Приложение № 15 к Договору

от №

**Паспорт стартап-проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| [https://pt.2035.university/project/umnyj-garderob\_2024\_10\_03\_17\_45\_25](theme/theme1.xml) | *16.12.2024 14:57* |

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет» |
| Регион Получателя гранта | **Псковская область** |
| Наименование акселерационной программы | **Акселератор «Политехник»** |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Краткая Информация о стартап-проекте** | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Умный гардероб |
| **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.* | Чат-бот который интегрируется в уже существующие маркетплейсы/интернет-магазины одежды. С помощью чат-бота будет возможность примерить одежду на 3d-модели, что позволит приобретать одежду, которая будет подходить покупателю. |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Нано-, био-, информационные, когнитивные технологии. |
| **4** | **Рынок НТИ** | TechNet |
| **5** | **Сквозные технологии** | Искусственный интеллект, Нейротехнологии, технологии виртуальной и дополненной реальностей |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | - 1748283  - 4903684  - Бережанский Павел Александрович  -  - alwarezteam@mail.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 | Опыт и квалификация | | 1 | 167081 | 634345 | Новикова Екатерина |  | +7 (926) 315-97-41, enovikova@list.ru | | 2 | 1747651 | 4907141 | Васильев Влад Александрович |  | +7 (964) 679-91-45, +7 (964) 679-91-45, retrikwow2013@yandex.ru | | 3 | 1748148 | 4932842 | Антонов Сергей Алексеевич |  | +7 (960) 220-35-33, +7 (960) 220-35-33, sobaka03.2002@yandex.ru | | 4 | 912929 | 3307945 | Ермолаев Артём Андреевич |  | +7 (911) 880-79-71, art.ermolaev2005@gmail.com | | 5 | 2003365 | 3051665 | Бойкова Дарья Михайловна |  | +7 (911) 892-93-79, dasha.boykovaaa@mail.ru | | |
|  | **проект плаНа 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* | Чат-бот который интегрируется в уже существующие маркетплейсы/интернет-магазины одежды. С помощью чат-бота будет возможность примерить одежду на 3d-модели, что позволит приобретать одежду, которая будет подходить покупателю. |
|  | **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* | Чат-бот |
| 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* | Продукт решает проблему как клиента, так и интернет-площадок. Преимущества для клиента: • Визуализация, которая снижает неопределенность выбора размера и посадки • Делает процесс покупки более интерактивным и приятным Преимущества для магазинов: • Уменьшение количества возвратов • Улучшение опыта клиентов: более удобный и интерактивный способ примерки одежды • Решение проблемы с нехваткой кадров |
| 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.)* | Для юр. лиц: отрасль – одежда, аксессуары Для физ. лиц: 16-55 лет (зависит от целевого рынка интернет-магазинов), мужского и женского пола, со среднем уровнем дохода. Не привязаны к уровню образования. Географическое расположение – населенные пункты, в которых находятся пункты выдачи заказов маркетплейсов |
| 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* | На технологии 3D-моделирования и рендеринга, системе распознавания и создания аватаров, системе рекомендаций и технологии разработки естественного языка (NLP) |
| 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.* | B2B B2C |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Эстонский проект Fits.me |
| 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* | Мы будем интересны русскому потребителю сосредоточением на интеграции с популярными в России маркетплейсами, адаптацией к российским размерам, поддержкой русского языка и партнерством с российскими брендами |
| 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* | Обоснование реализуемости и устойчивости: \* Уникальное торговое предложение (УТП): Интеграция качественной 3D-примерки – это не просто удобство, а существенное улучшение процесса покупки онлайн. Многие платформы предлагают подобные функции, но качество рендеринга, точность подгонки по фигуре и интеграция с существующими платформами могут стать ключевыми отличиями. Возможность настройки 3D-модели под индивидуальные параметры тела (с помощью дополнительных измерений) станет сильным преимуществом. \* Рыночный спрос: Онлайн-шопинг постоянно растёт, и покупатели всё больше нуждаются в инструментах, уменьшающих риски неудачной покупки. Функционал 3D-примерки напрямую отвечает этому запросу. \* Конкурентные преимущества: \* Интеграция с существующими платформами: Возможность быстрой и бесшовной интеграции с популярными маркетплейсами предоставляет доступ к широкой аудитории. Партнерские соглашения с крупными игроками рынка станут серьёзным конкурентным