

Дата: 25.12.2025 · География: Россия · Стадия: MVP (pre-launch) · Раунд: Pre-seed 5–20 млн ₽

- Мультиспорт: бег / вело / плавание
- Nationwide доступность + рост через 10–20 якорных городов
- Авто-контент: импорт тренировок (Health Connect + Strava)
- Маркет: слоты на старты и экипировка + чаты сделок

Дисклеймер: все цифры, рынки, KPI и финмодель в этом документе являются допущениями (черновик) и требуют валидации на фактах.

## 1. Executive Summary

PaceUp — это спортивная платформа нового поколения, объединяющая тренировки, социальную мотивацию, локальные события и сделки в едином продукте. Мы решаем проблему фрагментации спортивного сообщества, предоставляя пользователям автоматический импорт тренировок, карту событий и клубов, а также маркетплейс для слотов на старты и экипировки.

Наш подход — nationwide distribution с первого дня запуска, с фокусом на рост и партнёрства в 10–20 якорных городах России. Монетизация строится на комиссиях с транзакций маркетплейса, affiliate-программах, подписке PacePro и рекламе после достижения масштаба.

Мы ищем Pre-seed инвестиции в размере 5–20 млн ₽ для достижения PMF-сигналов и подтверждения unit-экономики в течение 9–15 месяцев.

## 2. Проблема и решение

### 2.1. Проблемы рынка:

- Мотивация и удержание спортсменов-любителей ломается без сообщества и обратной связи. Большинство бросает тренировки в первые 3 месяца из-за отсутствия поддержки и видимого прогресса.
- События, клубы и коммуникации разбросаны по разным каналам: соцсети, мессенджеры, сайты организаторов. Нет единой точки входа для поиска локальных активностей.
- Вторичный рынок слотов на старты и экипировки хаотичен и небезопасен. Пользователи вынуждены искать предложения в группах соцсетей без гарантий и удобных инструментов сделок.
- Тренировочные данные хранятся в разных приложениях (Strava, Garmin, Apple Health), что усложняет анализ прогресса и соревновательный элемент.

### 2.2. Решение PaceUp:

- Автоматический импорт тренировок из Health Connect (Android) и Strava создаёт мгновенный "aha moment" — пользователь видит свой контент без ручного ввода.

- Лента тренировок и постов с подписками формирует социальный граф и мотивацию через сравнение и поддержку сообщества.
- Карта событий и клубов с кластеризацией маркеров даёт единую точку поиска локальных активностей.
- Маркетплейс слотов и экипировки с встроенными чатами и статусами сделок решает проблему доверия и удобства транзакций.
- Offline-first архитектура обеспечивает мгновенную загрузку и работу без интернета, что критично для спортивных приложений.

## 3. Продукт (MVP)

### 3.1. Лента активности:

- Бесконечная лента тренировок и постов с курсорной пагинацией и дедупликацией по ID.
- Pull-to-refresh для обновления контента без потери позиции скrolла.
- Лайки, комментарии и подписки для формирования социального графа.
- Кэширование в Drift (SQLite) для мгновенной загрузки и офлайн-режима.

### 3.2. Импорт тренировок:

- Health Connect (Android): автоматическая синхронизация новых тренировок с извлечением дистанции, пульса, каденса, калорий и GPS-маршрута через MethodChannel.
- Strava: серверная синхронизация через API endpoint с поддержкой всех типов активностей.
- Онбординг с пошаговыми инструкциями для подключения трекеров и первого импорта.

### 3.3. Карта событий и клубов:

- Интеграция Mapbox и MapTiler для отображения карт с кластеризацией маркеров через GeoJSON источники.
- Фильтрация по типам событий (бег, вело, плавание) и датам.
- Статические OSM-карты для маршрутов тренировок с полилиниями в brandPrimary цвете.

### 3.4. Маркетплейс:

- Два типа товаров: "Слоты" (места на старты) и "Вещи" (экипировка).
- Фильтрация по категориям, цене, расстоянию и статусу.
- Встроенные чаты для обсуждения сделок с уведомлениями о новых сообщениях.
- Статусы сделок: резерв, оплата, завершено, отменено.
- Алерты на новые слоты по выбранным событиям и расстоянию.

