

Паспорт стартап-проекта для прохождения отборочной экспертизы стартап-проекта и темы ВКРС

<p>Число участников стартап-проекта и их компетенции (не более пяти человек)</p> <p><i>Оценивается укомплектованность команды и наличие опыта участников в реализации технологических и инновационных проектов</i></p>	<p>1. Ибрагимгаджиева Мадина — CEO и продукт-менеджер. Занимается аналитикой потребительского поведения в fashion-сфере, построением бизнес-модели, разработкой маркетинговых стратегий и управлением проектом. Отвечает за взаимодействие со стилистами, формирование продукта и принятие стратегических решений.</p> <p>2. Иткумова Майя — СМО, руководитель по маркетингу и коммуникациям. Обладает навыками digital-маркетинга и бренд-менеджмента, специализируется на продвижении продукта, создании коммуникационных стратегий, развитии социальных сетей и привлечении пользователей.</p> <p>Участники имеют опыт участия в акселерационных программах и разработке технологических проектов. Команда ранее работала над проектом «Дрон-маляр», включая создание концепции, проработку финансовой модели, маркетинговой стратегии и подготовку к внедрению решения в строительной отрасли.</p>
<p>Минимальные стартовые затраты стартап-проекта</p> <p><i>Оценивается проведенный финансовый анализ по стартовой реализации продукта</i></p>	<p>Минимальные стартовые затраты проекта Fashion Jam рассчитаны исходя из необходимости создания MVP-версии сервиса на базе Telegram-бота, юридического оформления, базовой маркетинговой активности и поддержания работоспособности сервиса на первых этапах. В проекте не требуется разработка полноценного мобильного приложения на</p>

	<p>начальном этапе, что существенно снижает себестоимость запуска.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка: 536 000 р <ul style="list-style-type: none"> · API-ChatGPT: 18 000 р · Аренда серверов: 18 000 р · Разработка MVP (бота): 300 000 р · Создание сайта: 200 000 р 2. Зарплата: 1 360 000 р <ul style="list-style-type: none"> · Маркетолог: 480 000 р · Техподдержка: 720 000 р · Дизайнер/контент-мейкер: 160 000 р 3. Маркетинг и продвижение: 1 090 000 р <ul style="list-style-type: none"> · Реклама в Telegram/TikTok: 80 000 р · Сотрудничество с инфлюенсерами: 500 000 р · Создание лендинга: 10 000 р · Дизайн (бренд, UX/UI): 50 000 р · Ведение соцсетей: 450 000 р 4. Юридические и административные расходы: 560 000 р <ul style="list-style-type: none"> · Регистрация бизнеса: 10 000 р · Административная и правовая основа (договоры): 10 000 р · Бухгалтерия, налоги, отчётность: 540 000 р 5. Прочие расходы: 180 000 р <ul style="list-style-type: none"> · Домены и лицензии: 60 000 р · Непредвиденные расходы (резерв): 120 000 ₽ · Месяц 1: 527 500 р · Месяц 2-5: ~250 000 р в среднем (поддержка и маркетинг) · Месяц 6: 197 500 р · Месяц 7: 468 500 р (запуск сайта) · Месяц 8-12: ~300 000 р в среднем (штатный режим) <p>С учётом всех обязательных расходов на разработку MVP, юридическую подготовку, дизайн, серверную</p>
--	---

