**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

<https://pt.2035.university/project/fiducia> 11.04.2024

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Марийский государственный университет» |
| Регион Получателя гранта | Республика Марий Эл |
| Наименование акселерационной программы | Техно-форсаж: инновационный старт |
| Дата заключения и номер Договора | 19.04.2024 № 70-2024-000232 |

|  |
| --- |
| **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | «FiduciaVita - консультации с детьми и родителями на тему сексуального просвещения» |
| 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* | Молодые люди 14-17 лет совершают ошибки из-за недостаточной осведомлённости в теме полового воспитания, которые приводят к распространению венерических болезней, насилию на сексуальной почве, развитию комплексов из-за негативного опыта и увеличению числа девушек, которые забеременели в раннем возрасте. Это негативно влияет на жизнь и здоровье молодого поколения и, следовательно, на страну. Вот почему важно просвещать людей в этой области. FiduciaVita помогает решить эту проблему. Мы проводим очные и заочные беседы с детьми и родителями на тему полового воспитания. Таким образом, мы избавляем взрослых от необходимости проводить самим такого рода разговоры со своим ребенком, а также учим всех желающих родителей правильно вести диалог с детьми на столь откровенную тему. |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Образование |
| 4 | Рынок НТИ | EduNet |
| 5 | Сквозные технологии | Персонифицированная медицина, технологии управления свойствами биологических объектов |
| **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | -Unti ID: U1192330-Leader ID: 4034997-ФИО:Макарова Анастасия Алексеевна-телефон: 89033268637-почта: makarova40300@gmail.com |
| 7 | Команда стартап-проекта

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность(при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) |
| 1 | U1192330 | 4034997 | Макарова Анастасия Алексеевна | Лидер  | телефон: 89033268637почта: makarova40300@gmail.com | Спикер, мастер презентаций, тимлид, советник, генератор идей |  |
| 2 |  | 4034810 | Беляева Татьяна Владимировна | Администратор | 8(906)1386169 | Спикер, менеджер, аналитик, советник и экономист |  |
| 3 |  | 4038346 | Быстренина Анастасия Леонидовна | Предприниматель | +79688241574 | Тестировщик, копирайтер, генератор идей |  |
| 4 |  | 4042781 | Наумова Елизавета Дмитриевна  | Производитель | 89677538373 | Дизайнер, логист, специалист |  |
| 5 |  | 2745017 | Панкова Елизавета Дмитриевна | Производитель | 89024397948 | Спикер, логист, специалист |  |

 |
| **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* | Проект «FiduciaVita - консультации с детьми и родителями на тему сексуального просвещения» направлен на повышение грамотности молодежи в области полового воспитания. В рамках стартапа работники проводят просветительские беседы как с детьми, так и с родителями. Реализация проекта позволяет уменьшить риск распространения венерических болезней, насилия на сексуальной почве, развития комплексов из-за негативного опыта и увеличения числа девушек, которые забеременели в раннем возрасте. Таким образом, проводя просветительские беседы, реализация проекта позволит значительно улучшить благополучие граждан, а также повысит значимость семейных ценностей.  |
|  | **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* | Продукт для пользователя 1: сеанс, оффлайн сессияПродукт для пользователя 2: сеанс дистанционный или сеанс очныйПользователь1: ребёнок стесняющихся родителейПользователь 2: сам родитель |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает\****Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить продукт* | Клиент 1: за стесняющегося родителя решаем проблему разговора по сексуальному просвещению ребёнкаКлиент 2: рассказываем родителю, как мягко преподнести ребенку необходимые знания по сексуальному просвещению |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты\****Указывается краткая информация о потенциальных потребителях с указанием их характеристик: для юр.лиц – категория бизнеса, отрасль и т.д.; для физ.лиц – демографические данные, вкусы, уровень образования, уровень потребления и т.д.; географическое расположение потребителей, сектор рынка (В2В, В2С и др.)* | С одной стороны, есть ребенок, у которого родители стесняются разговаривать на тему полового воспитания – это наш пользователь. С другой стороны, сам родитель, которому некомфортно и стеснительно разговаривать со своим ребенком на столь откровенную тему – это наш клиент. Но также есть вариант при котором сам родитель хочет проявить инициативу и поговорить с ребенком, но не знает как правильно подобрать слова – это также наш клиент и пользователь в одном лице. Сектор рынка В2C. |
| 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* | Создание программного комплекса ТГ-канала для привлечения внимания клиентов к нашей проблеме. https://t.me/+lkhzie0lga84ZjEyСоздание чат-бота для работы по заказу. Создание ТГ – чата «FiduciaVita» |
| 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.* | Бизнес модель freemium.Планируется вести ТГ канал, где будут даваться бесплатные советы для всех желающих, а также будет Premium для тех, кто хочет получить более детальную информацию и отдельные консультации. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Проект «Памятка во взрослую жизнь»
2. Проект «Тайны взрослой жизни»
3. Проект «Я себя знаю»
4. Проект «Intimatica»
5. Проект «Профилактика венерических заболеваний»
 |
| 15 | **Ценностное предложение\****Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не вашими конкурентами, и самого начала делает очевидными преимущества ваших продуктов или услуг* | Ценность для всех: преодоление неуверенности в себе, устоявшихся предрассудков и стереотипов в теме сексуального просвещенияЦенность для клиента 1: мы проводим сеансы с детьми за родителей, которые стесняются поднимать эту темуЦенность для клиента 2: рассказываем родителю, как мягко преподнести ребенку необходимые знания по сексуальному просвещению |
| 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.д.)*(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* | Мы не боимся говорить о половом воспитании открыто и понятно для каждого, вне зависимости от возраста.  |
| **Характеристика будущего продукта** |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)\****Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению* | 1. Для освещения своей деятельности создается телеграм-канал.
2. Для многостороннего обсуждения создается телеграм-чат.
3. Для записи на сеанс и оплату premium возможностей создается чат-бот в телеграмме.
4. Написание контента канала и организация первых активностей.
 |
| 18 | ***Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса******(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\*****Приводится видение основателя (-лей) стартап в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Будет зарегистрирована автономная некоммерческая организация «FiduciaVita», сотрудники которой будут заниматься проведением онлайн сессий с детьми и взрослыми, программным обеспечением чат-бота, наймом системного администратора и сотрудников, занимающихся логистикой вещей.Для продвижения нашего проекта планируется предоставление бесплатной консультации для работников салонов красоты, которые в дальнейшем сами бесплатно будут рекламировать наш продукт своим клиентам – женщинам, которые больше переживают за своих детей.  |
| 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.)* | Мы проводим онлайн встречи, а следовательно доступ к нашему продукту есть у всех желающих, вне зависимости от места жительства. Также благодаря телеграмм каналу люди могут получить часть нашей информации бесплатно, т.е попробовать пробную версию продукта абсолютно бесплатно. Нашим преимуществом также является возраст, а именно то, что мы наиболее приближены к подростковой аудитории, следовательно проще найти общий язык и раскрепоститься.  |
| 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 в пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | 1. Необходимо написать техническое задание для создания чат-бота
2. Написать к нему скрипт
3. Разместить чат-бот на сервере и запустить

