**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  | **Краткая информация о стартап-проекте** |
| --- | --- |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | HoloBox |
| **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.* | Система голографических проекторов, управляемых специальным приложением |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Нано-, био-, информационные когнитивные технологии |
| **4** | **Рынок НТИ** | Технет |
| **5** | **Сквозные технологии**  | Нейротехнологии, технологии виртуальной и дополненной реальности |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\***  | - U1466549 - id 4969531- Савченко Полина Евгеньевна- 7 992 406 92 77- spinas.208@mail.ru |
| **7** | **Команда** **стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы) как**

| № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | U1466712 | 4969545 | Островский Алексей Евгеньевич | Предприниматель | +79269229000 ostrovskiy.alexey.01@gmail.com  |  |  |
| 2 | U1466871 | 4983390 | Подгорнова Виктория Витальевна  | Предприниматель | victoria\_appleid24@mail.ru 89687141691 |  | Участвовала в конкурсе “Я-финансист”,прошла в последний тур.Выиграла ярмарку бизнес идей в РУДН |

 |
|  | **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* |  Стартап-проект основан на создании голографического проектора, который может быть управляем с помощью приложения. С помощью данного проектора можно будет наблюдать реальную картину чего-либо, будто то дизайн квартиры или дизайн одежды.  Нашей целью и задачей является внедрить продукт в разные сферы, а также принести им пользу обществу, например, использование нашего продукта в образовании или медицине поможет социально-экономической сфере общества.  |
|  | **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* | Система голографических проекторов и мобильного приложения, позволяющая создавать реалистичные проекции дизайна интерьера |
| 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* | Сложность правильно и точно оценить то, как будет выглядеть готовый ремонт помещения. |
| 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.)* | Продукт предназначен как для массовых, так и для нишевых продаж физическим лицам (B2C), а именно:- студенты архитектурных и строительных вузов- взрослые люди любого пола с достатком выше среднего;- дизайнеры в сфере интерьера;Для юридических лиц (B2B):- магазины мебели- компании по продаже недвижимости - организации в сфере развлечений;- дизайнерские компании. |
| 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* |  В процессе визуализации голограммы в определенной точке пространства происходит сложение двух волн – опорной и объектной, образовавшихся в результате разделения лазерного луча. Опорную волну формирует непосредственно источник света, а объектная отражается от записываемого объекта (в будущем планируется реализовать голограмму без опорной волны)  |
| 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.*  | Ценностное предложение: Возможность увидеть в реальной жизни, как выглядит дизайн помещения, чтобы предотвратить возможность возникновения проблемы «ожидания-реальность», а следовательно и трат денежных средств и времени.Потребительские сегменты: Дизайнеры в сфере интерьера Магазины мебели Люди с заработком выше среднего Компании по продаже недвижимостиКаналы сбыта:Собственные, прямые: *Продажа через интернет*Собственные, непрямые: *Фирменные магазины* Партнерские, непрямые:*Оптовики*  Взаимоотношения с клиентами:Автоматизированное обслуживание *( самообслуживание + автоматизация процессов = ПРИЛОЖЕНИЕ )*Потоки поступления доходов:Тип потока доходов: *Доход от разовых сделок*Способ создания потока: *Продажа товара* Ключевые виды деятельности:Разработка технологии голо-проектора, а также создание приложение, которое будет в онлайн режиме регулировать сам проектор. Ключевые ресурсы:По порядку убывания1. *Интеллектуальные*
2. *Финансовые*
3. *Человеческие*
4. *Материальные*

