



Коммуникатор НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

Предварительное инвестиционное предложение

Предполагается доработка предложения после определения совместно с инвестором приоритетных направлений развития проекта

Как выясняется к началу третьего тысячелетия, основные ресурсы общества — не промышленные или сельскохозяйственные, но информационные. Если материальное производство человечества отстает от его же материальных потребностей, то еще более отстает информационное потребление индивида от информационного производства человечества. Человечество может себя прокормить — но может ли оно себя понять, охватить разумом индивида то, что создано видовым разумом? Хватит ли человеку биологически отмеренного срока жизни, чтобы стать человеком?

В проекте представлен план разработки 12 инновационных программных продуктов, направленных на оптимизацию информационного взаимодействия человека с окружающей средой. Это продукты нового поколения, совместная реализация которых позволит перейти на новый этап эволюции информационных систем.

Предлагаемый нами проект при инвестициях в размере 417 млн. руб. позволяет через 5 лет получить чистый дисконтированный доход в размере 4 млрд. руб., достигнув внутренней нормы доходности в размере 100%.

Дальнейшее развитие проекта предполагает внедрение продуктов на территории стран большой восьмерки, что позволит в 10-летней перспективе достигнуть уровня капитализации проекта в размере 30-40 млрд. руб.

Текущее состояние проекта

На средства авторов проекта были разработаны два из двенадцати продуктов, в настоящее время ведется процесс бета-тестирования.

Человек и окружающий мир

Сознательно или бессознательно человек ставит перед собой жизненные цели и стремится достигнуть их. При этом он выбирает тот путь, который позволяет не только достигнуть цели, но и получить удовлетворение от процесса их достижения, выражающееся в положительных эмоциях. Отсюда вытекает одна из фундаментальных потребностей человека – потребность в радости. Для того чтобы человек мог удовлетворить свою потребность в радости, процесс взаимодействия с окружающим миром должен протекать максимально просто и непринужденно. В результате рождается потребность в оптимизации процессов взаимодействия с окружающим миром.

Стремясь удовлетворить последнюю потребность, человек в разные времена изобретал разные технологии и устройства, расширяющие собственные возможности информационного обмена. К таким технологиям можно отнести книгопечатание, телефон, радио, телевидение, интернет.

Помогать человеку получать удовлетворение от процесса достижения жизненных целей путем предоставления простых и удобных способов информационного взаимодействия с окружающим миром, опережающих требования современности.

В результате использования новых инструментов информация начала накапливаться лавинообразно. Сумма информации, которая накапливалась в течение всего XVI или XVII века, теперь поставляется в одну неделю, то есть темп производства информации возрастает в тысячи раз. Получается, что человек XXI столетия вынужден за свою жизнь воспринять в десятки тысяч раз больше информации, чем его предок всего лишь 300 - 400 лет назад.

Таким образом, путь исторического развития неизбежно приводит нас к эффекту отставания человека от человечества, зачатки которого мы наблюдаем в настоящее время. Возрастают диспропорции между развитием человеческой индивидуальности, ограниченной биологическим возрастом, и социально-технологическим развитием человечества, для которого пока не видно предела во времени. Увеличение возраста человечества не сопровождается столь же значительным увеличением индивидуальной продолжительности жизни. С каждым поколением на личность наваливается все более тяжелый груз знаний и впечатлений, которые были накоплены предыдущими веками и которые она не в состоянии эффективно использовать.

Согласно наблюдениям ученых увеличение информации в обществе происходит по закону геометрической прогрессии, в то время как развитие человека по закону арифметической прогрессии. Такие закономерности развития неизбежно приводят к “информационному взрыву”, связанному со стремительно растущим разрывом между количеством информации и способностью человека оперировать ей.

Эти причины породили весьма парадоксальную ситуацию — в мире накоплен громадный информационный потенциал, но люди не могут им воспользоваться в полном объеме в силу ограниченности своих возможностей.

Для того, чтобы справиться с лавиной информации, нужны специальные средства обработки информации, хранения и использования. Внедрение персональных компьютеров, современных средств переработки и передачи информации в различные сферы жизнедеятельности явилось реакцией на описанные процессы и знаменовало новый эволюционный процесс в развитии человеческого общества.

Проблематика существующих решений

Поскольку физиологические возможности человека не позволяют справиться с последствиями информационного взрыва, начали появляться информационные технологии и устройства, дополняющие возможности человека.

