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\*** | Style Mate |
| 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.* | Виртуальная примерочная.Создаём плагин для интернет-магазинов и маркетплейсов на основе искусственного интеллекта для виртуальной примерки одежды. А также создаём приложение-маркетплейс для шоурумов, где будем размещать виртуальную примерку одежды. |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии информационных, навигационных систем. |
| 4 | **Рынок НТИ** | NeuroNet. |
| 5 | **Сквозные технологии** | Нейротехнологии и искусственный интеллект. |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID 1749524- Leader ID 4966572- ФИО Терещенко Виктория Александровна- телефон +7-918-962-20-40- почта tereshenkooo2018@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 иквалификация(краткоеописание) |
| **1** | **1751853** | **4327419** | **Гарматин Семён Сергеевич** | **PR-менеджер** | **89287677534****semengarmatin9816@gmail.com** |  |  |
| **2** | **1751856** | **4331053** | **Головинов Игорь Юрьевич** | **Менеджер** | **+79897198761****golovinov172004@gmail.com** |  |  |
| **3** | **1751867** | **4656015** | **Гладкова Екатерина Денисовна** | **3D-моделлер** | **89620245720****ekaterinagladkova43@gmail.com** |  |  |
| **4** | **1751855** | **4585213** | **Фатуллаев Мурад Ибрагимович** | **Экономист** | **89809000808****max.shtorn@gmail.com** |  |  |
| **5** | **1751858** | **4966292** | **Калашникова Елизавета Романовна** | **Маркетолог** | **+79287555878****daxardlizok@gmail.com** |  |  |

 |
|  | **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* | Виртуальная примерочная предназначена для решения проблемы возвратов у маркетплейсов и интернет-магазинов, а также увеличения продаж и узнаваемости шоурумов, которые появились на рынке недавно. Виртуальная примерочная упрощает процесс покупки товара потребителем- не выходя из дома человек заходит в интернет-магазин, выбирает понравившуюся вещь, открывает камеру смартфона и благодаря функции дополненной реальности производит ‘’примерку’’ вещи.От нашего продукта мы ожидаем снижение процента возвратов у наших клиентов. Также благодаря продукту мы хотим увеличить ‘’узнаваемость’’ шоурумов их продажи. |
|  | **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* | Виртуальная примерочная.Месячная подписка на использование модуля.Тариф для маркетплейса: 12% с продажи товараТариф для интернет-магазина: 9.000 руб. + кол-во единиц товара \* 350Тариф для шоурума (будет расположен в нашем приложении-маркетплейсе): 6% с продажи + кол-во единиц товара\*280 |
| 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* | Возврат товара из-за несоответствия размерной сетки с фактическими размерами вещей.Шоурумы и интернет-магазины желают увеличить продажи, но не знают как можно выделиться и стать привлекательными среди конкурентов. |
| 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.)* | Маркетплейсы, интернет-магазины и шоурумы, которые занимаются продажей одежды.B2B.География: Россия, весь мир. |
| 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* | AR- это среда, в реальном времени дополняющая физический мир, каким мы его видим, цифровыми данными с помощью каких-либо устройств.ИИ-это способность компьютера имитировать мышление человека. С помощью ИИ компьютеры могут анализировать изображения, понимать речь, взаимодействовать естественным образом и делать прогнозы на основе данных. |
| 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.* | Решаем проблему высокого процента возвратов у наших клиентов, а также решаем проблему сложности выхода на глобальный рынок и привлечения новых клиентов у шоурумов благодаря дополненной реальности.Доходы будем получать через тарифы, которые будут предложены нашим клиентам для реализации у них нашей программы.Основные затраты будут идти на заработную плату наших сотрудников.Ключевым партнёром будут являться маркетплейсы. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | AstraFit; 3DLOOK; Viubox; Fitle; True Fit. |
| 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* | Решаем проблему высокого процента возвратов у маркетплейсов и интернет-магазинов благодаря дополненной реальности, которая позволяет исключить ошибки при выборе одежды. Также решаем проблему сложности привлечения новых клиентов у шоурумов благодаря внедрению их в наше приложение с функцией дополненной реальности. |
| 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* | Процент возвратов одежды в онлайн-магазинах и маркетплейсах составляет около 15%. Наш продукт будет снижать количество возвратов, как минимум, на 7%. Это позволит сэкономить нашему клиенту деньги, а также упростить логистику. |
|  | **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* | Технические параметры нашего продукта:1)Возможность внедрения технологии в России;2)Виртуальная примерка одежды основывается на технологии дополненной реальности;3)Дополнительной функцией будет являться подбор стиля к понравившейся вещи с помощью искусственного интеллекта.Наши основные конкуренты (AstraFit; 3DLOOK; Viubox; Fitle; True Fit) на данный момент не внедряют свой продукт на территории РФ;Только у одного из наших конкурентов (3DLOOK) есть примерка с AR. У других конкурентов потребитель вносит свои параметры тела в интернет-магазин и далее лишь отображаются такие функции как: визуализация посадки на манекене; рекомендуемый размер одежды; визуализация посадки на 3D-аватаре.Отличием от конкурентов является то, что дополнительной функцией нашего продукта является подбор стиля с помощью искусственного интеллекта. |
| 18 | **Организационные, производственные и****финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Взаимодействие с крупными маркетплейсами (Ozon; Wildberries) для организации трафика на наш модуль, встроенный в их приложение. |