преимуществом. \* Качество 3D-моделирования: Использование продвинутых технологий сканирования и рендеринга обеспечит реалистичное отображение одежды на модели. Точность и детальность являются ключевыми факторами успеха. \* Персонализация: Возможность создания персонализированных 3D-моделей на основе данных пользователя (с учётом согласия на обработку персональных данных) значительно повысит точность примерки. \* Технологическое преимущество: Разработка собственного алгоритма или использование передовой технологии 3D-моделирования может стать непреодолимым барьером для конкурентов. \* Дефицит, дешевизна, уникальность: \* Дешевизна (относительная): По сравнению с затратами на физические примерки и возврат товара, использование чат-бота с 3D-примеркой оказывается экономически выгодным для бизнеса и потребителя. \* Уникальность: Сочетание высококачественной 3D-примерки, удобного интерфейса чат-бота и широкой интеграции с платформами обеспечит уникальность предложения. \* Дефицит: На рынке пока не так много предложений, обеспечивающих одновременно высокое качество 3D-моделирования и удобную интеграцию с популярными маркетплейсами. Риски: \* Высокие начальные инвестиции: Разработка и внедрение сложного программного обеспечения требует значительных затрат. \* Зависимость от партнёров: Успех бизнеса во многом зависит от сотрудничества с маркетплейсами. \* Технические проблемы: Необходимость обеспечения стабильной работы системы и её масштабируемости. \* Защита данных: Обеспечение безопасности персональных данных пользователей является критическим аспектом. |
|  | **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* | Качество 3D-моделирования и рендеринга, точность и удобство создания аватара, функциональность чат-бота и интерфейс, скорость и стабильность работы, масштабируемость и интеграция |
| 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* | . Организационные параметры: \* Юридическая форма: Выбор между индивидуальным предпринимателем, ООО или другим видом юридического лица зависит от масштабов проекта, привлечения инвестиций и налоговых преимуществ. \* Команда: Необходимо привлечение специалистов в области разработки программного обеспечения (backend, frontend, AI/ML), 3D-моделирования, дизайна интерфейса, маркетинга и продаж, а также юридической поддержки. Возможно привлечение фрилансеров или формирование штата сотрудников. \* Партнерства: Ключевой аспект – заключение договоров с маркетплейсами и интернет-магазинами для интеграции чат-бота. Необходимо проработать условия сотрудничества, включая распределение прибыли и ответственность за технические сбои. \* Процессы: Необходимо разработать четкие процессы разработки, тестирования, внедрения и поддержки чат-бота, включая систему обратной связи с пользователями и оперативное решение проблем. \* Масштабируемость: Системная архитектура должна обеспечивать возможность обработки большого количества запросов и интеграции с новыми платформами без значительных затрат ресурсов. II. Производственные параметры: \* Разработка программного обеспечения: Создание чат-бота с функционалом 3D-примерки – сложная задача, требующая использования передовых технологий искусственного интеллекта, машинного обучения и 3D-моделирования. \* Инфраструктура: Необходимо обеспечить надежную и масштабируемую инфраструктуру для размещения и работы чат-бота, включая серверы, базы данных и системы хранения данных. \* 3D-моделирование: Создание реалистичных 3D-моделей одежды – трудоемкий процесс, требующий квалифицированных специалистов и использования качественного оборудования. Можно рассматривать как создание собственной библиотеки моделей, так и сотрудничество с компаниями, предоставляющими подобные услуги. \* Тестирование: Необходимо проведение тщательного тестирования чат-бота на всех этапах разработки, включая функциональное, нагрузочное и юзабилити-тестирование. \* Обновления и поддержка: Постоянное совершенствование чат-бота на основе обратной связи пользователей и внедрение новых технологий – необходимый аспект для поддержания конкурентоспособности. III. Финансовые параметры: \* Стартовые инвестиции: Потребуются средства на разработку программного обеспечения, создание 3D-моделей, маркетинг, юридические услуги и создание инфраструктуры. \* Операционные расходы: Постоянные затраты на обслуживание инфраструктуры, зарплату сотрудников, маркетинг и поддержку чат-бота. \* Источники финансирования: Возможны варианты привлечения собственных средств, банковских кредитов, инвестиций от венчурных фондов или бизнес-ангелов. \* Модель монетизации: Возможности включают в себя плату за интеграцию чат-бота на платформе, комиссию с продаж, подписку для интернет-магазинов или премиум-функции для пользователей. \* Показатели эффективности: Ключевыми показателями эффективности будут конверсия продаж, количество пользователей, средний чек, retention rate (коэффициент удержания пользователей) и ROI (возврат инвестиций). |