1. **Персональный компьютер** – дополнительные возможности, связанные с хранением и преобразованием информации.
2. **Web 1.0** – дополнительные возможности, связанные с консолидацией информации и организацией быстрого доступа к ней.
3. **Поисковые машины в сети Интернет** – дополнительные возможности, связанные с поиском нужной информации и фильтрацией ненужной.
4. **Web 2.0** – дополнительные возможности для коммуникаций, повышающие скорость и качество обмена информацией.
5. **3G** – предоставление доступа к информации в любом месте.

Все перечисленные устройства и технологии развивались хаотично. В результате мы имеем большое количество разрозненных решений, существенно осложняющих процессы информационного взаимодействия.

Одна из разработок последнего поколения информационных устройств — это коммуникатор. Особенность данного устройства в том, что оно всегда находится рядом с пользователем и готово помочь ему в преобразовании, поиске и обмене информацией в любую минуту. Через беспроводные каналы связи коммуникатор делает доступным дополнительные возможности человека, предоставляемые технологиями, в любом месте в любой момент времени.

Несмотря на весь потенциал использования коммуникаторов, они обладают рядом концептуальных проблем, препятствующих интеграции в жизненное пространство человека.

- Ограниченные функциональные возможности, позволяющие решить лишь небольшой круг задач реальной жизни с использованием коммуникатора, препятствуют интеграции последнего в жизненное пространство человека.
- Отсутствие взаимодействия между приложениями приводит к необходимости совершения избыточных действий для достижения результата.
- Дублирование однотипных функций разными приложениями делает неудобным использование коммуникаторов.
- Большое количество предустановленных функций со слабыми возможностями настройки, в то время как каждый человек обладает уникальным набором потребностей и ценностей.

Решение этих вопросов позволит организовать использование коммуникаторов и прочих планшетных устройств на качественно новом уровне.

Решение проблемы современных планшетных устройств лежит в области создания операционной системы нового поколения, предоставляющей пользователю:

- развитие возможностей человека за счет переноса все большего количества процессов и задач реальной жизни на виртуальную платформу устройства (расширение уровня присутствия устройства в жизни человека)

- упрощение использования устройства за счет агрегации функций и информационных потоков (устранение главного недостатка существующих систем)

- упрощение использования устройства за счет алгоритмов персонификации (переход на качественно новый уровень систем)



В результате таких преобразований произойдет постепенное стирание границ между информационными средами и физическим миром, между онлайн и оффлайном.

Разрабатываемые продукты предполагают несколько направлений агрегации:

- Единая запись для хранения полного набора персональных данных, как по пользователю коммуникатора, так и по контактным лицам (метаконтакт).

Метаконтакт обеспечивает интеграцию аккаунтов и учетных записей, связанных с различными приложениями, с контактной информацией и дополнительной информацией о пользователе. Интеграция позволяет упростить процесс авторизации и обмен данными, организовать информирование контактных лиц об изменении собственных персональных данных, использовать данные для определения предпочтений пользователя и т.д.