Для возможности приёма оплаты дописывается платёжный шлюз |
| 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* | TRL2 – подготовлено предварительное техническое задание, сформулирована концепция проекта, а также методы его реализации. Организационные: планируется нанять специалиста по созданию чат-бота (системный администратор) Кадровые: необходим найм сотрудников – мужчин, для проведения бесед с мальчиками (для комфорта пользователей)Материальные: создание визиток для распространения информации о существовании нашего проекта  |
| 22 | Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия*(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* | проект соответствует научно- техническим требованиям, здравоохранения, медицины фармацевтики |
| 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* | Продвижение планируется за счет работников салонов красоты, у которых есть дети. Мы бесплатно предоставляем им доступ к нашим материалам и, если им все нравиться, они невольно поделятся этим с клиентами, а они уже свяжутся с нами. Также планируется создание серии видеороликов, которые можно выкладывать на Ютуб и оставлять в описании ссылку на наш ТГ-канал.  |
| 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* | Публиковать видео с ссылками на канал в описании, таким образом весь трафик сливать в одну точку ТГ-канал. |
| Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект |
| 25 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\****Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в п.10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта* | Решается проблема родителя, который стесняется и не может сам провести беседу на тему сексуального просвещения со своим ребенком. Мы деваем это за него. А также помогаем родителям самим грамотно преподносить необходимую информацию ребенку.  |
| 26 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\****Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (п.9, п.10 и 11)* | Проблема возникает у родителя, когда его ребенок вступает в тот возраст, когда начинает интересоваться данной темой. Из-за стеснения и незнания как правильно и что лучше сказать, взрослый человек обращается к нам. Мы проводим онлайн беседы с детьми (пользователями), тем самым удовлетворяя их любопытство и устраняя уже сформировавшиеся стереотипы и предрассудки. Также мы можем проводить консультации с самими родителями, помогая им уменьшить уровень стресса перед беседой с ребенком, за счет предоставления плана разговора, то, о чем и как говорить.  |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\*** *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Родитель записывается через чат-бот на консультацию, или записывает ребенка. Мы проводим онлайн консультацию, где рассказываем необходимую информацию по половому воспитанию, отвечаем на возникшие вопросы, и предоставляем возможность обратной связи в случае, если останутся какие-то непонятные моменты. |
| 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 п.16* | Социальный проект. Потенциальная выручка: кол-во девочек в республике Марий Эл х на 800 (стоимость консультации, минус налог) = 77201 х 696 = 53 731 896 рубМальчики х на 800 (минус налог) = 68462 х 696 = 47 649 552 руб1 работник салона красоты может привлечь 10-15 потенциальных клиентов. В Йошкар – Оле более 200 салонов красоты, следовательно если привлечь хотя бы 100 работников, они приведут к нам 1500 клиентов.1500 х 696 (с учетом налога) = 1 044 000 руб чистой выручкиПрибыль: выручка – расходы (зарплата, разработка чат-бота и месечное обслуживание) = 1 044 000 – 30000 (зп за месяц) х5(кол-во работников на начальном этапе - налог (3900 на 1 человека) – 5000 - 10000 = 859 500 руб. |
| 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* | Планируется расширять охват с республики Марий Эл на другие близлежащие территории. Также найм сотрудников мужского пола для более качественного проведения консультаций с мальчиками.  |