**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

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

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления» |
| Регион Получателя гранта | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | Идея для стартапа мобильного приложения коворкинг-центра |
| Дата заключения и номер Договора | 19 апреля 2024г. № 70-2024-000172 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | «SIMPLE SPACE» |
| 2 | **Тема стартап-проекта\***  *Указывается тема стартап-проекта в рамках темы акселерационной программы, основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях.* | – ТН1. Технологии комфортной и безопасной жизнедеятельности человека; |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | «Технологии новых и возобновляемых источников энергии, включая водородную энергетику» |
| 4 | **Рынок НТИ** | EnergyNet, HomeNet |
| 5 | **Сквозные технологии** | "Технологии создания новых и портативных источников энергии" |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID: U1824700  - Leader ID: 6150173  - ФИО: Кузнецова Анастасия Геннадьевна  - телефон: 89254147401  - почта: nasteha2508@gmail.com |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон,  почта | Должность  (при наличии) | Опыт и  квалификация  (краткое  описание) | | 1 | U1824700 | 6150173 | Кузнецова Анастасия Геннадьевна | Руководитель | 89254147401 |  | Студент | | 2 | U1824701 | 6015940 | Корюшкина Дарья Юрьевна | Генератор идей | 89684424717 |  | Студент | | 3 |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  | | |
|  | **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* | «SIMPLE SPACE» - мобильное приложение разработанное специально с целью оптимизации работы в коворкинг-центре. Приложение предоставляет уникальный функционал, который закроет все необходимые нужды резидентов и гостей коворкинга, делая работу в разы эффективнее и комфортнее. Приложение будет доступно к скачиванию для пользователей «IOS» и «Android» |
|  | **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* | Мобильное приложение «SIMPLE SPACE» будет включать в себя in-app покупки, которые будут позволять пользователям приложения приобретать дополнительные функции, услуги, которые не входят в базовый набор функционала.  Например:   * расширенные функции личного планера * дополнительные возможности персонализации приложения * подписка «коворкинг + » позволяющая получать различные привилегии в виде системы кэшбека и личного виртуального ассистента. * приоритетный доступ к оборудованию   Пользователям платных услуг будет предоставлена возможность лёгкой и прозрачной платёжной системы с возможностью отключения подписки в любой момент. |
| 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* | Создание приложения для коворкинг центра поможет повысить востребованность коворкинг-центра и лояльность резидентов и гостей. Проведя опрос людей, которые активно пользуются коворкинг центрами, мы пришли к выводу, что большей части опрошенных для более эффективного и комфортного пребывания в коворкингах не хватает мобильного приложения, которое смогло бы значительно упростить решение многих задач, например, таких как:   * бронирование/оплата рабочих мест, переговорных * бронирование/оплата дополнительного рабочего оборудования * наличие актуальной информации в свободном доступе получение оперативных ответов на вопросы * возможность планирования * коммуникация между резидентами |
| 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.)* | * Студенты: студенты университета, которым нужно место для учебы, работы над проектами и проведения групповых встреч. * Преподаватели и научные сотрудники: профессора, преподаватели и исследователи, которым требуется тихое и комфортное место для работы, подготовки лекций и проведения консультаций. * Стартаперы и предприниматели: студенческие стартапы, выпускники университета и другие предприниматели, которым нужно рабочее пространство для развития своих проектов. * Фрилансеры и удаленные работники: люди, работающие на удаленке или фрилансеры, которым нужно место для работы вне дома или офиса.   Всем вышеперечисленным потенциальным потребителям будет актуально приложение для более эффективной работы в коворкинг-центре |
| 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* | Инновационные технологии, системы управления пространством, системы безопасности и конфиденциальности |