	<p>инфраструктуру и маркетинг, суммарные стартовые затраты на первый год реализации проекта составляют 3 726 000 рублей, учитывая зарплату сотрудников и создание сайта.</p> <p>План доходов (на 12 месяцев)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Подписка стилистов <ul style="list-style-type: none"> • 100 стилистов на платформе • 60 оформляют подписку 5 000 ₽ в месяц → 300 000 ₽/месяц 2) Комиссия с услуг стилистов <ul style="list-style-type: none"> • 200 заказов в месяц • С подписчиков берётся 10%, с остальных 20% • Средний чек 3 500 ₽ → 98 000 ₽/месяц 3) Подписка клиентов (Fashion+) <ul style="list-style-type: none"> • 200 подписчиков × 500 ₽ → 100 000 ₽/месяц 4) Реклама внутри платформы <ul style="list-style-type: none"> • 10–15 рекламодателей по 5 000 ₽ → 50 000 ₽/месяц <p>ИТОГО доходов: 548 000 ₽/месяц Средний ежемесячный расход после старта: 300 000 – 350 000 ₽/месяц Период окупаемости: 3 726 000/218 000 = 17 месяцев</p>
<p>Перспективы коммерциализации стартапа <i>Оценивается соответствие и реалистичность выбранных потенциальных рынков, сегментов рынка и потенциальных потребителей</i></p>	<p>1. Оценка размеров рынка. Для стартапа Fashion Jam рынок оценивается в контексте модных услуг, цифрового стайлинга, ИИ-рекомендаций и персонализированного e-commerce. РАМ — все пользователи fashion-индустрии России, включая онлайн-шоппинг, стилистов, клиентов маркетплейсов ≈ 500–600 млрд рублей. ТАМ — рынок модных услуг + рынок персональных консультаций + digital-styling сервисы ≈ 180 млрд рублей.</p>

SAM — рынок онлайн-услуг стайлинга, частных стилистов, консультаций + сервисы рекомендации образов \approx 18 млрд рублей.

SOM — фокус Fashion Jam: 50 000 активных клиентов, 5–7 тыс. стилистов на платформе, монетизация через подписку, комиссию и ИИ-ассистента \approx 500 млн рублей (2,5–3% от SAM).

2. Тенденции и драйверы рынка

Рынок fashion-tech динамично растёт, а ключевые тренды усиливают востребованность нашего продукта.

Ключевые драйверы:

1) Рост digital-экономики и онлайн-потребления. Пользователи уже привыкли обслуживать свои потребности через Telegram-ботов и мобильные сервисы.

Консультирование через мессенджеры стало нормой.

2) Переход стилистов в онлайн, 70% частных стилистов работают через соцсети, но не имеют удобной платформы для клиентов и портфолио. Fashion Jam закрывает эту нишу.

3) Взрывной рост ИИ-инструментов, а ИИ-рекомендации в моде и beauty-tech растут быстрее рынка. Fashion Jam — один из первых проектов на российском рынке, где ИИ помогает: классифицировать вещи, создавать образы, предлагать стилистов под стиль и бюджет.

4) Рост спроса на удобные сервисы, экономящие время. Сегодня людям важнее: скорость принятия решения, отсутствие лишних шагов, готовые персональные рекомендации, сервисы, которые «делают всё за них».

Fashion Jam идеально попадает в этот тренд, предлагая пользователям готовые образы, персональные рекомендации и помочь в создании цифрового гардероба.

5) Популярность персонализации, поколение Z и миллениалы выбирают бренды, которые «знают их вкус».

6) Рост вторичного рынка моды и цифровых гардеробов. Пользователи хотят: оптимизировать гардероб, не покупать лишнее, быстрее собирать образы.

3. Целевая аудитория по методу Марка Шеррингтона «5W»

1) WHO — Кто является целевой аудиторией?

Клиенты (пользователи сервиса): женщины 18–35 лет; проживают преимущественно в городах-миллионниках; активные пользователи соцсетей, мобильных приложений и маркетплейсов; ценят стиль, но не хотят тратить много времени на составление образов; покупают одежду регулярно, но испытывают сложности с сочетаниями, образами и рациональностью гардероба.

Стилисты: начинающие и практикующие стилисты 20–40 лет; ищут способы привлечения клиентов и развития личного бренда; хотят удобную платформу для работы, консультаций и заработка; не имеют собственной устойчивой клиентской базы или испытывают сложность в постоянных привлечениях.

2) WHAT — Какие потребности они хотят удовлетворить?

Клиенты хотят: быстро подбирать образы под ежедневные задачи (работа, свидание, путешествие и др.); экономить время утром и избегать «кризиса гардероба»; выглядеть стильно без необходимости разбираться в моде; понимать, какие вещи им подходят; собирать цифровой гардероб; получать совет от ИИ или стилиста.