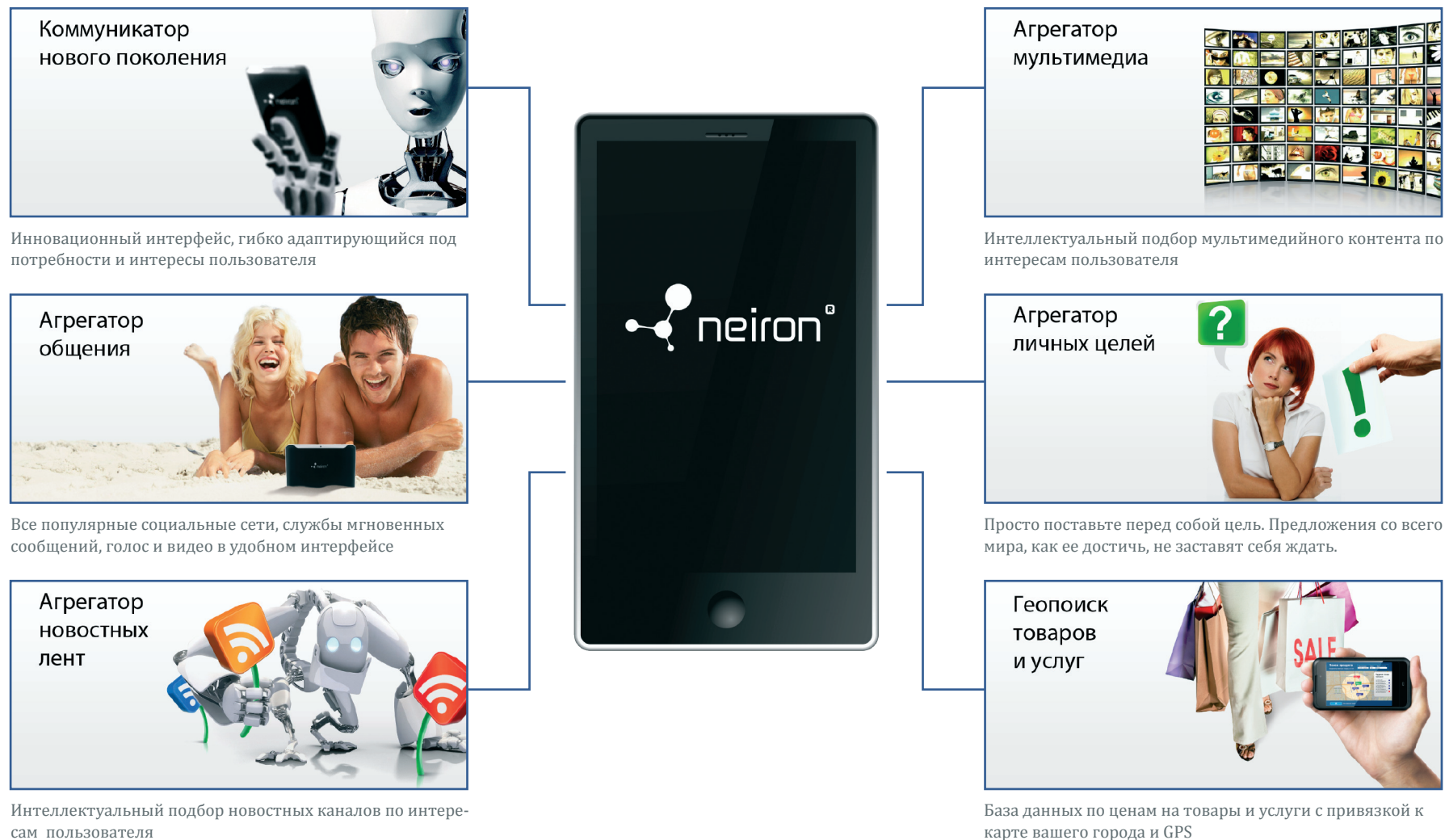
- Объединение функциональных возможностей приложений, предназначенных для выполнения однотипных действий, но работающих с разными форматами данных или передающих информацию по разным протоколам. В результате первичным становится действие, а не способ его осуществления. Пользователь выполняет действие через единое «окно» вне зависимости от формата данных или протокола передачи информации. Такой подход позволит уменьшить количество кликов до достижения результата, получить единый интерфейс и общую историю действий с привязкой к функции, а не к приложению.
- Взаимодействие приложений между собой

Данный функционал предоставляет возможность организовать контекстную связь между действиями разных приложений, которая позволит избавиться от необходимости лишних операций, связанных с закрытием окна и переходом в другое приложения для осуществления логически понятного действия.

Продукты, расширяющие функционал устройства

11

Стремясь обеспечить простые и удобные способы взаимодействия с окружающей средой, мы разработали серию продуктов значительно расширяющих функциональность устройств.

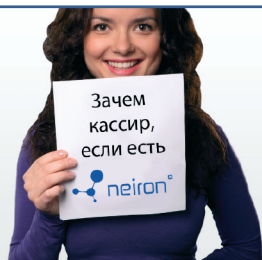


Агрегатор платежных систем



Один универсальный инструмент для расчета по любой платежной системе

Дистанционная система online-эквайринга



Полностью автоматизированная система расчета за покупки с помощью мобильного телефона

Агрегатор дисконтных карт



Удобное приложение в вашем коммуникаторе вместо набитого дисконтными картами кошелька



Отраслевые продукты



Узкоспециализированные приложения, упрощающие взаимодействие в различных сферах жизнедеятельности

Сервис дистанционных лекций и совещаний



Новый взгляд на процессы обучения

Телефон, не привязанный к оператору



Безлимитная связь, роуминг — 0, всегда 100% уровень сигнала

Перспектива внедрения данного продукта не оценивалась в рамках инвестиционного предложения

Эпоха универсальных информационных систем, предоставляющих информацию разным пользователям по одному алгоритму, заканчивается. Информационная система Neiron предлагает персонализированное решение, это означает, что скоро, вводя в строку поиска «Хочу купить недорогой автомобиль», вы получите ответ в виде ближайшего автосалона к вашему местоположению. Более того, Neiron сможет определить, какой именно автомобиль вам нужен, на основании информации о том какие автомобильные сайты вы посещаете.

