**Ссылка на проект, зарегистрированный на платформе Projects: \_\_\_\_\_**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Краткая Информация о стартап-проекте** |
| **1** | **Название стартап-проекта** | Mobilpower |
| **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 | Повышение удобства города посредством размещения wending станций аренды powerbank'ов |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ** | Технологии создания энергосберегающих систем транспортировки, распределения и использования энергии. |
| **4** | **Рынок НТИ** | Энерджинет |
| **5** | **Сквозные технологии**  | *Сквозными технологиями нашего проекта является предположительно только bigDATA* |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта**  | - Unti ID: U1612220- Leader ID: 3450997- ФИО: Бухалов Олег Иванович- телефон: +7 (910) 096-14-43- почта: gyglliketvg123@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 и квалификация (краткое описание) |
| 1 | U161222 | 3450997 | Бухалов Олег Иванович | лидер | 7 (910) 096-14-43gyglliketvg123@gmail.com | тимлид | $$-$$ |
| 2 | U1612405 | 4842169 | Гурылёва Полина Андреевна | администратор | +7 (910) 985-84-00 polinaguryleva12356@yandex.ru | специалист | $$-$$ |
| 3 | U1612457 | 3455258 | Смирнов Константин Андреевич | интегратор | +7 (962) 169-53-89kostya-smirnov-17@mail.ru | маркетолог | $$-$$ |
| 4 | U1612383 | 4842229 | Талибджанов Сохиб Мумиджанович | производитель | +7 (901) 694-98-66denjoy\_enjoy@mail.ru | логист | $$-$$ |

 |
|  | **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 | Наш заряженный проект направлен на развитие городского удобства и комфортного времяпрепровождения. С помощью новых технологичных установок "wending - станций энергия" мы увеличим продолжительность работы ваших гаджетов в различных местах: торговые центры, парки, муниципальные заведения. Данная идея имеет ограниченное количество финальных, реализованных продуктов, поэтому наш проект сможет конкурировать на равных с гигантами, которые ещё не ввели эту технологию в массы. Wending'овый аппарат совмещает в себе нужную потребность: аренду портативных устройств заряда - powerbank'ов. Возможность заряжаться в самых разных местах - то, к чему мы стремимся каждый день. |
|  | **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*  | Продаваться будет услуга: аренда накопителей энергии. Они могут быть использованы для зарядки гаджетов, например, мобильных телефонов, планшетных компьютеров, систем нагревания табака, беспроводных наушников. |
| **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*  | Данный проект решает проблему "вечной нехватки заряда" у различных пользователей, которым нужно зарядить свой гаджет как можно быстрее. |
| **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.)* | -Категория населения от 14 до 30 лет: 1) подростĸи, находящиеся в торговых центрах или гуляющие по городу 2) студенты ĸолледжей, вузов, техниĸумов 3) ĸурьеры 4) люди на автобусных и ж/д воĸзалах -Юридические лица и предприниматели |
| **12** | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан технология / услуга / продукт (далее – продукция) (с указанием использования собственных или существующих разработок)** *Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта* | Данный проеĸт создан на основе двух научно-техничесĸих продуĸтов: портативные аĸĸумуляторы и вендинг станции |
| **13** | **Бизнес-модель\*** *Указывается краткое 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.*  | Наша бизнес-модель заĸлючается в предоставлении возможности иметь мобильный заряд там, где он таĸ нужен. В городе( в учебных заведения, в тц, на остановĸах и тд) устанавливаются станции с powerbank-ами, ĸоторыми, в любой необходимый момент, могут воспользоваться все желающие. Люди взамен на заряженный гаджет платят удобным для них способом ( банĸовсĸой ĸартой или наличными) приемлемую для этой услуги сумму. |
| **14** | **Основные конкуренты\*** *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Основными ĸонĸурентами в данной сфере в нашем городе являются: 1) розетĸи в торговых центрах, ĸафе, магазинах 2) личный повербанĸ или повербанĸ друга 3) компания "Бери заряд" |
| **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* | Потенциальным ĸлиентам удобнее пользоваться нашими услугами потому что: 1) розетĸи в торговых центрах, ĸафе и магазинах не таĸ просто найти 2) заряжая телефон от розетĸи, человеĸ теряет время, ĸоторое он мог бы потратить на себя. Иными словами, наш продуĸт предоставляет мобильность, ĸоторой нет, используя розетĸи 3) собственный повербанĸ не всегда может оĸазаться под руĸой, ĸогда таĸ нужно зарядить телефон 4) просить друга или знаĸомого о повербанĸе, чтобы «подзарядиться» не всегда есть желание, ввиду разных причин |
