**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» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 7721037218 |
| Регион ВУЗа | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | Технологии Будущего |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70-2023-000649 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | InterPlace |
| 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. Цифровые технологии и информационные системы* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Технет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID  - 313827  - Мазякова Карина Евгеньевна  - +7 (920) 093-38-41  - m.mazyakova@yandex.ru |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон,  почта | Должность  (при наличии) | Опыт и  квалификация  (краткое  описание) | | 1 |  | 313827 | Мазякова Карина Евгеньевна | Менеджер проекта | +7 (920) 093-38-41  m.mazyakova@yandex.ru | Аккаунт-менеджер | Образование: высшее, бакалавр, менеджмент | | 2 |  | 2096560 | Базарова Анна Андреевна | Аналитик | +7 (926) 483-83-02  anna-gerber24@yandex.ru | Менеджер по маркетинговым коммуникациям | Образование: высшее, бакалавр, международный менеджмент;  Администратор Точки кипения, специалист по внешним коммуникациям | | 3 |  | 1488679 | Маклаков Артём Александрович | Технический аналитик | +7(999)812-95-52  ArtMaklak@yandex.ru | - | Образование: высшее, бакалавр, менеджмент | | |
|  | **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* | InterPlace - сайт-приложение по дизайну интерьеров, привязанное к ассортименту местных магазинов с отображением актуальных цен. Наше приложение - многофункциональный инструмент для дизайна, который позволяет пользователям самостоятельно делать проекты своей квартиры или офиса. Наша миссия - изменить представления о ремонте и помочь нашим пользователям с подбором материалов и мебели в процессе ремонта. Задачей нашего инновационного проекта является создание уникального в своём роде приложения, удовлетворяющего потребности как обычных людей, так и тех, в чьей жизни дизайн играет крайне важную роль, в сервисе, позволяющем наглядно увидеть результат тех или иных преобразований интерьера. Для того, чтобы достичь этих целей нам нужно достичь следующих целевых показателей:   * Ежемесячная аудитория - 5000 уникальных пользователей; * Привлечь не менее 15 партнёров в течение 6 месяцев с запуска приложения; * Добиться высоких пользовательских оценок приложения со среднем значением не менее 4,5 по 5 - бальной системе. |
|  | **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* | InterPlace - сайт-приложение по дизайну интерьеров, привязанное к ассортименту местных магазинов с отображением актуальных цен. Наше приложение - многофункциональный инструмент для дизайна, который позволяет пользователям самостоятельно делать проекты своей квартиры или офиса |
| 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* | Люди тратят огромное количество времени на создание или обновление интерьера, а именно на поиск необходимого продукта на сайте каждого магазина (если такой вообще есть), на объезд местных магазинов, сравнение их ассортимента и финальную покупку.  Мы помогаем решить эту проблему посредством создания сайта-приложения по дизайну интерьеров, привязанное к ассортименту местных магазинов с отображением актуальных цен.  Ожидается, что наше решение будет востребовано среди арендодателей, дизайнеров, молодых семей и собственников жилья. |
| 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.)* | - Арендодатели  Человек старше 30 лет. Активный пользователь Интернета. Старается сделать ремонт быстро, при этом сократить издержки. Заинтересован в покупке более дешёвых товаров, но в большом количестве из-за большого объёма объектов ремонта. Стремится к экономии денежных средств и сокращению времени на поиск стройматериалов.  - Дизайнеры  Человек старше 20 лет. Активные пользователи интернета и программ по визуализации интерьера. Заинтересованы в сокращении времени на выполнение дизайнерских проектов. Заинтересованы в использовании программ с наиболее разносторонним функционалом.  - Молодые семьи  Заинтересован в быстром завершении ремонта по объективным или субъективным причинам. Стремятся к обустройству квартиры в соответствии со своими желаниями. С целью экономии средств делают ремонт самостоятельно (в том числе обустройство квартиры). Цель - сэкономить. Часто делают ремонт, в связи с недавним переездом и подготовкой к появлению ребёнку.  - Собственники жилья  Люди старше 25 лет. Стремятся сделать ремонт максимально качественно, вне зависимости от затраченного времени. Готовы потратить лишние денежные средства ради удовлетворения своих желаний и воплощения задуманных идей. Делает значительные изменения в планировке, имеет желание и возможность оплатить доп. подписку для реализации своих идей.  - Люди, потерявшие жильё  Заинтересованы в быстром завершении капитального ремонта с минимальными затратами. Не готовы тратить много денег на ремонт, в связи с утратой всего имущества. Не готовы тратить время на сравнение большое количество товаров, выбирая наиболее понравившиеся или дешёвые. |
| 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* | Для написания программного кода для приложения необходимо:   * для мобильной разработки на iOS — языки Swift или Objective-C; * для Android — Java или Kotlin; * для написания «ненативных» (кросс-платформенных) приложений под любую среду понадобится знание конкретных фреймворков и других языков программирования — например, для React Native используют JavaScript, HTML и CSS, а для Flutter — Dart.   Проект соответствует национальной технологической инициативе «Технет», способствуя глобальной диджитализации и объединяя материальную и виртуальную среды. Благодаря использованию передовых технологий цифрового проектирования и моделирования открываются новые возможности по улучшению пользовательского опыта клиентов и увеличению продаж партнёров. |
| 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.* | Продукт (приложение) будет монетизироваться за счёт системы продажи пользовательских подписок для доступа к расширенным функциям, включая в себя три разных варианта подписки: стандартная, премиум и бизнес. Помимо пользовательских вложений, планируется монетизация за счёт продвижения партнерских товаров внутри самого продукта.  При продвижении планируется ориентироваться на ранее указанные сегменты аудитории, что повысит эффективность рекламы и позволит быстро привлечь новых клиентов.  За счёт первоначальны вложений необходимо наладить работу с техническими специалистами, которыми в большинстве будут аутсорс-разработчики. С ростом масштабов проекта предполагается создание собственной команды, которая будет решать основные задачи. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Planner 5D — простой и удобный инструмент для планирования помещений и дизайна интерьера. 2. Planoplan — программа для 3D-визуализации интерьера и планировок квартиры и дома. 2D-планы и чертежи 3. Remplanner — планировщик квартиры онлайн, используя проектирование в нём можно сделать чертёж квартиры и дизайн, на плане расставить в комнатах мебель, электрику, сантехнику, вывести чертежи на печать, получить смету с объёмами и рассчитать стоимость ремонта 4. Homestyler — универсальный онлайн-дизайн интерьера: планировка, моделирование и рендеринг 5. Sweet Home 3D — это проект с открытыми исходными кодами, доступными на SourceForge.net и распространяемыми под лицензией GNU General Public License 6. Home Design 3D — это доступное для каждого приложение, которое представляет собой инструмент для создания профессионального дизайна интерьера |
| 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* | С целью удовлетворения потребностей всех наших пользователей мы проанализировали нашу целевую аудиторию. Она включает в себя 5 групп: арендодатели, дизайнеры, молодые семьи, собственники жилья и люди, потерявшие жилье. Для каждой группы был составлен портрет, который позволил выявить, в чем нуждаются наши потенциальные пользователи.   