Сейчас пользователь в результате запроса получает не индивидуальный контент, который ему необходим, а общие универсальные тексты, либо списки, в которых он уже сам начинает вручную искать нужную ему, конкретную информацию. Таким образом, возникает необходимость в изменении самого метода поиска, персонализировав его, а также способе предоставления различной информации в любых информационных сервисах.

Мы предлагаем перейти от универсальных информационных систем к индивидуальным.

С эпохой web 2.0, во главе которой стоит пользовательский контент, в сети появилось огромное количество персональной информации. Все мы сейчас публикуем заметки в блогах, рассказываем о себе в различных социальных сетях, «заливаем» фотографии на Flickr и видео на YouTube, все это говорит о нас как о личности. Даже если пользователь ничего не публикует в сети, а просто просматривает информацию, – список и очередность просмотренных сайтов вполне может охарактеризовать его.

Важно также помнить, что мы не просто выкладываем информацию, а находимся в непрерывном общении с другими пользователями сети — пишем им сообщения, добавляем в друзья на «Одноклассниках», «ВКонтакте», а также оставляем комментарии.

На основании всех этих данных можно составить профиль предпочтений пользователя. Возможные источники информации для построения профиля предпочтений приведены ниже



На основании персонификации мы предлагаем развивать следующие возможности:

1. *Адаптация интерфейса под личностный портрет пользователя*
2. *Адаптация иерархии используемых функций и приложений под личностный портрет пользователя*
3. *Адаптация контента (новости, предложения) под интересы пользователя*
4. *Адаптация интерфейса и функций под время (рабочее – не рабочее, выходные – будни)*
5. *Адаптация интерфейса и функций под место расположения (работа, дом, место отдыха и др.)*

Внедрение персонификации требует создания принципиально нового интерфейса, адаптирующегося с учетом процессов обучения и наблюдения.

1. Адаптация интерфейса под потребности конкретного пользователя.

Ввиду большого количества, функций невозможно предоставить удобный быстрый доступ ко всем функциям устройства. В то же время потребности в использовании функций устройства у каждого человека индивидуальны. Именно поэтому для обеспечения удобства использования интерфейса необходимо его адаптировать под потребности каждого пользователя. Адаптация производится перед первым использованием устройства и может быть повторно организована в любой момент. В процессе адаптации те функции, которые предполагается использовать чаще, располагаются “ближе к пользователю”.

2. Адаптация интерфейса в процессе использования устройства

В процессе использования устройства пользователь может начать пользоваться новыми возможностями или начать часто пользоваться теми функциями, которыми раньше пользовался редко. В результате постоянно функционирующего процесса обучения, часто используемые функции определяются на лету, интерфейс перестраивается и они становятся “ближе к пользователю”.

В результате использования персонифицированного инновационного интерфейса пользователь получает доступ к большому разнообразию функций через одно окно в минимальное количество кликов. В перспективе такой подход позволит выйти на уровень бесшовной интеграции устройства в информационное пространство человека.

Развитие коммуникатора основано на принципе вертикальной интеграции. На первом этапе разрабатывается набор приложений, позволяющих реализовать отдельные функции. При этом каждое приложение обладает собственным интерфейсом. На втором этапе разрабатывается инновационный интерфейс коммуникатора, предоставляющий доступ ко всем разработанным и стандартным приложениям через одно информационное окно. При этом возможности разработанных приложений интегрируются в новый интерфейс. На третьем этапе коммуникатор наделяется функциями адаптации и обучения, которые также интегрируются в новый интерфейс.

Направление развития 1

Разработка программного обеспечения, агрегирующего функции, связанные с общением

1. “Агрегатор общения” версия 1 (реализация возможности обмена текстовыми сообщениями, агрегатор аккаунтов)
2. “Агрегатор общения” версия 2 (реализация возможностей голосовых звонков, видеозвонков, передачи файлов)
3. “Агрегатор общения” версия 3 (реализация связи с функциями планирования)
4. “Агрегатор общения” версия 4 (реализации функции поиска человека по цепочкам связей)

Подход к разработке интерфейса: разработка уникального интерфейса приложения “Агрегатора общения” основанного на сочетании “контакт-действие-способ” и его эволюционирование с каждой последующей версией.

Направление развития 2

Разработка программного обеспечения, агрегирующего функции, не связанные с общением

1. Агрегатор новостных лент
2. Агрегатор мультимедиа
3. Агрегатор платежных систем
4. Агрегатор дисконтных карт

Подход к разработке интерфейса: под каждое приложение разрабатывается свой интерфейс, обеспечивающий наиболее быстрый и удобный информационный обмен.

Направление развития 3

Разработка программного обеспечения, расширяющего функционал устройств:

1. Сервис по геопозиции товаров, услуг, скидок
2. Сервис организации встреч по интересам
3. Сервис дистанционных лекций и совещаний
4. Дистанционная система online-эквайринга
5. Отраслевые сервисы

Подход к разработке интерфейса: под каждое приложение разрабатывается свой интерфейс, обеспечивающий наиболее быстрый и удобный информационный обмен.

Направление развития 4

Разработка собственного лаунчера, заменяющего стандартный интерфейс мобильных устройств

Написание собственного лаунчера позволит перейти на новый уровень интеграции проекта Neiron в информационное пространство человека, обеспечивая доступ ко всем функциям коммуникатора через единое «окно».

1. Разработка инновационного интерфейса
2. Программирование лаунчера
3. Интеграция возможностей разработанного ПО с лаунчером

Подход к разработке интерфейса: разработка интерфейса, предоставляющего доступ ко всем функциям коммуникатора через одно информационное окно. Является квинтэссенцией интерфейсов приложений, разрабатываемых в направлениях 1-3.

Направление развития 5

Реализация функций адаптации и обучения

1. Разработка индивидуального профиля предпочтений пользователя и механизмов его наполнения и обновления
2. Реализация функции первичной адаптации под потребности пользователя (обучение)
3. Реализация функции интуитивной адаптации в процессе использования (наблюдение)
4. Сервис личных целей (возможность указания потребностей в явном виде)

Подход к разработке интерфейса: эволюционирование интерфейса, разработанного по направлению 4 с учетом возможностей трансформации в процессе адаптации под потребности пользователя и обучения в ходе использования.

Пользователи

После использования в течение ограниченного тестового периода, приложение автоматически ограничивает доступность для пользователя некоторых функций. Для того чтобы продолжить полнофункциональное использование приложения, пользователь должен внести разовый платеж. Сумма платежа крайне мала и не является барьером к использованию в случае заинтересованности продуктом. Доходность данного канала монетизации достигается за счет эффекта масштаба.

Коммерческие организации

Продукты, рассчитанные на взаимодействие с коммерческими организациями, могут быть монетизированы через оплату за подключение и ежемесячную абонентскую плату. Ярким примером такой монетизации являются отраслевые продукты.

Принцип получения дохода от использования дистанционной системы online-эквайринга заключается в комиссии с каждого платежа. На сегодняшний день комиссия при оплате по банковской карте составляет 2%, комиссия при оплате через Neiron будет составлять 1%, что позволит вытеснить традиционную систему оплаты банковскими картами с рынка.

Персонализированная реклама

Основная перспектива рекламных каналов монетизации лежит в адресности рекламы. Вся рекламная информация доставляется только в случае наличия у пользователя потребности в рекламируемом продукте или услуге. Информацию о скрытых потребностях мы узнаем при формировании профиля предпочтений, о явных потребностях через «сервис личных целей».

Общий объем инвестиций составляет 417 301 760 р.

Распределение инвестиций по кварталам и по статьям затрат вы можете увидеть в таблице.

	2011		2012		
	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Объем инвестиций	91 532 640 р.	152 312 480 р.	99 174 080 р.	66 128 480 р.	8 154 080 р.

Показатели инвестиционной привлекательности проекта

Предлагаемый нами проект при инвестициях в размере 417 млн. руб. позволяет через 5 лет получить чистый дисконтированный доход в размере 4 млрд.руб., достигнув внутренней нормы доходности в размере 100%

Дальнейшее развитие проекта предполагает внедрение продуктов на территории стран большой восьмерки, что позволит в 10 летней перспективе достигнуть уровня капитализации проекта в размере 30-40 млрд.руб.

