

# ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

<b>КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ</b>								
<b>1</b>	<b>Название стартап-проекта*</b>			Капсула				
<b>2</b>	<b>Тема стартап-проекта*</b>			Платформенный сервис				
	<i>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.</i>							
<b>3</b>	<b>Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ*</b>			IT				
<b>4</b>	<b>Рынок НТИ</b>			TECHNET				
<b>5</b>	<b>Сквозные технологии</b>			Искусственный интеллект, нейротехнологии, технологии виртуальной и дополненной реальности				
<b>ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА</b>								
<b>6</b>	<b>Лидер стартап-проекта*</b>			- Unti ID – U541003 - Leader ID - 2320920 - ФИО - Кирза Анна Сергеевна - телефон - 89653591422 - почта - kirzaanna1203@gmail.com				
<b>7</b>	<b>Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)</b>							
	№	Unti ID	Leader ID	ФИО	Роль в проекте	Телефон, почта	Должность (при наличии)	Опыт и квалификация (краткое описание)
	1	U541003	2320920	Кирза Анна Сергеевна	Организация работы в команде, поиск и набор специалистов для проекта,	89653591422	Лидер проекта	
	2	U1428632	4929361	Кулакли Арина Александровна	Анализ рынка, поиск потенциальных покупателей, продвижение	89175395177	Маркетолог	
	3	U1428586	4929329	Панкова Александра Романовна	Генерация идей, создание презентаций,	89170584536	Креативщик	

				ведение медиа		
4	U1428 635	4929369	Побережниченко Дарья Анатольевна	Сбор и анализ обратной связи, представлени е бренда	893087851 94	Спикер, менеджер по коммуникация м

## ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА

8	<p><b>Аннотация проекта*</b></p> <p><i>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</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цель: внедрить инновационную технологию виртуальной примерки одежды в процессе онлайн шопинга</li> <li>2. Задачи: создать реалистичный, полностью подстраиваемый под параметры пользователя виртуальный аватар, оптимизировать процесс онлайн-шопинга, сэкономить время пользователя на подборе полноценных образов онлайн, уменьшить издержки на возврат товара</li> <li>3. Ожидаемые результаты: за первый год после запуска заключить минимум 1 контракт с крупными поставщиками (Melon Fashion Group, 32) и владельцами франшиз, таких как: Lime, Твое, Gloria Jeans и другими), количество скачиваний приложения за первый год после запуска проекта от 1 млн.раз в App Store и Google Play, время окупаемости проекта - 5 лет.</li> <li>4. Области применения результатов: пользователи сети, желающие приобрести товар наиболее точно подходящий его размерам, но также и профессионалы бьюти сфер, например, стилисты, которым приходится постоянно держать в голове множество образов, чем данная инновация сможет упростить деятельность.</li> <li>5. Потенциальные потребительские сегменты: нишевой рынок</li> </ol>
---	--	--

### Базовая бизнес-идея

9	<p><b>Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться*</b></p> <p><i>Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации которого планируется получить основной доход</i></p>	<p>Приложение, оптимизирующее подбор одежды в онлайн магазинах с помощью персонализированного реалистичного виртуального аватара, создаваемого пользователем. Вся одежда из каталогов перенесена в кибер формат и совместима с аватарами, клиенты могут мерить одежду онлайн</p>
10	<p><b>Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает*</b></p> <p><i>Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт</i></p>	<p>Технология ускоряет процесс подбора одежды онлайн, пользователям не нужно ехать в оффлайн магазин, чтобы вживую померить вещи, проверить их сочетаемость и размер на соответствие; возможность составлять образы на каждый день и сохранять их в отдельном разделе без траты лишнего времени на раздумья о подборе образа в трудный момент; снижает издержки на доставку товаров для примерки</p>

11	<p><b>Потенциальные потребительские сегменты*</b></p> <p><i>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.)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рынок B2B, B2C</li> <li>2. ЦА: молодежь 18-25 лет, жители крупных Российских городов (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань), имеют доход от 45000, учатся и/или работают, увлекаются модой, следят за своим имиджем, им важно грамотно распределять время, они не готовы тратить много времени на выбор одежды и поездки в офлайн магазины, средний или высокий уровень потребления</li> </ol>
12	<p><b>На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)*</b></p> <p><i>Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта</i></p>	<p>Компьютерная 3D графика, CLO 3D, Marvelous Designer, VStitcher, UI/UX design , CG-художник</p>
13	<p><b>Бизнес-модель*</b></p> <p><i>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.</i></p>	<p><i>Ключевой вид деятельности:</i> Платформенный сервис с функцией персонализированного подбора одежды из онлайн магазинов с помощью индивидуального виртуального реалистичного аватара, полностью подстраиваемого под параметры человека</p> <p><i>Ключевые партнеры:</i> -Онлайн магазины -Российские дизайнеры/бренды</p> <p><i>Ключевые ресурсы:</i> -Человеческие -Финансовые -Интеллектуальные</p> <p><i>Ценностные предложения:</i> -Возможность составлять персонализированного аватара по своим параметрам -Возможность сочетать вещи онлайн -Возможность виртуальной примерки вещей</p> <p><i>Взаимоотношения с клиентами:</i> -Автоматизированное обслуживание (приложение) -В перспективе функция в массовых онлайн магазинах</p> <p><i>Каналы сбыта:</i> -Продажи через интернет -Реклама магазинов-партнеров -Реклама блогеров и на тв</p> <p><i>Потребительские сегменты:</i> 16-30 лет Акцент на женскую аудиторию Люди, положительно реагирующие на инновации Увлекаются модой, следят за стилем и за своим внешним видом Пользуются онлайн магазинами Активные пользователи социальных сетей</p> <p><i>Структура издержек:</i> Постоянные: тех обслуживание, фиксированная заработная плата сотрудников, сервера Переменные: сотрудники со сдельной зп Эффект диверсификации: маркетинг</p> <p><i>Потоки поступления доходов:</i> Реклама в приложении, процент от партнёрских магазинов, платная подписка</p>
14	<p><b>Основные конкуренты*</b></p> <p><i>Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)</i></p>	<p>Getwardrobe, Skap, N2B, shkaф, combyne</p>
15	<p><b>Ценностное предложение*</b></p> <p><i>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</i></p>	<p>Уникальное предложение без аналогов на рынке, высокая точность персонализации аватара, возможность просмотра того, как будет сидеть одежда, и ее сочетаемость до покупки</p>

16	<p><b>Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД, действующих промышленных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.); дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)*</b></p> <p><i>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</i></p>	<p>1.Обоснование реализуемости бизнеса: компьютерная 3D графика существует уже на данный момент. Для создания данного приложения требуется структурирование уже имеющихся технологий с добавлением новых (измененных) технологий</p> <p>2.Устойчивость бизнеса: Приложение покрывает больше миллионов людей (экономит время, сокращает количество возвратов товара, позволяет не ошибиться в выборе, подборе одежды), что соответственно позволит быть конкурентоспособными на рынке</p> <p>3.Конкурентные преимущества: уникальность и новизна используемой технологии, безопасность данных пользователей, сотрудничество с крупными компаниями, такими, как Melon Fashion Group, 32 и другими</p>
<b>Характеристика будущего продукта</b>		
17	<p><b>Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)*</b></p> <p><i>Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению</i></p>	<p>Приложение предполагается для работы на платформах Android, IOS. Функционировать будет и на телефонах, и на планшетах в ориентации экранов</p> <p>портретная и ландшафт</p>
18	<p><b>Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса*</b></p> <p><i>Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности</i></p>	<p>Внутренние процессы предполагается выстраивать на основе Agile подхода с учетом клиентоцентричности. Партнерские связи выстраиваются с магазинами, дизайнерами, платформами, экосистемами</p>
19	<p><b>Основные конкурентные преимущества*</b></p> <p><i>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.)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Уникальность</li> <li>-Индивидуальность</li> <li>-Технологичность</li> <li>-Безопасность данных</li> </ul>
20	<p><b>Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции*</b></p> <p><i>Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных в пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность</i></p>	<p>Новейшие технические решения в области ускорения загрузки данных и обновления данных на экране, а также навигации в приложении</p>
21	<p><b>«Задел». Уровень готовности продукта TRL</b></p> <p><i>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</i></p>	<p>На данный момент проект на стадии разработки и тестирования (кастдев) идеи. Собрана команда проекта, которая будет расширяться. Работа планируется к организации частично используя SCRUM подход. На данном этапе реализуются ежедневные стендапы. Проводится работа над разделением процесса на спринты</p>
22	<p><b>Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия*</b></p>	<p>Сфера IT технологий является ключевой для России в 2023 году. Добавить конкретики</p>
23	<p><b>Каналы продвижения будущего продукта*</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-реклама в интернете</li> <li>-реклама у фешн и лайфстайл блоггеров</li> </ul>

	<i>Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения</i>	-реклама по ТВ -партнерство с онлайн магазинами одежды -показ нашего Аватара на цифровых экранах и в виде 3D голограммы в магазинах-партнерах
24	<b>Каналы сбыта будущего продукта*</b>  <i>Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора</i>	1. Мобильное приложение. 2. Монетизация приложения 3. Партнерские программы. Онлайн магазины, которые выставляют в нашем приложении свою продукцию, предлагают своим клиентам наши услуги
<b>Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект</b>		
25	<b>Описание проблемы*</b>  <i>Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 10</i>	Пользователи страдают от отсутствия понимания как одежда из онлайн магазинов будет смотреться на их конкретных параметрах, как следствие заказывают товар вслепую или же оформляют заказ из нескольких размеров одной и той же вещи, а потом вынуждены сдавать не подошедшие модели и в некоторых случаях платить за это. Компании-перевозчики совершают лишние поездки, увеличивая издержки.  Клиенты не хотят тратить много времени на поездки в магазины, выбор одежды из ограниченного представленного ассортимента, поиск сочетаемой одежды, долгие очереди в примерочные. Еще можно дописать
26	<b>Какая часть проблемы решается (может быть решена)*</b>  <i>Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта</i>	Пользователи сразу могут понять как вещи будут сидеть на их фигуре без заказа и примерки. Становится проще подбирать полноценные аутфиты, можно еще дописать
27	<b>«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции*</b>  <i>Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 24)</i>	Потенциальный потребитель тратит много времени на подбор образов в реальной жизни. Наше предложение сокращает время на подбор, упрощает сам процесс, так как это происходит онлайн.  Потенциальный потребитель сомневается при заказе одежды в онлайн магазинах, так как не знает, как именно будет смотреться товар на его параметрах. Персонализированный аватар решает эту проблему, тем самым снижая издержки на возврат. Он даёт возможность посмотреть товар именно на потребителе, что упрощает выбор
28	<b>Каким способом будет решена проблема*</b>  <i>Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справиться с проблемой</i>	Пользователь самостоятельно создает свой реалистичный виртуальный аватар в приложении основываясь на собственных параметрах. Вся одежда, представленная в каталоге приложения, перенесена в кибер-формат и полностью совместима с аватаром. Одежда размещается крупными и средними брендами одежды. Еще пописать, помнить
29	<b>Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса*</b>  <i>Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.</i>	Рентабельность 20% SAM – 419 970 936 руб/год SOM – 104 992 734 руб/год TAM - 41 997 093 600 руб/год

# ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА

номер	Название этапа	Дата окончания	Итоговый результат
1.	Разработка и тестирование MVP	До декабря 2024	Успешно работающий MVP
2.	Поиск клиентов	До апреля 2024	Контракты на 3+ лет с 5 онлайн магазинами
3.	Тестирование MVP на платформах клиентов	До октября 2024	Отлаживание найденных неполадок, запуск обновлений
4.	Развитие CLO	До июня 2025	Перевод 60% продуктов клиентов в CLO-формат
5.	Выстраивание развитой системы стейкхолдеров	До сентября 2025	Система стейкхолдеров