**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | Название стартап-проекта | Разработка программы профориентации для приёмных кампаний вузов |
| 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. | Vitafarma-приложение, которое помогает пользователям подобрать правильный курс витаминов для улучшения самочувствия |
| 3 | Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ | Нано биотехнологии |
| 4 | Рынок НТИ | Healthnet |
| 5 | Сквозные технологии | Нейротехнологии и искуственный интелект |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 |  Лидер стартап-проекта | - Unti ID 133359- Leader ID - ФИО Литвина Дарья Евгеньевна- телефон 89150535012- почта litvinade@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 | 133121 |  | Соколова АлинаМаксимовна | Бизнес-аналитик | 8 903 476 8110 | Нет | Неполное высшее образование |
| 2 | 1331249 |  | Корнилов Андрей | Аналитик | 8 907 865 32 59 | Нет | Неполное высшее образование |
| 3 | 1331317 |  | Юхневич КсенияНиколаевна | Мотиватор | 8 921 686 21 91 | Нет | Неполное высшее образование |

 |
|  | **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 | VITAFARMA является инновационным приложением в сфере дистанционных медицинских услуг позволяющее пользователям за короткий промежуток времени подобрать себе комплекс витаминов исходя из их анализов, а также проконсультироваться с квалифицированными специалистами при возникновении вопросов.Ключевой целью нашей команды является помощь людям в подборе медикаментов.Для ее грамотной реализации мы проводим анализ всех фармацевтических компаний, которые предъявляют запросы о сотрудничестве, лучшие наши специалисты отбирают в команду квалифицированных врачей со стажем работы от пяти лет.Исходя из наших прогнозов, приложение Vitafarma получит огромную популярность среди частных клиник, которые занимаются услугами по улучшению здоровья, частных поставщиков лекарственных препаратов также всех людей, Которым не безразлично свое здоровье. |
|  | **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 | Приложение для подбора витаминов «Vitafarma» |
| 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 | Наше приложение будет актуально для людей, которые не имеют медицинского образования, но желают улучшить свое здоровье путём подбора необходимых витаминов и плана их приема. Но так как многие затрудняются на данном этапе, мы уверены, что наша разработка позволит найти хорошие витамины и получить полезные рекомендации. |
| 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.) | Рынок BTB-Аптека Ригла, Е-Аптека,Аптека столички,Рынок BTC-люди,ведущие здоровый образ жизни. |
| 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 | Sustainabody — приложение, которое помогает отслеживать потребление витаминов и минералов И рекомендует продукты для восстановления баланса. Sustainabody — приложение для отслеживания питания, которое помогает понять, достаточно ли витаминов и минералов получает пользователь вместе с пищей.Витаминный трекер VikaОдним из приложений для проверки этого является Vika, специально разработанное для отслеживания потребления витаминов и микроэлементов. Это не самое привлекательное программное обеспечение, но оно выполняет свою работу.Мы разрабатывали наш проект на основе данных приложении.О |
| 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. | В перспективе, мы планируем запустить платную версию подписки, которая будет включать дополнительные функции. Также, планируем запустить продажи собственной линейки витаминных комплексов. Источник предполагаемого финансирования- привлечение инвесторов.  |
| 14 | Основные конкуренты\* Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5) | * Основные конкуренты :1. Крупные компании по изготовлению витаминов ( now, urban formula, solgar)2. Аптеки3. Магазины спорт-питания4. Маркетплейсы ( ozon, Wildberries, сбермегамаркет)5. Золотое яблоко
 |
| 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 | * Наше преимущество перед конкурентами заключается в том, что мы помогаем потребителю подобрать нужные для него витамины, основываясь на общем состоянии здоровья, анализах, пожеланиях ( здоровый сон, сияющая кожа). Мы также консультируем по составу витаминов, объясняем какие компоненты для чего служат, что является крайне удобно, так как зачастую в аптеках или маркетплейсы просто предоставляют товар с кратким описанием действия витаминов.