Наименование	Значение
Период осуществления проекта, лет	5
Чистый дисконтированный доход (NPV)	4 015 934 664 р.
Внутренняя норма доходности (IRR)	100%
Выход на рентабельность, лет	2
Дисконтированный срок окупаемости, лет	2,5



План продаж по каналам монетизации 2012 – 2016 год

Каналы монетизации	2012	2013	2014	2015	2016
Коммуникатор нового поколения	18 000 000 р.	232 500 000 р.	522 000 000 р.	810 000 000 р.	1 098 000 000 р.
Оплата за дополнительный функционал после пробного периода	18 000 000 р.	52 500 000 р.	54 000 000 р.	54 000 000 р.	54 000 000 р.
Персонализированная контекстная реклама товаров и услуг	0 р.	30 000 000 р.	78 000 000 р.	126 000 000 р.	174 000 000 р.
Рекламные предложения товаров и услуг, ориентированные на потребности, указанные в сервисе личных целей	0 р.	150 000 000 р.	390 000 000 р.	630 000 000 р.	870 000 000 р.
Геописк товаров и услуг	132 000 000 р.	732 000 000 р.	1 404 000 000 р.	2 076 000 000 р.	2 748 000 000 р.
Персонализированная контекстная реклама товаров и услуг	9 000 000 р.	126 000 000 р.	270 000 000 р.	414 000 000 р.	558 000 000 р.
Размещение товаров и услуг сверх бесплатного минимума	108 000 000 р.	396 000 000 р.	684 000 000 р.	972 000 000 р.	1 260 000 000 р.
Оплата за позиционирования и выделения в результатах выдачи товаров и услуг	15 000 000 р.	210 000 000 р.	450 000 000 р.	690 000 000 р.	930 000 000 р.
Отраслевые сервисы (на примере одного)	0 р.	6 000 000 р.	64 400 000 р.	129 800 000 р.	165 200 000 р.
Кол-во предприятий отрасли, оплативших за подключение	0 р.	3 000 000 р.	17 000 000 р.	20 000 000 р.	20 000 000 р.
Кол-во предприятий отрасли, производящих ежемесячную плату за использование ПО	0 р.	3 000 000 р.	42 000 000 р.	90 000 000 р.	120 000 000 р.
Кол-во предприятий отрасли, размещающих персонализированную контекстную рекламу	0 р.	0 р.	5 400 000 р.	19 800 000 р.	25 200 000 р.
Дистанционная система online-эквайринга	0 р.	360 000 000 р.	1 320 000 000 р.	2 280 000 000 р.	3 240 000 000 р.
Оплата коммерческих предприятий за пользование системой 1% от выручки	0 р.	360 000 000 р.	1 320 000 000 р.	2 280 000 000 р.	3 240 000 000 р.
Итого	150 000 000 р.	1 330 500 000 р.	3 310 400 000 р.	5 295 800 000 р.	7 251 200 000 р.