Стилисты хотят: место для продвижения и поиска клиентов; площадку для кейсов и портфолио; удобные консультации

онлайн; инструменты аналитики и рекомендаций; возможность монетизации без вложений в маркетинг.
3) WHY — Почему аудитория покупает продукт?

Клиенты: хотят уверенности в своём внешнем виде; избегают стресса от выбора одежды; экономят деньги (не покупают лишнее); хотят персонализированные решения; хотят “сервис, который думает за них”.

Стилисты: получают поток клиентов без необходимости тратить деньги на рекламу; экономят время на коммуникациях и организации процесса; получают инструменты для профессионального роста; работают через безопасную платформу с защитой от “отменённых” клиентов.

4) WHEN — Когда продукт нужен? В каких ситуациях?

- утром, когда нужно быстро собрать образ,
- перед важными событиями: свиданием, собеседованием, поездкой, деловой встречей,
- при смене сезона (“осень — что надеть?”),
- при покупке новой одежды,
- когда хочется обновить стиль,
- когда возникает ощущение «всё есть, но ничего не подходит».

Для стилистов — когда они ищут дополнительные источники дохода или выход на более широкую аудиторию.

5) WHERE — Где аудитория принимает решение о покупке?

В смартфоне — Telegram, TikTok; при просмотре контента инфлюенсеров; на страницах Fashion Jam (Telegram-бот, сайт, лендинг); в маркетплейсах одежды (мотивация усиливается сопутствующим контентом); внутри самого продукта после прохождения теста и первых ИИ-образов.

	<p>Итоговый портрет по 5W: Fashion Jam ориентирован на молодых женщин, которые хотят выглядеть стильно без лишних усилий, ценят персонализацию и удобство. Продукт решает реальные бытовые проблемы выбора одежды, экономит время и увеличивает уверенность в себе. Дополнительно платформа предоставляет новые возможности заработка для стилистов.</p>
<p>Технологичность и наукоемкость стартап-проекта</p> <p><i>Оценивается соответствие проекта перечню направлений стартап-проектов и стартапов (приложение 2), а также наличие, уровень развития, эффективность технологии, планируемой к использованию в проекте</i></p>	<p>Fashion Jam относится к рынку fashion-tech и цифровых платформ услуг.</p> <ol style="list-style-type: none"> Платформа Fashion Jam основана на гибридной модели: сочетании искусственного интеллекта и работы профессионального стилиста. Применяются технологии анализа цифрового гардероба, классификации вещей по стилям, сезонности и фигуре пользователя. Используются алгоритмы AI-подбора образов, которые сокращают время работы стилиста и формируют предварительные рекомендации для клиента. Технология проекта находится на нулевом–первом уровне технологической готовности (TRL 1–2). На данном этапе сформирована концепция гибридной платформы «ИИ + стилист» и определены ключевые пользовательские сценарии и архитектура MVP, который будет реализован в формате Telegram-бота. Платформа объединяет три технологических компонента, интегрированные в MVP: ИИ-стилист, каталог реальных стилистов с фильтрацией, цифровой гардероб с загрузкой вещей.

3. Критические элементы технологии
- Алгоритм первичной классификации вещей и образов (по стилю, типу, цвету, назначению, сезону).
 - Подбор стилиста по рассчитанному профилю пользователя (запрос, бюджет, эстетика).
 - Гибридные рекомендации (ИИ + эксперт): ИИ формирует варианты, стилист корректирует до итогового образа.
- Основные научно-технические задачи MVP
- разработать модель описания стиля, подходящую для автоматизации рекомендаций;
 - реализовать алгоритм теговой сортировки вещей из гардероба;
 - сформировать структуру профиля стилиста, учитывающую специализацию, опыт и эстетику;
 - определить минимальный набор параметров пользователя для выдачи корректных рекомендаций;
 - интегрировать возможности ручной обработки данных на старте (гибридная модель), с перспективой автоматизации.
4. На стадии Telegram-версии продукт позволит:
- получать рекомендации образов от ИИ, уточняемые стилистом;
 - систематизировать личный гардероб пользователя и подбирать сочетания;
 - найти подходящего стилиста по стилю, запросу и характеристикам фигуры;
 - уменьшить количество неудачных покупок и повысить удовлетворённость пользователей;
 - обеспечить стилистам доступ к клиентам и цифровым

