

Полное название проекта.

Тренажёр POWER HOOP

Краткое описание.

Тренажёр POWER HOOP предназначен для развития «бросковых» и «ударных» способностей у спортсменов-единоборцев, а также для использования в видах спорта со схожими потребностями: хоккей, спортивные игры с выраженной силовой составляющей (американский футбол, регби), «метательные» виды спорта в рамках лёгкой атлетики и прочее. Также целесообразно использовать устройство в рамках общей физической подготовки для полноценного физического развития занимающегося.

Инновационной особенностью тренажёра является акцентирование на развитии осевой крутящей силы, являющейся основой для большинства спортивных действий во многих видах спорта. Осевая крутящая сила – это совокупность физических усилий, за счёт которых осуществляется поворот корпуса вокруг оси позвоночника.

Уникальное преимущество тренажера заключается в формировании специфической нагрузки на пояс верхних и нижних конечностей, что позволяет эффективно прорабатывать наиболее значимые участки амплитуды «рабочего действия».

Актуальность практического применения заключается в максимально быстром совершенствовании занимающегося в контексте специальной физической подготовки и, как следствие, достижении более высоких спортивных результатов.

POWER HOOP целесообразно использовать в контексте подготовки национальных команд, а также при тренировке спортсменов в рамках различных клубов единоборств и в спортивных залах с уклоном на атлетическую гимнастику.

Тренажёр POWER HOOP, как и понятие осевой крутящей силы являются уникальными авторскими разработками.

Логотип или изображение продукта.



Решаемая проблема (подробно): Какую проблему на рынке решает этот проект, и опишите, пожалуйста, Ваш способ ее решения.

Проект решает проблему отсутствия на рынке эффективных средств развития осевой крутящей силы. Предлагаемый способ решения является оптимальным с точки зрения себестоимости.

Аналитика рынка и каналы сбыта: Обоснуйте, пожалуйста, актуальность вашего проекта аналитическими данными о рынке: цифры, прогнозы, сделки.

В контексте развития проекта предполагается установление партнёрских связей с частными клубами по вышеуказанным видам спорта, а также продвижение в сторону сотрудничества с национальными командами. Продажа тренажёров предполагается партиями в среднем по 20-25 экземпляров (различного размера). К примеру, только в Москве насчитывается около 100 клубов по смешанным единоборствам. Это без учёта более узких спортивных дисциплин, таких как бокс, дзюдо, самбо, вольная и классическая борьба, тайландский бокс, кикбоксинг, карате, таэквондо, вьетводао, и таких направлений как рукопашный бой, унибой, крав-мага и прочее. То есть рынок является весьма обширным, а ниша – свободной.

Основные конкуренты в мире и СНГ: Перечислите, пожалуйста, основные аналоги вашего проекта как на домашнем рынке, так и на зарубежных.

Прямые аналоги отсутствуют. Косвенными аналогами могут быть резиновые жгуты, ручные и ножные утяжелители, блочные тренажёры (в некоторой степени).

Уникальность торгового предложения, его преимущество и эксклюзив: Чем Вы превосходите своих конкурентов?

Тренажёр превосходит всех конкурентов по эффективности в контексте спортивного совершенствования, а большинство из них также по ценовой составляющей.

Тип бизнес-модели: B2B или B2C или C2C или B2B2C или B2G.

Предполагается модель синтетического типа (B2B+B2B2C+B2G). Основными потребителями продукции предполагаются спортивные клубы, также необходимой ветвью развития проекта является налаживание сотрудничества с государственными структурами (Министерство спорта), и в дополнение к этому целесообразным является донесение информации о несколько модифицированной версии продукта непосредственно до частных лиц при помощи маркетплейсов (типа Wildberris).

Каналы монетизации, что будет давать прибыль: Укажите, пожалуйста, способы монетизации проекта.

Основным каналом получения прибыли предполагается непосредственная продажа тренажёров спортивным клубам, а также организациям, ответственным за обеспечение национальных команд. Коллатеральной ветвью монетизации полагается продажа продукта частным лицам.

