**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

<https://pt.2035.university/project/sbereko> *(ссылка на проект)*

29.11.2023 *(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\*** | СБЕРЭКО |
| 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 U1756914  - Leader ID 1426274  - ФИО Ракицкая Кристина Владимировна  - телефон +7 981 462 3192  - почта krakickay2001@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 | U1756914 | 1426274 | Ракицкая Кристина Владимировна | Разработка план проекта и управление им.  Координирование задач. | +79814623192 |  | Высшее образование | | 2 | U1757018 | 1070898 | Петров Михаил Романович | Медиа лицо, продвигающее проект в интернете и других СМИ | +79645980155 |  | Высшее образование | | 3 | U1756918 | 4986832 | Комзолов Святослав Александрович | Контакт с клиентами  Донесение отзывов и просьб покупателей до остальной части группы | +7 (964) 772-52-58 |  | Высшее образование | | 4 | U1756931 | 5046123 | Синенко Никита Денисович | Сбор и обработка информации; Ведение документации. | +7 (903) 262-19-54 |  | Высшее образование | | |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 8 | **Аннотация проекта** | Курс о бережном и этичном потреблении СберЭко — интерактивно-образовательная программа, интегрированная в приложение Сбера. Контент уроков создаёт доверительную атмосферу, даёт подсказки — как научиться осознанному потреблению и бережному отношению к окружающему миру. Комфортные практики и сервисы Сбера органично интегрированы в контент курса и всегда доступны для пользователя (держателя карты). В части уроков объяснения органично вплетены в текст рекомендаций, где-то они представлены в виде иллюстраций-инфографики. Просветительская цель проекта – предоставить читателям широкий спектр идей о том, как можно сократить потребление ресурсов на благо окружающей среде, семейному бюджету и местному сообществу. |
|  | **Базовая бизнес-идея** | |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться** | Интерактивно-образовательная программа, интегрированная в приложение Сбера |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает** | СберЭко – просветительская программа, встроенная в мобильное приложения Сбер, которая призвана решить **проблему недостатка осведомленности пользователей в области экологии и разумного потребления**.  Цель СберЭко – помочь людям понять важность экологии и разумного потребления, а также вдохновить их к действиям, направленным на улучшение окружающего мира.  СберЭко помогает преодолеть разрыв между знаниями и действиями, создавая более экологически ответственное поведение среди пользователей мобильного приложения Сбера. |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты** | **Пользователи мобильного приложения Сбера**   **Активная молодежь:** от 18 до 35 лет, РФ Учатся и/или работают, активные пользователи Интернета и соцсетей. Потребляют разнообразный контент, открыты к новому. Принимают импульсивные решения. Большое влияние на них оказывают лидеры мнений. Понимают значение финансовой грамотности и экологического просвещения населения, но не знают, с чего начать и/или не хватает времени. Ценности: саморазвитие, карьера, развлечения  **Прогрессивные взрослые:** от 36 до 50, РФ Имеют постоянный заработок, есть семья. Часто используют функционал приложения Сбера, выборочны в потреблении контента, доверяют проверенным источникам. Лояльны к продуктам бренда: совершают покупки у партнеров, копят Сбер Спасибо. Поверхностно осведомлены о проблемах экологии. Интересы: бизнес, политика, экономика. |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)** | Разработка приложений под мобильные устройства и последующее внедрение в него отдельных составляющих. Поскольку мы не создаем приложение с нуля, мы возьмем структуру приложения Сбера и интегрируем туда наш продукт. |
| 13 | **Бизнес-модель** | Основной концепцией привлечения аудитории станет награда в виде бонусов «спасибо» за прохождение заданий, ответов на вопросы и прохождение тестов. Наш продукт направлен на пиар продвижение, иными словами наша конечная цель создать положительный о раз бренда. При этом полностью исключая финансовую прибыль. |
| 14 | **Основные конкуренты** | **Прямые конкуренты: -** Компания S7  - ВкусВилл (EcoPlatform)  - Тинькофф Учебник  **Косвенные конкуренты:**  - Посади Лес (Plant the Forest)  - Эко-трекер  - Экология в вопросах и ответах |
