…(2)удобное приложение-компаньен…

Слайд 2 - 7

(3)Не знаете что одеть на встречу? (4) Боитесь, что погода испортит ваши планы? (5) Не можете подобрать гармоничное сочетание вещей? (6) Хотите всегда следовать моде и современным трендам? (7) Тогда наше приложение для Вас!

Слайд 7-8

Мобильное приложение помогает в выборе одежды в зависимости от (8) прогноза погоды, температурных условий, сочетаемости палитр цветов и личных предпочтений пользователей, которые формируются на основе их же покупок. Приложения использует геолокацию для подбора одежды по погоде. Smart Wardrobe также будет предлагать различные комбинации из одежды и предоставлять доступ к товарам партнерских интернет-магазинов, предлагая подходящие товары оттуда. В Smart Wardrobe присутствует календарь гардероба для планирования своих луков и псевдосоревновательный момент среди пользователей.

Слайд 9

Перейдем к обзору рынка в данной области (9)

Среди конкурентов продукта есть как онлайн сервисы-гардеробы, такие как Stilouette или New Fashion Retail, помогающие ориентироваться в моде, так и приложения по контролю домашнего гардероба (Cloth, Wardrobe Assistant).

Приложения обладают некими интеллектуальными функциями для сравнения и подбора рекомендаций в одежде.

Рынок в данной отрасли пока что очень слаб и не популярен, однако приложения «для всего на свете» постепенно входят в моду и с каждым годом информатизация той или иной деятельности человека как в быту, так и в более необычных жизненных ситуациях растет. Из этого можно сделать вывод, что, скорее всего, в ближайшее время рынок будет расти.

Планируется, что проект займет среднюю часть рынка. Т.к., с учетом нынешнего его состояния рассчитывать на массовость не приходится, но и делать его high-end команда не намерена, т.к. новому продукту на практически новом рынке поначалу сложно будет завоевать такой статус ввиду неподготовленности аудитории к этому.

Прогнозируемое время выхода продукта на рынок (релиз) -18-20 месяц со старта проекта.

Слайд 10

Главное преимущество и главная задумка нашего приложения, которая отличает его от конкурентов уникальна, и ещё не существует на рынке – (10) возможность использовать GPS-локацию для определения прогнозов погоды и рекомендаций домашних вещей в зависимости от климатических факторов. Для iOS существует похожее приложение - "Шарф". Однако оно, во-первых, доступно исключительно пользователям iPhone, а во-вторых, и это самое важное - не является сервисом по управлению домашним гардеробом, скорее предлагает модные стили одежды для покупки.

Таким образом, Smart Wardrobe помимо того, что объединяет в себе крутые фичи конкурентов, в разных сферах, ещё и расширяет функционал полезными нововведениями, на которые и обращается особенное внимание во время проектирования.

Слайд 11

В процессе планирования будущего проекта была составлена дорожная карта стадий развития стартапа в зависимости от сроков выполнения, представленная на таблице. (11)

Слайд 12

Так как для создания данного приложения не требуется привлечение специалистов из сфер науки и оно не использует сложных алгоритмов или систем из различных научных областей, а лишь применяет общедоступные функции систем, на которых ему предстоит работать (Android, IOS)(12), без какого либо их расширения, но использует множество функций интернет-взаимодействия (облачное хранение данных гардероба), пользовательского взаимодействия (рейтинги вещей, стилей, оценки и рекомендации пользователей, обратная связь), услуг геолокации (определение прогноза погоды при помощи бесплатных источников, используя GPS) и финансовых операций (непосредственно, покупки), программу можно отнести к приложениям средней сложности.

Система, разрабатываемая в проекте, выгодно отличается от и так достаточно слабых конкурентов за счёт упора на новые тренды проектирования с расчетом на брендовость. Идеи, которые старается реализовать наша команда являются в достаточной степени новаторскими в этой области, но в тоже время и не требуют колоссальных усилий в реализации, т.к. все используемые технологии являются доступными на сегодняшний день.

Слайд 13

(13)Сильные стороны:

- Возможность подбора одежды в зависимости от прогнозируемых погодных условий.

- Составление виртуального портрета предпочтений в соответствии с запросами пользователей.

- Синхронизация предложений в онлайн-магазинах с предпочтениями в одежде нашего клиента.

- Возможность создания и удобного управления наборами и сетами вещей.

- Встроенный электронный кошелек и корзина для более удобных покупок в онлайн-сервисах.

- Возможность сравнения вещей по стоимости

- Возможность подбора вещей по цветовой гамме и сочетаемости.

- Широта ассортимента предлагаемых вещей, на любой вкус и цвет.

Слайд 14

(14)Слабые стороны:

- Широта ассортимента, которая замедляет процесс подбора «лука» из-за большого объема сравниваемых данных и учитываемых факторов.

- Точность опредения подходящих цветов зависит от качества фотографии.

