**Паспорт стартап-проекта DogVale**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Краткая Информация о стартап-проекте | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Мобильное приложение Dog Vale |
| **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.* | Разработка высоко-технологического решения для владельцев собак в формате приложения |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | нано-, био-, информационные и когнитивные технологии |
| **4** | **Рынок НТИ** | Технет |
| **5** | **Сквозные технологии** | Искусственный интеллект, интерактивные карты, технологии беспроводных связей |
|  | Информация о лидере и участниках стартап-проекта | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | - U1428613  - id 4929379  - Поляков Фёдор Дмитриевич  +7 (964) 921-55-83  fedotpoi@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 | Опыт и квалификация (краткое описание) | | 1 | U1428613 | id 4929379 | Поляков Фёдор Дмитриевич | Руководитель проекта | 89649215583  fedotpoi@gmail.com | Студент РЭУ им.Г.В.Плеханова по направлению менеджмент | | 2 |  |  |  |  |  |  | | 3 |  |  |  |  |  |  | | |
|  | 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* | Приложение для владельцев собак  Функционал: 1. Интерактивная карта с метками других пользователей онлайн-на прогулке 2. Форум для владельцев собак, где они смогут задавать вопросы 3. Система меток на карте, чтобы искать потерянных питомцев или обходить бродячих собак 4. Возможность покупки корма для своего питомца прямо у поставщика онлайн и с возможностью сравнить характеристики разных кормов  Цели: 1.Создать единое сообщество владельцев собак по всей России  2. Улучшение качества жизни людей (уменьшение вероятности нежелательной встречи с крупными собаками/бродячими собаками)  3. Повышение степени лёгкость поиска друзей своего питомцу на прогулке  Ожидаемые результаты: 1. Уменьшение числа несчастных случаев при встрече с бродячими собаками 2. Сотрудничество с государством в решении проблемы бездомных животных  3. Пользователи в большинстве регионов страны  Потенциальные потребительские сегменты:  -владельцы собак -проживают в России -пользуются смартфоном -используют мобильные приложения и пользуются сетью Интернет |
|  | **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 владельцев собак  Функционал: 1. Интерактивная карта с метками других пользователей онлайн-на прогулке 2. Форум для владельцев собак, где они смогут задавать вопросы и получать ответы от других владельцев собак (система уровней и званий) 3. Система меток на карте, чтобы искать потерянных питомцев или обходить бродячих собак 4. Возможность покупки корма для своего питомца прямо у поставщика онлайн, с возможностью сравнить характеристики разных кормов  5. Канал связи между волонтёрами с разных регионов и правительством для решения проблем с бродячими животными, если администрация населённого пункта не работает над решением проблемы |
| 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* | 1. Проблема бродячих собак 2. Сложность поиска и получение информации для выбора корма и лекарств для питомца 3. Потеря питомца 4. Догхантинг 5. Сложность получения услуги простого осмотра в ветеринарной клинике |
| 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.)* | **B2C**  -владельцы собак -проживают в России -пользуются смартфоном -используют мобильные приложения и пользуются сетью Интернет  **B2B**  **-**производители кормов для домашних животных -дистрибуторы товаров для домашних животных  -ветеринарные клиники  -кинологические организации  **B2G**   * Канал взаимодействия волонтёров и Правительства РФ |
| 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* | * GPS-технология * Технологии умного поиска * Разработка детекторов уровня здоровья собаки на основе сенсорных технологий и искусственного интеллекта * Применение датчиков температуры в телефоне * Онлайн-чаты * ИИ |