### 3.5. Дополнительные функции:

- Профиль пользователя с табами: главная, фото, статистика, тренировки, старты, экипировка, клубы, награды, навыки.
- Задачи (Tasks) с активными и доступными категориями для геймификации.
- Лидерборды по подпискам, всем пользователям и городам с фильтрацией по спорту, периоду, полу и параметру.
- Уведомления и бейджи непрочитанных сообщений и алертов.

### 3.6. Техническая база:

- Offline-first кэширование через Drift (SQLite) для ленты, профилей и маршрутов.
- Unified image cache с пропорциональным ресайзингом для оптимизации памяти и трафика.

- API Service с connection pooling, retry logic (exponential backoff) и автоматическим добавлением токенов.
- Riverpod для state management с генерацией провайдеров через аннотации.

## 4. Рынок (TAM/SAM/SOM)

Ниже представлены три сценария оценки рынка. Все цифры являются допущениями и требуют валидации через маркетинговые исследования и аналитику после запуска.

Метрика	Консервативно	Базово	Агрессивно
TAM: спорт-активные пользователи смартфонов в РФ	12 млн	20 млн	30 млн
SAM: мультиспорт аудитория (бег/вело/плавание)	3 млн	6 млн	10 млн
SOM (12 мес): достижимые MAU	30k	80k	200k
SOM (24 мес): достижимые MAU	100k	300k	800k

### 4.1. Сегментация аудитории:

- B2C Amateur: любители, которые тренируются 1–3 раза в неделю для здоровья и удовольствия. Цель — мотивация и сообщество.
- B2C Serious: серьёзные спортсмены, тренирующиеся 4+ раз в неделю с целями участия в соревнованиях. Цель — анализ прогресса и поиск стартов.
- Клубы: спортивные клубы и сообщества, нуждающиеся в инструментах для организации тренировок и привлечения участников.
- Организаторы событий: компании, проводящие старты и нуждающиеся в продвижении и продаже слотов.
- Тренеры: индивидуальные тренеры, ищущие клиентов и инструменты для отслеживания прогресса подопечных.
- Бренды: производители экипировки и спонсоры, заинтересованные в таргетированной рекламе и affiliate-программах.

## 5. Монетизация (по фазам)

### 5.1. Фаза А (0–6 месяцев): Marketplace и Affiliate

- Take rate 3–7% с транзакций маркетплейса (слоты и экипировка). При среднем чеке 2000–5000 ₽ и 100–500 транзакций в месяц это даёт 6k–175k ₽/мес (допущение).
- Платные бусты листингов в маркетплейсе: 99–299 ₽ за поднятие объявления в топ на 7 дней. Целевая конверсия: 5–10% продавцов используют бусты.
- Affiliate-программы с производителями экипировки и организаторами стартов: 5–15% с продаж. При GMV 500k–2 млн ₽/мес это 25k–300k ₽/мес (допущение).

### 5.2. Фаза В (6–12 месяцев): RacePro подписка

- Премиум-подписка RacePro: 199 ₽/мес или 1490 ₽/год (экономия 2 месяца).
- Премиум-функции: расширенная аналитика, приоритетная поддержка, безлимитные алерты, продвижение профиля, эксклюзивные задачи и награды.
- Целевая конверсия: 1–3% от MAU при достижении 50k+ активных пользователей. При 50k MAU и 2% конверсии это 1000 подписок × 199 ₽ = 199k ₽/мес (допущение).

### 5.3. Фаза С (12+ месяцев): Реклама и спонсорство

- Нативная реклама в ленте от брендов экипировки и организаторов событий: 50k–200k ₽ за размещение на месяц (допущение).
- Спонсорство лидербордов и задач: 100k–500k ₽ за кампанию (допущение).
- Партнёрские программы с крупными событиями и клубами: revenue share 10–20% (допущение).