| 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.)* | \* Высокая точность и реалистичность 3D-моделирования: Качество визуализации и точность соответствия виртуальной примерки реальным параметрам фигуры являются критическими факторами. Использование передовых технологий сканирования, алгоритмов обработки изображений и продвинутых 3D-моделей одежды позволит значительно превосходить конкурентов по реалистичности. \* Интеллектуальные функции и персонализация: Чат-бот должен не только отображать одежду на 3D-модели, но и предлагать рекомендации по стилю, размеру, учитывая предпочтения пользователя. Анализ истории покупок, предпочтений и физических параметров позволит персонализировать опыт и повысить эффективность рекомендаций. Функционал виртуального стилиста станет значительным преимуществом. \* Удобство интеграции и масштабируемость: Простота внедрения чат-бота в различные платформы (маркетплейсы, интернет-магазины) является важным конкурентным преимуществом. Гибкая и масштабируемая архитектура позволит легко адаптироваться под разные платформы и быстро расширять функционал. \* Широкая база данных моделей одежды: Большое количество 3D-моделей одежды разных стилей, брендов и размеров увеличит привлекательность сервиса для пользователей. Партнерство с производителями одежды обеспечит доступ к актуальным моделям. \* Многоязычная поддержка и доступность: Поддержка разных языков и платформ расширит целевую аудиторию и охват рынка. Доступность на мобильных устройствах также важна. \* Инновационные функции: Внедрение новых функций, таких как виртуальная примерка аксессуаров, интеграция с AR/VR технологиями, индивидуальная подгонка моделей по размерам, повысит уникальность и привлекательность сервиса. \* Быстрая и эффективная поддержка: Быстрая и качественная техническая поддержка улучшит пользовательский опыт и повысит лояльность. |
| 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. 3D-моделирование одежды: Сканирование одежды: Необходимо использовать высокоточное оборудование для 3D-сканирования одежды различных типов и материалов. Результатом должны быть детальные цифровые модели с учетом текстуры, складок и других особенностей. Создание 3D-моделей: Разработка алгоритмов и программного обеспечения для автоматизированного или полуавтоматизированного создания 3D-моделей одежды на основе сканированных данных. Это может включать в себя технологии обработки изображений, компьютерного зрения и машинного обучения. Библиотека 3D-моделей: Создание и постоянное пополнение базы данных 3D-моделей одежды различных стилей, размеров и брендов. Это потребует значительных ресурсов и может быть реализовано в сотрудничестве с производителями одежды. Текстурирование и рендеринг: Применение высококачественных текстур и методов рендеринга для создания реалистичного отображения одежды на 3D-модели. 2. Создание 3D-модели тела: Сканирование тела: Разработка системы для получения точных измерений тела пользователя (либо с помощью собственного оборудования, либо путем интеграции с существующими системами сканирования). Важно обеспечить удобство и точность измерений. Альтернативный подход — использование стандартных размерных таблиц с возможностью корректировки. Создание персонализированной модели: Разработка алгоритмов для создания индивидуальной 3D-модели тела пользователя на основе полученных измерений. Эта модель должна быть достаточно точной для реалистичной примерки одежды. Адаптация модели: Разработка алгоритмов для адаптации 3D-модели тела под различные типы фигур. 3. Разработка чат-бота: Разработка интерфейса: Создание интуитивно понятного и удобного интерфейса чат-бота для взаимодействия с пользователем. Он должен обеспечивать простой поиск и выбор одежды, управление 3D-моделью и получение рекомендаций. Интеграция с платформами: Разработка API для интеграции чат-бота с различными маркетплейсами и интернет-магазинами. Обработка естественного языка (NLP): Использование NLP для понимания запросов пользователей и предоставления соответствующих ответов. Рекомендательная система: Внедрение рекомендательной системы для предложения пользователям одежды, соответствующей их предпочтениям и параметрам фигуры. Система обратной связи: Разработка механизма для сбора обратной связи от пользователей и использования её для улучшения работы чат-бота. 4. Инфраструктура: Серверы и облачные технологии: Использование мощных серверов и облачных технологий для обеспечения бесперебойной работы чат-бота и обработки большого количества запросов. Базы данных: Разработка и поддержка эффективных баз данных для хранения информации о 3D-моделях одежды, параметрах пользователей и истории их взаимодействий с чат-ботом. Необходимые результаты: Рабочий прототип чат-бота: Демонстрация функциональности чат-бота и его способности к 3D-примерке одежды. Интегрированный чат-бот: Успешная интеграция чат-бота в выбранные маркетплейсы или интернет-магазины. Тестирование и отладка: Проведение тщательного тестирования чат-бота для выявления и исправления ошибок. Документация: Полная техническая и пользовательская документация по чат-боту. |