| 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.* | Потоки получения доходов:  -месячные и годовые подписки  -комиссия магазинов за продажу их товара  -реклама товаров для собак от разных магазинов в приложении  Отношения с потребителями:  - Техническая поддержка  - Возможность кастомизации карты и профиля  - Наказания за неуважительное отношение к другим пользователям нашего приложения  Способы привлечения финансовых ресурсов:  - Собственные средства - Средства инвесторов - Заёмные средства  - Поддержка со стороны государства  Продвижение:  -Таргетированная реклама  -Сарафанный маркетинг  -Сайт в интернете  -Розыгрыши и конкурсы  -Партнёрство с ветеринарными клиниками, производителями товаров для животных, груминговыми и кинологическими службами, питомниками и другими компаниями, работающими в сфере домашних животных |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Приложения, использующие интерактивные карты (2ГИС, Яндекс.Карты, Zenly) 2. Маркетплейсы (сайты совместных покупок, онлайн-маркетплейсы (Яндекс.Маркет, Ozon, Wildberries)) 3. Форумы в социальных сетях (онлайн форумы в социальных сетях, ответы mail.ru) 4. Приложение для владельцев собак (Айда Гулять) |
| 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* | - Возможность оформления заказа на товары для питомца прямо из приложения, с возможностью сравнить цены и варианты  - Возможность получить совет более опытного владельца собаки  - Возможность получить онлайн-консультацию кинолога или ветеринара  - Предупреждение о возможной встрече с бродячими собаками |
| 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* | 1. Растущий рынок: Существует значительный спрос на приложения, связанные с уходом за домашними животными, потому что люди всегда ищут более удобный и эффективный способ решения их проблем – поход к ветеринару, поиск ответа в Интернете, покупка корма и лекарств и тд. Всё это потребителям может предложить приложение.  2. Уникальность и ценность: Приложение может предоставить владельцам собак широкий спектр функций, таких как управление расписанием прогулок, тренировок, ветеринарных визитов, покупка продуктов для собак и обмен опытом с другими владельцами. Это может сильно упростить жизнь владельцев собак  3. Технологические возможности: Современные технологии, позволят разработать индивидуальные рекомендации по здоровью для питомца на основе указанных в профиле данных.  4. Монетизация: Приложение может быть монетизировано через различные способы, такие как платные подписки, реклама, партнерские программы с ветеринарными клиниками и магазинами для животных. Это позволит обеспечить устойчивость и рентабельность проекта.  5. Формирование сообщества: Создание приложения для владельцев собак также способствует формированию сообщества, где пользователи могут обмениваться опытом, задавать вопросы и находить поддержку. Это создает дополнительную ценность и привлекательность для пользователей.  Совокупность этих факторов обеспечивает устойчивость и надёжность приложения. |
|  | **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* | Мобильное приложение в котором будут использованы технологии : ИИ, GPS-технологии, технологии умного поиска, онлайн-чаты. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Организационные параметры: -внутри компании разделиться на отделы: разработчики, техническое обслуживание, маркетинг, внешние коммуникации, медиа, отдел продаж, отдел работы с клиентами, специалисты -регулярные совещания с командой для обеспечения постоянного развития приложения. На совещаниях каждый сможет поделиться идеями, предложениями, обратной связью для улучшения приложения -партнёрство с ветеринарными клиниками, производителями товаров для животных, груминговыми и кинологическими службами, питомниками и другими компаниями, работающими в сфере домашних животных. Развитие системы обмена клиентами, проведение совместных мероприятий (акций, мастер-классов) - сотрудничество с Правительством в частичном решении проблемы беспризорности животных  Производственные параметры: -необходимо разработать качественно-проработанное приложение с удобным и интуитивно-понятным интерфейсом. -необходимо создать отдел работы с клиентами – техническую поддержку и обеспечить лёгкость связи с ней, и высокую скорость получения ответа на обращение -масштабируемость стартапа сначала на всю территорию Росси, далее на рынок стран СНГ  Финансовые параметры: -привлечение инвесторов для создания и развития бизнеса -основной источник дохода – подписки в приложении. Также будет доход с рекламы в приложении |