	<p>инструментам, сокращающим рутину.</p> <p>Главная технологическая миссия платформы - создать единый интеллектуальный сервис, который будет: помогать людям покупать и носить одежду осознанно, предоставлять стилистам инструмент стабильного заработка, формировать прозрачный рынок модных услуг - основанный на данных, а не хаотичном поиске через соцсети.</p>
<p>Наличие потенциала развития стартаппроекта</p> <p><i>Оценивается наличие конкурентных преимуществ и потенциальная востребованность создаваемого в проекте товара/изделия/технологии/услуги в сравнении с существующими аналогами, уникальность идеи стартап-проекта.</i></p>	<p>Проект Fashion Jam обладает высоким потенциалом развития, так как решает две устойчивые рыночные проблемы: отсутствие удобного сервиса для получения результата в виде стильных образов и отсутствие прозрачной технологичной среды для заработка стилистов. В отличие от существующих сервисов, Fashion Jam не продаёт услугу как единичное действие, а формирует экосистему, объединяющую ИИ-ассистента, каталоги стилистов и цифровой гардероб в одном пространстве.</p> <p>1. Уникальное торговое предложение проекта заключается в гибридной модели «ИИ + стилист», которая позволяет пользователю получать не просто рекомендации, а полноценный результат — персональный стиль с учётом фигуры, запроса, гардероба и бюджета. Для стилистов это — цифровой рабочий инструмент,</p>

	<p>который снижает рутину и обеспечивает поток клиентов.</p> <p>2. На рынке присутствуют отдельные конкуренты: приложения цифрового шкафа (Shkaf, Fits, GetWardrobe), сервисы услуг (Профиль.ру\авито), а также стилисты в социальных сетях. Их слабые стороны заключаются в фрагментарности сервисов: нет помощи в заработке стилистов, нет гибридных рекомендаций ИИ + эксперт, отсутствует системный подход к гардеробу, а пользователь выбирает «вслепую», без гарантии результата. Fashion Jam объединяет эти сегменты, формируя единую экосистему, что делает проект востребованным и уникальным.</p>
<p>Быстрый рост стартап-проекта <i>Оценивается темп развития стартап-проекта, а также проработанность дорожной карты развития проекта</i></p>	<p>Развитие проекта рассчитано на быстрый запуск с минимальными затратами за счёт реализации MVP в формате Telegram-бота. Такой формат позволяет тестировать ценность продукта, получать первых пользователей и доход ещё до разработки полноценного веб-сайта или мобильного приложения. Быстрый рост проекта достигается за счёт вирусной модели привлечения специалистов и клиентов: стилисты получают выгоды за приглашение других стилистов, а пользователи - бесплатные рекомендации за приглашение друзей. Это снижает затраты на маркетинг и ускоряет масштабирование.</p> <p>Ключевые этапы развития проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Февраль-март — подготовка. Формирование команды, продуктовая концепция MVP, поиск первых стилистов, разработка структуры и сценариев Telegram-бота. • Апрель-июнь — разработка MVP. Создание Telegram-бота с каталогом

стилистов, простым ИИ-ассистентом и загрузкой вещей в цифровой гардероб. Подключение платёжных систем, тестирование с первыми пользователями.

- Июнь-июль — юридическая часть. Регистрация ИП/ООО, разработка договоров со стилистами, регистрация бренда и политика конфиденциальности.

- Июль-октябрь — маркетинг и запуск. Запуск соцсетей, партнёрства с инфлюенсерами, продвижение подписок, рост базы стилистов и пользователей, первые коммерческие консультации.

- Октябрь-январь — масштабирование. Добавление новых функций ИИ, автоматизация анализа гардероба, расширение партнёрств с брендами, разработка сайта и подготовка к мобильному приложению.

Ожидаемый результат: к концу первого года проект переходит от MVP-версии к полноценному digital-сервису с базой активных стилистов и устойчивым доходом за счёт платных консультаций, подписки и партнёрств. Это обеспечивает дальнейший рост и масштабирование на рынок fashion-услуг.