| 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.)* | -Цифровая трансформация (все продукты будут профессионально оцифрованы; у каждого продукта будет свой цифровой профиль, к которому клиент будет иметь постоянный доступ)-Техническая поддержка интеграции (на сайтах и приложениях наших клиентов появятся виджеты и все потребители смогут опробовать виртуальную примерку)-Интеграция аналитики (отчёт о показателях использования примерочной в Google Analytics) |
| 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* | ИИ: Narrow Al; 3-е поколениеAR: способ размещения объекта-безмаркерный (трёхмерную модель одежды размещают в пространстве на основе местоположения реальных объектов и времени взаимодействия пользователя с дополненной реальностью. Для этого используются данные с камеры, датчиков устройства, GPS и прочих источников и систем.) |
| 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* | TRL 2.В рамках акселерационной программы была сформулирована идея, техническая концепция, установлены возможные области применения разработки. Были выявлены проблемы, которые возможно решить нашим продуктом. Был проанализирован рынок AR в мире, а также дальнейшее продвижение продукта. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или)****научно-техническим приоритетам****образовательной организации/региона****заявителя/предприятия\*** | Исходя из научно-технических приоритетов Донского Государственного Технического Университета мы соответствуем целям ВУЗа по развитию инновационных проектов. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести**кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | -Использование социальных медиа: рост узнаваемости инновационного продукта, привлечение дополнительного трафика;-Участие в выставках и конференциях: продемонстрировать возможности виртуальной примерочной потенциальным клиентам-Сотрудничество со знаменитостями: заключение партнёрских отношений с известными личностями или брендами, которые помогут дополнительно продвинуть продукт-Проведение рекламных компаний-Работа с блогерами: сотрудничество с популярными блогерами и инфлюенсерами, которые могут рассказать о виртуальной примерочной своей аудитории. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется**использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Маркетплейсы приложений – будет разработано приложение, в котором используется наша технология. Продукт будет продаваться через AppStore и Google Play.Интернет-магазины и маркетплейсы- наша технология будет внедрена и продаваться клиентам на сайты и приложения. |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Возврат товара из-за несоответствия размерной сетки с фактическими размерами вещей:Процент возвратов одежды в онлайн-магазинах и маркетплейсов составляет около 15% (примерно каждая 6-ая вещь). При таком количестве возвратов у компаний появляются проблемы с логистикой, а также они теряют на этом деньги.Малый объём продаж у шоурумов и интернет-магазинов одежды: у брендов есть сложность привлечения клиентов, обусловленная однообразными инструментами продвижения. Также на рынке присутствует большое количество конкурентов, из-за этого сложнее выделиться и выйти на глобальный рынок. |
| 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* | Проект способствует уменьшению процента денежных потерь путем уменьшения количества возникающих ситуаций, связанных с возвратом товара. Проект способствует увеличению продаж у шоурумов и интернет-магазинов одежды. Проект не сможет решить на 100% проблему продаж, т.к. это комплексный вопрос. |
| 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)* | Нашими клиентами являются маркетологи, которые работают у:Маркетплейсов- решаем проблему большого количества возвратов;Интернет-магазинов одежды-решаем проблему возвратов, а также помогаем выделиться среди конкурентов и выйти на глобальный рынок;Шоурумов-решаем проблему сложности привлечения клиентов и увеличения прибыли благодаря внедрению их в приложение-маркетплейс с использованием дополненной реальности. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Путём внедрения дополненной реальности в процесс покупки товаров:Потребитель выбирает одежду, рядом с товаром будет специальная кнопка ‘’Примерить’’. Делается расчёт модели одежды исходя из заданных клиентом данных. Далее открывается возможность примерки товара через камеру смартфона с помощью технологии дополненной реальности. Потребителю во время примерки будет показано на экране какой размер одежды более подходит, а также искусственный интеллект поможет с выбором образа к примеряемой вещи. |
| 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.* | Объём рынка AR в мире (TAM): $12,56 млрд.Объём рынка AR в мире по виртуальной примерочной (SAM): $3,42 млрд.Реально достижимый объём рынка (SOM): $376,8млн. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| Январь 2024г.- поиск клиентов и сотрудников в компанию;Май-Июнь 2024г. – создание приложения-маркетплейса;Июнь 2024г.- проведение виртуальной демонстрации возможностей виртуальной примерочной для инвесторов и потенциальных партнёров на конференции;Июнь 2024г.- Официальный запуск виртуальной примерочной с масштабным медийным анонсом, включая пресс-релиз и презентацию для СМИ и инфлюенсеров в индустрии моды и ритейла;Июнь 2024г.- организация эксклюзивного показа виртуальной примерочной на крупном модном мероприятии с участием известных дизайнеров и модных брендов;Июль 2024г.- запуск масштабных рекламных кампаний в социальных сетях, YouTube, индустриальных партнёрских платформах и модных онлайн-журналах. Организация онлайн-конкурсов с привлекательными призами для активизации пользователей;Июль-Август 2024г.- реализация партнёрской программы с известными онлайн-ритейлерами и брендами модной одежды;Сентябрь 2024г.- участие в какой-нибудь глобальной выставке моды с эксклюзивным стендом и показом возможностей виртуальной примерочной. |

**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.** |