| 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.)* | - широкий функционал и отсутствие полных аналогов на рынке в данный момент  - социальная сеть, создающая единое сообщество из владельцев собак  - удобный и понятный интерфейс приложения  - возможность покупки товаров для питомцев напрямую у производителя  - система индивидуальных рекомендаций и советов на основе предоставленных данных  - возможность онлайн бронирования услуг для собак, как груминг, тренировки или визит к ветеринару |
| 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* | * GPS-технология - для интерактивной карты с функциями отслеживания владельцев собак и их питомцев при условии наличия специального ошейника * Технологии умного поиска – по данным о собаке, указанным в профиле предлагать наиболее подходящие корма и лекарства * Разработка детекторов уровня здоровья собаки на основе сенсорных технологий и искусственного интеллекта * Применение датчиков температуры в телефоне для определения температуры в среде, где находится собака, с целью предотвратить перегрев животного * Онлайн-чаты – для организации обмена информацией между владельцами собак и взаимодействия с кинологами и ветеринарами   ИИ – для ответа на типичные, часто-задаваемые вопросы |
| 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* | Сформулирована концепция приложения и область её применения |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект относится к рынку НТИ (технет) и в нём используются передовые технологические решения |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | - Реклама в социальных сетях – создание аккаунта сообщества в вк, телеграмм и продвижение их за счёт алгоритмов вк, розыгрышей, конкурсов, прямых эфиров и тд.  - Контекстная реклама – реклама в поиске Яндекс позволит привлечь пользователей, которые интересуются тем, чтобы завести животное, ищут корма, ветеринара, грумера и тд.  - Партнёрство с ветеринарными клиниками, производителями товаров для животных, груминговыми и кинологическими службами, питомниками и другими компаниями, работающими в сфере домашних животных. Развитие системы обмена клиентами, проведение совместных мероприятий (акций, мастер-классов)  - Сотрудничество со звёздами и блогерами, которые имеют животных или связывают свою деятельность с работой с животными. Рекомендация нашего приложения от таких личностей позволит повысить лояльность клиентов |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Продажа подписок в внутри приложения. Такая система выбрана потому, что:   1. С помощью подписок можно создать гибкую ценовую политику (разделись виды подписок и ранжировать функционал в них в зависимости от стоимости) 2. То что само приложение бесплатное и некоторые его функции доступны абсолютно любому пользователю поможет привлечь потенциальных покупателей подписки. 3. Подписки обеспечивают стабильный источник дохода для компании, что позволяет постоянно улучшать и поддерживать приложение. Это может включать в себя добавление новых функций, исправление ошибок и обновление безопасности, что обеспечивает лучший опыт для пользователей. 4. Подписки позволяют вводить пробные периоды и возможность отказаться от подписки, что повышает лояльность аудитории 5. Система подписок упрощает проведение розыгрышей, а розыгрыши способствуют сарафанному маркетингу |
|  | Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | - Проблема бродячих собак - Обычные люди, домашние собаки и их владельцы часто становятся жертвами случайных встреч с бродячими собаками, такие встречи могу навредить и питомцу, и человеку.  - Сложность поиска и получение информации для выбора корма и лекарств для питомца – в Интернете есть много вариантов как следует поступить неопытному владельцу собаки, но часть из этих вариантов – рекламная кампания фирм. В этом заключается сложность получения искомых знаний  - Потеря питомца – часто владельцы отпускают своих собак с поводков, чтобы собака могла вдоволь нагуляться и набегаться, но такое иногда приводит к тому, что собака убегает из поля зрения хозяина. Тогда владелец должен писать во все городские паблики и печатать листовки, чтобы иметь хотябы небольшой шанс, что его друг вернётся  - Догхантинг – большая проблема регионов. Необходимо обратить на эту проблему и внимание общественности, и внимание Государства |