Ключевые партнеры:Научные организации, изучающие искусственный интеллект, digital пространства и пр. *( Например: Сколково )* Структура издержек:**Постоянные издержки:** *Аренда помещения**Фиксированные заработная плата**Реклама**Налоги***Переменные издержки:***Плата за электричество* *Сырье*  |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Magic Leap, Holoplot, 3D Solius, Voxon Photonics, RealView Imaging , Leia Inc.  |
| 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 увидеть в реальной жизни, как выглядит дизайн помещения, чтобы предотвратить возможность возникновения проблемы «ожидания-реальность», а следовательно и трат денежных средств и времени. В отличие от других голографических систем, наша система проецирует изображение на воздух (на начальных этапах развития на специальные белые боксы) |
| 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* | Реализуемость бизнеса обеспечивается уникальностью продукта Устойчивость бизнеса обеспечивается расширением базовой комплектации проектора (создание модельного ряда проекторов с различным функционалом) и стабильное увеличение ассортимента 3Д моделей за счет растущих потребностей клиентов.  |
|  | **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* | Наш продукт единственный в своем роде, ни одна компания не предоставляет возможность продемонстрировать нужную “картину” с помощью голограмм в режиме реального времени. Наш проектор удобен, ведь его можно регулировать с помощью приложения, а также его можно перемещать из одного помещения в другое, что делает его еще более конкурентоспособным. А также наш продукт может быть применен в совершенно разных сферах (медицина, образование, дизайн интерьера или мода)  |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* |  Поиск IT компаний, в распоряжение которых есть современные технологии для создания нового продукта - “реалистичные голограммы”, а также разработки приложения для управления голограммами. Данная компания может выступать в качестве нашего партнера на этапе разработки новой уникальной технологии голограмм. На данный момент потенциальными партнерами могут быть: Центр искусственных когнитивных систем ТюмГУ; Сколковский институт науки и технологий; Московский институт электронной техники. Для продвижения нашего продукта мы будем использовать:1. Сотрудничество с брендами одежды, которые устраивают модные показы. Наш продукт можно использовать как часть декора на их мероприятиях.
2. Сотрудничество с лидерами в отрасли автобизнеса, тк наши голограммы могут стать главной частью презентации новых продуктов таких компаний.
3. Сотрудничество с компаниями из сферы дизайна, такими как “Группа А+А”. Наш продукт может помочь в разработке и презентации дизайна интерьеров для их покупателей.
4. Сотрудничество с шоу из сферы медиа. Использование наших голограмм в их офлайн мероприятиях привлечет как аудиторию к ним, так и к нам.