 |
| 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 |  |
|  | **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 | В приложение VITAFARMA будет интегрирована программа с базой самых полезных и эффективных нейросетей(Uizard, Chat GPT,Glide и так далее). Благодаря им, пользователь сможет находить более точную информацию про витамины, побочные эффекты, полезные свойства и так далее. |
| 18 | Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\*  Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности | Удаленно работающая команда программистов будет получать зарплату, за разработку приложения, реклама которого будет заказываться у различных блоггеров централизирующих аудиторию потенциальных клиентов, снимая ролики про витамины и здоровый образ жизни. |
| 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.) | Команда разработчиков ,используя искусственный интеллект добавит в приложение функцию “Индивидуальные параметры пользователя”. Благодаря данной функции, пользователь сможет вносить свои показатели здоровья и система будет рекомендовать витамины, исходя из показателей пользователя. |
| 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 | Лаконичность интерфейсаМногообразие языковУдобный функционал |
| 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 | Кадровая классификация: Алина-бизнес аналитик, Андрей-Аналитик, Дарья-Лидер проекта, Ксения-Мотиватор Организация: Найдена команда разработчиков, созданы социальные сети проекта и официальное письмо с предложением рекламыТакже определен календарный план стартап-проекта и распределены доли с потенциальной прибыли. |
| 22 | Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\* | * Наш товар соответствуетНаучно-техническим приоритетом healthnet. VITAFARMA предполагает направленность продукта стартапа на здоровье потребителя. Профессиональная самореализация является важной составляющей достижения высокого качества жизни, от которого зависит психическое здоровье. Таким образом, наш продукт связан с улучшением ментального здоровья и поддержанием его в будущем
 |
| 23 | Каналы продвижения будущего продукта\*  Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения | * Существуют активные и пассивные каналы продаж.Активные :Прямые продажиТелемаркетингКорпоративный канал продажДилерский каналПартнерский каналКанал розничных продажПассивные каналы продаж :Сарафанное радио и вирусныймаркетингРекламаСоциальные сети
* содержать помещение, проще с доставкой, есть возможность автоматизировать процесс продаж
* В наши дни большую популярность набирает ЗОЖ. Поэтому каждый пытается следить за своим здоровьем, заниматься спортом, пить витамины.Мы выбрали для себя такую маркетинговую стратегию как : кооперация. Аптеки, спортзалы и спорт магазины делают рекламу нашей компании, взамен мы рекламируем их товар.
 |
| 24 | Каналы сбыта будущего продукта\*  Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора | * Мы используем активные каналы продаж такие как :Собственный сайт и приложение. Это является прямой продажей, так как потребитель напрямую контактирует с нами. Покупки онлайн - одна из самых удобных современных технологий.Также мы используемOzon и Wildnerries.На каждом таком канале настраиваются и запускаются определенные бизнес-процессы — от закупки товаров до продвижения. Схема во многом повторяет офлайн-бизнес, так как и в обычном магазине проводится товарная аналитика, ведется работа с поставщиками, товары отгружаются на склад, проверяются, упаковываются, маркируются. Но рисков и расходов меньше, так как многие действия исключаются. Например, не нужно содержать помещение, проще с доставкой, есть возможность автоматизировать процесс продаж.Наш товар соответствуетНаучно техническим приоритетом healthnet. VITAFARMA предполагает направленность продукта стартапа на здоровье потребителя. Профессиональная самореализация является важной составляющей достижения высокого качества жизни, от которого зависит психическое здоровье. Таким образом, наш продукт связан с улучшением ментального здоровья и поддержанием его в будущем.
 |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | Описание проблемы\*  Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9  | Проблема состоит в том, что многие люди, не имеющие медицинского образования, но желающие улучшить своё самочувствие затрудняются в выборе нужных витаминов и составлении плана их приема. Мы предлагаем им решить свою проблему, обратившись к нам. Наши специалисты грамотно подбирают витамины, основываясь на заключениях врача, общее самочувствие человека, желание улучшить сон или повысить энергию |
| 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 | * Основываясь на 9 пункте, проблема заключается в том, что не каждый потребитель может правильно подобрать себе витамины, либо ему некогда их изучать и выбирать в аптеке. Следовательно наше приложение помогает решить данную проблему. Под каждым видом витаминов у нас есть описание, характеристики и способы приема. Также мы консультируем и доставляем в любую точку страны.
 |
| 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 - не осведомленность в медицинских препаратах. Не все читают инструкции перед приемом тех или иных лекарств или витаминов. Не у каждого есть время детально изучать все разновидности витаминов и грамотно подобрать их для себя. Мы помогаем потребителю понять, что нужно именно для него. Занимаемся подбором, консультацией, анализируем состояние клиента. Также еще одной проблемой является время. Наша доставка день-в-день помогает решить это. Будь то наш клиент на работе, дома или на даче, мы доставляем по любому адресу и времени, на усмотрение потребителя. Когда ему будет удобно, тем самым решается проблема нехватки времени у клиента.
 |
| 28 | Каким способом будет решена проблема\*  Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой | Благодаря нашему приложению люди смогут себе покупать медикаменты без назначения врача. |
| 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. | Приложение «Vitafarma» поможет людям разных возрастов подбирать витамины с учетом их возрастов и особенностей организма, а также отслеживать состояние здоровья. |

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Календарный план проекта:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №этапа | Название этапа календарного плана | Длительность этапа, мес. | Стоимость, руб. |
| 1 | Разработка проекта:1. Создание устава проекта
2. Корректировка устава проекта
3. Исследование
4. Проектирование
5. Работа со стейкхолдерами
6. Создание руководств
7. Внедрение устава
 | 1 месяц | 45000 |
| 2 | Планирование проекта:1. Определение масштаба и целей
2. Составление бюджета
3. Создание плана коммуникаций
4. Управление рисками
 | 2 месяца | 35000 |
| 3 | Запуск и реализация проекта:1. Отслеживание статуса
2. Определение КПЭ
3. Контроль качества
4. Прогнозирование
5. Обновления по проекту
6. Обновления диаграммы
 | 3 месяца | 30000 |
| 4 | Анализ результатов:1. Цели проекта
2. Конечные продукты
3. Оценка затрат
4. Оценка эффективности
 | 1 месяц | 10000 |