| **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* | Реализация бизнеса требует малых экономических и энергетических затрат: ничего изобретать не нужно. Конкурентные качества нашего продукта: оплата картой, а не в приложении, powerbank можно взять на требуемую вам емкость, включая возможность беспроводной зарядки. |
|  | **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 powerbank`ов: 1) ёмкости от 5 до 10 тысяч mah; 2) малые габариты и вес; 3) система беспроводной зарядки. Технические параметры станций: 1) малый размер и вес; 2) кабели зарядки типа USB - C 3) возможность беспроводной зарядки powerbank`ов. |
| **18** | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\*** *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Важно: собрать станцию из заказных материалов и уложиться в стоимость 30 000 рублей; заказать powerbank`и; расчитать финансовую модель бизнеса; организовать рекламу нашего проекта; заключить договор аренды с местом, где будет располагаться стануия. |
| **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.)*  | - Проекты данного типа развиты только в мегаполисах, поэтому мы не встретим конкуренции в таких городах, как Иваново. - Цена нашего продукта меньше, чем у конкурентов. - Цена конкурентов ~70 рублей - наша цена 50 рублей - у конкурентов , для взятия повербанка нужно скачивать приложение и оплачивать в нём- у нас можно будет оплачивать картой |
| **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* | Для существования нашего продукта, необходимо лишь закупить Повербанки и Вендинг станции. И для аренды повербанка нет необходимости регистрации в приложении, понадобиться лишь Банковская карта или наличные. |
| **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* | Кадровые: нет необходимости в найме людей, станция будет работать автономно, за исключением выхода из строя вендинг станции. Материальные: Малые и единоразовые затраты на продукт, так как он направлен на многоразовое использование Организационные: Размещение станций в местах, где они действительно нужны . |
| **22** | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия**\* | В нашей образовательной организации научно-технический приоритет подразумевает создание проекта, направленного в сторону улучшения качества жизни с помощью энергии. |
| **23** | **Каналы продвижения будущего продукта\*** *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | Стратегия стоимости: Здесь ключевой идеей является предложение товаров или услуг по цене ниже, чем у конкурентов. Стратегия фокусировки: Эта стратегия заключается в сосредоточении усилий на определенном сегменте рынка или нише. |
| **24** | **Каналы сбыта будущего продукта\*** *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать краткое обоснование выбора* | Пассивный канал сбыта продукта: В этом случае покупку инициирует сам клиент. Мы не можем внедрить другие каналы сбыта из-за особенностей нашего проекта, а именно вендинг станций. |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** |
| **25** | **Описание проблемы\*** **Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9**  | Часто возникают ситуации, когда электронные устройства (смартфоны, смарт-часы, наушники и т. д) не вовремя разряжаются. И рядом может не оказаться розетки или зарядного устройства, или же человек куда-то спешит и нет времени стоять у неё. Наш проект поможет в борьбе с данной проблемой. |
| **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*  | Наш проект решит проблему поиска зарядного устройства и/или розетки, сделает процесс зарядки мобильным. |
| **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)* | «Держатель» проблемы - человек с разряженным устройством. Вы знаете человека, который может прожить 8 часов с разряженным телефоном? Мы тоже не знаем. Человек - социальное существо, ему всегда нужен выход в социальные сети и интернет. С разряженным смартфоном это невозможно. Мотивация - как можно быстрее зарядить устройство с максимальным комфортом. Решение проблемы - Зарядить устройство с помощью нашего продукта (повербанка). |
| **28** | **Каким способом будет решена проблема\*** *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой*  | Способ решения - с помощью вендинг станции мы предоставим повербанк, который зарядит устройство клиента. От потребителя понадобиться только оплатить аренду повербанка в вендинг станции. |
| **29** | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\*** *Необходимо привести краткое обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* | Данный сегмент рынка в нашем городе не развит, поэтому мы будем претендовать на занять эту нишу первыми. Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса: - Увеличение количества вендинг станций по городу. - B2B партнерство с малыми бизнесами. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| Создание франшиз в других городах и новых проектов на основе данного. |