**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) 093-38-41m.mazyakova@yandex.ru | Аккаунт-менеджер | Образование: высшее, бакалавр, менеджмент |
| 2 |  | 2096560 | Базарова Анна Андреевна | Аналитик | +7 (926) 483-83-02anna-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)812-95-52ArtMaklak@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.)* | - АрендодателиЧеловек 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.- ДизайнерыЧеловек 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 семьиЗаинтересован 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 жильяЛюди 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 жильёЗаинтересованы 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 стройматериаловЦенностное 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 товары1. 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 функционаломЦенностное 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 идейЦенностное 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 секундАнализ 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 | - СтандартнаяКол-во, шт | 500 1,050  |
| 1.2 | FrontEnd | 50,000 | - ПремиумКол-во, шт | 1,500345 |
| 1.3 | BackEnd | 70,000 | - БизнесКол-во, шт | 8,000105 |
| 1.4 | Веб-дизайнер | 80,000 | Продвижение товаров партнёров | 200,000 |
| 1.5 | Маркетолог | 120,000 | - СтоимостьКол-во, шт | 40,0005 |
| 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 ремонта2. Таргетированная реклама 3. Видеоролики в YouTube4. 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 стройматериалов1. 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 функционалом1. 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 товары1. 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 реализацииTAM= 103 660 000 человекSAM= 9 230 000 человекSOM= 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.*
 |