 План создания продукта:1. Разработка технологии “реалистичные голограммы”.
2. Создание приложения для редактирования голограммам.
3. Адаптация приложения для Anroid, Windows и MacOS.
4. Презентация продукта на форуме по IT технологиям.
5. Выгрузка приложений в GooglePlay и AppStore.
6. Запуск продаж продукта.
 |
| 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.)* | - уникальность продукта- персонализация- простота использования- реалистичность голограмм- востребованностьинновационные методы - визуализации- качество продукта |
| 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* | Так как наш продукт является новой технологией, то стоит посмотреть исходя из как видов голограмм мы создали свои “реалистичные голограммы”.1. ЗD-голограммы - передают объём и глубину реального объекта голограммы. При их создании используется модель в масштабе 1:1. При наведении луча света наблюдается оптический эффект – объёмное изображение в воздухе;
2. 2D-голограммы – созданы при помощи двухмерной графики, расположены в одной плоскости, 2D-изображение объёмно, многослойно;
3. 2D/3D-голограммы - состоят из двух и более плоскостей изображения, создают параллакс (эффект перспективы). Создают чёткость контуров рисунка, видимы при любых условиях освещения;
4. Digital Image (Цифровые голограммы) - изображение, созданное на компьютере в одной плоскости, отображается в виде растровых точек - создают эффект движения;
5. Гелиограммы - создаваемые в одной плоскости изображения представляют собой комбинацию графических элементов и эффектов движения.
 |
| 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* | TRL 1. Сформулирована фундаментальная концепция технологии и обоснование ее полезности. Определены целевые области применения технологии. Выявлены потенциальные партнеры программы. Найдены технологии, на основе которых можно создать наш уникальные продукт.TRL 2. Сформулирована техническая концепция, установлены возможные области применения разработки.Аналитический обзор, проведенный в рамках патентного исследования, показал реализуемость и отсутствие аналогичных решений. TRL 3. Для подтверждения концепции мы описали принцип работы аналоговых устройств и в каких задачах можно использовать наш продукт.  |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | В России активно развивается рынок IT и дизайна. Наш продукт затрагивает оба этих направления, тем самым развивая отечественное производство. IT - новая ветвь бизнеса в наше время, продукты из этой сферы востребованы для различных целей. Наша уникальная технология объемных голограмм позволит нам стать одними из немногих, кто сможет предоставить такой продукт на рынке. Дизайн - сфера, которая требует улучшение качества и сокращение времени реализации продуктов. Наш продукт позволит сократить издержки, сэкономив время разработки проектов для клиентов наших заказчиков, а сэкономленные деньги вложить в более качественные материалы или иные направления. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | В качестве каналов продвижения будет использована диджитал реклама, партнерские отношения ( компании сотрудники будут рекламировать наш продукт, используя его,например,на показе мод ), также будут использованы социальные сети. Мы считаем, что именно эти каналы продвижения стоит выбрать, поскольку в современном мире каждый ежедневно просматривает соц сети, тв каналы, а также сайты и соц сети любимых компаний. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Собственные, прямые: Продажа через интернетСобственные, непрямые: Фирменные магазины (розничная продажа физическим лицам)Партнерские, непрямые:Оптовики (сотрудничество с крупными дизайнерскими и мебельными компаниями) |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Рынок недвижимости в России растет с каждым годом. Возникает вопрос ремонта и обустройства. Людям тяжело представить результат работы дизайнеров в реальности. Из-за этого часто возникают случаи несовпадение ожиданий/реальности, что влечет за собой последующее переделывание выполненной работы (дополнительные траты) и даже судебные разбирательства. |
| 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* | Товар позволяет предотвратить ситуация ожидание-реакция, поскольку покупатель имеет возможность посмотреть конечный результат, а также внести измнения. |
| 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)*  | Потенциальный потребитель - человек, желающий сделать ремонт дома имеет проблему: у него есть дизайн проект, но он не понимает, как это будет выглядеть в итоге, так как 3D модель на гаджете не дает полноценной картины, при этом не хочет “ошибиться” и “заплатить за это двойною ценой” поэтому ему необходим продукт, который позволит увидеть конечный результат, оценить его и делать выводы об изменении  |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Покупатели смогут в режиме реального времени посмотреть проекцию дизайна, например, квартиры. Они смогут оценить ситуацию в данный момент и смогут внести коррективы, при это не потратив деньги на переделку мебели или двери. Наш продукт сможет уменьшить траты и время потребителей на переделки ремонта, самого дизайна. |
| 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.* | Наш продукт может реализовываться в сегменте слияния IT рынка и рынка Дизайна. Наш продукт уникален, но учитывает наличие более простых, но частично схожих технология в данном сегменты мы можем занять 20% рынка с целью последующего увеличения числа потребителей и занимаем доли рынка. Масштабирование нашего продукта будет реализовываться:1. Посредством внедрения технологий в сферы образования, медицины, медиаиндустрии и тп
2. Создание мини-версии продукта с более ограниченными возможностями использования. Такой продукт можно продавать людям с заработком чуть выше среднего, так как за счет сокращения количества функций и уменьшения размера продукта он станет более дешевым.

TAM SAM SOM анализ:TAMНаши основные клиенты это крупные магазины мебели и люди с заработком выше среднего.Количество крупных магазинов мебели в России (каждый магазин покупает в среднем 5 проекторов) : 13 500 \* 5 = 67 500Количество людей с заработком выше среднего: 11 000 000*Итого:* 11 067 500Примерная стоимость голографической системы: *100 тыс рублей***TAM равен**: 100 000 \* 11 067 500 = *1 106 750 000 000 рублей*SAM На рынке 67 500 потенциальных магазинов-клиентовИз них 23% готовы к внедрению новой технологии, т. е. 15 525На рынке 11 000 000 потенциальных людей-клиентовИз них 0,2% являются дизайнерами, готовыми к использованию новой технологии, т. е. примерно 25 000 человек**SAM равен** : (15 525 + 25 000) \* 100 000 = *4 052 500 000 рублей* SOMМы вошли на рынок с инвестициями в размере 50 000 000 рублей. Поэтому денег на выплату заработной платы хватает на 25 специалистов. SAM мы оценили в 40 525 клиентов. Каждый специалист продает максимум 150 единиц продукта в год. Значит 25 сотрудников - 3750 единиц, то есть примерно 9%**SOM равен**: 3750 \* 100 000 = *375 000 000 рублей* |

**план дальнейшего развития стартап-проекта**

| Участие в федеральном акселераторе | Поиск источников финансирования (частные инвесторы, господдержка) | Начало научных исследований по разработке holo-проектора | Разработка приложения и производство проекторов | Тестирование MVP | Корректировка MVP и плана развития  | Корректировка ЦА | Привлечение клиентов | Начало продаж |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |