**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) 921-55-83fedotpoi@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 | 89649215583fedotpoi@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 собакФункционал:1. Интерактивная карта с метками других пользователей онлайн-на прогулке2. Форум для владельцев собак, где они смогут задавать вопросы3. Система меток на карте, чтобы искать потерянных питомцев или обходить бродячих собак4. Возможность покупки корма для своего питомца прямо у поставщика онлайн и с возможностью сравнить характеристики разных кормовЦели: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 прогулкеОжидаемые результаты:1. Уменьшение числа несчастных случаев при встрече с бродячими собаками2. Сотрудничество с государством в решении проблемы бездомных животных 3. Пользователи в большинстве регионов страныПотенциальные 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 собакФункционал:1. Интерактивная карта с метками других пользователей онлайн-на прогулке2. 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 собак4. Возможность покупки корма для своего питомца прямо у поставщика онлайн, с возможностью сравнить характеристики разных кормов5. 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 приложенииОтношения с потребителями:- Техническая поддержка- Возможность кастомизации карты и профиля- Наказания за неуважительное отношение к другим пользователям нашего приложенияСпособы привлечения финансовых ресурсов:- Собственные средства- Средства инвесторов- Заёмные средства- Поддержка со стороны государстваПродвижение:-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 собак3. 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 животныхПроизводственные 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 СНГФинансовые 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 млнSAM = 20млн\*1999\*40%= 15 920 млнSOM = 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  |  |