1. Арендодатели   Портрет: Человек старше 30 лет. Активный пользователь Интернета. Старается сделать ремонт быстро, при этом сократить издержки. Заинтересован в покупке более дешёвых товаров, но в большом количестве из-за большого объёма объектов ремонта. Стремится к экономии денежных средств и сокращению времени на поиск стройматериалов  Ценностное предложение: Клиент получает возможность быстро приобрести товары поблизости, так как ему предоставляется возможность проанализировать ассортимент ближайших магазинов, подобрав товар, соответствующий его запросам по цене и времени доставки, увидеть каталог, позволяющий найти необходимые товары   1. Дизайнеры   Портрет: Человек старше 20 лет. Активные пользователи интернета и программ по визуализации интерьера. Заинтересован в сокращении времени на выполнение дизайнерских проектов. Заинтересован в использовании программ с наиболее разносторонним функционалом  Ценностное предложение: Клиент получает возможность за символическую плату создать собственный проект дизайна по изменению интерьера помещения или комнаты. Возможность приобретения проф. подписки. Подписка на отдельную категорию товара с уведомлениями о поступлении желаемых объектов.   1. Молодые семьи   Портрет: Заинтересованы в быстром завершении ремонта по объективным или субъективным причинам. Стремятся к обустройству квартиры в соответствии со своими желаниями. С целью экономии средств делают ремонт самостоятельно (в том числе обустройство квартиры). Цель - сэкономить. Часто делают ремонт, в связи с недавним переездом и подготовкой к появлению ребёнка.  Ценностное предложение: Приложение отображает все скидочные предложения в близлежащих магазинах и находит аналогичные предметы мебели по более низкой цене, что позволяет пользователям значительно сэкономить на обустройстве своего нового жилища. Возможность получение уведомлений о скидках для избранных товаров.   1. Собственники жилья   Портрет: Люди старше 25 лет. Стремятся сделать ремонт максимально качественно, вне зависимости от затраченного времени. Готовы потратить лишние денежные средства ради удовлетворения своих желаний и воплощения задуманных идей. Делают значительные изменения в планировке, имеют желание и возможность оплатить доп. подписку для реализации своих идей  Ценностное предложение: Наше приложение позволяет собственникам подбирать качественные предметы мебели с помощью продвинутых систем фильтров и динамического рейтинга из обширного ассортимента.   1. Люди, потерявшие жилье   Портрет: Заинтересованы в быстром завершении капитального ремонта с минимальными затратами. Не готовы тратить много денег на ремонт, в связи с утратой всего имущества. Не готовы тратить время на сравнение большого количества товаров, выбирая наиболее понравившиеся или дешёвые.  Ценностное предложение: Приложение предоставит информацию о ценах и доступности ближайших строительных магазинов, тем самым предоставив возможность выбора оптимального предложения при помощи фильтров по цене буквально за пару секунд  Анализ целевой аудитории позволил сформировать ценностное предложение для каждой целевой группы с учётом их потребностей и пожеланий. Наш продукт будет включать уникальный для каждого пользователя функционал, в зависимости от принадлежности к той или иной целевой группе. Для дизайнеров будет предусмотрена профессиональная подписка с широким набором функций, возможностью работы над дизайнерским проектом. Для остальных категорий пользователей, профессиональный набор функций которым не нужен, будет более дешёвый тариф и другие возможности, а именно: возможность анализа ассортимента ближайших магазинов, нахождения аналогичных предметов мебели по более низкой цене, получения уведомлений о скидках для избранных товаров и «примерки» товаров для своей комнаты, квартиры или дачи. |
| 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* | Эффективность проекта определяется количеством заинтересованных пользователей и потенциальных инвесторов, а также вовлеченностью участников и соответствие целям. При анализе эффективности данного проекта можно выявить крайнюю вовлеченность всех участников команды и привлекательность для пользователей и инвесторов. Что касается финансовых показателей, то при успешном запуске проекта, количество затрат окупится и команда останется в плюсе на 44%, а финансовые обязательства будут выполнены в срок |
