

МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ “ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ СТИЛИСТ”

Выполнили:

Усачева Дарья Владимировна, гр. 1384
Бобков Владислав Дмитриевич, гр. 1384
Степаненко Денис Васильевич, гр. 1384



ОПИСАНИЕ ИННОВАЦИИ



Наше мобильное приложение — это виртуальный стилист, который использует искусственный интеллект для анализа черт лица, цвета кожи, формы тела и других особенностей пользователя, чтобы предложить индивидуальные рекомендации по стилю. Оно позволяет пользователям “примерить” разные прически, одежду и аксессуары с помощью виртуальной примерки. Приложение ориентировано на удобство, скорость и высокую степень персонализации.

Доступ к полному функционалу приложения доступен по месячной/годовой подписке.





ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ ИДЕИ

Оценка	Очень высокая 5	Высокая 4	Низкая 3	Очень низкая 2
Тенденция рынка	возникающий	растущий	стабильный	в стадии упадка
Срок жизни товара	10 лет и более	5-10 лет	3-5 лет	1-3 года
Скорость распространения	очень высокая	довольно высокая	низкая	очень низкая
Потенциал рынка (физический в шт.)	>10000 тыс.	10000-5000 тыс.	5000-1000 тыс.	<1000 тыс.
Потенциал рынка (денежный)	1 миллиард	1 миллиард-500 миллионов	500-100 миллионов	<100 миллионов
Потребность покупателей	не удовлетворяется	удовлетворяется плохо	удовлетворяется хорошо	удовлетворяется очень хорошо
Потребность в рекламной поддержке	низкая 0-2%	малозначимая 2-5%	Высокая 5%	очень высокая >5%
Отличительные качества	эксклюзивность	значительные особенности	слабые особенности	копирование (« как все »)
Сила конкуренции	очень слабая	слабая	сильная	очень сильная
Продолжительность эксклюзивности	>3 лет	1-3 года	<1 года	<6 мес.
Цена	намного ниже чем в среднем по рынку	немного ниже	равна	выше
Уровень качества	значительно превосходит среднее на рынке	слегка превосходит	такой же	уступает

РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ ИДЕИ



01

СУММАРНО БАЛЛОВ:

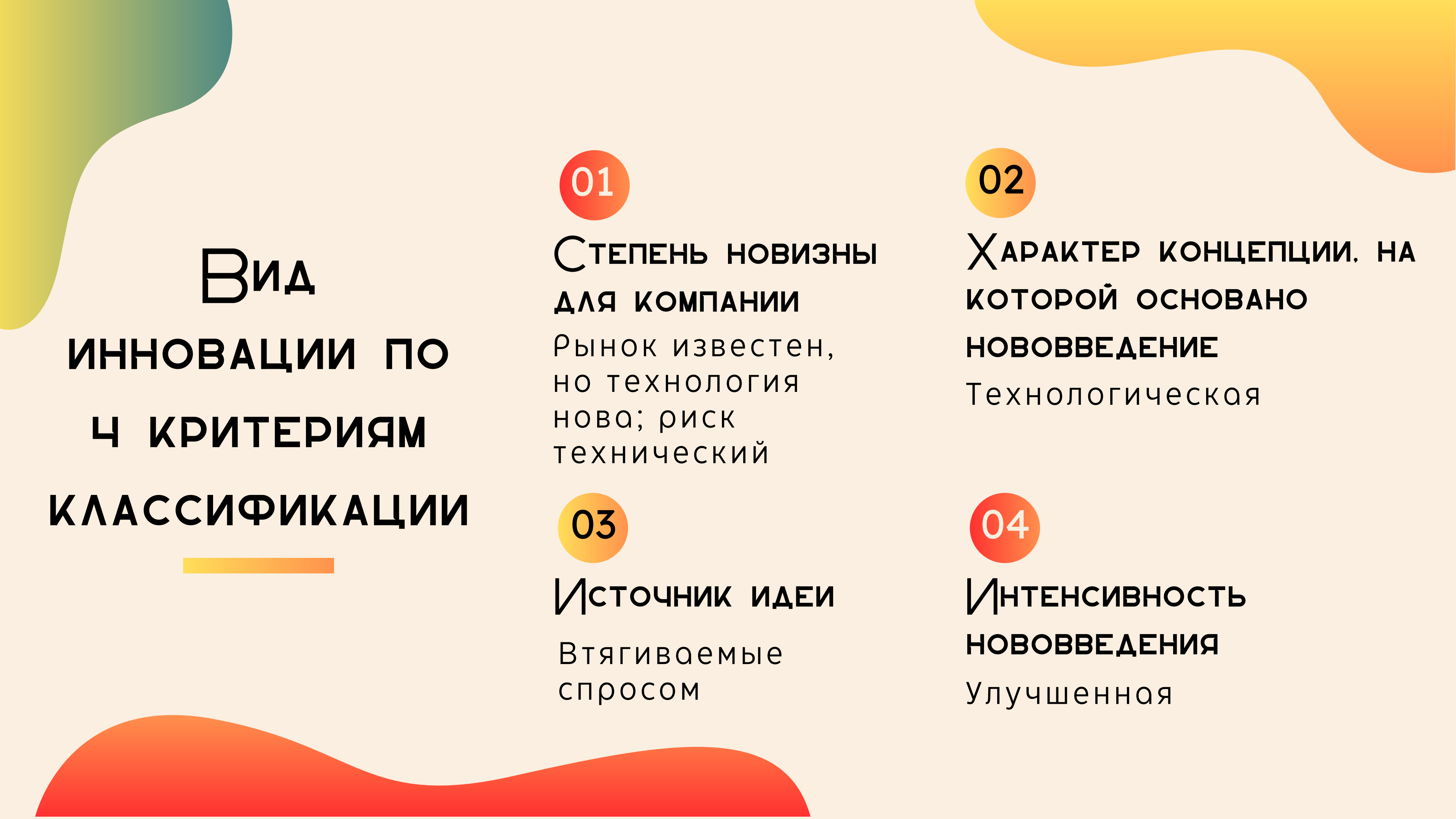
47

02


СРЕДНЕЕ ЧИСЛО:

3.9

Высокий балл обусловлен интересом аудитории к технологиям ИИ и персонализированным рекомендациям по стилю, что делает проект перспективным.



Вид ИННОВАЦИИ ПО 4 КРИТЕРИЯМ КЛАССИФИКАЦИИ



01

СТЕПЕНЬ НОВИЗНЫ ДЛЯ КОМПАНИИ

Рынок известен,
но технология
нова; риск
технический

02

ХАРАКТЕР КОНЦЕПЦИИ, НА КОТОРОЙ ОСНОВАНО НОВОВВЕДЕНИЕ

Технологическая

03

ИСТОЧНИК ИДЕИ

Втягиваемые
спросом

04

ИНТЕНСИВНОСТЬ НОВОВВЕДЕНИЯ

Улучшенная

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ



Для B2C

Культура/субкультура: популярные

Общественный класс: B-D (средний – рабочий)

Референтные группы: пользователь, в семье от этапа холостой жизни до третьей стадии “полного гнезда”

Роли и статусы: пользователь

Возраст: 15–30

Род занятий: бизнес, рабочий, учащийся, домохозяйка

Экономическое положение: среднее

Стиль жизни: постмодернизм (Европейская классификация: Денди, новобранцы, бдительные, Бизнесмены "акулы", забытые)

Потребности: выглядеть современно и стильно, подходяще.

ДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ДВИЖЕНИЯ ВВЕРХ ПО ЛЕСТНИЦЕ ХАНТА





1

Исходная: нет проблемы.

Образ/стиль человек подбирает себе сам или с помощью услуг стилиста.

2

Есть проблема, нет решения.

Сложно подобрать образ человеку; услуги стилиста стоят больших для кого-то денег.

3

Решения есть, сравниваем варианты.

Человек изучает модные журналы/блоги/форумы, сам пытается подобрать себе стиль/образ; использование менее технологичных приложений в AppStore, PlayMarket и т.д.

Осведомленность о продукте.

Реклама в социальных сетях; группы/аккаунты в социальных сетях с рекламным контентом; реклама в мобильных приложениях.

4

Совершение покупки.

Доступ к неполному функционалу; реклама в приложении; предложение клиенту годовой подписки по скидке 30%, если он купит прямо сейчас; бесплатная пробная подписка на неделю.

5

Удовлетворенность/неудовлетворенность/ приверженность.

Постоянное обновление базы одежды, аксессуаров, трендов; снижение стоимости подписки при повторной оплате; постоянные рекомендации специалистов мира моды.

6



МОДЕЛЬ ПОРТРЕТА

Демографические характеристики:

- Возраст: от 18 до 45 лет
- Пол: равномерно распределен между мужчинами и женщинами
- Образование: среднее специальное или высшее
- Место проживания: большие города и мегаполисы
- Доход: средний и выше среднего

Психологические характеристики:

- Личность: экстраверты, любящие экспериментировать и пробовать новое
- Интересы: мода, красота, стиль, дизайн, искусство и технологии
- Ценности: самовыражение, креативность, удобство и качество
- Мотивация: желание выглядеть стильно и модно, самосовершенствование, экономия времени и сил на поиск вдохновения и идей

Технологические характеристики:

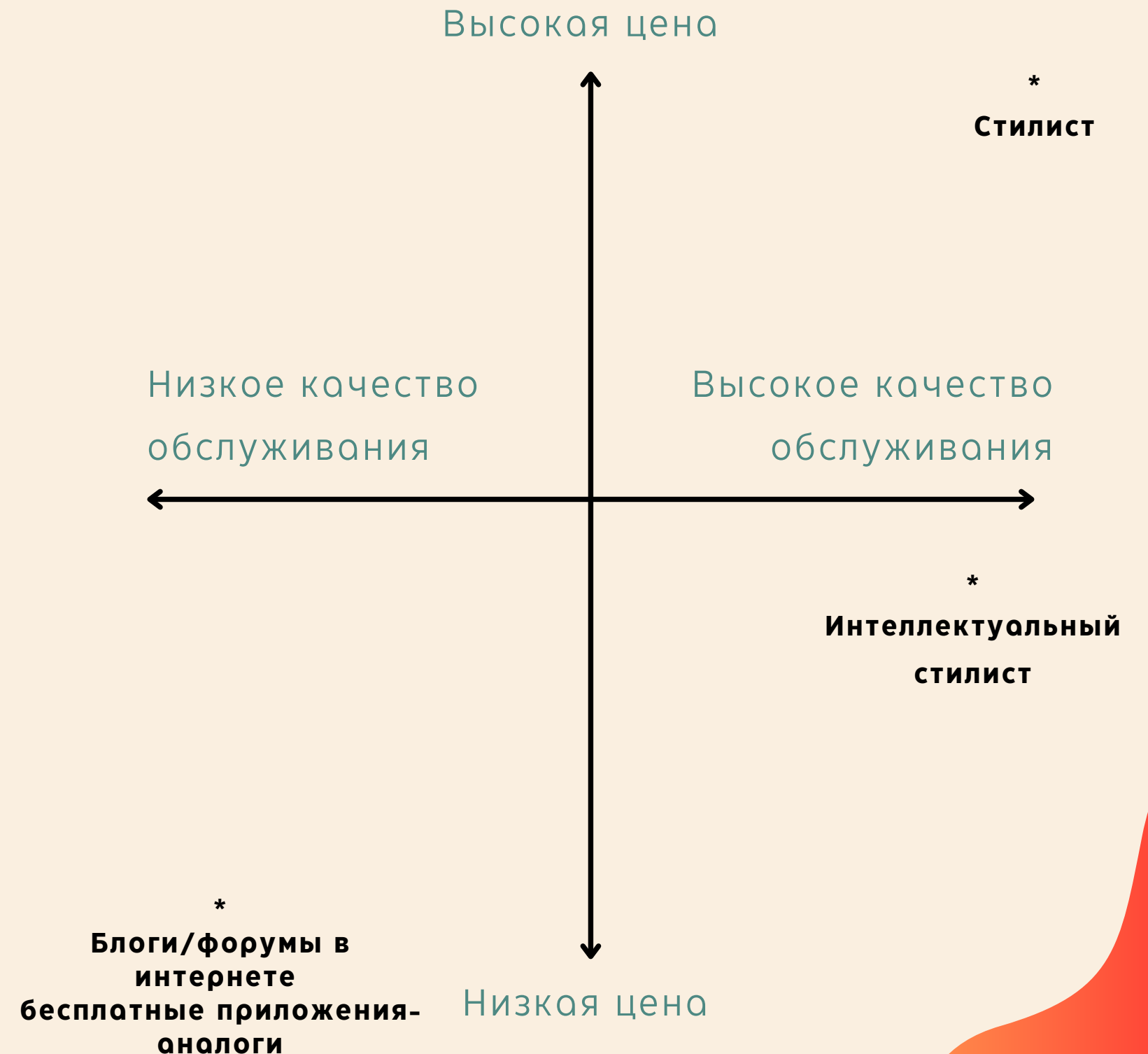
- Пользователи активно используют смартфоны и другие гаджеты в повседневной жизни
- Имеют опыт пользования мобильными приложениями и готовы к использованию новых сервисов
- Предпочитают приложения с удобным интерфейсом, быстрой загрузкой и широким функционалом

Поведенческие характеристики:

- Регулярно следят за трендами в моде и красоте
- Часто делают покупки в сегменте fashion и beauty
- Активны в социальных сетях и онлайн-сообществах, посвященных моде и стилю
- Ищут вдохновение и идеи для создания своего уникального образа
- Готовы платить за удобство, качество и эксклюзивность сервиса

КАРТА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

Можно сделать вывод, что качество обслуживания при использовании приложения будет сравнимым с качеством обслуживания реального стилиста, но если учесть, что услуга стилиста обойдется гораздо дороже, то приложение “Интеллектуальный стилист” является более практичным вариантом.



ПОТЕНЦИАЛ РЫНКА В ФИЗИЧЕСКИХ И ДЕНЕЖНЫХ ЕДИНИЦАХ (ОПИСАНИЕ)

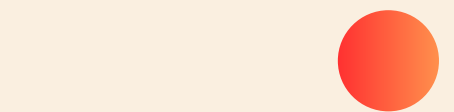
Считаем, что целевой рынок — это молодые люди в возрасте 16–35 лет, пользующиеся смартфонами в России (около 25 миллионов человек). Если 2% из них готовы подписаться (500 тысяч пользователей), это может составить 150 млн рублей в год ($500,000 * 300$ рублей).

Общие издержки (англ. General and Administrative Expenses, G&A) = (Затраты на разработку + Затраты на маркетинг и продажи + Затраты на техническую поддержку) / Общее количество пользователей

Переменные издержки (англ. Variable Costs) = (Затраты на серверное оборудование + Затраты на хостинг и техническое обслуживание серверов) / Общее количество пользователей

Фиксированные издержки (англ. Fixed Costs) = (Затраты на офис + Затраты на штат сотрудников + Прочие фиксированные затраты) / Общее количество пользователей

ПОТЕНЦИАЛ РЫНКА В ФИЗИЧЕСКИХ И ДЕНЕЖНЫХ ЕДИНИЦАХ (РАСЧЕТ)



Затраты на разработку:
37500000 руб.



Затраты на маркетинг и
продажи:
22 500 000 руб.



Затраты на техническую
поддержку:
15000000 руб.



Затраты на серверное
оборудование:
7 500 000 руб.



Затраты на хостинг и
техническое
обслуживание серверов:
11250000 руб. в год



Затраты на офис:
11250000 руб. в год



Прочие фиксированные
затраты:
7 500 000 руб. в год



Затраты на штат
сотрудников:
45000000 руб. в год

СРЕДНИЕ ИЗДЕЖЖКИ И ЗАТРАТЫ

Расчет средних издержек и затрат на одного пользователя в месяц в рублях:

Общие издержки (C&A):

$(37\,500\,000 + 22\,500\,000 + 15\,000\,000) / 10\,000\,000 = 7,5 \text{ руб}$

Переменные издержки:

$(7\,500\,000 + (112\,500\,000 / 12)) / 10\,000\,000 = 8.5 \text{ руб}$

Фиксированные издержки:

$(11\,250\,000 + 45\,000\,000 + 7\,500\,000) / 10\,000\,000 = 6,3 \text{ руб}$

Итого, средние издержки и затраты на одного пользователя составят около 23 рублей в месяц, что сильно окупает подписка за 300 рублей.



РЕШЕНИЕ ПО БАЗОВОЙ СТРАТЕГИИ

Миссия и видение:

- Миссия: Предоставить пользователям персонализированные рекомендации по прическам и одежде, используя передовые технологии AI для улучшения их внешнего вида и уверенности.
- Видение: Стать лидером на рынке приложений по стилю, известным за интуитивно понятный интерфейс и высокое качество рекомендаций.

Уникальное торговое предложение:

- Использование AI для точного анализа фотографий и создания персонализированных рекомендаций.
- Удобный интерфейс, который позволяет легко получать идеи и реализовывать их.

План действий:

- Разработка приложения с фокусом на пользовательском опыте.
- Запуск маркетинговой кампании до и после запуска приложения.
- Сбор обратной связи для постоянного улучшения приложения.

Гибкость и адаптация:

- Быстрая реакция на отзывы пользователей и изменения на рынке, адаптация функций приложения и маркетинговых стратегий.

Обратная связь:

- Создание механизма для сбора отзывов и предложений от пользователей, чтобы постоянно улучшать функционал и пользовательский опыт.

РЕШЕНИЕ ПО МАТРИЦЕ БКГ

Продукт	Доля рынка (%)	Темпы роста отрасли (%)	Квадрант
Интеллектуальный стилист	5	10	Вопросительный знак

В данном примере, мобильное приложение "Интеллектуальный стилист" имеет небольшую долю рынка (5%), но высокие темпы роста отрасли (10%), что помещает его в квадрант "Вопросительных знаков". Для этого продукта может понадобиться стратегия, направленная на увеличение доли рынка, например, путем инвестирования в маркетинговые кампании, разработку новых функций и улучшение пользовательского опыта.