| 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* | 1. Проблема бродячих собак не будет решена, но приложение позволит избегать этой проблемы 2. Информацию станет получать гораздо легче и эта информация получена опытным путём, а не рекламой 3. Проблему потери питомца приложение не решит, но позволит упростить её решение 4. Проблему догхантинга приложение не решает, но приложение позволит обратить внимание общественности на эту проблему |
| 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)* | 1.Иногда, владельцам собак тяжело найти компанию для прогулки со своим питомцем, а для самой собаки очень важна компания, поэтому в нашем приложении будет интерактивная карта, показывающая других собак на карте  2. Обычные люди, домашние собаки и их владельцы часто (в регионах) становятся жертвами случайных встреч с бродячими собаками, в нашем приложении каждый пользователь сможет ставить метки на интерактивной карте, если заметит бродячую собаку, чтобы другие пользователи приложения не стали жертвами такой встречи  3. Зачастую, бывает очень сложно добраться в ближайшую/хорошую ветеринарную клинику. Эта проблема стоит особенно остро, когда причина такого посещения незначительна. Поэтому пользователи нашего приложения смогут получить услуги ветеринара откуда угодно и когда угодно по предварительной записи – телеветеринария.  4. Сложность выбора подходящего корма и необходимость совета опытных собаковладельцев. В нашем приложении владельцы собак смогут общаться друг с другом, получать и давать рекомендации друг другу.  5. Потеря питомца. Такое может случить, если отпустил своего друга поиграть, а он убежал. Тогда Вы сможете моментально выставить объявление о пропаже своего друга, а владельцы собак и просто пользователи поблизости получать вашу просьбу о помощи. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | 1. Проблема бродячих собак – система меток на интерактивной карте в местах, где были замечены бродячие собаки поможет людям выстроить более безопасный маршрут прогулки 2. Для упрощения получения нужной информации будут созданы форумы для владельцев собак с разными породами и проблемами. Так опытные владельцы собак смогут делиться тем, как они решают проблему с неопытными владельцами. 3. Потеря питомца – в приложении можно будет тут же создать объявление о пропаже питомца (вся информация и фотографии собаки уже будут в профиле), тогда всем пользователям приложения в определённом радиусе будет выслана просьба о помощи, что увеличит вероятность поимки сбежавшей собаки 4. Догхантинг – с помощью приложения можно будет создать канал коммуникации между волонтёрами и государством. Так эта проблема будет предана огласке и государство посодействует в её решении. |
| 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.* | Если все владельцы собак купят годовую подписку: TAM = 20 млн\*1 990= 39 800 млн SAM = 20млн\*1999\*40%= 15 920 млн SOM = 1,7%  Ожидаемая рентабельность 20% |

план дальнейшего развития стартап-проекта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название этапа плана | Длительность этапа | Стоимость, руб | Особенность |
| Составление матрицы 5 сил Портера | 0,25 мес | 100.000 | фриланс |
| Анализ рынка | 0,25 мес | 100.000 |
| STEEPLE и SWOT-анализ | 0,25 мес | 150.000 |
| Исследование целевой аудитории | 0,25 мес | 100.000 |
| Заключение партнёрских соглашений с некоторыми компаниями | 2 мес | 100.000 |  |
| Наём специалистов (ветеринары, кинологи, IT-специалисты, менеджеры, дизайнеры, аналитики и тд.) | 1 мес | 2,5 млн |  |
| **Создание приложения** | | | |
| Анализ проекта | 0,25 мес | 70.000 | Аутсорс |
| UI/UX дизайн | 1 мес | 350.000 |
| Разработка приложения | 2-3 мес | 2,3 млн |
| Тестирование приложения | Параллельно с разработкой | 350.000 |
| Управление проектом | В течении всего этапа | 250.000 |
| **Создание бренда (параллельно с разработкой приложения)** | | | |
| Создание логотипа, символики бренда, группы бренда | 1 мес | 50.000 | Фриланс |
| Таргетированная и контекстная реклама | 2 мес | 100.000 |  |
| Реклама через блогеров и знаменитостей | 1 мес | 350.000 |  |
| Анонсирование приложения | 0,5 мес | 150.000 |  |
| **Запуск приложения** | | | |
| Итого: | ~8-9мес | 7 020 000 |  |