|  | **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* | Мобильное приложение и сайт, включающие возможность 3D моделирования, обеспечивают конкурентоспособность программного продукта на отечественном рынке, представляют возможность для развития строительных магазинов и магазинов мебели, а также это является актуальной повесткой в технологическом развитии страны. Нацеленность проекта на совмещение виртуальной и материальной сред благодаря применению современный технологий моделирования и дополненной реальности позволяют улучшить клиентский опыт и соответствуют идеям Национальной технологической инициативы «Технет». |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\*  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Перечень | Дата начала | Дата окончания | Продолж-ть, дни | | Этап инициации | | | | | Определение бизнес-идеи | 01.10.2023 | 07.10.2023 | 7 | | Определение ЦА (портреты каждого сегмента) | 07.10.2023 | 13.10.2023 | 6 | | Анализ конкурентов | 13.10.2023 | 23.10.2023 | 10 | | Проведение маркетингового исследования (анкетирование потенциальных пользователей и разработка ценностного предложения) | 23.10.2023 | 02.11.2023 | 10 | | Оценка эффективности проекта | 02.11.2023 | 09.11.2023 | 7 | | Предварительная финансовая оценка | 09.11.2023 | 02.12.2023 | 23 | | Определение рисков | 02.12.2023 | 05.12.2023 | 3 | | Консультирование команды по юридическим вопросам | 05.12.2023 | 08.12.2023 | 3 | | Этап планирования | | | | | Предварительное составление договоров и иных юридических документов | 08.12.2023 | 18.12.2023 | 10 | | Разработка документации (устав, должностные инструкции, трудовые и иные договора) | 18.12.2023 | 30.12.2023 | 12 | | Оценка затрат | 10.01.2024 | 12.01.2024 | 2 | | Разработка бюджета | 12.01.2024 | 13.03.2024 | 14 | | Разработка функционала | 26.01.2024 | 16.03.2024 | 20 | | Продумывание дизайна приложение | 15.02.2024 | 13.03.2024 | 7 | | Оценка архитектуры приложения | 22.02.2024 | 16.03.2024 | 15 | | Разработка стратегии PR компаний. PR-активность включает не только пресс-релизы и мероприятия, но также организацию мероприятий и непосредственное участие в их проведении | 07.03.2024 | 13.03.2024 | 3 | | Определение бюджета PR компаний | 11.03.2024 | 16.03.2024 | 2 | | Анализ PR-стратегии конкурентов, выявление их сильных и слабых стороны | 13.03.2024 | 13.03.2024 | 3 | | Этап выполнения | | | | | Разработка логотипов и фирменного стиля | 16.03.2024 | 20.03.2024 | 4 | | Создание иконок, иллюстраций, разработка графического интерфейса пользователя | 20.03.2024 | 20.04.2024 | 30 | | Отрисовка макетов приложения | 20.04.2024 | 05.06.2024 | 45 | | Реализация визуальных элементов, созданных веб-дизайнерами | 05.06.2024 | 25.06.2024 | 20 |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | № | Статья расходов | | Сумма, ₽ | Статья доходов | Сумма, ₽ | | 1 | Зарплата | | 730,000 | Доходы от пользовательских подписок | 1,882,50 | | 1.1 | Руководитель | | 70,000 | - Стандартная  Кол-во, шт | 500  1,050 | | 1.2 | FrontEnd | | 50,000 | - Премиум  Кол-во, шт | 1,500  345 | | 1.3 | BackEnd | | 70,000 | - Бизнес  Кол-во, шт | 8,000  105 | | 1.4 | Веб-дизайнер | | 80,000 | Продвижение товаров партнёров | 200,000 | | 1.5 | Маркетолог | | 120,000 | - Стоимость  Кол-во, шт | 40,000  5 | | 1.6 | Тестировщик | | 90,000 | - Спонсоры | 416,666 | | 1.7 | PR | | 100,000 | - Заемные средства | 1,250,000 | | 1.8 | Юрист | | 90,000 | **Итого** | **3,749,166** | | 1.9 | Финансовый аналитик | | 60,000 |  | | | 2 | Налоги на зарплату | | 219,000 | | 3 | Аренда офиса | | 120,000 | | 4 | Коммунальные услуги | | 50,000 | | 5 | Аренда серверов | | 40,000 | | 6 | Услуги сторонних организаций | | 40,000 | | 7 | Расходы на рекламу | | 80,000 | | 8 | Расходы на переговоры | | 7,000 | | 9 | Расходы на премирование | | 650,000 | | 11 | Затраты на оборудование офиса | | 80,000 | | 12 | Канцелярские товары | | 13,000 | | 13 | Лицензирование ПО | | 100,000 | | 14 | Оплата услуг связи | | 60,000 | | 15 | НДС | | 207,075 | | 17 | Услуги банка | | 37,650 | | 18 | Проценты по кредитам | | 156,250 | | 19 | Интеллектуальная собственность и прочие юр. расходы | | 7,000 | | **Итого** | | **2,596,975** | |   Ключевые задачи и работы предполагается решать силами проектной команды и привлечённых к стартапу специалистов. Ввиду большого объема задач, требующих большое количество временных затрат без необходимости непостредственного участия в принятии решений, планируется отдать часть работ, таких как создание моделей и подобные им, на аутсорс. Для взаимодействия с такими специалистами потребуется привлечение корпоративного юриста для разработки договоров и отдельной менеджер из состава команды для постановки задач и контроля за работой. Взаимодействие самой команды планируется выстраивать при помощи сервиса битрикс или ему подобных. Это обеспечит удобство коммуникации и скорость обмена информацией. |