| 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* | «Задел» включает: \* Прототип: Наличие работающего прототипа чат-бота с 3D-примеркой, прошедшего тестирование (TRL 4-5). Чем больше функций реализовано и чем выше качество 3D-моделирования и реалистичность — тем выше TRL. \* Партнерства: Наличие соглашений или письма о намерениях с маркетплейсами/магазинами (повышает TRL до 5-6). \* Команда: Сформированная команда с необходимыми компетенциями (разработчики, дизайнеры, маркетологи). \* Финансовое обеспечение: Привлеченные инвестиции или другие источники финансирования, достаточные для дальнейшего развития проекта. \* Бизнес-план: Разработанный и отточенный бизнес-план, включающий маркетинговую стратегию, финансовую модель и план развития. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия**  *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* | \* Развитие цифровых технологий: Проект напрямую связан с развитием искусственного интеллекта (AI), машинного обучения (ML), технологий 3D-моделирования и разработки программного обеспечения. Это соответствует приоритетам многих регионов и организаций, фокусирующихся на цифровой трансформации экономики. \* Инновации в сфере электронной коммерции: Проект предлагает инновационное решение для улучшения пользовательского опыта в онлайн-шопинге, что является важным направлением развития e-commerce. \* Поддержка малого и среднего бизнеса: Проект может способствовать развитию малых и средних предприятий в сфере моды и ритейла, предоставляя им инструменты для увеличения продаж и снижения затрат. \* Развитие креативной индустрии: Проект связан с индустрией моды и дизайна, способствуя ее цифровой трансформации и повышению конкурентоспособности. \* Развитие человеческого капитала: Проект способствует развитию компетенций в области AI, ML, 3D-моделирования, что является важным для подготовки кадров будущего. |
| 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* | Online: \* SEO-оптимизация: Повышение видимости сайта и страниц с описанием продукта в поисковых системах (Google, Яндекс) через ключевые слова, связанные с 3D-примеркой, онлайн-шопингом и выбором одежды. \* Контекстная реклама: Использование платной рекламы в поисковых системах и социальных сетях, таргетированная на целевую аудиторию (интересы, демографические показатели). \* SMM (Social Media Marketing): Активное продвижение в социальных сетях (Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest), с использованием визуального контента (видеоролики с демонстрацией функционала, сторис, посты с отзывами). \* Партнерский маркетинг: Сотрудничество с блоггерами, инфлюенсерами и другими онлайн-площадками для продвижения продукта. \* Email-маркетинг: Создание рассылок для подписчиков с новостями, специальными предложениями и промо-акциями. \* Платные обзоры и размещения: Публикация статей и обзоров продукта на тематических сайтах и блогах. Offline: \* Участие в выставках и конференциях: Демонстрация продукта на отраслевых мероприятиях для привлечения внимания потенциальных партнеров и клиентов. \* Сотрудничество с ритейлерами: Интеграция чат-бота в онлайн-магазины партнеров и совместные маркетинговые кампании. |
| 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* | \* Прямые продажи: Непосредственная продажа лицензий на использование чат-бота интернет-магазинам и маркетплейсам. Это может включать в себя разовую оплату, подписку или модель, основанную на количестве пользователей или транзакций. \* Партнерские программы: Сотрудничество с интеграторами и разработчиками e-commerce платформ для включения чат-бота в их продукты или услуги. В этом случае доход получается в виде комиссии с каждой продажи или подписки. \* Маркетплейсы для программного обеспечения: Размещение чат-бота на специализированных маркетплейсах, где компании и разработчики могут находить и приобретать программное обеспечение. \* Аутсорсинг: Предоставление услуг по внедрению и настройке чат-бота для клиентов. \* Встроенная интеграция: Прямая интеграция чат-бота в платформы крупных ритейлеров и маркетплейсов по договору о сотрудничестве. |