#### 5.4. Прогноз выручки (допущения):

Месяц	MAU	Marketplace	PacePro	Affiliate	Реклама	Итого/мес
3	5k	10k	0	15k	0	25k
6	20k	50k	0	50k	0	100k
9	50k	150k	100k	100k	0	350k
12	80k	250k	200k	150k	50k	650k
18	150k	500k	450k	300k	150k	1.4М
24	300k	1М	900k	600k	300k	2.8М

## 6. Go-To-Market: Nationwide + фокус городов

### 6.1. Стратегия запуска:

- Nationwide distribution с первого дня: приложение доступно для скачивания по всей России через App Store и Google Play.
- Фокус на рост и партнёрства в 10–20 якорных городах: Москва, СПб, Казань, Екатеринбург, Новосибирск, Нижний Новгород, Краснодар, Ростов-на-Дону, Самара, Уфа, Челябинск, Воронеж, Пермь, Волгоград, Омск, Красноярск, Воронеж, Иркутск, Тюмень, Сочи.
- Критерии выбора якорных городов: плотность стартов и клубов, активность в Strava и соцсетях, наличие инфлюенсеров и медиа-партнёров.

### 6.2. Маркетинговый бюджет и каналы (первые 3 месяца):

- Бюджет: 300k–1 млн ₽/мес в зависимости от раунда (Lean vs Growth).
- Performance-маркетинг (40–50% бюджета): таргетированная реклама в VK, Яндекс.Директ, myTarget с фокусом на аудиторию 25–45 лет, интересующуюся спортом.
- Инфлюенсеры (20–30% бюджета): партнёрства с бегунами, велосипедистами и триатлетами с аудиторией 10k–100k подписчиков. Формат: обзоры, челленджи, промокоды.
- Партнёрства (15–20% бюджета): сотрудничество с клубами, организаторами стартов и магазинами экипировки для кросс-промо и реферальных программ.
- Контент-маркетинг (10–15% бюджета): статьи, видео и посты о тренировках, событиях и экипировке для привлечения органического трафика.

### 6.3. KPI по каналам (цели, допущения):

Канал	CAC (допущение)	Конверсия в установку	D7 Retention
Performance	200–500 ₽	2–5%	25–35%
Инфлюенсеры	150–400 ₽	3–7%	30–40%
Партнёрства	100–300 ₽	5–10%	35–45%

Органика	50–150 ₽	1–3%	20–30%
----------	----------	------	--------

## 7. KPI и метрики продукта

### 7.1. Activation (первые 48 часов):

- ≥30% пользователей подключили трекер (Health Connect или Strava) в течение первого сеанса.
- ≥20% пользователей импортировали хотя бы одну тренировку за первые 48 часов после установки.
- ≥15% пользователей создали первый пост или оставили комментарий в течение недели.

### 7.2. Retention (удержание):

- D1 (день 1): 50–60% пользователей возвращаются на следующий день.
- D7 (день 7): 20–30% пользователей активны через неделю после установки.
- D30 (день 30): 10–15% пользователей остаются активными через месяц.
- D90 (день 90): 5–8% пользователей формируют ядро долгосрочной аудитории.

### 7.3. Marketplace метрики:

- ≥3–7% активных пользователей инициируют чат сделки в месяц (просмотр → чат).
- Конверсия чат → резерв: 30–50% (допущение).
- Конверсия резерв → оплата: 60–80% (допущение).
- Средний чек транзакции: 2000–5000 ₽ (допущение).
- Take rate: 3–7% с каждой успешной сделки.

### 7.4. RacePro конверсия:

- При MAU 50k+: целевая конверсия в подписку 1–3% (500–1500 подписок).
- При MAU 100k+: целевая конверсия 2–4% (2000–4000 подписок).
- Churn rate (отток): ≤5% в месяц для здоровой unit-экономики.

