**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(ссылка на проект)*  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) |  |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) |  |
| Регион ВУЗа  | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы |  |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Инновационный литий-железо-фосфатный аккумулятор |
| 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.* | *ТН2. Новое медицинское оборудование, материалы и технологии;**Выбрать одно из:**– ТН1. Цифровые технологии и информационные системы в образовании;**–– ТН3. Здоровьесберегающие системы, зелёные технологии.* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Биомедицинские и ветеринарные технологии» (не менять!!!)* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *EduNet, Хэлснет**Оставить оба или выбрать одно из:* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Технологии машинного обучения и когнитивные технологии" (не менять!!!)* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID- Leader ID- Сальников Павел Владимирович- +7 (926) 058-3090- p.saln@mail.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 |  |  | Сальников Павел Владимирович | Организатор | +79260583090p.saln@mail.ru |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

 |
|  | **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* | Разработать бесперебойное производство и сбыт тяговых аккумуляторов по технологии LiFePO4 (далее АКБ) для розничного потребителя путем выполнения следующих задач: разработка проекта и минимального жизнеспособного продукта, поиск и организация поставок комплектующих, сборка, размещения на торговых площадках продукта, реклама, реализация, инвестирование в расширение продуктовой линейки.АКБ может быть использован для обеспечения бесперебойного питания источников потребления электричества, например: туризм (мотор лодки, эхолот, якорь, освещение кемпинга), загородные поездки (зарядка электронных устройств, подключение насосов и т.д.)Целевой аудиторией являются люди от 30 лет, с достатком выше среднего, увлекающиеся рыбалкой, обустройством загородного дома или походами |
|  | **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* | Аккумулятор по технологии литий-железо-фосфат с электронным балансиром для балансировки заряда-разряда ячеек АКБ. |
| 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* | Обеспечение бесперебойного питания для источников потребления в дали от центральных энергосетей. Им воспользуются туристы, рыбаки, дачники. |
| 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.)* | Основные потребители – физические лица от 30-35 лет с достатком от 150-200 тыс. рублей в месяц. Владельцы дома, либо лодки с источниками питания, либо машины. |
| 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* | АКБ будет предполагается разработать с использованием импортных аккумуляторные ячейки, произведенные в Китае из лития по технологии LiFePO4. А также силами компания будет разработанно ПО для балансира на аналоговых микросхемах. |
| 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.*  | Проект будет реализован через создание ООО «Сенситек» и команды из директора, бухгалтера, инженера-конструктора и менеджера.Финансирование организовано за счет собственных средств без привлечения заемного капитала.Для реализации продукта определены следующие направления работы:- маркетплейсы: Яндекс.Маркет, Ozon, AliExpress;- холодные звонки в тематические магазины;- холодные звонки и презентации в компаниях-производителях лодок и яхт. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Нетер, Energy Solutions, Titanat, 48volt, UNERS |
| 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* | - Удобный дизайн – вес, форма;- Качество и расходные материалы в подарок;- Низкая цена в связи с низкими издержками. |
| 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* | Собранная команда будет обладать следующими преимуществами:- Уникальными знаниями- Методика по выстраиванию партнерских отношений;- Квалификация персонала;- Достаточная ресурсная и финансовая база. |
|  | **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* | Аккумулятор обладает следующими техническими характеристиками:Размер - (Ш x Д x В) 276 мм x 228 мм x 153 мм;Вес - 9,4 кгПродолжительность работы без подзарядки – 1,5-2 часаСебестоимость - 20 тыс. руб. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\**Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | В организационную структуру входят следующие специалисты:* Менеджер на закупки комплектующих, выстраивание отношений с партнерами и ведение онлайн площадок.
* Конструктор для сборки и отгрузки
* Бухгалтер

А также административные расходы:* Зарплата
* Аренда
* Программное обеспечение

Продажи и цены:* Реклама
* Обработка заказа
* Доставка
* Стоимость размещения
 |
| 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.)* | Конкуренты – другие виды АКБ:- Вес: 10 кг против 15-20 кг- Размер более компактен - Безопасность: литий не горит- Срок эксплуатации: 8 лет против 2-3 летКонкуренты – другие производители LiFePO4:- Низкая себестоимость- Рекламная кампания- Комплектация зарядкой и наконечниками для подключения к источнику потребления |
| 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* | Основные компоненты, следующие:- Батареи из литий-железо-фосфата импортируются с заводов Китая, т.к. в РФ нет производства. А также нет аналогов по стоимости и качеству компонентам из Китая- Балансир разработан собственными силами и напечатан в Китае ввиду наличия оборудования необходимого качества, а также низкой себестоимости и сервиса- соединительные элементы закупаются у локальных поставщиков |
| 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* | * Проведено исследование поставщиков
* Определена целевая аудитория
* Выявлены ключевые характеристики, на которые обращает внимание покупатель
 |
| 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*  | Основные канала:- Яндекс.Маркет: простота работы, охват аудитории, имидж, качество бизнес-процессов с продавцами- Холодные звонки- Контентная реклама- Блогеры (о рыбалке и активном отдыхе) |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Основные каналы:- Прямые продажи через горячие звонки- Продажи через площадку Яндекс.Маркета |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Целевая аудитория постоянно сталкивается с такой проблемой как отсутствие источника питания в далеке от центральных энергосетей. Для ее решения необходим баланс между ценой, качеством и весом, так как местом эксплуатации является лес, загородный участок, водоем. |
| 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* | АКБ будет источником бесперебойного питания (ИБП) в разных ситуациях, когда необходимо электричество в далеке от центральных энергосетей. И более подручным ИБП из-за своих характеристик (вес, емкость, мощность) |
| 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)*  | Рыбаки хотят использовать все современные электронные устройства для комфортной рыбалки – эхолот, якорь, подсветка. Также существует необходимость подзаряжать персональные устройства (например, мобильный телефон). И поэтому необходим достаточно емкий источник питания, одновременно с низким весом, так как каждый килограмм на счету.Дачникам требуется как основное питание, так и резервное для разных нужд. Например, для подключения потребителей электричества – насос, плита, зарядка персональных устройств. Кроме того, АКБ можно использовать как емкость для накопления в системе солнечных батарей.Туристы, как и рыбаки, нуждаются в источники электричества в далеке от центральных энергосетей. И еще сильнее зависят от добавочного веса. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | АКБ будет легким, автономность 1,5-2 часа, компактным для переноски и удобным для хранения |
| 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.* | Количество людей, заинтересованных в использовании электричества на природе неизменно растет. Только рыбаков в РФ согласно озвученным Росрыболовством оценкам 10-20%. Источник: 1. Данные Росстата https://rosstat.gov.ru/compendium/document/132822. Статистика по количеству рыбаков. Статья РБК https://www.rbc.ru/newspaper/2020/09/08/5f5258589a79479cb6243d5f 3. Перепись населения 2020: https://rosstat.gov.ru/vpn/2020  |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| *Оформить интеллектуальную собственность.**Масштабировать за счет постоянных заказов от компаний по строительству лодок и яхт.* *Также установить долгосрочные партнерские отношения с профессиональными заказчиками – погрузчики на складах, моечные машины в ТЦ.* *Разработка и патентирование АКБ на 48В.* |