|  | **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* | Этот стартап-проект решает проблему неудовлетворенности покупателей онлайн-шопингом одеждой из-за невозможности примерки перед покупкой. Он фокусируется на нескольких аспектах этой проблемы: Проблема возвратов: Значительная часть покупок одежды онлайн заканчивается возвратом из-за несоответствия размера, фасона или внешнего вида ожиданиям покупателя. Чат-бот с функцией 3D-примерки позволяет существенно снизить количество возвратов, так как покупатель может «примерить» одежду виртуально и убедиться в ее подходящем размере и внешнем виде до покупки. Это напрямую влияет на снижение затрат как для покупателя (на доставку и оформление возврата), так и для продавца (на логистику, обработку возвратов и потенциальные потери от повреждения одежды при возврате). Проблема неопределенности при выборе: Покупатели часто сталкиваются с трудностями при выборе одежды онлайн, особенно когда речь идет о сложных фасонах или необычных материалах. 3D-моделирование позволяет покупателю визуально оценить, как одежда будет сидеть на его фигуре, как будет выглядеть ткань и ее фактура, и получить более полное представление о товаре, чем при просмотре статичных фотографий. Это уменьшает неопределенность и повышает уверенность в совершаемой покупке. Проблема нехватки времени на походы в магазины: Для многих покупателей онлайн-шопинг — это удобная альтернатива походам в физические магазины, особенно когда не хватает времени. Этот проект дополнительно повышает удобство онлайн-шопинга, позволяя избежать необходимости посещать магазины для примерки. Проблема неточного соответствия размеров в разных магазинах: Система размеров одежды часто различается между различными брендами и магазинами. Чат-бот с 3D-примеркой может использовать данные о фигуре пользователя для более точного подбора размера, независимо от марки одежды. |
| 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)* | «Держателями» проблемы неудовлетворенности покупками одежды онлайн являются две основные группы: 1. Покупатели одежды: Они испытывают неудобства и риски, связанные с онлайн-покупками одежды: возвраты, несоответствие ожиданиям, необходимость тратить время на походы в магазины для примерки. Их мотивация – совершать покупки одежды онлайн быстро, удобно и безопасно, минимизируя риски неудачного выбора. Возможности решения проблемы с использованием чат-бота с 3D-примеркой заключаются в повышении уверенности в выборе, снижении количества возвратов, экономии времени и усилий. Они получают удобный инструмент для виртуальной примерки, помогающий сделать осознанный выбор и избежать разочарований. 2. Онлайн-магазины и маркетплейсы одежды: Они несут затраты, связанные с обработкой возвратов, потерями товаров и негативной репутацией из-за неудовлетворенности покупателей. Их мотивация – повысить конверсию продаж, снизить издержки, улучшить репутацию и лояльность клиентов. Возможности решения проблемы с использованием предлагаемого продукта заключаются в увеличении продаж за счет повышения уверенности покупателей, снижении количества возвратов и связанных с ними расходов, повышении удовлетворенности клиентов и улучшении общей оценки магазина. Они получают инструмент, позволяющий улучшить пользовательский опыт и повысить эффективность бизнеса. Взаимосвязь между проблемой и потенциальными потребителями (покупателями и продавцами) основана на том, что предлагаемый продукт решает проблемы обеих сторон. Покупатели получают более удобный и безопасный способ покупки одежды онлайн, а магазины – повышение эффективности и снижение издержек. Таким образом, продукт создает выигрышную ситуацию для всех участников процесса. Успех проекта зависит от успешной интеграции предлагаемого решения в уже существующие маркетплейсы и онлайн-магазины, что позволит достичь максимального эффекта и широкого охвата целевой аудитории. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Проблема неудовлетворенности покупками одежды онлайн будет решена путем предоставления покупателям возможности виртуальной 3D-примерки одежды с помощью интегрированного в маркетплейсы чат-бота. Это достигается следующим образом: 1. Создание реалистичных 3D-моделей одежды: Каждое изделие в каталоге будет представлено в виде высококачественной 3D-модели, точно передающей форму, фактуру и цвет ткани. Это позволит покупателям получить более точное представление о внешнем виде и посадке одежды, чем при просмотре обычных фотографий. 2. Создание персонализированного аватара: Покупатель сможет создать свой 3D-аватар, используя один из предложенных методов: ввод параметров фигуры, сканирование тела с помощью мобильного приложения или использование предложенных стандартных моделей. Это обеспечит точность примерки и позволит визуально оценить, как одежда будет сидеть именно на его фигуре. 3. Интерактивная 3D-примерка: С помощью чат-бота покупатель сможет легко «примерить» выбранную одежду на свой аватар, изменять размер, цвет и другие параметры. Это позволит экспериментировать с разными моделями и выбрать наиболее подходящий вариант. 4. Удобный интерфейс и интуитивное управление: Чат-бот будет иметь простой и интуитивно понятный интерфейс, позволяющий легко найти нужную одежду, провести примерку и сделать заказ. 5. Интеграция с маркетплейсами: Чат-бот будет интегрирован в существующие маркетплейсы, обеспечивая доступ к функции 3D-примерки прямо на странице товара. Это сделает процесс покупки еще более удобным и простым. |