План разработки продуктов

23

Направления развития/задачи	2011	2012				2013	
	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.
Разработка ПО, агрегирующего функции, связанные с общением	45 360 000 р.	41 616 000 р.	0 р.	0 р.	0 р.	0 р.	
Реализация возможности обмена текстовыми сообщениями, агрегатор аккаунтов	3 744 000 р.						
Реализация возможностей голосовых звонков, видеозвонков, передачи файлов, конференции	19 836 000 р.	19 836 000 р.					
Реализация связи с функциями планирования	9 079 200 р.	9 079 200 р.					
Реализации функции поиска человека по цепочкам связей	12 700 800 р.	12 700 800 р.					
Разработка ПО, агрегирующего функции, не связанные с общением	23 599 200 р.	31 784 160 р.	31 784 160 р.	23 748 960 р.	15 634 560 р.	15 634 560 р.	
Агрегатор новостных лент	8 035 200 р.	8 035 200 р.	8 035 200 р.				
Агрегатор мультимедиа		8 184 960 р.	8 184 960 р.	8 184 960 р.	8 184 960 р.	8 184 960 р.	
Агрегатор платежных систем	7 449 600 р.	7 449 600 р.	7 449 600 р.	7 449 600 р.	7 449 600 р.	7 449 600 р.	
Агрегатор дисконтных карт	8 114 400 р.	8 114 400 р.	8 114 400 р.	8 114 400 р.			
Разработка программного обеспечения, расширяющего функционал устройств	13 501 440 р.	26 161 920 р.	24 299 520 р.	24 299 520 р.	24 299 520 р.	9 031 680 р.	
Сервис по геопонску товаров, услуг, скидок	4 752 000 р.						
Сервис организации встреч по интересам		8 380 800 р.					
Отраслевые сервисы		9 031 680 р.	9 031 680 р.	9 031 680 р.	9 031 680 р.	9 031 680 р.	
Сервис дистанционных лекций и совещаний			6 518 400 р.	6 518 400 р.	6 518 400 р.		
Дистанционная система online-эквайринга	8 749 440 р.	8 749 440 р.	8 749 440 р.	8 749 440 р.	8 749 440 р.		
Разработка собственного лаунчера, заменяющего стандартный интерфейс мобильных устройств	5 184 000 р.	6 350 400 р.	6 350 400 р.	4 320 000 р.	0 р.	0 р.	
Разработка инновационного интерфейса	5 184 000 р.						
Программирование лаунчера		6 350 400 р.	6 350 400 р.				
Интеграция возможностей разработанного ПО с лаунчером				4 320 000 р.			
Реализация функций адаптации и обучения	3 888 000 р.	14 400 000 р.	21 960 000 р.	16 200 000 р.	7 560 000 р.	7 560 000 р.	
Разработка профиля индивидуальных предпочтений пользователя и механизмов его наполнения и обновления	3 888 000 р.						
Реализация функции первичной адаптации под потребности пользователя		5 760 000 р.	5 760 000 р.				
Реализация функции интуитивной адаптации в процессе использования			7 560 000 р.	7 560 000 р.	7 560 000 р.	7 560 000 р.	
Разработка сервиса личных целей		8 640 000 р.	8 640 000 р.	8 640 000 р.			
	91 532 640 р.	120 312 480 р.	84 394 080 р.	68 568 480 р.	47 494 080 р.	32 226 240 р.	0 р.

-  разработка продуктов
 запуск продуктов

Продукты	Запуск продуктов	2012				2013	
		1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.
Коммуникатор нового поколения		з	о	о	о	о	о
Агрегатор общения. Версия 1. (реализована возможность обмена текстовыми сообщениями, метаконтакт)	янв.12	3					
Агрегатор общения. Версия 2. (реализована возможность голосовых звонков, видеозвонков, передачи файлов, конференции)	апр.12		3				
Агрегатор общения. Версия 3. (реализованы связи с функциями планирования)	апр.12		3				
Агрегатор общения. Версия 4. (реализована функция поиска человека по цепочкам связей)	апр.12		3				
Агрегатор новостных лент	июл.12			3			
Агрегатор мультимедиа	апр.13						3
Агрегатор платежных систем	апр.13						3
Агрегатор дисконтных карт	окт.12				3		
Сервис организации встреч по интересам	апр.12		3				
Сервис дистанционных лекций и совещаний	янв.13					3	
Дистанционная система online-эквайринга	янв.13					3	
Лаунчер Neiron. Версия 1. (инновационный интерфейс)	окт.12				3		
Лаунчер Neiron. Версия 2. (реализованы функции адаптации и обучения)	апр.13						3
Сервис личных целей	июл.12				3		
Геопоиск товаров и услуг	янв.12	з					
Отраслевые сервисы	апр.13						3

- позиционируются как отдельные маркетинговые продукты
- позиционируются как этапы развития маркетинговых продуктов
- з — запуск маркетингового продукта
- о — обновление маркетингового продукта

Направление разработки	Трудоёмкость разработки, человекодней	Кол-во человек в команде	Время на разработку, мес.	Бюджет на разработку, руб.	Процент выполнения	Описание реализованной части
Разработка ПО, агрегирующего функции, связанные с общением	8600	10	41,0	123 840 000 р.	25%	Агрегатор текстовых сообщений, позволяющий обмениваться сообщениями через популярные социальные сети, ICQ, Gabber.
Разработка ПО, агрегирующего функции, не связанные с общением	10200	10	48,6	146 880 000 р.	4%	Алгоритмы агрегации новостных лент и платежных систем.
Разработка программного обеспечения, расширяющего функционал устройств	9400	10	44,8	135 360 000 р.	16%	Геоинформационный сервис, направленный на поиск товаров и услуг.
Разработка собственного лаунчера, заменяющего стандартный интерфейс мобильных устройств	1200	10	5,7	17 280 000 р.	4%	Анализ платформ, выбор средств реализации, частичная проработка интерфейса
Реализация функций адаптации и обучения	8700	10	41,4	125 280 000 р.	3%	Алгоритмы адаптации и обучения
Итого	38100	50	181,4	548 640 000 р.		

Стоимость человекочаса 1 800 р.

Стоимость человекодня 14 400 р.

продвигаемый продукт	2012	2013	2014	2015	2016
Коммуникатор нового поколения	50 400 000 р.	50 400 000 р.	37 800 000 р.	25 200 000 р.	25 200 000 р.
Геопоиск товаров и услуг	50 400 000 р.	50 400 000 р.	37 800 000 р.	25 200 000 р.	25 200 000 р.
Отраслевые сервисы	0 р.	24 000 000 р.	18 000 000 р.	12 000 000 р.	12 000 000 р.
Итого затраты на продвижение	100 800 000 р.	124 800 000 р.	93 600 000 р.	62 400 000 р.	62 400 000 р.

Квартальный бюджет на продвижение на массовые продукты

Фаза РК	осведомление				поддержка
	На один город в месяц	Кол-во нас. пунктов	На все нас.пункты в месяц	На все нас.пункты в квартал	На все нас.пункты в квартал
Рекламный бюджет на продвижение в городах	200 000 р.	16	3 200 000 р.	9 600 000 р.	4 800 000 р.
Рекламный бюджет на продвижение в мегаполисах	500 000 р.	2	1 000 000 р.	3 000 000 р.	1 500 000 р.
Итого				12 600 000 р.	6 300 000 р.

Квартальный бюджет на продвижение на отраслевые продукты

Фаза РК	осведомление				поддержка
	На один город в месяц	Кол-во нас. Пунктов	На все нас.пункты в месяц	На все нас.пункты в квартал	На все нас.пункты в квартал
Рекламный бюджет на продвижение в городах	100 000 р.	16	1 600 000 р.	4 800 000 р.	2 400 000 р.
Рекламный бюджет на продвижение в мегаполисах	200 000 р.	2	400 000 р.	1 200 000 р.	600 000 р.
Итого				6 000 000 р.	3 000 000 р.

Бюджет доходов и расходов

27

Статьи доходов и расходов	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Доходы всего	0 р.	150 000 000 р.	1 330 500 000 р.	3 310 400 000 р.	5 295 800 000 р.	7 251 200 000 р.
Коммуникатор нового поколения	0 р.	18 000 000 р.	232 500 000 р.	522 000 000 р.	810 000 000 р.	1 098 000 000 р.
Геопойск товаров и услуг	0 р.	132 000 000 р.	732 000 000 р.	1 404 000 000 р.	2 076 000 000 р.	2 748 000 000 р.
Отраслевые продукты (на примере одного)	0 р.	0 р.	6 000 000 р.	64 400 000 р.	129 800 000 р.	165 200 000 р.
Дистанционная система online-эквайринга	0 р.	0 р.	360 000 000 р.	1 320 000 000 р.	2 280 000 000 р.	3 240 000 000 р.
Затраты всего	91 532 640 р.	448 769 120 р.	184 226 240 р.	120 800 000 р.	89 600 000 р.	89 600 000 р.
Разработка	91 532 640 р.	320 769 120 р.	32 226 240 р.	0 р.	0 р.	0 р.
Продвижение	0 р.	100 800 000 р.	124 800 000 р.	93 600 000 р.	62 400 000 р.	62 400 000 р.
Техническая поддержка	0 р.	4 000 000 р.	4 000 000 р.	4 000 000 р.	4 000 000 р.	4 000 000 р.
Коммерческие затраты	0 р.	20 000 000 р.	20 000 000 р.	20 000 000 р.	20 000 000 р.	20 000 000 р.
Административные затраты	0 р.	3 200 000 р.	3 200 000 р.	3 200 000 р.	3 200 000 р.	3 200 000 р.
EDITDA	-91 532 640 р.	-298 769 120 р.	1 146 273 760 р.	3 189 600 000 р.	5 206 200 000 р.	7 161 600 000 р.
НДС	0 р.	27 000 000 р.	239 490 000 р.	595 872 000 р.	953 244 000 р.	1 305 216 000 р.
Налог на прибыль	0 р.	0 р.	229 254 752 р.	637 920 000 р.	1 041 240 000 р.	1 432 320 000 р.
Чистая прибыль	-91 532 640 р.	-325 769 120 р.	677 529 008 р.	1 955 808 000 р.	3 211 716 000 р.	4 424 064 000 р.