## 8. Конкурентный анализ

### 8.1. Прямые конкуренты:

- Strava: мировой лидер в трекинге тренировок с сильным социальным компонентом. Сильные стороны: большая база пользователей, интеграции с устройствами. Слабые: нет маркетплейса, слабая локализация для России, нет фокуса на локальных событиях.
- Garmin Connect: экосистема для владельцев устройств Garmin. Сильные: точные данные, аналитика. Слабые: привязанность к устройствам, слабый социальный компонент, нет маркетплейса.
- Nike Run Club / Adidas Running: брендовые приложения с мотивацией. Сильные: бренд, геймификация. Слабые: фокус только на беге, нет маркетплейса, слабая локализация.

### 8.2. Косвенные конкуренты:

- Группы в соцсетях (VK, Telegram): для поиска событий и покупки слотов. Сильные: бесплатность, простота. Слабые: нет структуры, риски мошенничества, нет автоматизации.
- Сайты организаторов стартов: для регистрации на события. Сильные: официальность. Слабые: фрагментация, нет единой точки входа, нет вторичного рынка.
- Avito / Юла: для покупки экипировки. Сильные: большой выбор. Слабые: нет спортивного контекста, нет доверия, нет интеграции с тренировками.

### 8.3. Наши дифференциаторы:

- Автоматический импорт тренировок создаёт мгновенный "aha moment" без ручного ввода данных.
- Маркетплейс слотов и экипировки с встроенными чатами решает проблему вторичного рынка в спорте.
- Фокус на локальных событиях и клубах через карту с кластеризацией.
- Offline-first архитектура обеспечивает мгновенную загрузку и работу без интернета.
- Мультиспорт подход (бег, вело, плавание) в одном приложении.
- Nationwide доступность с первого дня с фокусом на российский рынок.

## 9. Риски и план их закрытия

### 9.1. Технические риски:

- Auth/токены: в MVP используются временные заглушки. План: внедрить полноценную SMS-авторизацию с безопасным хранением access/refresh токенов через FlutterSecureStorage до релиза.
- Масштабирование API: текущий бэкенд может не выдержать нагрузку при росте. План: мониторинг метрик, горизонтальное масштабирование, кэширование на уровне API.
- Синхронизация данных: конфликты при офлайн-редактировании. План: реализовать optimistic updates и conflict resolution через версионирование.

### 9.2. Продуктовые риски:

- Модерация маркетплейса: риск мошенничества и некачественных товаров. План: правила размещения, система репортов, верификация продавцов, рейтинги и отзывы, анти-фрод алгоритмы.
- Качество контента в ленте: спам и низкокачественные посты. План: алгоритмическая лента с релевантностью, модерация контента, возможность скрытия постов.
- Удержание пользователей: риск низкого retention без достаточной активности сообщества. План: онбординг импорта, push-уведомления о подписках и событиях, геймификация через задачи и лидерборды.

### 9.3. Бизнес-риски:

- Низкая конверсия в монетизацию: пользователи не готовы платить. План: A/B тестирование цен и форматов, фокус на value proposition, постепенное введение платных функций.
- Конкуренция с крупными игроками: Strava или другие могут запустить аналогичные функции. План: фокус на скорость итераций, локальная экспертиза, партнёрства с клубами и организаторами.
- Регуляторные риски: изменения в законодательстве по обработке данных. План: соблюдение требований 152-ФЗ, прозрачная политика конфиденциальности, консультации с юристами.

### 9.4. Операционные риски:

- Недостаток аналитики: без данных сложно принимать решения. План: внедрить Firebase Analytics или Amplitude, трекинг ключевых воронок (онбординг, импорт, маркетплейс), дашборды для мониторинга метрик.
- Отсутствие push-уведомлений: пользователи забывают о приложении. План: интеграция flutter\_local\_notifications, сегментация уведомлений, A/B тестирование сообщений.
- Поддержка пользователей: рост нагрузки на поддержку при масштабировании. План: FAQ и база знаний, чат-бот для частых вопросов, приоритетная поддержка для RacePro.

