое оснащение*Необходимо указать информацию о Вашем представлении о планируемом техническом оснащении предприятия (наличие технических и материальных ресурсов) на**момент выхода на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* |  |
| Партнеры (поставщики, продавцы)*Указывается информация о Вашем**представлении о партнерах/**поставщиках/продавцах на**момент выхода предприятия на**самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* |  |
| Объем реализации продукции (в натуральных единицах)*Указывается предполагаемый Вами объем реализации продукции на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше**представление о том, как может быть осуществлено* |  |
| Доходы (в рублях)*Указывается предполагаемый Вами объем всех доходов (вне зависимости от их источника, например, выручка с продаж и т.д.) предприятия на момент выхода 9 предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше**представление о том, как это будет**достигнуто.* |  |
| Расходы (в рублях)*Указывается предполагаемый Вами объем всех расходов предприятия на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше**представление о том, как это будет**достигнуто* |  |
| Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость*Указывается количество лет после**завершения гранта* |  |
| **СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ,****КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:** |
| Коллектив |  |
| Техническое оснащение: |  |
| Партнеры (поставщики, продавцы) |  |
| **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА***(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок,**но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)* |
| Формирование коллектива: |  |
| Функционирование юридического лица: |  |
| Выполнение работ по разработкепродукции с использованием результатов научно-технических и технологических исследований (собственных и/или легитимно полученных или приобретенных), включая информацию о создании MVP и (или) доведению продукции до уровня TRL 31 и обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта: |  |
| Выполнение работ по уточнениюпараметров продукции, «формирование» рынка быта (взаимодействие с потенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.): |  |
| Организация производства продукции: |  |
| Реализация продукции: |  |
| **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА****ПЛАНИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА** |
| Доходы: |  |
| Расходы: |  |
| Источники привлечения ресурсов для развития стартап-проекта после завершения договора гранта и обоснование их выбора (грантовая поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития, привлечение кредитных средств, венчурных инвестиций и др.): |  |
| **ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РАБОТ С ДЕТАЛИЗАЦИЕЙ** |
| Этап 1 (длительность – 2 месяца)

| **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |

 |
| Этап 2 (длительность – 10 месяцев)

| **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |

 |
| **ПОДДЕРЖКА ДРУГИХ ИНСТИТУТОВ****ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ** |
| Опыт взаимодействия с другими институтами развития |
| **Платформа НТИ** |  |
| Участвовал ли кто-либо из членовпроектной команды в «Акселерационно-образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»: |  |
| Участвовал ли кто-либо из членовпроектной команды в программах«Диагностика и формированиекомпетентностного профиля человека /команды»: |  |
| Перечень членов проектной команды,участвовавших в программах Leader ID иАНО «Платформа НТИ»: |  |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНО** |
| **Участие в программе «Стартап как диплом»** |  |
| **Участие в образовательных****программах повышения****предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** |  |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** |
| Номер контракта и тема проекта попрограмме «УМНИК» |  |
| Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий стартап» |  |

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

***Календарный план проекта:***

| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа,****мес** | **Стоимость, руб.** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| … |  |  |  |

| **Заказчик:**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донской государственный технический университет» | **Исполнитель:**Индивидуальный предприниматель Гусев Дмитрий Владимирович |
| --- | --- |
| **Проректор по научно-исследовательской работе****и инновационной деятельности****\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Ефременко И.Н**. | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /Гусев Д.В.** |