| 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.)* | * Отсутствие прямых конкурентов; * Простота масштабирования; * Большая база потенциальных клиентов; * Большое число потенциальных партнёров; |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции**\*  *Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | В нашем продукте будут реализованы возможности обработки текстур, рендеринга, трассировки лучей, взаимодействия объектов, что позволит реализовать интерьерные задумки любой сложности |
| 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* | Проект на стадии концептуализации |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует следующим Стратегическим направлениям, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:  - Стратегическое направление 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпункт 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»);  - Стратегическое направление 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны». |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | 1. Реклама в социальных сетях и на сайтах магазинов для интерьера и ремонта  2. Таргетированная реклама  3. Видеоролики в YouTube  4. Обзоры приложения лидерами мнений и блогерами |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Магазины мобильных приложений |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Люди тратят огромное количество времени на создание или обновление интерьера, а именно на поиск необходимого продукта на сайте каждого магазина (если такой вообще есть), на объезд местных магазинов, сравнение их ассортимента и финальную покупку.  Мы помогаем решить эту проблему посредством создания сайта-приложения по дизайну интерьеров, привязанное к ассортименту местных магазинов с отображением актуальных цен |
| 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* | Мы помогаем решить эту проблему посредством создания сайта-приложения по дизайну интерьеров, привязанное к ассортименту местных магазинов с отображением актуальных цен. |
| 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)* | 1. Арендодатели   Человек старше 30 лет. Активный пользователь Интернета. Старается сделать ремонт быстро, при этом сократить издержки. Заинтересован в покупке более дешёвых товаров, но в большом количестве из-за большого объёма объектов ремонта. Стремится к экономии денежных средств и сокращению времени на поиск стройматериалов   1. Дизайнеры   Человек старше 20 лет. Активные пользователи интернета и программ по визуализации интерьера. Заинтересован в сокращении времени на выполнение дизайнерских проектов. Заинтересован в использовании программ с наиболее разносторонним функционалом   1. Молодые семьи   Заинтересованы в быстром завершении ремонта по объективным или субъективным причинам. Стремятся к обустройству квартиры в соответствии со своими желаниями. С целью экономии средств делают ремонт самостоятельно (в том числе обустройство квартиры). Цель - сэкономить. Часто делают ремонт, в связи с недавним переездом и подготовкой к появлению ребёнка.   1. Собственники жилья   Люди старше 25 лет. Стремятся сделать ремонт максимально качественно, вне зависимости от затраченного времени. Готовы потратить лишние денежные средства ради удовлетворения своих желаний и воплощения задуманных идей. Делают значительные изменения в планировке, имеют желание и возможность оплатить доп. подписку для реализации своих идей.   1. Люди, потерявшие жилье   Заинтересованы в быстром завершении капитального ремонта с минимальными затратами. Не готовы тратить много денег на ремонт, в связи с утратой всего имущества. Не готовы тратить время на сравнение большого количества товаров, выбирая наиболее понравившиеся или дешёвые. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | 1. Арендодатели   Решение проблемы: Клиент получает возможность быстро приобрести товары поблизости, так как ему предоставляется возможность проанализировать ассортимент ближайших магазинов, подобрав товар, соответствующий его запросам по цене и времени доставки, увидеть каталог, позволяющий найти необходимые товары   1. Дизайнеры   Решение проблемы: Клиент получает возможность за символическую плату создать собственный проект дизайна по изменению интерьера помещения или комнаты. Возможность приобретения проф. подписки. Подписка на отдельную категорию товара с уведомлениями о поступлении желаемых объектов.   1. Молодые семьи   Решение проблемы: Приложение отображает все скидочные предложения в близлежащих магазинах и находит аналогичные предметы мебели по более низкой цене, что позволяет пользователям значительно сэкономить на обустройстве своего нового жилища. Возможность получение уведомлений о скидках для избранных товаров.   1. Собственники жилья   Решение проблемы: Наше приложение позволяет собственникам подбирать качественные предметы мебели с помощью продвинутых систем фильтров и динамического рейтинга из обширного ассортимента.   1. Люди, потерявшие жилье   Решение проблемы: Приложение предоставит информацию о ценах и доступности ближайших строительных магазинов, тем самым предоставив возможность выбора оптимального предложения при помощи фильтров по цене буквально за пару секунд |
| 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.* | Эффективность проекта определяется количеством заинтересованных пользователей и потенциальных инвесторов, а также вовлеченностью участников и соответствие целям. При анализе эффективности данного проекта можно выявить крайнюю вовлеченность всех участников команды и привлекательность для пользователей и инвесторов. Что касается финансовых показателей, то при успешном запуске проекта, количество затрат окупится, и команда останется в плюсе на 44%, а финансовые обязательства будут выполнены в срок.  Средние ежемесячные траты в начале разработки составляют порядка 2.6 миллионов рублей в месяц, расходы покрываются заёмными средствами и средствами инвесторов, далее, после выхода приложения, начинают поступать деньги за подписки, что делает бюджет профицитным, по итогу, среднемесячная выручка составит 3 749 000 рублей.  По нашим расчётам, общие расходы на реализацию проекта составят 31 000 000 рублей (в среднем 2 600 000 рублей в месяц), потенциальный доход за первый год функционирования проекта оценивается в 45 000 000 рублей (3 750 000 рублей в месяц).  Размер инвестиций в рамках данного проекта, направленных на его реализацию, составляет 1,7 млн ₽ ежемесячных вложений. В эту сумму входят заёмные кредитные средства - 1 250 000 ₽ и спонсорские средства - 417 000,00 ₽. 1,7 млн ежемесячных инвестиций будут нужны ежемесячно в течение 8 месяцев, таким образом, запрашиваемый объем инвестиций составит порядка 14 млн ₽. Такого размера инвестиций будет достаточно для выхода на самоокупаемость. По достижении точки окупаемости возможна выплата ежегодная дивидендов до 20 % от вложенных средств.  Предполагаемая дата выхода из проекта середина 2024 года после запуска готового, доработанного приложения. Критерием для принятия решения по выходу из проекта является ожидаемый уровень доходности и функционирования приложения после его реализации  TAM= 103 660 000 человек  SAM= 9 230 000 человек  SOM= 923 000 человек |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| 1. *Разработка программы лояльности для пользователей: предоставление скидок и бонусов, повышение уровня сервиса для постоянных клиентов, скидочная система на подписки* 2. *Расширение числа магазинов-партнеров* 3. *Внедрение системы отзывов и рейтингов: пользователи смогут оценивать качество оказываемых услуг и оставлять свои отзывы, что позволит улучшать работу приложения* 4. *Увеличение числа доступных языков интерфейса: это позволит привлечь большее количество иностранных пользователей, что будет способствовать увеличению доходов проекта и т.д.* |