| 15 | **Ценностное предложение** | Ценность нашего предложения обусловлена эко-политикой компании «Сбербанк». Важная особенность программы — опора на геймификацию. Благодаря готовности Сбера предоставить «Спасибо» за успешное прохождение уроков, у пользователя сохраняется большая мотивация возвращаться в приложение, проходить уроки и тесты и получать бонусы от партнеров в программе лояльности. |
| 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.)** | Наша модель подразумевает полную зависимость от политики компании, чьей частью мы и являемся.  Реализуемость проекта зависит от потребностей Сбербанка в относительно не дорогой, но продуктивной пиар компании. Индивидуальность нашего продукта обусловлена выгодными условиями потребления. Накапливая бонусы Спасибо, вы можете также расплатиться ими при следующей покупке. Таким образом, наша программа выгодна и заказчику, и потребителю. Кроме того, наша система наград является самой финансово выгодной для конечного потребителя, что потенциально делает нас одной из самых успешных программ для просвещения в сфере экологии. |
|  | **Характеристика будущего продукта** | |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)** | Наш продукт доступен на любых устройствах, имеет современное ПО и виджеты, благодаря чему легкодоступен и удобен в режиме быстрой работы. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** | Развитие продукта возможно в разных направления и на разных платформах. Задачей, которою мы выстраиваем в синопсисе своей работы – **просвещение граждан в сфере экологии и разумного потребления.**  Использование дополнительных ресурсов распространения и влияние на общество - приветствуется и продвигается  Возможность работать с дополнительной финансовой помощью иных агрегаторов - будет рассматриваться после развития проекта в системе Сбера (возможен эксклюзивный контракт на дальнейшее развития схожих продуктов) |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества** | — Использование огромной базы данных клиентов и потребителей информационного продукта на базе Сбера  — Единый и постоянный партнер (Сбер) с множеством подразделений, цифровых продуктов  — Работа направлена на индивидуальный проект в экосистеме Сбера (есть возможность развивать другие направления) |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции** | Результат необходимый для достижения научно-технического решения — это информационно-развлекательное приложение, с упором на гейминоговую платформу (игровую), т.е. создание компактной и встроенной в систему Сбера игры, которая направлена на определенные цели, к которым стремится компания (опираясь на политику “Eco friendly”)  Пример схожей с необходимым результатом - акции “Яндекс” на: такси; каршеринг; доставку и т.д. (маленькие игровые элементы с дополненным функционалом) |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL** | Уровень **TRL - 2**  Проект имеет разработанную концепцию и логику, которой стремится как конечный продукт  Проект нацелен на определенного крупного инвестора, который имеет возможность продвигать дальнейшее развитие  Проект еще не перешел на **TRL - 3**, т.к. необходима основная платформа от Сбера |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует научно-техническим целям, т.к. в программе развития продукта существует необходимая цель - просвещение граждан в сфере экологии и разумного потребления  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** | Основное коммуникационное сообщение: *“Учимся принимать верные финансовые решения на пользу экологии”*  Соцсети: развитие образовательного телеграм-канала СберЭко с привлечением макроинфлюенсеров и экспертов в сфере экологии/финансовой грамотности.  Таргетированная реклама в соцсетях (ВК, ОК) (увеличиваем конверсии)  Медийная реклама: всплывающие окна при открытии сайта (работает на узнаваемость)  Видеореклама: ВК Клипы – с привлечением блогеров (работает на узнаваемость, лояльность)  Рекламные интеграции с популярными развлекательными каналами (работает на узнаваемость, лояльность)  DOOH-реклама в местах массового скопления людей: аэропорт, метро (работает на узнаваемость, лояльность)  Используем разный формат рекламы, чтобы охватить широкую аудиторию. Привлекая лидеров мнений, повышаем интерес к проекту. Видеореклама поможет потребителям быстро ознакомиться с функционалом нового раздела приложения Сбера и укажет на выгоду для пользователя. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта** | 1. Сбер-Shorts / Истории 2. Корпоративная медиа платформа 3. Бизнес Платформы схожей тематикой контента 4. Медиа ресурсы известных блогеров/контент-мейкеров/известных персон и т.д. 5. Альтернативные агрегаторы распространения инф. продукта на различных платформах   Главное развития продукта будет в системе “Сбер” (комплекс встроенных информационных платформ в Эко-Системе Сбера |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы** | Проблема непросвещенности людей в сфере экологии заключается в том, что многие люди не понимают, как их действия влияют на окружающую среду и какие последствия могут возникнуть из-за них. Некоторые люди не знают, что они должны делать и как они могут помочь окружающей среде. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)** | Просвещение людей о проблемах экологии и о том, что они могут сделать, чтобы уменьшить свой негативный вклад в окружающую среду, может привести к тому, что люди будут использовать более безопасные химические вещества и материалы, что поможет уменьшить загрязнение воды и почвы. |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции** | Держатель проблемы в сфере экологии может быть любым человеком, который осознает важность сохранения природы и заинтересован в решении экологических проблем. Это может быть как представитель государственных органов, так и обычный гражданин. Мотивация держателя проблемы может быть различной: от личной заинтересованности в экономии ресурсов, сохранении здоровья и благополучия себя и своих близких до желания сделать планету более жизнеспособной для будущих поколений. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема** | Если внедрить информационное просвещение по экологии в банковское приложение, то пользователи приложения смогут получать рекомендации и советы по уменьшению негативного влияния на окружающую среду в своей повседневной жизни. Например, в приложении можно размещать статьи, видео и другие материалы, которые будут посвящены экологическим проблемам и способам их решения. Это поможет повысить уровень осведомленности пользователей и стимулировать их к экологически ответственным действиям. |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса** | С учетом растущего интереса к экологическим проблемам и повышенной осведомленности общества в этой области, можно предположить, что внедрение информационного просвещения по экологии в банковское приложение может привлечь большое количество пользователей и увеличить лояльность к банку. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| В дальнейшем проект СберЭко может вырасти до самостоятельного приложения. Стратегический план развития проекта СберЭко может включать следующие направления:   1. Расширение контента: Продолжить развитие библиотеки информационных материалов, добавлять новые статьи, путеводители, видео и другие интерактивные ресурсы. Обеспечить доступность и разнообразие информации о природоохранной деятельности, об экологически дружественных продуктах и новых технологиях. 2. Персонализация: Предоставить пользователям персонализированные рекомендации и предложения, учитывая их предпочтения и поведение. Использовать алгоритмы машинного обучения и анализ данных для адаптации контента и рекомендаций под индивидуальные потребности и интересы каждого пользователя. 3. Сотрудничество с экологическими организациями: Установить партнерство с региональными и международными экологическими организациями для получения экспертизы, обмена информацией и проведения совместных акций. Это позволит предоставить пользователям программы СберЭко доступ к актуальным данных и участвовать в реальных экологических инициативах. 4. Интеграция с банковскими услугами: Предоставить пользователям возможность просматривать и анализировать данные о своем энергопотреблении, выбросах и уровне устойчивости, связанные с их финансовыми транзакциями. Это позволит пользователям сознательнее управлять своими финансами с учетом экологических аспектов. 5. Повышение осведомленности: Проводить рекламные кампании, обучающие семинары и мероприятия, чтобы повысить осведомленность о преимуществах экологического образа жизни и разумного потребления. Продвигать СберЭко как долгосрочную инвестицию в будущее и здоровую планету. |