## 10. Roadmap на 12 месяцев

### 10.1. Фаза 1: Релизная готовность (0–2 месяца)

- Авторизация: внедрить SMS-авторизацию, убрать временные заглушки токенов, безопасное хранение через FlutterSecureStorage.
- Push-уведомления: интеграция flutter\_local\_notifications, уведомления о новых сообщениях, подписках, событиях и алертах.
- Аналитика: настройка Firebase Analytics или Amplitude, трекинг воронок онбординга, импорта, маркетплейса и монетизации.
- Онбординг импорта: пошаговые инструкции для подключения Health Connect и Strava, первый импорт тренировки, объяснение преимуществ.
- Юридическое: пользовательские соглашения, политика конфиденциальности, обработка персональных данных согласно 152-ФЗ.
- Тестирование: краш-тесты, нагрузочное тестирование API, проверка на разных устройствах и версиях ОС.

### 10.2. Фаза 2: Рост и усиление продукта (2–6 месяцев)

- Рост в якорных городах: запуск performance-маркетинга, партнёрства с клубами и организаторами, работа с инфлюенсерами.
- Усиление маркетплейса: улучшение фильтров и поиска, система рейтингов и отзывов, верификация продавцов, платные бусты листингов.
- Алерты и уведомления: расширенные настройки алертов на события, push-напоминания о тренировках и задачах, персонализация уведомлений.
- Модерация: правила размещения, система репортов, анти-фрод алгоритмы, реакция поддержки на жалобы.
- Аналитика продукта: дашборды для мониторинга метрик, A/B тестирование ключевых функций, итерации на основе данных.

### 10.3. Фаза 3: Монетизация и масштабирование (6–12 месяцев)

- RacePro подписка: разработка премиум-функций (расширенная аналитика, приоритетная поддержка, безлимитные алерты, продвижение профиля), интеграция платежей, A/B тестирование цен.
- Партнёрства и affiliate: интеграция с производителями экипировки и организаторами стартов, реферальные программы, кросс-промо с клубами.
- Реклама и спонсорство: нативная реклама в ленте, спонсорство лидербордов и задач, партнёрские программы с крупными событиями.
- Масштабирование: оптимизация производительности, горизонтальное масштабирование API, улучшение офлайн-кэширования, расширение команды при необходимости.
- Международная экспансия (опционально): исследование рынков СНГ, локализация приложения, адаптация под местные особенности.

## 11. Use of Funds (Pre-seed 5–20 млн ₽)

Ниже представлена примерная структура использования средств в зависимости от размера раунда. Все цифры являются допущениями и требуют уточнения в зависимости от конкретных условий и приоритетов.

### 11.1. Сценарий Lean (5–10 млн ₽):



Статья	Бюджет	Описание
Разработка и безопасность	2–3 млн ₽	Auth, push, аналитика, тестирование, безопасность
Маркетинг (3 месяца)	900k–3 млн ₽	Performance, инфлюенсеры, партнёрства в якорных городах
Операционные расходы	1–2 млн ₽	Серверы, инструменты, юридические, бухгалтерия
Резерв	1–2 млн ₽	Непредвиденные расходы и буфер

### 11.2. Сценарий Growth (10–20 млн ₽):

Статья	Бюджет	Описание
Разработка и безопасность	3–5 млн ₽	Расширенная разработка, модерация, масштабирование
Маркетинг (3–6 месяцев)	3–6 млн ₽	Усиленный performance, инфлюенсеры, контент, партнёрства
Найм (опционально)	2–4 млн ₽	Разработчик, маркетолог или модератор при необходимости
Операционные расходы	1.5–3 млн ₽	Серверы, инструменты, юридические, бухгалтерия, офис
Резерв	0.5–2 млн ₽	Непредвиденные расходы и буфер

### 11.3. Runway (время до следующего раунда):

- Lean сценарий (5–10 млн ₽): 9–12 месяцев при расходе 500k–1.1 млн ₽/мес.
- Growth сценарий (10–20 млн ₽): 12–15 месяцев при расходе 800k–1.7 млн ₽/мес.
- Цель к концу runway: достижение PMF-сигналов (D30 retention  $\geq 10\%$ , положительная unit-экономика по маркетинг-плейсу или PacePro), готовность к Seed раунду.