| 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.* | 1. Оценка размера рынка: \* Определение целевого рынка: Необходимо определить сегменты рынка, на которые будет ориентирован продукт (например, одежда для женщин, мужчин, детей, специальная одежда). \* Анализ рынка онлайн-шопинга: Оценка размера рынка онлайн-продаж одежды в целевых сегментах. Использование данных о росте e-commerce, количестве покупателей и среднем чеке. \* Оценка доли рынка, которую может занять продукт: Определение реалистичной доли рынка, которую можно занять с учетом конкуренции. Это требует анализа конкурентной среды и оценки конкурентных преимуществ. 2. Оценка рентабельности: \* Расчет затрат: Определение всех затрат, связанных с разработкой, внедрением и продвижением продукта. Это включает затраты на разработку программного обеспечения, создание 3D-моделей, маркетинг, обслуживание инфраструктуры и зарплату сотрудников. \* Определение цены: Выбор модели ценообразования (например, плата за лицензию, подписка, комиссия с продаж) с учетом конкурентных цен и ценности продукта для клиентов. \* Прогнозирование выручки: Прогнозирование выручки на основе оценки размера рынка, доли рынка, которую можно занять, и цены продукта. \* Расчет прибыли: Расчет чистой прибыли путем вычитания затрат из выручки. \* Расчет показателей рентабельности: Расчет ключевых показателей рентабельности, таких как ROI (Return on Investment), маржа прибыли и период окупаемости. 3. Анализ рисков: \* Риски, связанные с разработкой: Риски, связанные с техническими проблемами, задержками в разработке и превышением бюджета. \* Риски, связанные с рынком: Риски, связанные с конкуренцией, изменениями на рынке и низким спросом. \* Риски, связанные с продажами: Риски, связанные с трудностями в привлечении клиентов и низкой конверсией. |
| 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* | Этап 1: Завершение разработки и тестирование MVP (Minimum Viable Product) Завершение разработки функционала 3D-примерки одежды с базовым набором функций. Тщательное тестирование MVP на фокус-группах для получения обратной связи и выявления недостатков. Улучшение интерфейса пользователя на основе полученных отзывов. Подготовка технической документации. Этап 2: Запуск MVP и привлечение первых клиентов Выбор целевых маркетплейсов и интернет-магазинов для интеграции MVP. Запуск пилотного проекта с небольшим количеством партнеров. Мониторинг показателей эффективности (конверсия, retention rate, обратная связь). Анализ данных и корректировка стратегии продвижения на основе полученных результатов. Этап 3: Масштабирование и расширение функционала Расширение партнерской сети и интеграция с большим количеством платформ. Добавление новых функций (например, примерка аксессуаров, интеграция с AR/VR, персонализация рекомендаций). Разработка модулей для различных типов одежды и стилей. Разработка API для легкой интеграции с различными e-commerce системами. Этап 4: Монетизация и привлечение инвестиций Выбор оптимальной модели монетизации (плата за лицензию, подписка, комиссия с продаж). Разработка маркетинговой стратегии для привлечения инвесторов. Привлечение инвестиций для дальнейшего развития проекта и масштабирования. Этап 5: Международная экспансия Адаптация продукта для различных языков и рынков. Поиск партнеров на международном уровне. Выход на новые географические рынки. Этап 6: Постоянное развитие и совершенствование Постоянный мониторинг рынка и адаптация к изменениям. Внедрение новых технологий и функций. Улучшение пользовательского опыта на основе обратной связи. Постоянное обновление 3D-моделей одежды. |

**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](https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/%23documentu) )

|  |  |
| --- | --- |
| Фокусная тематика из перечня ФСИ (<https://fasie.ru/programs/programma-start/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»** | Нет |
| **Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** | Нет |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** | |
| Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК» | Нет |
| Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий стартап» | Нет |

**Календарный план**

***Календарный план проекта:***

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