| 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.* | **Ключевые партнеры:**   * компании, предлагающие услуги для предпринимателей * стартапы * местные кафе и рестораны быстрого питания, которые осуществляют доставку   **Ключевые виды деятельности:**   * управление ресурсами * планирования * дополнительные услуги и функции * коммуникация и сотрудничество   **Ценностные предложения**   * система лояльности * удобный доступ к ресурсам * минимальная затрата времени на организационные вопросы * решение запросов потребителя в необходимости удобной системы, которая позволит повысить эффективность работы   **Взаимоотношения с потребителями:**   * высокий уровень сервиса * свобода выбора * скидочно-бонусные системы * приятный дизайн и эргономика * сплочённость резидентов   **Ключевые ресурсы:**   * финансовые: кредит, займ * личные: коммуникабельность, управленческие качества, креативность   **Каналы поставки:**   * реклама * площадки размещения приложения |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | «SOK.works», «Easy Busy», «NiK», «MeetingPoint», «KW» |
| 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* | Мобильное приложение «SIMPLE SPACE» для коворкинг-центра является своего рода уникальным, так как оно обладает приятным дизайном с возможностью персонализации и необходимыми функциями для комфортной и эффективной работы гостей и резидентов. Приложение даёт возможность пользователям в несколько кликов узнать всю необходимую информацию, забронировать переговорные комнаты, оборудование, рабочие места, заказать еду, вести диалог с администрацией по организационным вопросам и вопросам технической поддержки прямо с рабочего места. Наше приложения повысит конкурентоспособность коворкинг-центра, т.к она будет отвечать всем необходимым запросам потребителя.  Проведя анализ рынка, мы выяснили, что ни одно приложение для коворкинг-центра не имеет такого большого функционала, как наше. В связи с полученными данными в ходе анализа, можно утверждать, что наше предложение будет пользоваться высоким спросом в потребительских кругах. |
| 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.)** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*  *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* | Реализуемость:  -Технологическая доступность: Создание мобильного приложения для коворкингов - это стандартная задача для разработчиков мобильных приложений, не требующая революционных технологий.  -Доступность данных:  Информация о коворкингах доступна онлайн, ее можно получить с помощью API, веб-скрапинга или парсинга данных.  -Популярность мобильных приложений:  Мобильные приложения стали привычным инструментом для бронирования, поиска информации и взаимодействия с сервисами.  -Наличие ресурсов:  Существуют специализированные платформы для разработки и запуска мобильных приложений, а также доступны фрилансеры и команды разработчиков.  Полезность и востребованность:  -Решение проблемы:  Приложение для коворкинга решает ключевую проблему - сложность поиска и бронирования подходящего рабочего пространства.  -Удобство:  Приложение обеспечивает удобный, быстрый и персонализированный поиск коворкингов.  -Доступность информации:  Приложение предоставляет исчерпывающую информацию о коворкингах, что помогает пользователям сделать правильный выбор.  -Функциональность:  Приложение может предлагать дополнительные функции, такие как онлайн-платежи, возможность бронирования рабочих мест, организация встреч, доступ к Wi-Fi сети коворкинга и т.д.  Потенциальная прибыльность:  -Модель монетизации:  Приложение может получать прибыль за счет комиссионных от бронирования, рекламы, платных подписок, партнерских программ.  -Масштабируемость:  Приложение легко масштабируется, охват аудитории может быть увеличен за счет интеграции с другими платформами и сервисами.  -Низкие затраты на поддержание:  Приложение не требует больших затрат на содержание, если используются облачные сервисы и автоматизированные процессы.  Устойчивость бизнеса:  -Постоянный спрос:  Спрос на коворкинги постоянно растет, особенно среди фрилансеров, удаленных работников и стартапов.  -Дифференциация:  Приложение может выделиться на рынке за счет уникальных функций, удобного интерфейса, широкого спектра возможностей.  -Долгосрочные партнерства:  Приложение может создать долгосрочные партнерские отношения с коворкингами, предоставляя им доступ к новой аудитории и повышая их популярность.  -Гибкость:  Приложение может адаптироваться к изменениям рынка и потребностям пользователей, добавляя новые функции и оптимизируя существующие.  Отличия от других продуктов:  -Специализация:  Приложение фокусируется исключительно на коворкингах, что позволяет предложить более глубокую специализацию и функциональность.  -Персонализация:  Приложение может предлагать персонализированный поиск и рекомендации, учитывая потребности пользователей.  -Дополнительные функции:  Приложение может предлагать дополнительные функции, которые не доступны на других платформах, например, онлайн-платежи, возможность бронирования рабочих мест, доступ к Wi-Fi сети коворкинга.  -Интеграция с другими сервисами:  Приложение может интегрироваться с другими сервисами, такими как Google Maps, календарь, системы бронирования, что делает его более удобным в использовании. |
|  | **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* | 1. Привлекательный дизайн и эргономичность  2. Возможность бронирования рабочих мест и переговорных  3. Удобная интегрированная платежная система  4. Интегрированная система доставки еды из ближайших ресторанов и кафе  5. Встроенный планер  6. Чат-бот  7. Чат и доска объявлений для резидентов  8. Доступ к услугам: возможность бронирования переговорных, конференционных залов и оборудования  9. Система лояльности  10. Возможность персонализации приложения |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\**  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Мы, основатели стартапа, видим наше приложение для коворкинг-центра не просто как инструмент для бронирования рабочих мест и организации пространства. Мы стремимся создать цифровое решение, которое поможет нашим клиентам оптимизировать внутренние процессы своего бизнеса и раскрыть новые партнерские возможности.  Мы верим, что наше приложение будет не просто удобным инструментом управления коворкинг-центром, но и платформой, которая поможет предпринимателям взаимодействовать друг с другом, обмениваться опытом и находить новых потенциальных партнеров для совместных проектов.  Наша цель - создать экосистему, в которой каждый пользователь нашего приложения будет иметь возможность не только эффективно использовать рабочее пространство, но и развивать свой бизнес за счет новых контактов и сотрудничества с другими предпринимателями.  Мы видим наше приложение как инновационное решение, которое поможет сделать работу в коворкинг-центре более продуктивной, эффективной и вдохновляющей для всех его пользователей. Мы стремимся к тому, чтобы наше приложение стало неотъемлемой частью рабочей жизни предпринимателей и помогло им достичь новых высот в своем бизнесе. |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\**  *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.)* | Качественные характеристики:  1. Интуитивный интерфейс: Наше приложение предлагает простой и удобный интерфейс, который позволяет пользователям легко находить необходимую информацию, бронировать рабочие места и взаимодействовать с другими членами сообщества коворкинга.  2. Социальное взаимодействие: Мы интегрируем функции для удобного общения и сотрудничества между пользователями коворкинг-центра, создавая благоприятную атмосферу для работы и нетворкинга.  3. Персонализация: Наше приложение предлагает возможности персонализации рабочего пространства и услуг, учитывая индивидуальные потребности и предпочтения клиентов.  Количественные характеристики:  1. Гибкая ценовая политика: Мы предлагаем разнообразные тарифы и пакеты услуг, которые позволяют выбирать оптимальное соотношение цены и качества в зависимости от потребностей клиентов.  2. Технические возможности: Наше приложение обеспечивает высокую производительность, безопасность данных и удобство использования благодаря современным технологиям и инновационным решениям.  3. Аналитика и отчетность: Мы предоставляем пользователям доступ к детальной статистике использования рабочих мест, забронированных услуг и другим ключевым метрикам, что помогает им оптимизировать свою работу в коворкинг-центре. |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\**  *Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | 1. Инновационные технологии:     - Улучшенный пользовательский опыт: Использование новейших технологий, таких как искусственный интеллект, аналитика данных и интерактивные функции, позволяет создать более удобное и эффективное взаимодействие с приложением.     - Повышение производительности: Интеграция инновационных инструментов и приложений может помочь пользователям повысить свою производительность и эффективность работы в коворкинг-центре.     - Будущееориентированность: Применение передовых технологий позволяет быть на шаг впереди конкурентов и адаптироваться к изменяющимся потребностям клиентов.  2. Системы управления пространством:     - Оптимизация использования ресурсов: Системы управления пространством помогают эффективно распределять рабочие места, конференц-залы и другие ресурсы коворкинг-центра.     - Повышение комфорта и удобства: Пользователи могут легко находить свободные рабочие места, бронировать переговорные комнаты и управлять другими аспектами своего пребывания в коворкинг-центре через приложение.  3. Системы безопасности и конфиденциальности:     - Защита данных: Использование современных систем шифрования и механизмов защиты данных обеспечивает конфиденциальность информации пользователей.     - Физическая безопасность: Мониторинг с помощью камер видеонаблюдения, контроль доступа через электронные ключи или биометрическую идентификацию помогают обеспечить безопасность в коворкинг-центре.     - Автоматизация процессов: Системы безопасности могут быть интегрированы с другими системами управления для автоматического контроля доступа, управления освещением и климатом в помещениях. |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\**  *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* | После прохождения акселерационной программы стартап-проект по созданию приложения для коворкинг-центра представляет собой хорошо проработанную модель с:  - Организационной структурой: Четко определены роли и обязанности команды, установлены процессы управления и коммуникации.  - Командой экспертов: Набраны высококвалифицированные специалисты, готовые реализовать задачи и развивать проект.  - Технологической базой: Применяются передовые технологии для обеспечения высокой производительности и удобства пользователей.  - Финансовой устойчивостью: Разработаны стратегии привлечения инвестиций и обеспечения финансовой устойчивости проекта. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* | Проект соответствует следующим Стратегическим проектам, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:  - Стратегический проект 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпроект 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»);  - Стратегический проект 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны» (Подпроект 2.3. «Исследование институциональных и экономических механизмов низкоуглеродного развития и формирования благоприятной среды (декарбонизация экономики)»).» |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | 1. Целевая аудитория: Определение ЦА поможет сосредоточиться на наиболее эффективных каналах продвижения для вашей целевой группы.  2. Цифровой маркетинг:  Создание привлекательного веб-сайта, оптимизированного под поисковые системы (SEO), запуск рекламных кампаний в соц. сетях, использование контент-маркетинга для создания ценных материалов, связанных с коворкингом.  3. Партнерства и сотрудничество: Сотрудничество с коворкинг-центрами, университетами или бизнес-клубами.  4. Прямые продажи и мероприятия: Организация мероприятий и презентаций для привлечения внимания к приложению. Участие в выставках, конференциях и семинарах, связанных с предпринимательством и коворкингом.  5. Реферальная программа: Создание программы поощрения для существующих пользователей, которые рекомендуют приложение своим знакомым и коллегам.  6. Отзывы и рейтинги:   Это поможет повысить доверие потенциальных клиентов и улучшить видимость приложения в магазинах приложений. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Платформы для продвижения мобильных приложений: App Store, Google Play  Социальные сети:Использование рекламы в социальных сетях таких как VK, Instagram, Telegram и Facebook  Email-маркетинг:Рассылка для потенциальных пользователей со скидками и специальными предложениями.  