## 12. Команда и найм

### 12.1. Текущая команда:

- Solo founder: полная ответственность за продукт, разработку, маркетинг и бизнес-развитие.
- Преимущества: скорость принятия решений, фокус, низкие операционные расходы.
- Риски: ограниченная пропускная способность, риск выгорания, необходимость экспертизы в разных областях.

### 12.2. Потенциальный найм (при Growth сценарии):

- Разработчик (Flutter/Dart): для ускорения разработки и масштабирования продукта. Зарплата: 150k–250k ₽/мес (допущение).
- Маркетолог (performance + контент): для управления рекламными кампаниями и партнёрствами. Зарплата: 100k–200k ₽/мес (допущение).
- Модератор/поддержка: для обработки жалоб и вопросов пользователей. Зарплата: 50k–100k ₽/мес (допущение).

### 12.3. Аутсорс и фриланс:



- Дизайн: UI/UX иконки, иллюстрации, маркетинговые материалы. Бюджет: 50k–200k ₽ за проект (допущение).
- Юридические услуги: пользовательские соглашения, политика конфиденциальности, консультации. Бюджет: 100k–300k ₽ (допущение).
- Бухгалтерия: ведение учёта и отчётности. Бюджет: 10k–30k ₽/мес (допущение).

## 13. Финансовые прогнозы (допущения)

### 13.1. Прогноз выручки на 24 месяца:

Месяц	MAU	Marketplace	RacePro	Affiliate	Реклама	Итого/мес	Итого накопительно
3	5k	10k	0	15k	0	25k	75k
6	20k	50k	0	50k	0	100k	375k
9	50k	150k	100k	100k	0	350k	1.2M
12	80k	250k	200k	150k	50k	650k	3.15M
18	150k	500k	450k	300k	150k	1.4M	11.55M
24	300k	1M	900k	600k	300k	2.8M	25.95M

### 13.2. Прогноз расходов на 24 месяца (Growth сценарий):

Месяц	Разработка	Маркетинг	Найм	Операционные	Итого/мес	Итого накопительно
1–3	500k	800k	0	150k	1.45M	4.35M
4–6	400k	600k	300k	200k	1.5M	8.85M
7–9	300k	500k	400k	250k	1.45M	13.2M
10–12	250k	400k	400k	300k	1.35M	17.25M
13–18	200k	300k	400k	350k	1.25M	24.75M
19–24	150k	250k	400k	400k	1.2M	31.95M

### 13.3. Unit-экономика (допущения для месяца 12):

- CAC (Customer Acquisition Cost): 200–400 ₽ в зависимости от канала.
- LTV (Lifetime Value): при среднем сроке жизни пользователя 6 месяцев и конверсии в RacePro 2%:  $LTV = (2\% \times 199 \text{ ₽} \times 6) + (\text{средний GMV в маркетплейсе} \times \text{take rate}) \approx 24 \text{ ₽} + 50\text{--}100 \text{ ₽} = 74\text{--}124 \text{ ₽}$  (допущение, требует валидации).
- LTV/CAC ratio: 0.2–0.6 (требуется улучшения через оптимизацию retention и монетизации).
- Цель: достичь  $LTV/CAC > 3$  для устойчивой unit-экономики.

## 14. Заключение

RaceUp имеет все предпосылки для успеха на российском рынке спортивных приложений: автоматический импорт тренировок создаёт мгновенную ценность, маркетплейс решает реальную проблему вторичного рынка, а nationwide distribution с фокусом на якорные города обеспечивает масштабируемый рост.

При инвестициях 5–20 млн ₽ мы планируем достичь PMF-сигналов и положительной unit-экономики в течение 9–15 месяцев, что позволит привлечь Seed раунд для дальнейшего масштабирования и международной экспансии.

Все цифры, прогнозы и допущения в этом документе требуют валидации на реальных данных после запуска продукта. Мы готовы к итерациям и быстрой адаптации стратегии на основе метрик и обратной связи пользователей.