- Прогноз погоды не всегда может быть точен, из-за чего приложения может выдавать некорректные температурные решения для «лука».

- Не очень обширная целевая аудитория.

- Высокая стоимость услуг профессионального рабочего персонала, например, стилистов.

- а также Невозможность сделать приложение полностью платным из-за упадка популярности.

Слайд 15

Для проектирования был составлен перечень необходимых специалистов в областях, связанных с проектом. Планирование и прототипирование осуществляется непосредственно авторами идеи: совместно Безруком Юрием и Дибцевой Анной. (15)

За создание дизайна будут отвечать UX-, UA- и UI-дизайнеры, в количестве 3-х человек.

Для разработки будут привлечены программисты в количестве 3-х человек. Предполагаемый язык – Java, т.к. он хорошо подходит как для разработки мобильных приложений, так и собственно для тестирования. Непосредственно для тестирования и отладки необходимо привлечь QA-инженеров, в количестве 2-х человек. Также рассматривается возможность проведения открытого бета-тестирования.

Для проведения финансовых расчётов и анализа работы необходимо привлечь экономиста.

Маркетолог будет ответственным за продвижение товара.

Также необходимо несколько специалистов для организации службы поддержки приложения.

Финансист к проекту привлекаться не будет, но требуются плановые консультации с специалистом в этой области.

Аналитик займется сбором, анализом, формализацией и согласованием требований к системе.

Кроме того, рассматривается привлечение в команду бухгалтера, для ведения бухгалтерского и налогового учета, а также периодической отчетности начальству, начисление заработной платы сотрудникам организации.

Расчётные заработные платы сотрудников в соответствии с нынешними расценками на территории Украины приведены в этой таблице.

Слайд 16

(16)Предполагается проводить рекламу в сети, т.к. данный бизнес является электронным и целесообразно проводить рекламную политику, нацеленную на предложение товаров в Интернет, в частности в Ютубе и Инстаграме. Кроме того, рассматривается вариант расклейки постеров и QR-кодов в общественном траспорте. Также хоршим вариантом является реклама в онлайн-магазинах бизнес-партнёров, чей товар будет продаваться нашим пользователям через данное приложение.

Слайд 17

(17)Перспектива развития: В первые 2 года доходов не ожидается, т.к.

1-й год – создание прототипа.

2-й год – начнется тестирование прототипа, завершится проектирования производства, и запустится рекламная кампания.

3-й год – завершится процес тестирования, осуществим релиз приложения Smart Wardrobe, поначалу с бесплатной версией.

4-й год – ожидается повышение популярности приложения, и выпуск платной версии.

5-й год – ожидается повышение популярности и множество покупок премиум версии, а также выход компании на международный рынок

Слайд 18

(18)Основными способами получения дохода приложения являются размещение внутренней рекламы, платная премиум-версия программы, а также процент от покупок совершенных через приложение. Средняя стоимость размещения встроенных рекламных баннеров на рынке Украины варьируется от 3750 до 25 000 грн. (зависит от качества самого баннера, популярности приложения, целесообразности размещения рекламы (выбивающаяся из общего формата приложения реклама будет портить имидж приложения, поэтому будет стоять дороже), а также, непосредственно, популярности самого приложения). Средняя стоимость платных приложений в Google Play от 80 до 250 грн. С учётом этого, т.к. средняя премиум-версия стоит дороже средней полностью платной программы, начальная рекомендуемая цена для продукта, с учётом платного размещения в маркете – 160-220 грн. Также рассматривается возможность вместо постоянной платной версии реализовать ежемесячную или ежегодную премиум-подписку на приложение. В этом случаем ежемесячный платеж будет составлять порядка 40 грн. Касаемо онлайн-транзакций при помощи приложения (покупок в интернет-магазинах) то, предполагается, что как посредник на изначальном этапе оно будет иметь ставку порядка 7-8%, однако со временем эта ставка может и вырасти (вернее будет сказать, что в наших целях её поднять).

В перспективы дальнейшего развития проекта входит повышение брендовости приложения и его применяемости за счет внедрения новых функций и возможностей для пользователей (рассматривается идея добавления уровней и псевдосоревновательных элементов, что, учитывая современные популярные настрои молодежной культуры, в перспективе может повлечь за собой тренд на популярность этого приложения и «соревнований моды»). Немаловажной задачей команды также будет являться вывод продукта на новые рынки, поначалу, стран-соседей, а спустя еще несколько лет, и на англоязычный (в основном, ориентированный на американский рынок). Также в целях повышения удобства для пользователей рассматривается идея внедрения возможностей курьерской доставки купленной одежды. В свете последних событий прогнозируется, что общество начнет в будущем лояльнее относиться к доставкам любого рода в целях экономии времени.

(19)

Общая стоимость персонала: 1 766 402 грн.

Суммарно без персонала: 954 843грн.

Всего: 2 721 245 грн.

+ подержка после выпуска 3 397 365 грн.