Партнерские программы:  Сотрудничество с блогерами и медийными личностями |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **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* | **Согласно исследованию аналитической компании Flurry, 90%** времени использования мобильных устройств проводится именно в приложениях и около 70% опрашиваемых ответили, что занимаются бронированием различных мероприятий именно через мобильные приложения. Это доказывает, что проблема востребованности приложения для коворкинг-центра реально существует  Проведя опрос людей, которые активно пользуются коворкинг центрами, мы пришли к выводу, что большей части опрошенных для более эффективного и комфортного пребывания в коворкингах не хватает мобильного приложения, которое смогло бы значительно упростить решение многих задач, например, таких как:   * бронирование/оплата рабочих мест, переговорных * бронирование/оплата дополнительного рабочего оборудования * наличие актуальной информации в свободном доступе получение оперативных ответов на вопросы * возможность планирования * коммуникация между резидентами  Наш стартап-проект полностью решает вопрос всех заявленных проблем потребителя |
| 26 | **«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 11)* | В концепции стартап-проекта приложения «SIMPLE SPACE» для коворкинг-центра прослеживается прямая взаимосвязь между раннее выявленной проблемой и потенциальным потребителем, т.к приложение позволяет закрыть следующие потребности потребителя: свободный доступ к информации, возможность ведения функционального планера, получение уведомлений о предстоящих событиях, быстрая связь с администрацией прямо с рабочего места, поддержка и быстрые ответы на часто задаваемые вопросы через чат-бот, возможность бронирования оборудования, доступная и лёгкая платёжная система. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Решение Приложение «SIMPLE SPACE» позволит закрыть все необходимые потребности пользователей. Оно будет оснащено всеми необходимыми функциями: • планер  • чат-бот для быстрых ответов на вопросы • удобная скидочно-бонусная система • чат резидентов коворкинга • возможность заказа еды прямо в приложении • система напоминаний и уведомлений • возможность связаться с администрацией не покидая рабочее место • возможностью персонализировать приложение • доступ к информации о коворкинг центре и предстоящих мероприятиях • возможность размещать информацию для отдельных сообществ резидентов внутри коворкинг центра • возможность приобретения подписок на дополнительные функции приложения |
| 28 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*  *Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 16.* | Сегмент и доля рынка приложения для коворкинга:  -Целевая аудитория: Фрилансеры, удаленные работники, предприниматели, стартапы, студенты, люди, которым нужно работать в тихой и продуктивной обстановке.  -Доля рынка:Рынок коворкингов активно растет, прогнозируется его дальнейшее развитие. По данным Statista, глобальный рынок коворкингов достигнет $13,9 млрд к 2026 году.  -Сегмент:Приложение для коворкинга будет конкурировать с существующими платформами для поиска и бронирования коворкингов, а также с мобильными приложениями отдельных коворкинг-центров.  Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса:  -География:Расширение приложения на новые города, страны и регионы.  -Функциональность:Добавление новых функций, таких как онлайн-платежи, доступ к Wi-Fi сети коворкинга, организация встреч, интеграция с другими сервисами.  -Партнерства:Создание партнерств с коворкингами, платформами для бронирования жилья, туристическими компаниями, компаниями, предоставляющими офисные услуги.  -Маркетинг:Рекламные кампании, продвижение в социальных сетях, работа с блогерами и инфлюенсерами.  -Доступность:Разработка версий приложения для разных операционных систем (Android, iOS) и для веб-браузеров.  -Персонализация:Разработка системы персонализированных рекомендаций и предложений, учитывающих предпочтения пользователей.  Дополнительные возможности:  -Встраивание в другие сервисы:Интеграция приложения с сервисами, такими как Zoom, Microsoft Teams.  -Разработка премиум-версии:Предложение премиум-версии с расширенными функциями и возможностями.  -Разработка корпоративных решений:Разработка специальных решений для крупных компаний, которые хотят организовать удаленную работу для своих сотрудников. |