Привлечение и удержание клиентов: Опишите стержневую стратегию продвижения проекта и удержания клиентов.

Ввиду отсутствия прямых конкурентов, а также инновационности разработки, первый этап привлечения клиентов представляется целесообразным осуществлять за счёт демонстрации возможностей продукта и предоставляемых им преимуществ. Второй же этап предполагается значительно менее затратным (во всех смыслах) и он должен будет заключаться в демонстрации спортивных результатов со стороны уже занимающихся на тренажёре и апелляции к самому тренажёру, как первопричине этих успехов.

Ссылка на публичный профиль в интернете: Ссылка на любой публичный профиль в интернете, например, в социальных сетях.

<https://philosophy.by/ru/news/2020-06-29/>

Информация о команде: Количество сотрудников, их опыт, организация рабочего процесса и прочая важная информация.

На данном этапе команда представлена непосредственно разработчиком как самого тренажёра, так и всей концепции – Скиба Иваном Рауфовичем.

Текущие показатели реализации проекта (стадия) и достижения проекта: Чего проекту удалось добиться на данный момент (выручка, прибыль, уникальные посетители, платящие клиенты, повторные пользователи, количество партнеров и прочие достижения).

На данный момент наличествует 2 готовых образца продукта (версии разных размеров), патент на разработку ВУ (11) 12285 и понятие осевой крутящей силы, как обоснование актуальности и теоретический фундамент всей концепции в целом.

Планы и место реализации проекта: Каким Вы видите проект через несколько лет, если не продавать его, а развивать, экспансировать и на какие рынки? Перечислите, пожалуйста, прогнозируемые показатели и достижения.

Предполагается оснащение тренажёром POWER HOOP максимального количества частных клубов и организаций, а также национальных команд и активные продажи частным лицам. Изначальным рынком предполагается СНГ. Также немаловажным аспектом развития проекта является научно-исследовательская составляющая для дальнейшего совершенствования и модифицирования продукции.

Требуемая сумма инвестиций.

Изначальные условия (ввиду физического наличия продукта) предполагают затраты только лишь на продвижение и ограничиваются формированием соответствующего общедоступного контента и зарплатной составляющей команды. В дальнейшем необходимая сумма инвестиций будет зависеть только от масштабов первого заказа продукции.

Цель инвестиций и расходная часть.

Согласно вышесказанному, основной целью инвестиций на начальном этапе будет являться продвижение продукции и формирование соответствующей потребности у клиентов – расходная часть. После поступления первого заказа на приобретение продукции целью инвестиций станет необходимость физического воплощения партии продукта.

Окупаемость (сроки).

Ввиду относительно низкой стоимости проекта на начальном этапе окупаемость вложенных средств предполагается уже после первых заказов продукции.

Наличие соинвестора.

Отсутствует.

Источники средств и структура долей компании.

В контексте получения патента на разработку источником средств выступала Национальная академия наук Беларуси, в рамках физической имплементации и дальнейшего модифицирования устройства источником средств выступал сам автор-разработчик. В дальнейшем компания источников средств не имела. Касательно структуры долей можно определить следующее: патент на разработку принадлежит Институту философии Национальной академии наук Беларуси, автором-разработчиком указывается Скиба Иван Рауфович, который также владеет непосредственно тренажёрами.

Условия сделки и оценка компании: Назовите сумму, которую вы считаете адекватной для оценки вашей компании (в USD) и, пожалуйста, обоснуйте ее. Опишите условия сделки.

Точную оценку компании дать несколько затруднительно, ввиду отсутствия точных данных о сегменте рынка по продаже именно резиновых жгутов, ручных и ножных утяжелителей и блочных устройств. Но, так как компания претендует на освоение именно этой уже существующей части рынка спортивных тренажёров с установлением преимущества над всеми косвенными конкурентами, а также на формирование своего собственного сегмента рынка, то оценка компании в перспективе (к примеру, на 2029-й год) составляет около 4.42 миллиона USD, что приблизительно соответствует указанной доле рынка (примерно 1/100 одного процента от общего объёма рынка спортивных товаров в прогнозе на 2029 год).