| 29 | **План дальнейшего развития стартап-проекта** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*  *Укажите, какие шаги будут предприняты в*  *течение 6-12 месяцев после завершения*  *прохождения акселерационной программы,*  *какие меры поддержки планируется привлечь* | 1. Доработка продукта и запуск MVP:  -Доработка функционала:Добавление новых функций, исправление ошибок, оптимизация интерфейса на основе обратной связи от ранних пользователей.  -Запуск минимально жизнеспособной версии (MVP):Запуск приложения в ограниченном регионе или для ограниченного круга пользователей.  -Сбор обратной связи:Сбор отзывов от ранних пользователей, анализ их потребностей и предпочтений.  2. Маркетинг и привлечение пользователей:  -Создание контента:Разработка контента для социальных сетей, блога, рассылки, видеороликов.  -Продвижение в социальных сетях:Создание сообщества в социальных сетях, запуск таргетированной рекламы.  -Партнерство с коворкингами:Создание партнерских отношений с коворкингами для взаимного продвижения.  -Участие в мероприятиях:Участие в тематических мероприятиях, конференциях, выставках.  -PR-кампании:Работа с медиа, публикации статей, участие в интервью.  3. Развитие бизнеса:  -Анализ метрик:Анализ ключевых метрик приложения, выявление проблемных моментов.  -Оптимизация:Оптимизация приложения на основе данных об использовании.  -Разработка стратегии монетизации:Выбор модели монетизации (комиссия, подписка, реклама) и ее тестирование.  -Развитие новых функций:Разработка новых функций и возможностей на основе обратной связи от пользователей.  4. Привлечение инвестиций:  -Подготовка презентации:Подготовка презентации проекта для инвесторов.  -Поиск инвесторов:Поиск венчурных фондов, бизнес-ангелов.  \* Проведение переговоров:Проведение переговоров с потенциальными инвесторами.  -Закрытие инвестиционного раунда:Привлечение инвестиций для дальнейшего развития проекта.  ## Меры поддержки:  1. Акселерационная программа:  -Менторство:Получение экспертной поддержки от менторов с опытом в сфере разработки и запуска мобильных приложений.  \* Обучение:Получение знаний и навыков в сфере маркетинга, финансов, управления проектами.  -Сетевое взаимодействие:Участие в сети акселератора, возможность получить доступ к ресурсам и контактам.  2. Государственные программы:  -Субсидии и гранты:Получение финансовой поддержки от государства на развитие проекта.  -Налоговые льготы:Получение налоговых льгот для стартапов.  3. Программы бизнес-инкубаторов:  -Офисное пространство:Предоставление офисного пространства для работы над проектом.  -Обучение и менторство:Получение обучения и поддержки от специалистов бизнес-инкубатора.  4. Партнерства:  -Коворкинги:Создание партнерских отношений с коворкингами для взаимного продвижения и предоставления доступа к целевой аудитории.  -Инвестиционные фонды:Привлечение инвестиций от фондов, специализирующихся на ранних стадиях развития.  5. Сетевое взаимодействие:  -Участие в мероприятиях:Участие в конференциях, выставках, митапах, чтобы получить доступ к информации, контактам и инвестициям.  -Создание сообщества:Создание сообщества пользователей приложения, чтобы получить обратную связь и создать лояльность.  6. Маркетинговые инструменты:  -SEO-оптимизация:Оптимизация приложения для поиска в App Store и Google Play.  -SMM:Продвижение в социальных сетях.  -Контент-маркетинг:Создание и распространение контента, интересного для целевой аудитории.  -Партнерский маркетинг:Создание партнерских программ с другими компаниями. |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ:**

*(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*

(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 разработке**  **продукции 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 уточнению**  **параметров 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 членов**  **проектной команды в Акселерационно-образовательных интенсивах по формированию и преакселерации**  **команд»:** |  |
| **Участвовал ли кто-либо из членов**  **проектной команды в программах**  **«Диагностика и формирование**  **компетентностного профиля человека /**  **команды»:** |  |
| **Перечень членов проектной команды,**  **участвовавших в программах Leader ID и АНО «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 по**  **программе «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 | Определенрие целей и задач проекта | 2 | 431000 |
| 2 | Создание команды | 2 | 4354100 |
| 3 | Определение бюджета | 3 | 206000 |
| 4 | Разработка документов | 3 | 210000 |
| 5 | Анализ рынка и ЦА | 2 | 241000 |
| 6 | Планирование | 3 | 481000 |
| 7 | Дизайн приложения | 3 | 220000 |
| 8 | Создание приложения | 4 | 1431000 |
| 9 | Тестирование | 3 | 186000 |
| 10 | Запуск | 1 | 31000 |
| 11 | Рекламные кампании для привлечения пользователей | 2 | 252100 |
| 12 | Ежемесячное поддержка работы приложения |  | 297100 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |